

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat persaingan di dunia usaha semakin tajam, perusahaan harus bisa memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan timbul loyalitas pada diri pelanggan. Produk yang berkualitas, pelayanan yang cepat dan ramah akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Sebaliknya, produk yang tidak berkualitas, pelayanan yang lambat dan tidak ramah akan membuat pelanggan merasa tidak puas dan berpindah ke pesaing. Akan berbahaya bagi perusahaan jika pelanggan satu persatu mulai meninggalkan perusahaan dan berpindah menjadi pelanggan pesaing. Pendapatan perusahaan akan berkurang dan tentunya berpengaruh pada laba yang akan menurun.

Industri jasa perawatan tubuh berkembang dengan pesat, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produksi fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) bagi konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006 : 5).

Gaya hidup masyarakat yang semakin modern membuat tampil cantik dan bersih menjadi sebuah keharusan. Masyarakat semakin sadar bahwa tampil cantik dan bersih bukan hanya ditujukan untuk menarik perhatian orang lain namun menyadari hal tersebut sebagai kebutuhan pribadi yang juga bermanfaat bagi diri mereka sendiri. Seperti yang kita ketahui bahwa dalam sebuah iklan lowongan kerja baik di media cetak maupun media elektronik sering mencantumkan berpenampilan menarik sebagai salah satu kriteria yang harus dipenuhi calon pelamar jika ingin melamar pekerjaan tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk berpenampilan menarik, berpenampilan menarik bisa disimpulkan dengan

tampil cantik dan bersih, dengan kita berpenampilan menarik maka akan membuat orang yang melihat kita merasa nyaman dan tidak terganggu.

Untuk bisa mewujudkan tampil cantik dan bersih, masyarakat bisa menggunakan salon kecantikan sebagai salah satu tempat untuk melakukan perawatan. Bisnis kecantikan khususnya salon terus berkembang. Usaha dibidang salon sebenarnya sebuah sirkulasi atau mata rantai akibat dari perkembangan dan kemajuan zaman yang berhubungan dengan gaya hidup. Kemajuan dan perkembangan model serta gaya hidup dari luar negeri juga terus masuk ke Indonesia sehingga keinginan akan hal-hal baru seperti tidak ada habisnya. Saat ini salon tidak hanya bisa digunakan untuk perawatan rambut saja namun sudah berkembang menjadi tempat untuk melakukan perawatan wajah, rambut dan tubuh untuk mempercantik diri. dengan semakin berkembangnya fungsi dan layanan yang dapat diberikan oleh salon maka membuat salon semakin dibutuhkan, semakin banyak masyarakat yang melakukan perawatan rutin di salon kecantikan, spa-spa dan klinik-klinik kecantikan. Jumlah orang yang membutuhkan pelayanan kecantikan pun sangat besar, seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Jawa Timur tiap tahun. Sesuai data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di kabupaten/kota provinsi Jawa Timur tahun 2014 dan 2015.

Kabupaten/Kota		Jumlah Penduduk (ribu)		Laju Pertumbuhan Penduduk (%)
		2014	2015	2014 – 2015
Kabupaten				
1	Pacitan	549481	550986	0.27
2	Ponorogo	865809	867393	0.18
3	Trenggalek	686781	689200	0.35
4	Tulungagung	1015974	1021190	0.51
5	Blitar	1140793	1145396	0.40
6	Kediri	1538929	1546883	0.52
7	Malang	2527087	2544315	0.68
8	Lumajang	1026378	1030193	0.37

9	Jember	2394608	2407115	0.52
10	Banyuwangi	1588082	1594083	0.38
11	Bondowoso	756989	761205	0.56
12	Situbondo	666013	669713	0.56
13	Probolinggo	1132690	1140480	0.69
14	Pasuruan	1569507	1581787	0.78
15	Sidoarjo	2083924	2117279	1.60
16	Mojokerto	1070486	1080389	0.93
17	Jombang	1234501	1240985	0.53
18	Nganjuk	1037723	1041716	0.38
19	Madiun	673988	676087	0.31
20	Magetan	626614	627413	0.13
21	Ngawi	827829	828783	0.12
22	Bojonegoro	1232386	1236607	0.34
23	Tuban	1147097	1152915	0.51
24	Lamongan	1187084	1187795	0.06
25	Gresik	1241613	1256313	1.18
26	Bangkalan	945821	954305	0.90
27	Sampang	925911	936801	1.18
28	Pamekasan	836224	845314	1.09
29	Sumenep	1067202	1072113	0.46
Kota				
30	Kediri	278072	280004	0.69
31	Blitar	136903	137908	0.73
32	Malang	845973	851298	0.63
33	Probolinggo	226777	229013	0.99
34	Pasuruan	193329	194815	0.77
35	Mojokerto	124719	125706	0.79
36	Madiun	174373	174995	0.36
37	Surabaya	2833924	2848583	0.52
38	Batu	198608	200485	0.95
Jawa Timur		38610202	38847561	0.61

Sumber : jatim.bps.go.id, 2016

Melihat dari data diatas maka tidak heran bila di setiap jalan dan mall selalu ditemui tempat-tempat yang menawarkan jasa perawatan kecantikan. Perawatan kecantikan dirasakan benar-benar sebagai suatu kebutuhan hidup modern dan menjadi bagian dari gaya hidup sehat.

Prospek jangka panjang yang cukup menjanjikan tersebut membuat persaingan di usaha salon kecantikan semakin meningkat, mulai dari salon-salon rumahan di area perkampungan hingga salon-salon ternama di pusat-pusat perbelanjaan. Kondisi tersebut membuktikan bahwa bisnis kecantikan sudah sangat pesat perkembangannya. Selaras dengan apa yang disampaikan oleh salah satu pakar kecantikan di Indonesia yaitu Rudi Hadisuwarno pada tahun 2015 bahwa Jumlah pelaku bisnis kecantikan tiap tahun semakin meningkat, sebagai rujukan, pengusaha yang bergabung dalam asosiasi profesi kecantikan Tiara Kusuma jumlahnya mencapai 100.000 pengusaha dari penjuru Nusantara. Dari angka tersebut, sebanyak 30.000 pengusaha berada di Jawa Timur. (www.beritasatu.com)

Dengan semakin banyaknya pesaing, setiap salon harus bisa memberikan pelayanan yang baik, setiap salon harus berinovasi dan memiliki daya saing supaya tidak sampai kalah dengan salon-salon lain. Yang tidak kalah penting adalah salon harus bisa memuaskan pelanggan, supaya bisa menarik pelanggan baru dan tetap mempertahankan pelanggan yang lama. Seringkali konsumen yang merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan salon pada kunjungan pertama tidak akan ragu untuk datang lagi ke salon tersebut dan menjadi pelanggan yang loyal, namun jika konsumen merasa tidak puas maka mereka tidak ingin kembali lagi dan mulai mencari salon lain yang lebih baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Hal ini selaras dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Yunita Unnisyak pada tahun 2012 di Salon Johnny Andrean Semarang bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen baik secara parsial maupun simultan. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan

serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan suatu kepuasan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan sebuah pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

V3 Salon & Spa sebagai salah satu salon kecantikan di Malang yang sedang berkembang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik pada setiap pelanggan. berikut adalah jumlah kunjungan yang diterima dan dilayani oleh V3 Salon & Spa setiap bulannya periode Januari sampai Desember 2016:

Tabel 2. Data Kunjungan pelanggan V3 Salon & Spa tahun 2016

Data Kunjungan Pelanggan V3 Salon & Spa		
Tahun	Bulan	Jumlah Kunjungan
2016	Januari	378
	Februari	317
	Maret	284
	April	351
	Mei	318
	Juni	325
	Juli	309
	Agustus	296
	September	329
	Oktober	343
	November	265
	Desember	338
	Rata-rata per bulan	321

Sumber: V3 Salon & Spa Malang, 2017

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kunjungan yang dilayani oleh V3 Salon & Spa setiap bulannya cukup banyak rata-rata lebih dari 300 konsumen, namun berdasarkan informasi dari pemilik, pelanggan loyal V3 Salon & Spa hanya berkisar 100 pelanggan. Jika dibandingkan dengan kunjungan perbulan berarti hanya sekitar 31% pelanggan yang loyal pada V3 Salon & Spa, dan sisanya sekitar 69% merupakan pelanggan yang belum loyal ataupun konsumen baru.

Sangat disayangkan jika V3 Salon & Spa tidak bisa memaksimalkan kesempatan untuk menjadikan 69% pelanggan potensial tersebut menjadi pelanggan loyal.

Pengukuran kepuasan pelanggan saat penting dilakukan, dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan perusahaan dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atas layanan yang diberikan dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. dari hasil pengukuran tersebut perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang kinerjanya telah maksimal dan faktor-faktor apa saja yang kinerjanya kurang memuaskan menurut pelanggan. Serta perusahaan dapat memahami harapan pelanggan dan kebutuhan mereka. Untuk faktor-faktor yang kinerjanya belum maksimal atau kurang memuaskan bagi pelanggan, maka perusahaan perlu memberikan perhatian untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya sebagai bentuk investasi jangka panjang yang dilakukan oleh perusahaan.

Untuk itu V3 Salon & Spa ingin memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggannya, namun belum diketahui faktor-faktor apa yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan. Karena, jika salon kecantikan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, hal ini dapat memberikan pencitraan yang baik juga kepada salon kecantikan itu sendiri karena dinilai mampu mengerti apa yang menjadi kemauan atau harapan setiap pelanggannya. Dengan begitu semakin banyak pelanggan yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan akan timbul loyalitas dalam diri pelanggan tersebut terhadap salon.

Untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan pasti membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Dan hal ini pula yang sering menjadi hambatan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerjanya. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu hal-hal apa saja yang menjadi prioritas untuk diperbaiki atau ditingkatkan, dengan begitu dana yang digunakan untuk

melakukan perbaikan dapat digunakan seefisien mungkin dan tepat sasaran. Dana yang digunakan dapat berasal dari sumber dana internal dan sumber dana eksternal. Sumber dana internal yaitu sumber dana yang berasal dari dalam perusahaan, seperti modal sendiri, sedangkan sumber dana eksternal yaitu sumber dana yang berasal dari luar perusahaan, seperti hutang bank. Kebutuhan dana perusahaan umumnya merupakan perpaduan antara pendanaan jangka pendek dan pendanaan jangka panjang. Pendanaan jangka pendek atau hutang lancar biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan persediaan atau barang dagang yang umur pengembaliannya tidak lebih dari satu tahun, sedangkan pendanaan jangka panjang biasanya digunakan untuk kebutuhan ekspansi atau meningkatkan kapasitas produksi yang membutuhkan dana cukup besar dan umur pengembaliannya lebih dari satu tahun.

Keputusan untuk menggunakan sumber dana internal atau eksternal bergantung pada kebijakan yang diambil oleh pemilik perusahaan. perusahaan harus memperhitungkan keuntungan dan resiko yang mungkin terjadi jika menggunakan sumber dana internal atau sumber dana eksternal atau keduanya. Pada umumnya perusahaan akan memilih menggunakan sumber dana internal yaitu modal sendiri untuk memenuhi kebutuhan investasinya, jika tidak mencukupi barulah sisanya menggunakan sumber dana eksternal atau hutang, karena jika menggunakan sumber dana eksternal resikonya lebih besar mengingat perusahaan akan memiliki kewajiban untuk membayar bunga pinjaman.

Adanya beberapa penelitian terdahulu yang juga menggunakan metode IPA untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wine Widiana pada tahun 2013 di Salon Kecantikan Keraton, dengan hasil persepsi pelanggan terhadap kinerja Salon Kecantikan Keraton secara keseluruhan adalah biasa (skor rata-rata 3,94). Berdasarkan analisis IPA terdapat empat atribut, yaitu Keamanan sarana parkir kendaraan, Informasi produk yang ditawarkan lengkap dan jelas (brosur, iklan, pamflet, dan lain-lain), Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruang pelayanan dan Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat



yang dipakai, yang harus mendapat prioritas utama untuk diperbaiki dan dilaksanakan sesuai harapan pelanggan. Walaupun penelitian yang dilakukan oleh Elda Yuli pada tahun 2016 di Rumah Sakit Prima Husada, berdasarkan analisis IPA terdapat 5 atribut yang paling penting namun kinerjanya tidak memuaskan pengguna antara lain: Kemampuan dokter dalam mendiagnosa penyakit, Pelayanan sopan dan ramah, Kondisi ruang inap yang memadai dan baik, Adanya tempat pusat informasi yang jelas, Pelayanan kepada pasien tanpa melihat status sosial.

Dari beberapa penjelasan tersebut, peneliti mencoba melakukan penelitian bagaimana cara alokasi anggaran yang baik dan tepat berdasarkan kekurangan kinerja dari V3 Salon & Spa Malang yang diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor didalamnya. Maka pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah “STRATEGI ALOKASI ANGGARAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN” studi kasus pada V3 Salon & Spa Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja V3 Salon & Spa Malang berdasarkan perspektif pelanggan?
2. Bagaimana strategi alokasi anggaran yang tepat berdasarkan kinerja V3 Salon & Spa Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

V3 Salon & Spa adalah salah satu salon di Malang yang sedang berkembang dan memiliki masalah pelayanan dan kepuasan pelanggan, sehingga tujuan penelitian yaitu:

1. Mendeskripsikan kinerja V3 Salon & Spa Malang berdasarkan perspektif pelanggan.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor pilihan strategi alokasi anggaran yang tepat berdasarkan kinerja V3 Salon & Spa Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik adalah penelitian yang bisa memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi V3 Salon & Spa Malang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi V3 Salon & Spa Malang antara lain:

1. Sebagai bahan evaluasi kinerja yang dianggap penting oleh pelanggan V3 Salon & Spa Malang.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perbaikan kinerja V3 Salon & Spa Malang
3. Sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi alokasi anggaran yang tepat di V3 Salon & Spa Malang serta menjadi tambahan informasi yang dapat digunakan dalam menentukan kebijakan

Bagi Peneliti

1. Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang kepuasan pelanggan dan strategi penggunaan dana yang tepat, serta digunakan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana

Bagi Masyarakat atau Pembaca

1. Sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan khususnya bagi masyarakat atau mahasiswa yang sedang melakukan penelitian program S1 mengenai pengukuran kepuasan pelanggan.