

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam jelas menganjurkan kebersihan dan keindahan. Bahkan Nabi bersabda bahwa Allah itu indah dan menyukai keindahan. Demikian juga sering dikatakan bahwa kesucian adalah sebagian dari iman. Karena itulah Rasulullah selalu memberikan contoh bagaimana hidup rapi dan teratur. Termasuk penataan rambut. Ini ada dalam kitab Syamil Muhammadiyah karya Imam al-Tirmidzi. Buku tersebut menyebutkan berbagai cara yang digunakan Nabi untuk menjaga kebersihan, terutama merapikan dan menyisir rambut. Bahkan, Nabi mengingatkan ketika ada orang yang rambutnya tidak rapi dan tidak disisir. Dalam sebuah hadis dijelaskan bahwa :

أنا رسول الله صلى الله عليه وسلم فرأ رجلًا شعثًا قد تفرق شعره ، فقال: أما كان يجد هذا ما يسكن به شعره، ورأى رجلاً آخر وعليه ثياب وسخة، فقال: أما كان هذا يجد ماء يغسل به ثوبه

(HR. At-Tirmidzi)

:“Rasulullah SAW datang kepada kami, beliau melihat seorang laki-laki yang rambutnya acak-acakan, Rasulullah berkata: apakah dia tidak menemukan sesuatu yang bisa merapikan rambutnya. Kemudian beliau juga melihat laki-laki lain yang pakaiannya kotor, Rasulullah bersabda: apakah dia tidak menemukan air yang bisa membersihkan bajunya.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Gading Persada, *Bagaimana Cara Rasulullah Menata Rambut?* (Berita Online Kompas TV, Rabu, 14 April 2021 | 01:45 WIB). Tersedia di situs [Bagaimana Cara Rasulullah Menata Rambut? \(kompas.tv\)](https://www.kompas.tv) diakses pada tanggal 29 november 2022 pukul 9:35

Perdagangan atau bisnis adalah kegiatan menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Perkembangan waktu tidak terbendung, begitu pula dengan cara hidup masyarakat. Bisnis pada dasarnya berfokus pada tujuan utama menghasilkan keuntungan dan tetap kompetitif. Pelaku bisnis harus mampu memenuhi harapan seluruh konsumen dan bersaing mencari strategi yang tepat untuk menarik konsumen.

Tentu saja, strategi pemasaran juga berperan besar dalam perkembangan bisnis. Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas berbagi produk dan layanan yang berharga satu sama lain..<sup>2</sup>

Sedangkan Pemasaran islam, Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis.<sup>3</sup> Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses,

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv andi offset,2008) hlm 9

<sup>3</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, hlm. 340

menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam<sup>4</sup>

Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' Ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Pesatnya pertumbuhan ekonomi dan jumlah penduduk juga mempengaruhi pertumbuhan bisnis di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan ekonomi semakin ketat di berbagai sektor, termasuk dalam bisnis jasa tata rambut.

Kondisi ini semakin membutuhkan strategi yang tepat dari para pengusaha jasa tata rambut. Keberhasilan bisnis, baik dalam jual beli barang dan jasa, tergantung pada ide, peluang, dan pedagang. Pebisnis harus mampu memunculkan ide-ide baru untuk melihat potensi pertumbuhan bisnisnya. Suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen menciptakan citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong konsumen untuk menggunakan kembali pelayanan tersebut, sehingga tercipta loyalitas. Bisnis yang menjual jasa berarti mereka menjual produknya dalam bentuk kepercayaan.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 343

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen akan memperoleh merek yang baik di mata konsumen. Ini adalah layanan dalam penawaran produk / layanan, layanan dalam penawaran layanan, layanan dalam hal risiko dalam penyediaan layanan dan layanan lainnya.

“Oleh karena itu, wajar jika harga jasa yang diberikan lebih mahal karena mampu memfasilitasi kebutuhan dan keinginan pria dalam hal rambut. Pria tidak perlu lagi pergi ke salon untuk mendapatkan gaya yang diinginkan,” ujar Nick The Barbershop, perwakilan dari Indonesian Barbershop Association (IBA).

Bisnis pangkas rambut merupakan bisnis yang bergerak di salah satu bidang produk jasa murni, artinya produk yang diberikan hampir semua berupa jasa dan pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang bagus akan membuat usaha pangkas rambut lambat laun akan berkembang dengan sendirinya. Untuk menarik perhatian konsumen dalam membuat keputusan untuk menggunakan jasa yang di tawarkan barbershop, maka dari itu Barbershop harus pula memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen. Layanan yang berkualitas dibutuhkan dalam Barber Shop untuk memenangkan pasar dalam dunia persaingan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah

sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.<sup>5</sup>

Setiap barbershop mempunyai ciri khas masing-masing untuk memikat daya tarik. Daya tarik tersebut yang akan membedakan barbershop yang satu dengan yang lain. Daya tarik tersebut bisa berupa kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan oleh barbershop kepada setiap konsumen. Salah satu pelopor barbershop di Kota Tasikmalaya adalah *The Fays Barbershop*. Salon rambut khusus untuk pria ini mulai dibuka pada bulan Februari 2016. *The Fays Barbershop* memiliki cabang di Kota Bandung yang berlokasi Lodaya 69. Munculnya ide untuk membangun industri jasa barbershop dikarenakan di Kota Tasikmalaya, gaya hidup khususnya untuk kaula muda yang *modern* dan jumlahnya bertambah setiap tahunnya secara signifikan. Hal tersebut membuat *The Fays Barbershop* mengusung konsep *modern*, ditambahkan juga dengan beberapa tagline yaitu “Modern Haircut”. *The Fays Barbershop* Barbershop mempunyai beberapa kualitas layanan serta fasilitas seperti melayani *dry cut, shaving, hair color*, dan penjualan produk pomade dan bread oil. Selain itu, di dalam barbershop terdapat beberapa fasilitas cukup lengkap diantaranya adalah free wifi, *full music*, TV kabel, full AC,

---

<sup>5</sup> Wildan Sulaksana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2017), hlm.1

sofa yang nyaman, tempat reserfasi, hingga layanan delivery untuk pembelian pomade dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pekerja dari *The Fays Barbershop* Tasikmalaya, dalam jangka waktu sebulan, perusahaan bisa menggaet rata- rata 350 kali konsumen dengan menentukan paket jasa yang berbeda-beda, Hal ini menjadikan *The Fays Barbershop* tetap bisa bersaing. Dengan penataan dan suasana ruangan yang nyaman,ber-AC,desain interior yang menarik, dan tentunya pelayanan yang memanjakan konsumen.

*Gambar 1 - The Fays Barbershop*



*Sumber : Hasil Dokumentasi*

semakin kompetitifnya persaingan serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih jasa potong rambut, menuntut usaha di bidang jasa potong rambut untuk lebih inovatif dalam menciptakan nilai jasa pelayanan.

De-ngan kata lain *The Fays Barbershop* harus mampu menawarkan produk baru (barang atau jasa) yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Situasi yang demikian, mendorong *The Fays Barbershop* untuk mencari solusi yang kreatif dan inovatif agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Strategi bersaing, marketing mix (produk, harga, promosi dan distribusi, tindakan inovasi dan strategi orientasi pasar hingga kualitas pelayanan adalah beberapa solusi yang dapat digunakan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Adanya kepuasan konsumen menyebabkan barbershop ataupun pangkas rambut tradisional sebagai pesaing harus berusaha keras dalam memenangkan persaingan dalam pelayanan jasa pangkas rambut, begitu pula dengan *The Fays Barbershop* juga berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi dua variabel utama yaitu expectation dan perceived performance, bila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka konsumen mendapatkan kepuasan, akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen<sup>6</sup>.

Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman mengungkapkan pandangan tentang dimensi dari kualitas layanan tersebut dalam 5 dimensi dari kualitas layanan yaitu : *Tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.<sup>7</sup> Dimensi ini akan menghitung

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, 2006, *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta, hlm 32

<sup>7</sup> Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018 hlm.656

berapa besarnya pengaruh *Tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas layanan. Secara khusus, penelitian ini membahas tentang bagaimana kualitas pelayanan *The Fays Barbershop* yang berpengaruh kepada kepuasan konsumen *The Fays Barbershop*.

Peneliti sebelumnya melakukan wawancara kepada 10 orang pengguna jasa *The Fays Barbershop* dengan Metode penilaian. Yaitu ; Sangat Puas, Puas, Biasa, Tidak Puas , Sangat Tidak Puas. Serta alasan mengapa memberikan nilai tersebut.

**Tabel 2. hasil Wawancara**

**Hasil Wawancara Kepada Pengguna Jasa *The Fays Barbershop***

| No | Nama            | Penilaian  | Keterangan                     |
|----|-----------------|------------|--------------------------------|
| 1  | Arman maulana   | Puas       | Paket Jasa Lengkap             |
| 2  | Diki M Lutfi    | Puas       | Menikmati Fasilitas yang bagus |
| 3  | Robby sumandani | Tidak puas | Menunggu terlalu lama          |
| 4  | Deni saputra    | Tidak Puas | Menunggu terlalu lama          |



|    |              |            |   |
|----|--------------|------------|---|
| 5  | Rohman hakim | Tidak Puas | Pulang Karena jumla antrean yang banyak   |
| 6  | Ayi          | Puas       | Pelayanan Bagus                           |
| 7  | Sandi        | Puas       | Mendapatkan saran terhadap masalah rambut |
| 8  | Eri Asari    | Puas       | Bersih dan Rapi                           |
| 9  | Naufal       | Tidak puas | Pulang Karena jumla antrean yang banyak   |
| 10 | Akmal        | Tidak Puas | Menunggu terlalu lama                     |

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa adanya keluhan sebesar 50% akan kualitas pelayanan yang bisa menyebabkan dampak yang serius terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul yang akan diajukan oleh peneliti adalah : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *THE FAYS BARBERSHOP* DI KOTA TASIKMALAYA”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Thefays Barbershop di kota Tasikmalaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *The Fays Barbershop* di kota Tasikmalaya

### **D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

#### 1. Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka menambah wawasan dan pengetahuan strategi pemasaran khususnya pada kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen.

#### 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi :

- a. Praktisi, yaitu pemilik perusahaan dan bagian pemasaran dapat dijadikan perbandingan, masukan dan saran dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan rumusan masalah.
- b. Umum, yaitu sebagai bahan edukasi, pertimbangan dan rujukan bagi organisasi yang mendapatkan masalah yang sama