

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisa dilihat pada saat sekarang meningkatnya perekonomian yang mana berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis tidak terkecuali dalam sektor jasa. Berujung pada berbagai aktivitas yang dilakukan oleh setiap orang akan membuat seseorang lebih memilih menggunakan jasa tertentu untuk meminimalisir biaya, waktu atau bahkan untuk mendapatkan suatu kenyamanan. Dimana ketika seorang pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka nantinya pelanggan tersebut akan merasa apa yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan jasa tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga akan mengakibatkan perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar bisa mampu bersaing secara berkesinambungan.

Saat ini perkembangan bisnis di kota Padang bisa dilihat sudah semakin meningkat. Seperti halnya sektor jasa yang saat ini cukup berkembang terutama untuk dunia wanita adalah jasa perawatan kulit, bahkan bisa ditujukan juga untuk kaum lelaki. Tuntutan pekerjaan tersebut membuat mereka harus ekstra untuk memikirkan cara merawat diri selain untuk memuaskan hasrat diri. Jasa perawatan kulit atau *skin care* adalah klinik kecantikan yang menawarkan jasa untuk melindungi, memperbaiki dan meningkatkan tampilan kulit. Dimana pada saat sekarang paras yang rupawan seolah sudah menjadi keharusan. Tidak sedikit kaum hawa bahkan juga kaum adam rela mengorbankan waktu berjam-jam di klinik kecantikan hanya demi menjaga penampilan supaya tetap menawan, dengan

begitu permintaan akan jasa untuk kecantikan terutama perawatan kulit saat ini sangat di minati baik oleh kalangan remaja ataupun dewasa. Aplikasi *servicescape* dan kualitas komunikasi karyawan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian penting dari strategi perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat meraih keunggulan yang berkesinambungan. (Brady *et al*, 2005) menyatakan bahwa untuk meraih keunggulan yang berkesinambungan adalah dengan mengukur seberapa puas pelanggan dengan layanan yang diterima dari perusahaan, seberapa puas pelanggan dengan fasilitas yang diterima dari organisasi dan seberapa puas pelanggan dengan pelayanan yang ada dalam organisasi.

(Lovelock dan Wirtz, 2011: 4) menyatakan *servicescape* terkait erat dengan gaya, tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui pelanggan ditempat penghantaran layanan atau jasa, melalui kesan-kesan yang diciptakan oleh panca indera. Adanya *servicescape* pada setiap perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi para pelanggan agar merasakan kenyamanan saat berada di dalam lingkungan tempat dimana jasa dihantarkan. Sub dimensi dari kondisi sekitar yaitu music, aroma, warna, pencahayaan, suhu udara dan kebisingan. Kedua yaitu tata letak ruang dan fungsinya, menunjukkan bagaimana cara peralatan, mesin juga ruangan berfungsi dengan baik dan diletakkan secara tepat. Elemen ini menjadi penting dikarenakan dapat mempengaruhi tingkah laku bekerja karyawan dan juga kebiasaan dari tingkah laku pengunjung pada gedung tersebut. Ketiga yaitu tanda, simbol dan artefak yang dapat mengkomunikasikan maksud perusahaan secara implicit, dapat

digunakan sebagai label, keterangan arah dan tujuan serta untuk mengkomunikasikan atau berperilaku. Dengan adanya tanda instruksi dan keterangan yang cukup akan mengurangi persepsi kesimpangsiuran dan stress. Pada bisnis jasa terdapat pula interaksi yang berupa komunikasi baik langsung maupun tidak langsung antara karyawan dengan pelanggan, dimana dalam penyampaian jasa, pelanggan juga terlibat dalam proses produksi layanan medis. Komunikasi adalah salah satu kunci yang penting dalam suatu hubungan dengan sebuah proses interaksi dan proses nilai, di mana ketiga proses tersebut merupakan alat kesuksesan eksekusi yang penting dalam strategi hubungan. Menjaga kualitas komunikasi karyawan ketika berinteraksi menjadi hal yang sangat penting.

(Musriha, 2011) mengemukakan pendapat bahwa karyawan yang berpengetahuan dan bersahabat dapat membantu pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan atas keseluruhan jasa yang diberikan, juga interaksi antar pelanggan memberikan kontribusi yang penting. Hal ini berarti bahwa dalam kualitas jasa pelayanan, terdapat interaksi penting yaitu antara pelanggan dengan karyawan dan antara pelanggan dengan karyawan. Jika terdapat interaksi, maka secara langsung atau tidak langsung akan memberikan dampak perilaku satu pihak kepada pihak lainnya dalam suatu interaksi. (Jones 2005 : 43) menggunakan 5 karakteristik dalam menilai kualitas komunikasi karyawan kepada pelanggan antara lain komunikasi yang sangat baik, pemberian informasi yang unggul dari karyawan, pemberian informasi yang akurat, serta karyawan mudah berkomunikasi. Kualitas komunikasi karyawan yang baik akan berdampak pada

kepuasan pelanggan, karena dengan kualitas komunikasi yang baik, maka setiap informasi yang diberikan oleh karyawan akan dapat diterima dengan baik pula oleh pelanggan. Saat ini di kota Padang sudah berdiri banyak klinik kecantikan atau *skincare* yang memiliki berbagai jenis pelayanan yang berbeda dengan keunggulannya masing-masing.

Terlihat ada 8 klinik kecantikan yang ada di kota Padang seperti :

**Tabel 1.1**  
**Daftar Nama Klinik Kecantikan di Kota Padang**

No	Keterangan	Alamat
1	Derma Q Skin Clinic	Jl. Padang Pasir Raya No. 25 Kota Padang
2	Natasha Skin Clinic Center	Jl. Veteran Kota Padang
3	Erha Skin Padang	Jl. Pattimura No. 22 Kampung Jao Kota Padang
4	Diva Clinic	Jl. M.Haji Thamrin No. 08 Alang Laweh Kota Padang
5	Klinik Griya Satya	Jl. Seberang Padang Utara 2 No. 4 Kota Padang
6	Klinik dr. Gina	Jl. Lolong Belanti Kota Padang
7	Klinik Pro Medika	Jl. Proklamasi No. 61 Kota Padang
8	Klinik Arum Sari	Jl. Sutan Syahrir No. 332 Kota Padang

Sumber: data primer 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat persaingan klinik kecantikan di Kota Padang yang lumayan ketat. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Erha *Skin Clinic*, yang mana dalam pelayanannya memberikan jasa tindakan dan penjualan krim kecantikan kulit wajah dan tubuh baik secara medik atau non medik dengan tujuan meningkatkan derajat kesehatan kecantikan kulit wajah dan tubuh yang optimal. Efek yang ditimbulkan dari klinik kecantikan adalah apa yang diinginkan setiap wanita pada umumnya, yaitu memiliki kulit yang cantik dan sehat. Erha *Skin Clinic* adalah salah satu klinik kecantikan yang berada di Padang yang berlokasi di Jl. Pattimura No. 22 Padang, Sumatera Barat.

Awal inspirasi pada tanggal 28 September 1968 dr. Ronny Handoko, SpKK (K) mengawali prakteknya dan menjadi titik awal berdirinya Erha. Seiring

berjalannya waktu, tanggapan dari berbagai pihak sangat baik, kemudian dr. Ronny mulai membuka sebuah klinik sederhana. Klinik pertama didirikan di Jalan Kemaggisan Utama II No. 68 Jakarta pada tahun 1999. Pada saat itu, merupakan momentum pertama Erha Clinic dengan berdirinya Erha 21 Skin Care. Bisa dilihat bahwa Erha Clinic telah berdiri sejak 51 tahun yang lalu. Dimana Erha merupakan kelompok usaha yang memayungi beberapa perusahaan yang bergerak dibidang *personal care*, yang mana berhubungan dengan dermatologi (*skin, hair and body*). Nama Erha diambil dari kependekan nama *founder-scientist*, yaitu er (dari nama [R]onny) dan ha (dari nama [Ha]ndoko). Sehingga Erha diartikan sebagai simbol seorang ahli dibidang dermatologi.

Erha Skin Clinic ini adalah pusat perawatan kecantikan kulit yang memadukan teknologi terkini dalam perawatan kulit dan tenaga profesional yang siap membantu pelanggannya untuk mewujudkan impian kulit sehat dan terawat. Erha Skin Clinic adalah untuk memberikan pelayanan nomor satu ditangan para profesional yang handal. Bisa dilihatnya dengan didukungnya oleh *dermatologist* terbaik, produk-produk yang inovatif, teknologi terkini serta pelayanan terbaik. Erha Skin Clinic berada dibawah naungan PT Erha Clinic Group, hadir dengan merek dagang Erha Skin Clinic yang berkonsentrasi pada kesehatan wajah dan tubuh. Selain menyediakan program perawatan kulit, Erha Skin Clinic juga menyediakan program perawatan rambut, program pembentukan tubuh ideal dan laser. Erha Skin Clinic merupakan salah satu klinik kecantikan yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih berbagai alternatif klinik kecantikan yang ada di Kota Padang. Melihat kondisi seperti ini, Erha Skin Clinic harus membuat

strategi agar dapat mempertahankan pelanggan dan tetap menjadi klinik kecantikan yang memiliki pangsa pasar terbanyak. Salah satunya dengan menciptakan bukti fisik yang menarik agar tercipta pelayanan yang optimal. Bukti fisik yang efektif merupakan suatu keharusan bagi perusahaan dan merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan yang ada. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, peneliti menganggap penelitian ini penting, sehingga peneliti membuat suatu penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Servicescape dan Kualitas Komunikasi Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Erha Skin Clinic Kota Padang**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti antara lain:

1. Bagaimana pengaruh *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada Erha Skin Clinic Padang.
2. Bagaimana pengaruh kualitas komunikasi karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Erha Skin Clinic Padang.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada Erha Skin Clinic Padang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas komunikasi karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Erha Skin Clinic Padang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi Erha *Skin Clinic* sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan berkaitan dengan peningkatan fasilitas fisik pelayanan dan kualitas komunikasi karyawan.

2. Bagi Akademis

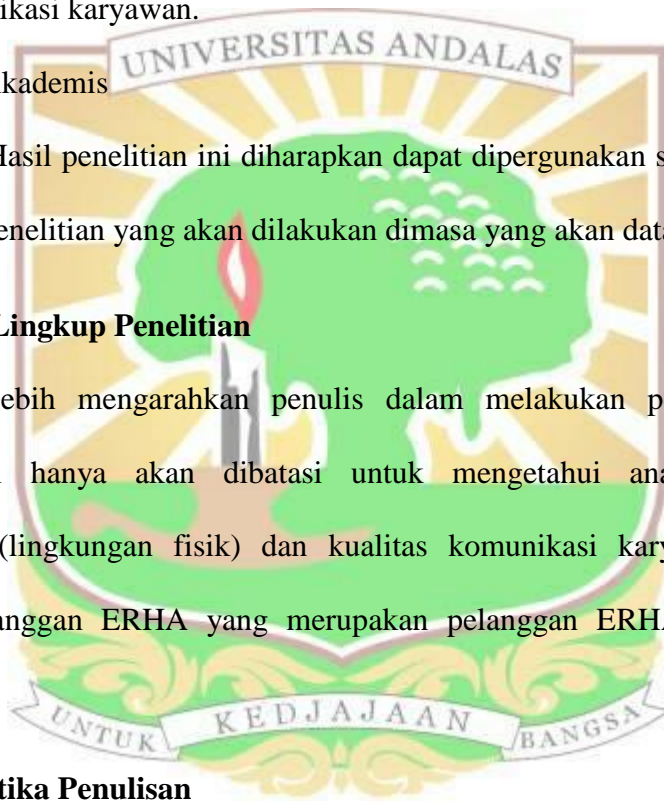
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk lebih mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian, maka penelitian ini hanya akan dibatasi untuk mengetahui analisis pengaruh *servicescape* (lingkungan fisik) dan kualitas komunikasi karyawan terhadap kepuasan pelanggan ERHA yang merupakan pelanggan ERHA cabang Kota Padang.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana dalam setiap babnya memiliki sub-sub bab masing-masing, yaitu:



## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang konsep-konsep dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang diperlukan untuk menjelaskan variabel-variabel pada penelitian yang berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode yang akan digunakan didalam penelitian yaitu desain penelitian, populasi dan sampel; jenis dan sumber data; teknik pengumpulan data; variabel penelitian dan defenisi operasional; teknik analisis data; uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum responden, deskripsi jawaban responden, hasil dari penelitian dan pembahasannya.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang konsep-konsep dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.