BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha disertai dengan meningkatnya tingkat persaingan mendorong munculnya beberapa bentuk bisnis di Indonesia, seperti bisnis jasa, kuliner, perdagangan, juga industri, dengan terus mengalami pertumbuhan. Keadaan tersebut mengharuskan pelaku usaha dalam menyusun dan menentukan upaya pemasaran secara sesuai sehingga dapat menarik dan mempertahankan konsumen (Hermawan et al., 2025).

Adanya peluang yang besar di bidang kesehatan mendorong banyak perusahaan untuk mengembangkan usaha pada sektor tersebut. Upaya menjaga kesehatan tubuh saat ini tidak hanya dilakukan melalui penerapan pola hidup sehat, tetapi juga didukung oleh layanan pijat refleksi dan pijat lainnya yang memberikan manfaat bagi kesehatan. Bisnis pijat refleksi khususnya telah berkembang pesat di wilayah Surabaya dan menjadi salah satu alternatif dalam menjaga kesehatan selain menjaga lingkungan dan pola hidup sehat (Gistyami et al., 2023).

Saat ini industri layanan pijat di Indonesia terdapat pertumbuhan secara cukup signifikan pada enam tahun akhir ini. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2025), industri ini menunjukkan perkembangan yang positif dan stabil. Hal ini menjadikan sektor jasa pijat sebagai salah satu peluang usaha yang cukup besar dan menjanjikan bagi para pelaku usaha.

Gambar 1. 1 Data Perkembangan Unit Reflexology Di Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2025

Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan industri pijat refleksi di Indonesia semakin meningkat. Jumlah unit usaha pijat di Indonesia pada tahun 2019 mencapai sekitar 10.800 unit usaha. Namun pada tahun 2020 terjadi penurunan sekitar 8% akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak usaha harus menutup sementara operasionalnya. Tahun berikutnya, 2021, industri ini mulai menunjukkan tanda pemulihan dengan kenaikan sekitar 12% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada 2022, jumlah usaha diperkirakan meningkat menjadi 13.500 unit, lalu bertambah menjadi sekitar 14.700 unit di 2023, hingga diproyeksikan melebihi 15.000 unit usaha pada tahun 2024.

Tren tersebut menunjukkan bahwa meskipun sempat terpuruk selama pandemi, industri pijat refleksi di Indonesia mampu bangkit kembali dan bahkan berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, gaya hidup relaksasi, serta kebutuhan akan kualitas pelayanan.

Persaingan bisnis dengan semakin kompetitif menjadikan perusahaan agar terus beradaptasi dan menerapkan upaya sejarah sesuai dalam menjamin

keberlangsungan bisnis. Membangun loyalitas pelanggan sebagai aspek utama dikarenakan pelanggan setia tidak sebatas cenderung melaksanakan pembelian berulang, namun dapat juga mempengaruhi calon konsumen lainnya melalui rekomendasi positif (Armelda Sari & Ali, 2024).

Loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap sebuah merek, pemasok, maupun toko, menurut sikap secara sangat positif juga direpresentasikan pada pembelian ulang secara berkelanjutan (Putra, 2021). Loyalitas pelanggan merupakan suatu kondisi ketika konsumen terdapat tingkatan kepuasan secara sangat besar terhadap layanan maupun pengalaman yang didapatkan, sehingga menimbulkan kecenderungan untuk kembali melakukan layanan kembali secara berkelanjutan pada Iyashi *Reflexologi* Surabaya.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen selesai satunya fasilitas, fasilitas sebagai salah satu komponen utama pada pelayanan jasa yang memengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen dengan langsung. Fasilitas yang disediakan oleh Iyashi *Reflexology* Surabaya tergolong memadai dan dirancang untuk mendukung kenyamanan dan kepuasan maksimal bagi pelanggan.

Setiap ruang terapi dilengkapi AC yang sejuk, ruangan yang bersih, serta kasur dan kursi pijat yang nyaman. Selain itu, sprei dan handuk selalu diganti setelah setiap pelayanan, menunjukkan komitmen terhadap kebersihan dan kualitas layanan. Fasilitas yang memadai ini mencerminkan profesionalisme Iyashi *Reflexologi* dalam menciptakan suasana terapi yang nyaman dan higienis.

Di sisi lain, terdapat beberapa keterbatasan fasilitas yang dipengaruhi oleh lokasi Iyashi *Reflexology* yang berada di dalam *mall*. Keterbatasan saluran air menyebabkan belum tersedianya fasilitas pembasuhan kaki sebelum dan sesudah terapi. Selain itu, penggunaan *AC* yang terintegrasi dengan sistem pendingin *mall* membuat pengaturan suhu ruangan terapi tidak dapat dikendalikan secara mandiri. Kondisi ini menjadi perhatian dalam upaya peningkatan kenyamanan layanan bagi konsumen. (Kotler & Keller, 2016) Mengemukakan bahwa fasilitas (*facility*) sebagai semua hal dengan sifat peralatan fisik juga disediakan dari pihak penjual jasa dalam menciptakan kenyamanan konsumen. Berdasarkan fenomena diatas terdapat beberapa kesenjangan, Putri Maulidiah & Budiantono (2023) mengemukakan bahwasanya fasilitas yang baik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Gambar 1. 2 Fasilitas Pijat Iyashi Reflexology



Sumber : Iyashi Reflexology PTC Surabay

Kecakapan pegawai sebagai perilaku maupun sikap maupun kompetensi yang tidak terselesaikan dari karyawan untuk melaksanakan tugas serta tanggung jawab selaras terhadap standar kerja yang sudah ditetapkan dari perusahaan.

(Firdayetti & Rahma, 2025). Meningkatnya kecakapan pegawai menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dikarenakan responsif secara solutif, cepat, juga sopan diri karyawan. Temuan tersebut merepresentasikan mengenai pelanggan merasa dihargai juga diperlakukan secara baik dengan demikian mampu meningkatkan loyalitas pelanggan (Nanto et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan menunjukkan pengawasan secara komprehensif untuk karyawan sehingga layanan membujuk dapatkan dari konsumen secara maksimal juga terbaik.

Berdasarkan informasi SDM, tenaga kerja di Iyashi *Reflexology* Surabaya yang berjumlah 50 terapis menunjukkan tingkat keterampilan dan profesionalisme yang baik dalam menjalankan tugasnya. Setiap pegawai memiliki kemampuan teknis yang memadai, mulai dari pemahaman dasar anatomi tubuh hingga penerapan teknik pijat refleksi sesuai standar pelayanan. Selain itu, seluruh pegawai juga telah memiliki sertifikasi resmi sebagai bukti kompetensi di bidang terapi relaksasi.

Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjaga kualitas layanan serta memastikan mengenai setiap pelanggan memperoleh pengalaman terapi secara aman, efektif, juga nyaman. Meskipun demikian, berdasarkan hasil pra-penelitian ditemukan bahwa tingkat kecakapan antar terapis belum sepenuhnya merata. Setiap pegawai memiliki pengalaman, teknik, dan kemampuan pelayanan yang berbeda-beda, sehingga kompetensi yang dimiliki belum sama pada setiap terapis. Perbedaan tersebut dapat memengaruhi konsistensi kualitas pelayanan yang

diterima pelanggan. (Firdayetti & Rahma, 2025) menunjukkan bahwa kecakapan pegawai secara signifikan dan positif memengaruhi kepuasan konsumen.

Gambar 1. 3 Pegawai Iyashi Reflexology



Sumber : Iyashi Reflexology PTC Surabaya

Gambar 1. 4 Sertifikat Tenaga Kerja Pijat Iyashi Surabaya



Sumber : Iyashi Reflexology PTC Surabaya

Selain fasilitas dan kecakapan pegawai faktor berikut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni tarif. Tarif merupakan sejumlah uang yang diberikan dalam memperoleh suatu layanan maupun produk. Definisi lebih dalam, harga merupakan seperangkat nilai yang ditukarkan dari konsumen dalam memanfaatkan

maupun mempunyai sejumlah kegunaan dari barang dan jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Sedangkan menurut (Malau, 2018) Tarif sebagai nilai yang ditetapkan berupa mata uang Di antaranya Dinar, rupiah, maupun dolar maupun medium moneter yang lain menjadi nilai tukar. Tarif terdapat fungsi utama untuk keberhasilan pemasaran produk juga kelangsungan kehidupan perusahaan. Iyashi *Reflexology* Surabaya menetapkan tarif layanan yang bervariasi sesuai dengan jenis dan durasi perawatan yang dipilih oleh konsumen.

Gambar 1. 5 Tarif Layanan Jasa Pijat Iyashi Reflexology



Sumber : Iyashi Reflexology PTC Surabaya

Berdasarkan gambar 1.5 tarif layanan yang ditawarkan oleh Iyashi Reflexology, diketahui bahwa penetapan tarif disusun secara variatif berdasarkan jenis layanan dan durasi waktu perawatan. Untuk layanan refleksi kaki (*foot reflexology*) maupun pijat badan (*body massage*), tersedia beberapa pilihan durasi, yaitu 30 menit, 60 menit, 90 menit, hingga 120 menit. Tarif yang ditetapkan berkisar mulai dari Rp65.000 untuk durasi 30 menit pada layanan refleksi kaki, hingga mencapai Rp220.000 untuk layanan pijat badan dengan durasi 120 menit.

Selain itu, terdapat pula layanan tambahan (add-on) seperti totok wajah atau kerik yang dapat dipilih dengan ketentuan durasi minimal 60 menit. Variasi tarif tersebut menunjukkan bahwa Iyashi *Reflexology* menyesuaikan harga dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen, sehingga memberikan fleksibilitas dalam memilih layanan serta meningkatkan minat dan kenyamanan pelanggan.

Melalui kebijakan ini, Iyashi *Reflexology* menunjukkan komitmennya dalam memberikan nilai lebih serta pengalaman layanan yang memuaskan bagi konsumen secara berkelanjutan, (Imu et al., 2014) dalam penelitianya mengemukakan bahwasanya tarif terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun, berdasarkan hasil pra-penelitian, tarif yang ditawarkan oleh Iyashi Reflexology dinilai oleh sebagian pelanggan belum sepenuhnya sepadan dengan layanan yang diterima.

Penilaian tersebut muncul karena terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harga yang telah dibayarkan. Ketika pelayanan yang diberikan dinilai belum mampu memenuhi harapan atau dianggap tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, konsumen cenderung memberikan penilaian yang kurang positif terhadap nilai yang mereka peroleh dari layanan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara tarif dan kualitas layanan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. (Mardjani et al., 2023) dalam penelitianya mengemukakan bahwasanya tarif berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Fenomena yang lebih spesifik dapat dilihat pada keberadaan Iyashi *Reflexology* Surabaya. Jasa pijat ini dari tahun ke tahun semakin ramai dikunjungi masyarakat, baik dari kalangan pekerja, mahasiswa, maupun keluarga. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung yang datang untuk menikmati layanan yang tersedia, sehingga menunjukkan bahwa keberadaan tempat ini semakin dikenal dan diminati oleh berbagai lapisan masyarakat.

Gambar 1. 6 Data Pengunjung Iyashi Reflexology Tahun 2022-



Sumber : Peneliti (2025)

Gambar 1.6 menujukkan data Pengunjung 2022–2024, dapat dipahami bahwa tahun 2023 merupakan periode pasca pandemi COVID-19 di mana aktivitas masyarakat mulai kembali normal. Pada tahun tersebut, jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu 25.500 pengunjung dibandingkan tahun 2022 yaitu 15.000. Hal ini menunjukkan mulai pulihnya minat konsumen terhadap layanan relaksasi dan hiburan setelah adanya pembatasan aktivitas sosial pada masa pandemi. Kenaikan jumlah pengunjung berlanjut hingga tahun 2024 yaitu 30.600 pengunjung.

Peningkatan jumlah pengunjung pada Iyashi *Reflexology* Surabaya memperlihatkan bahwa usaha ini mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan jasa pijat yang berkualitas. Selain itu, kualitas dan kecakapan terapis yang handal menjadi nilai tambah dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Tidak hanya itu, penetapan tarif yang terjangkau serta variasi paket harga yang ditawarkan juga turut mendorong minat masyarakat untuk mencoba layanan jasa pijat Iyashi Reflexology. Perpaduan antara fasilitas, sikap profesional pegawai , dan tarif yang ditawarkan menjadikan Iyashi *Reflexology* memiliki diferensiasi ditengah ketatnya persaingan industry jasa pijat. Hal ini menjadi fenomena menarik untuk diteliti, karena menunjukkan bagaimana kualitas pelayanan jasa dapat berkontribusi langsung terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pra-penelitian dengan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 10 konsumen Iyashi Reflexiologi Surabaya, diperoleh gambaran awal bahwa sebagian besar responden menunjukkan tingkat kepuasan yang baik terhadap layanan yang diberikan. Dari 10 konsumen yang diwawancarai, sebanyak 8 diantaranya menyatakan merasa puas setelah mendapatkan layanan refleksiologi di tempat tersebut. Hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat beberapa faktor yang dinilai mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sesuai dengan fokus penelitian yang mencakup variabel fasilitas, terapis, dan tarif.

Terkait variabel fasilitas, mayoritas responden menyatakan bahwa kenyamanan ruang layanan, kebersihan area terapi, serta kelengkapan fasilitas penunjang memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelayanan.

Fasilitas yang terjaga dengan baik dinilai memberikan kesan profesional dan membantu konsumen merasa rileks selama proses pijat berlangsung.

Kondisi ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik menjadi salah satu aspek yang memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen Iyashi *Reflexology* Surabaya. Pada variabel terapis, responden menilai bahwa kompetensi tenaga terapis menjadi faktor yang sangat menentukan kualitas layanan.

Berdasarkan keterangan responden, terapis di tempat pijat Iyashi Reflexiologi Surabaya dinilai memiliki keterampilan yang baik, bersikap ramah, serta mampu memberikan tekanan pijat secara tepat sesuai keluhan konsumen. Sikap dan keterampilan terapis tersebut memberikan rasa aman dan nyaman, sehingga turut meningkatkan kepuasan konsumen setelah menerima layanan terapi. Sementara itu, Pada variabel tarif, sebagian besar responden mengakui bahwa penetapan harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama untuk melakukan kunjungan.

Tarif dinilai memberikan nilai yang seimbang antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima, sehingga mendorong konsumen untuk kembali menggunakan layanan terapi. Responden juga menyatakan bahwa struktur tarif yang sesuai membantu mereka mengelola pengeluaran tanpa mengurangi kualitas pelayanan yang diperoleh. Tarif berperan sebagai faktor penting dalam meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas konsumen.

Berdasarkan pernyataan dan temuan sebelumnya yang menunjukan hasil yang tidak konsisten, penulis terdorong untuk melakukan penelitian ulang terkait beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen selama menggunakan

layanan terapi dan refleksi. Oleh karena itu. Penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul ‘‘**Pengaruh Fasilitas, Kecakapan Pegawai, Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya”.**

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut, sehingga permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dari fasilitas (X1) terhadap kepuasan konsumen jasa pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh dari kecakapan pegawai (X2) terhadap kepuasan konsumen di jasa pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh dari Tarif (X3) terhadap kepuasan konsumen di jasa pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan dari fasilitas (X1), kecakapan pegawai (X2) dan tarif (X3) terhadap kepuasan konsumen di jasa pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adanya fenomena permasalahan yang diuraikan diatas, tujuan penelitian sebagai :

1. Menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Pijat Iyashi *Reflexiology*
2. Menganalisis pengaruh Kecakapan Pegawai terhadap kepuasan konsume pada Jasa Pijat Iyashi *Reflexiology*

3. Menganalisis pengaruh Tarif terhadap kepuasan konsumen Jasa Pijat Iyashi *Reflexiology*
4. Untuk mengetahui menganalisis pengaruh simultan dari Fasilitas, Kecakapan Pegawai dan Tarif kepuasan konsumen pada Jasa Pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Menurut tujuan yang akan diperoleh, diharapkan penelitian ini menunjukkan manfaat baik dengan langsung atau juga tidak langsung kepada semua pihak antara lain:

1. Manfaat Langsung
   a. Bagi Pelaku Usaha

      Adanya penelitan ini dapat membantu dan memberikan pemahaman dalam merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan Fasilitas, Kecakapan Pegawai dan Tarif, pelaku usaha dapat mengoptimalkan pengalaman konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha di pasar jasa pijat.

   b. Bagi Penulis

      Adanya penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan juga wawasan terkait kepuasan konsumen dengan demikian mampu dimanfaatkan pada dunia bisnis yang akan diterapkan.

2. Manfaat Tidak Langsung
   a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini mampu dimanfaatkan menjadi referensi dalam penelitian lain dengan topik dan variabel secara serupa, namun dalam sudut pandang secara berbeda.