

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bisnis di Indonesia yang berkembang adalah barbershop (salon rambut). Barbershop merupakan contoh dari industri kreatif yang booming karena permintaan terhadap waralaba bisnis barbershop terbilang tinggi, terbukti mulai tumbuhnya bisnis barbershop di beberapa kota di Indonesia. Sebelum itu, istilah untuk salon rambut sendiri dahulunya dikenal dengan sebutan pangkas, namun yang membedakan antara barbershop dengan pangkas adalah segmen masyarakat yang berada di golongan menengah ke atas cenderung lebih memilih barbershop. Pada dasarnya, barbershop (salon rambut) saat ini menjadi dasar gaya hidup seseorang karena adanya nilai jasa yang mahal yang ditawarkan oleh barbershop.

Menurut Ade Farolan, Ketua Asosiasi Barbershop Indonesia “Pada dasarnya semua segmen masyarakat Indonesia peduli dengan penampilan mereka, terutama gaya rambut. Ini tidak hanya berlaku untuk wanita tetapi juga untuk pria. Farolan percaya bahwa kesadaran tentang gaya rambut di kalangan pria telah mengalami pertumbuhan besar dalam beberapa tahun terakhir dan ini adalah alasan utama mengapa barbershop sangat berkembang (<https://www.indonesia-investments.com/>). Faktor lain yang mendorong pertumbuhan bisnis barbershop di Indonesia adalah pemasaran yang efektif melalui platform media sosial. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, barbershop menawarkan promosi, diskon, dan penawaran untuk memikat pelanggan. Selain itu, bisnis barbershop dikenal memiliki kualitas yang tinggi karena selalu mengikuti trend.

Fenomena ini membuat bisnis barbershop tumbuh di kota Padang sejak tahun 2017. Walaupun barbershop telah memiliki nilai jasa yang tinggi atau mahal, tidak sedikit dari pelanggan di kota Padang yang tertarik untuk ke barbershop (salon rambut). Wajar saja karena barbershop memang menawarkan kualitas dengan harga yang sebanding. Melihat bisnis barbershop merupakan investasi jangka panjang, maka pada tahun 2018 mulai berdiri barbershop The Tjoekoer. Pada awal mula bisnis barbershop di kota padang pada tahun 2017, banyak dari beberapa kalangan atau masyarakat mengatakan bahwa jasa barbershop (salon rambut) sangatlah mahal, karena memang pertumbuhan ekonomi di kota padang masih cukup lambat, sementara

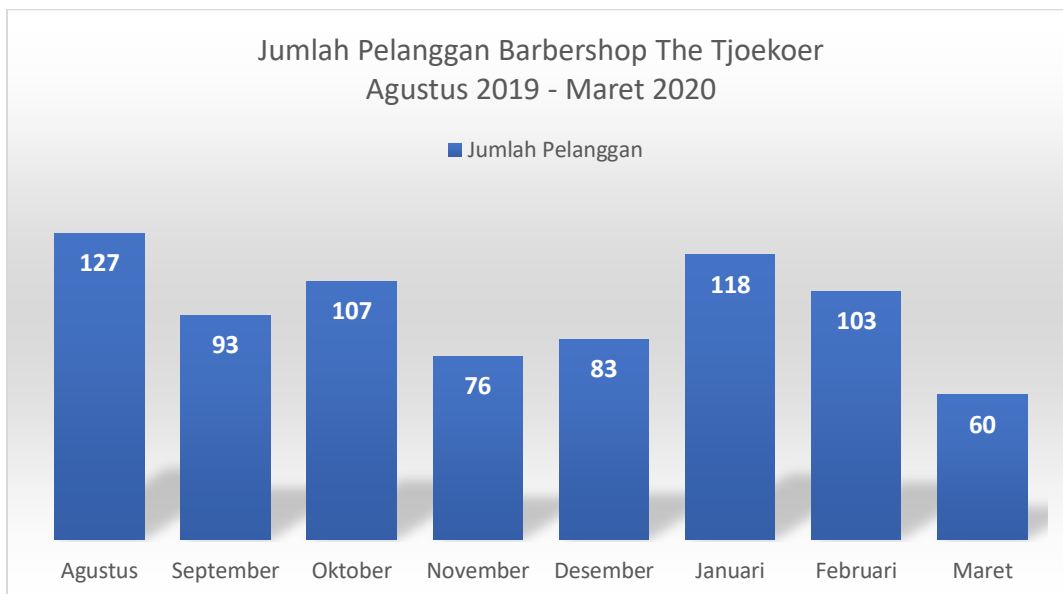
kualitas layanan jasa yang diberikan oleh barbershop (salon rambut) sangatlah baik. Namun, tidak sedikit pula dari beberapa kalangan yang tetap menggunakan jasa barbershop.

Barbershop *The Tjoekoer* menawarkan kenyamanan yang dapat dilihat dari konsep eksklusif, staf yang berpengalaman dan harga yang relatif. Adapun layanan jasa yang ditawarkan yaitu pemotongan rambut, penataan rambut, cat rambut, jasa merapikan jenggot dan kumis setelah proses pemotongan rambut selesai. Konsep interior dari barbershop *The Tjoekoer* pun dibuat nyaman, seperti sofa di ruang tunggu, lampu atau penerangan yang jelas, peralatan cukur rambut yang lengkap, dan peralatan pendukung seperti tersedianya layanan internet dan area untuk merokok.

Seiring banyaknya bisnis barbershop yang mulai menjamur di kota Padang, adanya inovasi khusus atau ciri khas tertentu yang menjadi sebuah tolak ukur agar tetap menjadi “Top of Mind” bagi masyarakat. Bisnis barbershop *The Tjoekoer* yang setelah sebelumnya selalu menjadi pelanggan dan hampir sibuk serta ramai setiap harinya, mengalami kendala atau masalah yang menyebabkan barbershop tersebut sepi pelanggan. Berikut data jumlah pelanggan yang mengunjungi bisnis barbershop *The Tjoekoer* pada bulan Agustus 2019 – Maret 2020.

Gambar 1.1

Jumlah Pelanggan Barbershop The Tjoekoer



Sumber : Data diolah oleh peneliti (April 2020)

Dapat dilihat pada gambar 1.1, jumlah pelanggan barbershop *The Tjoekoer* dari bulan Agustus 2019 – Maret 2020 tidak stabil atau mengalami penurunan. Dimana, pada bulan oktober

2019, grafik pelanggan barbershop The Tjoekoer naik, kemudian mengalami penurunan lagi pada dua bulan berikutnya. Selanjutnya, di awal tahun mulai bulan Januari 2020, grafik mulai naik kembali hingga mengalami penurunan pada bulan Februari hingga Maret 2020. Ketika mengalami penurunan dan lonjakan yang drastis, ditahap inilah barbershop The Tjoekoer memiliki masalah yang berdampak pada penurunan revenue atau kontrasnya perubahan terhadap pendapatan walaupun telah melakukan promosi sebagai bahan evaluasi awal. Kualitas pelayanan sangat berkaitan erat dengan pelanggan. Selain pelayanan yang diterima oleh pelanggan belum baik, penurunan pada grafik pelanggan juga disebabkan oleh faktor dari harga yang mahal (dilihat dari range harga mulai dari Rp. 50.000 – Rp. 150.000), kurangnya sumber daya manusia yang memadai, terbukti hanya 3 orang saja yang bekerja di barbershop tersebut (*Owner, Cutter 1 dan Cutter 2*) dan berakibat pada waktu tunggu yang lama untuk pelanggan dan pelayanan yang diberikan pun tidak baik atau tidak ramah akibat dikejar waktu. Sementara itu, kurangnya efisiensi waktu seperti tidak adanya system booking yang menyebabkan pelanggan tidak ingin menunggu lama, namun beberapa bulan ini system booking sudah mulai diberlakukan di barbershop The Tjoekoer. Adanya ancaman persaingan dengan kompetitor atau barbershop yang juga menawarkan jasa yang sama, barbershop The Tjoekoer harus mampu memiliki daya saing yang kuat sebagai acuan serta evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan pada barbershop agar pelanggan merasa harapan mereka dapat terpenuhi dengan sangat baik karena kebutuhan pelanggan merupakan prioritas utama bagi suatu bisnis jasa yang pelayanannya harus berorientasi pada pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan permasalahan awal dengan melakukan wawancara semi - formal (tanya-jawab) kepada 10 pelanggan barbershop The Tjoekoer. Dari permasalahan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa faktor terpenting terhadap menurunnya jumlah pelanggan dalam 6 bulan, dari Agustus 2019 – Maret 2020 yaitu karena faktor harga yang mendapatkan persentase sebesar 70% dimana harga untuk layanan barbershop The Tjoekoer dikatakan mahal. Kemudian, Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas dengan persentase sebesar 70% dimana kurangnya karyawan barbershop The Tjoekoer yang hanya berjumlah 3 orang, serta tidak tersedianya system booking dengan persentase sebesar 60% yang dimana tidak ada efektivitas dan efisiensi waktu untuk pelanggan. Apabila Barbershop the Tjoekoer mampu menangani pelanggan dengan baik, maka pelanggan tidak akan mengalami keluhan terkait sumber daya manusia. Barbershop The Tjoekoer rata-rata hanya bisa melayani 6 orang untuk

percutter nya atau penyedia jasa dari Barbershop The Tjoekoer dalam 1 harinya. Rata-rata jadwal kerja untuk 1 harinya yaitu hanya 8 jam. Dapat dikatakan bahwa untuk menangani 1 pelanggan membutuhkan waktu berkisar antara 50 menit – 60 menit. Dan dibagi ke dua shift karena Barbershop The Tjoekoer dibuka pukul 11.00-21.00.

Bisnis barbershop harus menyadari bahwa salah satu upaya agar mampu bersaing adalah tetap konsisten dan berkelanjutan mampu memberikan jasa dengan kualitas yang lebih baik dari kompetitornya, karena jika pelanggan puas terhadap kualitas layanan jasa yang didapatnya, maka pelanggan akan menggunakan kembali layanan jasa tersebut dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa yang ada di barbershop tersebut karena pelanggan telah mendapatkan pengalaman terhadap kepuasan layanan jasa oleh barbershop tersebut.

Peningkatan dalam hal pelayanan merupakan faktor terpenting. Dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan jasa pada bisnis barbershop The Tjoekoer, instrumen kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat digunakan untuk melakukan gap analysis terhadap atribut pelayanan yang ada. Gap analysis dikategorikan ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, empathy, reliability, responsiveness dan assurance untuk mengetahui bagaimana kepuasan dan harapan pelanggan terhadap bisnis barbershop The Tjoekoer dengan melakukan penilaian yang melibatkan pelanggan pengguna jasa layanan barbershop tersebut sebagai responden.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui perbandingan antara harapan yang diinginkan pelanggan dengan kinerja dari karyawan atau staff di barbershop The Tjoekoer. Metode ini berguna untuk mengukur kepuasan pelanggan karena ketidakpuasan atas layanan yang didapatkan oleh pelanggan akan menyebabkan berbagai keluhan yang merupakan dampak dari kinerja yang buruk atau kurang memuaskan dari apa yang diharapkan oleh pelanggan jasa barbershop The Tjoekoer. Selain itu, penggunaan metode Importance Performance Analysis (IPA) juga berfungsi untuk mengetahui atribut mana yang harus dipertahankan dan atribut mana yang kinerjanya masih butuh perbaikan (buruk) agar dapat menentukan usulan atau perbaikan karena perbaikan diyakini dapat memperbaiki kualitas pelayanan agar sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang komprehensif sesuai data konkret di lapangan melalui instrument yang disebar ke pelanggan pengguna jasa layanan terhadap kualitas layanan barbershop The Tjoekoer yang akan berdampak terhadap kepuasan

pelanggan. Hasil dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dan bahan penilaian lebih lanjut bagi barbershop The Tjoekoer untuk menentukan strategi dalam mengembangkan bisnis jasa melalui peningkatan dalam kualitas layanan yang dapat mengatasi keluhan dan memenuhi ekspektasi dari pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer?
2. Bagaimana kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan pengguna jasa layanan terhadap kualitas pelayanan barbershop The Tjoekoer?
3. Bagaimana penilaian terhadap atribut yang dianggap penting oleh pelanggan berdasarkan dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*)?
4. Usulan apa yang dapat diberikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer.
2. Mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer.
3. Mengidentifikasi atribut dari kualitas pelayanan yang berperan penting dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*).
4. Memetakan perbaikan apa saja yang harus dilakukan berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor penting dari kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan di barbershop The Tjoekoer.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data dilakukan mulai dari bulan Agustus 2019 sampai dengan bulan Maret 2020.
2. Sampel dalam penelitian adalah pelanggan atau pengguna jasa layanan barbershop *The Tjoekoer*.

3. Penelitian yang dilakukan hanya sampai tahap perumusan True Customer Needs atau pembentukan dimensi berdasarkan perspektif dari pelanggan tanpa mengidentifikasi lebih lanjut pada tahap implementasi dan evaluasi keberhasilan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian akan menjadi tambahan ilmu yang bermanfaat dan dapat dijadikan sumber referensi untuk penelitian atau tugas akhir selanjutnya.

2. Bagi Usaha Barbershop

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumber referensi, sumber informasi dan sumber untuk mengetahui prioritas atau langkah perbaikan layanan dalam menyediakan jasa untuk mencapai laba dan tujuan dari barbershop tersebut.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Dalam hal ini, penelitian menguraikan tentang latar belakang dalam penelitian, memaparkan perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian yang akan dicapai, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Landasan teori yang mendukung penulisan tugas akhir mencakup pemaparan metode yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan metodologi yang menjadi panduan langkah–langkah yang dilakukan dalam penelitian secara rinci. Bab terdiri dari dua sub bab yaitu metode konseptual dan pemecahan masalah.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini membahas tahapan dalam pengumpulan kuesioner dan melakukan pengolahan data dengan menggunakan gap analysis dan metode importance performance analysis.

BAB V Analisis

Setelah mengetahui hasil penelitian, maka dilakukan pembahasan guna menjelaskan dan membahas analisis hasil penelitian dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian, serta memberikan solusi perbaikan terhadap layanan barbershop The Tjoekoer. Selanjutnya, disajikan pula saran bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini.