

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor bisnis di Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Perkembangan ini ditandai oleh persaingan yang semakin ketat di berbagai industri dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di industri jasa potong rambut khusus pria. Dalam situasi ini, para pemilik salon pria harus memiliki strategi yang tepat dan berhasil. Ide, peluang, dan peran pelaku bisnis sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha. Para pelaku usaha harus mampu menghasilkan nilai tambahan bagi pelanggan melalui inovasi. Mereka juga harus berhati-hati saat menangkap dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada.

*Barbershop* merupakan fasilitas modern untuk perawatan rambut pria yang mengalami peningkatan popularitas signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Saat ini, keberadaan *Barbershop* sangat mudah dijumpai di berbagai wilayah. Fenomena ini menunjukkan tingginya tingkat ketertarikan masyarakat terhadap layanan *Barbershop*, yang terbukti dari pertumbuhan pesat yang masih terus berlanjut hingga kini. Secara esensial, *Barbershop* memiliki kemiripan dengan tempat potong rambut tradisional, namun perbedaannya terletak pada mutu pelayanan dan kelengkapan fasilitas yang lebih unggul.

Kabupaten Banyuwangi, sebagai salah satu kabupaten yang dikenal aktif mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, turut mengalami peningkatan dalam kebutuhan layanan jasa *personal grooming*. Meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya laki-laki muda, terhadap penampilan diri mendorong pertumbuhan jumlah *barbershop* di wilayah ini. Banyak *barbershop* dengan konsep modern mulai bermunculan, menawarkan layanan yang lebih dari sekadar potong rambut, seperti *hair treatment*, *styling*, hingga *facial grooming* dengan suasana tempat yang estetik dan nyaman. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, persaingan antar*barbershop* juga semakin ketat. Konsumen kini memiliki banyak pilihan dan cenderung lebih selektif dalam menentukan tempat langganannya. Mereka tidak hanya mempertimbangkan hasil potongan rambut, tetapi juga kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, kenyamanan tempat, serta citra atau branding dari *barbershop* itu sendiri.

Tabel berikut menyajikan perbandingan harga jasa potong rambut pria di beberapa Barbershop di Kabupaten Banyuwangi:

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Barbershop di Kabupaten Banyuwangi

No	<i>Barbershop</i>	Harga
1	<i>Barbershop Bandhawa</i>	Rp 20.000
2	<i>Yuli Barbershop</i>	Rp 25.000
3	<i>AF Barbershop</i>	Rp 30.000
4	<i>Tonggeng Barbershop</i>	Rp 30.000
5	<i>D'sheriff Barbershop</i>	Rp 25.000
6	<i>Highrisk Barbershop</i>	Rp 30.000
7	<i>Bayu The Best Barbershop</i>	Rp 25.000

*Sumber: Peneliti 2025*

Persaingan antar *Barbershop* pun tidak dapat dihindari, termasuk di wilayah **Kabupaten Banyuwangi**. Berdasarkan data pada tabel 1.1, *Bandhawa Barbershop* menetapkan harga yang relatif terjangkau yaitu dengan harga Rp 20.000, hal ini menjadi salah satu alasan konsumen tertarik menggunakan layanan jasa potong rambut *Barbershop* Bandhawa. Harga menjadi elemen strategis dalam menarik perhatian konsumen, sebagaimana dijelaskan oleh (Tjiptono, 2020), bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lain lebih pada pengeluaran.

Dalam industri jasa, khususnya pada sektor *Barbershop*, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Menurut (Prasetyo et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menimbulkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hasil dari persepsi atau penilaian subjektif konsumen terhadap sejauh mana suatu layanan yang diberikan oleh perusahaan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan serta ekspektasi mereka (Kotler et al., 2021). Di *Bandhawa Barbershop* kualitas pelayanan yang diberikan seperti, menyapa pelanggan saat mereka masuk adalah hal yang belum dilakukan di semua *Barbershop*. Informasi

tentang sistem antrean pun terkadang tidak diberikan secara jelas ditempat lain, sehingga bisa membingungkan. *Barbershop* Bandhawa juga memberi nilai lebih dengan karyawan yang aktif mengajak ngobrol pelanggan selama proses potong rambut, sesuatu yang jarang ditemui di *Barbershop* lain.

Untuk meningkatkan kepuasan terhadap konsumen, kenyamanan menjadi salah satu prioritas utama yang sangat krusial, salah satu aspek penting yang berkontribusi terhadap kenyamanan tersebut adalah ketersediaan fasilitas yang memadai. Menurut (Lumempow et al., 2023) mengindikasikan bahwasanya variabel fasilitas menimbulkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran jasa yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan fasilitas adalah elemen fisik yang digunakan untuk mendukung penyampaian jasa kepada pelanggan (Kotler et al., 2021). Fasilitas ini mencakup segala sesuatu mulai dari penampilan fisik bangunan, kebersihan, tata letak, hingga kenyamanan yang diberikan kepada pelanggan. Keberadaan fasilitas yang memadai dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan memberikan kesan positif terhadap fasilitas layanan yang ditawarkan.

Setiap pelaku usaha perlu memahami betapa pentingnya menjaga kepuasan konsumen. Salah satu cara untuk mencapainya adalah melalui penyediaan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, namun tetap mempertimbangkan aspek keterjangkauan harga yang bersahabat bagi pelanggan. Menurut (Kotler et al., 2021) Tingkat kepuasan konsumen merepresentasikan kondisi psikologis yang terbentuk melalui proses evaluasi terhadap performa aktual produk/jasa dengan standar ekspektasi yang telah ditetapkan sebelumnya, sedangkan ketidakpuasan terjadi Ketika terdapat kinerja yang tidak sesuai dengan realitas penerimaan layanan. (Tjiptono, 2020) sebagai hasil yang timbul dari pengalaman konsumsi khusus, seperti situasi kognitif ketika pembeli merasa dihargai atau setara dengan pengorbanan yang sudah dilakukan, respon emosional terhadap pengalaman yang terkait dengan produk atau jasa tertentu, dan kondisi psikologis sebelum dan sesudah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Bandhawa *Barbershop* merupakan usaha jasa potong rambut yang telah beroperasi sejak tahun 2016 dan memiliki tiga cabang di Kabupaten Banyuwangi, yakni di Kecamatan Glenmore, Genteng, dan Kalibaru. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, Bandhawa berfokus pada tiga aspek utama: harga, pelayanan, dan fasilitas, yang secara langsung memengaruhi kepuasan

konsumen. Menurut owner (Rudi Wahyudi), cabang Glenmore menjadi yang paling ramai dikunjungi, karena didukung oleh area yang luas, lahan parkir memadai, serta jumlah karyawan yang cukup, sehingga mampu meningkatkan kenyamanan dan mengurangi waktu antrean pelanggan.

Dari konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, timbul ketertarikan penulis untuk mengkaji lebih lanjut dengan mengambil judul: “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Barbershop* Bandhawa Di Kabupaten Banyuwangi”

## 1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan pemaparan awal di atas, maka pertanyaan inti studi ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi?
4. Apakah variabel harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah penelitian yang telah diajukan, studi ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis apakah variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi.
2. Menguji dan menganalisis apakah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi.
3. Menguji dan menganalisis apakah variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi.
4. Menguji dan menganalisis apakah variabel harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan konsumen pada *Barbershop* Bandhawa di Kabupaten Banyuwangi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam tiga ranah, yaitu:

1. **Perusahaan**

Output kajian ini mampu memberikan kontribusi sebagai dasar pertimbangan bagi manajemen Bandhawa Barbershop dalam mengevaluasi persepsi konsumen terhadap harga dan layanan yang ditawarkan. Temuan kajian ini memiliki relevansi sebagai bahan evaluasi bagi penyempurnaan kebijakan di periode mendatang.

2. **Akademisi**

Riset ini diharapkan memiliki kapasitas untuk menjadi sumber referensi dalam pengembangan studi lebih lanjut, serta memberikan kontribusi bagi penguatan literatur dalam bidang yang sejenis. Hasilnya juga bisa dimanfaatkan oleh peneliti lain yang tertarik mengkaji topik serupa.

3. **Penulis**

Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana pengembangan diri dalam mengaplikasikan teori yang telah dipelajari serta menambah wawasan praktis di bidang penelitian.