

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA PANGKAS RAMBUT RAZOR KING BALIGE

Dahlia Nopelina Siallagan¹, Jonkevin Sianturi², Stefanus ndruru³, Nikolas Pardede⁴
dahlianopelina@gmail.com¹, jonkevinsianturi63@gmail.com², ndrurustefan@gmail.com³,
nikolaspardede660@gmail.com⁴

Universitas Sisingamangaxii Tapanuli

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan pada Usaha Pangkas Rambut Razor King Balige serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, dengan mengeksplorasi bagaimana pihak usaha menyikapi keterbatasan fasilitas fisik dan kendala teknis alat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling, melibatkan empat pelanggan dan satu pemilik/kapster sebagai informan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan lima dimensi Servqual (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) menurut Parasuraman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi tangibles dan reliability mengalami tekanan signifikan pada jam sibuk, terutama hari Minggu, akibat keterbatasan ruang tunggu, jumlah kursi, dan mesin potong (clipper) yang cepat panas, sehingga memengaruhi konsistensi hasil potongan rambut. Meskipun demikian, kepuasan pelanggan tetap terjaga berkat efek kompensasi relasional melalui dimensi assurance dan empathy, di mana kompetensi teknis dan keramahan kapster mampu meredam kekecewaan pelanggan terhadap keterbatasan fasilitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas fungsional (interaksi dan pelayanan personal) dapat menutupi sementara kelemahan kualitas teknis (sarana dan alat), namun perbaikan struktural tetap diperlukan agar kepuasan pelanggan dapat bertransformasi menjadi loyalitas jangka panjang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Servqual, Usaha Jasa, Pangkas Rambut.

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze the service quality of the Razor King Barbershop in Balige and its effect on customer satisfaction, by exploring how the business responds to physical facility limitations and technical equipment constraints. A descriptive qualitative approach was used with purposive sampling, involving four customers and one owner/barber as informants. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed based on the five Servqual dimensions (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) proposed by Parasuraman. The results show that the tangibles and reliability dimensions experienced significant pressure during peak hours, especially on Sundays, due to limited waiting space, seating, and overheating clippers, which affected the consistency of haircut results. Nevertheless, customer satisfaction was maintained through a relational compensation effect via the assurance and empathy dimensions, where the barbers' technical competence and friendliness reduced customer disappointment regarding facility limitations. The study concludes that functional quality (interaction and personal service) can temporarily offset weaknesses in technical quality (facilities and equipment), although structural improvements remain necessary to transform customer satisfaction into long-term loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual, Service Business, Barbershop.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi saat ini, persaingan dalam dunia usaha, khususnya di sektor jasa, semakin meningkat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha jasa adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan menjadi kunci utama karena produk yang ditawarkan bersifat tidak berwujud (intangible), sehingga pengalaman pelanggan selama menerima pelayanan menjadi penilaian utama.

Usaha pangkas rambut merupakan salah satu bentuk usaha jasa yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi, terutama di daerah yang berkembang seperti Balige. Razor King Balige dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal guna memenuhi harapan pelanggan, meliputi keramahan karyawan, kecepatan dalam melayani, keterampilan dalam memotong rambut, kebersihan alat dan lingkungan, serta kenyamanan tempat usaha.

Berdasarkan pengamatan awal, ditemukan beberapa permasalahan signifikan yang berpotensi menghambat kepuasan pelanggan yang optimal, antara lain waktu tunggu yang cukup lama pada hari Minggu akibat ketidakseimbangan volume pelanggan dengan kapasitas layanan, keterbatasan jumlah mesin potong rambut (clipper) yang cepat panas, ruang tunggu yang sempit, serta ketidakkonsistenan hasil potongan rambut akibat beban kerja kapster yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Razor King Balige serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Pangkas Rambut Razor King Balige kepada pelanggan di tengah keterbatasan fasilitas fisik dan kendala teknis alat yang dihadapi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan pada Razor King Balige dengan mengeksplorasi bagaimana pihak usaha menyikapi keterbatasan tersebut guna tetap memenuhi harapan pelanggan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Pangkas Rambut Razor King Balige selama periode 9 Maret 2026 hingga 20 Juni 2026, berjumlah kurang lebih 500 pelanggan. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pernah menggunakan jasa minimal satu kali, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia menjadi informan secara jujur. Berdasarkan prinsip kecukupan data (data saturation), diperoleh 4 informan pelanggan dan 1 informan pemilik/kapster.

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa kata-kata, pendapat, dan hasil pengamatan lapangan. Sumber data terdiri atas data primer (hasil wawancara dan observasi) dan data sekunder (buku, jurnal, dan dokumen pendukung). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap aktivitas pelayanan di lokasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bukti Fisik (Tangibles)

Dimensi bukti fisik menghadapi tantangan operasional signifikan pada hari sibuk, khususnya hari Minggu. Ruang tunggu dinilai sempit dan jumlah kursi tidak sebanding dengan panjangnya antrean. Mesin potong rambut (clipper) yang terbatas jumlahnya juga mengalami peningkatan suhu akibat penggunaan intensif tanpa jeda, memaksa kapster menurunkan ritme kerja.

Keandalan (Reliability)

Keandalan kapster dinilai sangat baik pada hari biasa, namun pada jam sibuk konsistensi hasil potongan rambut mengalami fluktuasi akibat tingginya beban kerja dan belum adanya standarisasi keterampilan yang seragam di antara kapster.

Daya Tanggap (Responsiveness)

Kapster menunjukkan kesigapan dan keramahan dalam menyambut pelanggan, namun manajemen antrean saat penumpukan pelanggan masih bersifat konvensional dan manual karena belum adanya sistem nomor antrean yang baku.

Jaminan (Assurance)

Dimensi jaminan mendapatkan penilaian sangat positif dari seluruh informan. Keterampilan teknis kapster dalam menggunakan peralatan tajam dinilai mumpuni sehingga konsumen merasa aman dan percaya.

Empati (Empathy)

Kapster aktif membangun komunikasi dua arah yang hangat, mendengarkan preferensi gaya pelanggan, dan menciptakan hubungan interpersonal yang adaptif sehingga pelanggan tetap merasa dihargai meskipun harus mengantre lama.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan adanya kesenjangan kualitas pada dimensi tangibles dan reliability saat terjadi lonjakan operasional di hari Minggu, yang menimbulkan efek domino terhadap konsistensi hasil pelayanan. Namun, kekecewaan pelanggan berhasil diredam melalui efek kompensasi relasional pada dimensi assurance dan empathy, di mana kompetensi teknis dan komunikasi interpersonal yang hangat mengalihkan fokus pelanggan dari ketidaknyamanan fasilitas fisik ke kepuasan emosional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Johnson (2018) dan Fauzi & Purnomo (2023) yang menyatakan bahwa pada sektor UMKM jasa, kelemahan infrastruktur fisik sering kali dapat ditoleransi konsumen apabila penyedia jasa mampu memberikan nilai relasional yang baik. Meskipun demikian, manajemen Razor King Balige tetap perlu melakukan pembenahan fasilitas fisik secara permanen agar keunggulan kompetitif jangka panjang dapat dicapai melalui keseimbangan antara kualitas teknis dan kualitas fungsional.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan pada dimensi tangibles dan reliability masih menghadapi kendala operasional serius saat jam sibuk akibat keterbatasan ruang tunggu, kursi, dan mesin potong rambut yang cepat panas. Dimensi responsiveness sudah menunjukkan sikap sigap dan ramah, namun manajemen antrean masih konvensional. Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan tetap terjaga positif berkat efek kompensasi relasional melalui dimensi assurance dan empathy.

Saran

Pemilik usaha disarankan menambah unit mesin potong rambut cadangan dan melakukan perawatan berkala agar performa alat tetap stabil. Penataan ulang ruang tunggu dengan kursi bangku panjang serta penerapan sistem nomor antrean fisik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepastian waktu tunggu pelanggan. Standardisasi teknik potong dasar bagi seluruh kapster juga diperlukan untuk menjaga konsistensi hasil pelayanan. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan mengembangkan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang lebih besar untuk menguji secara statistik efektivitas perbaikan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, A., & Purnomo, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Hendrawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Pemasaran*.
- Johnson, M. (2018). Service Quality and Customer Satisfaction in Small Business. *International Journal of Service Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2020). Analisis Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Jasa Publik. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.