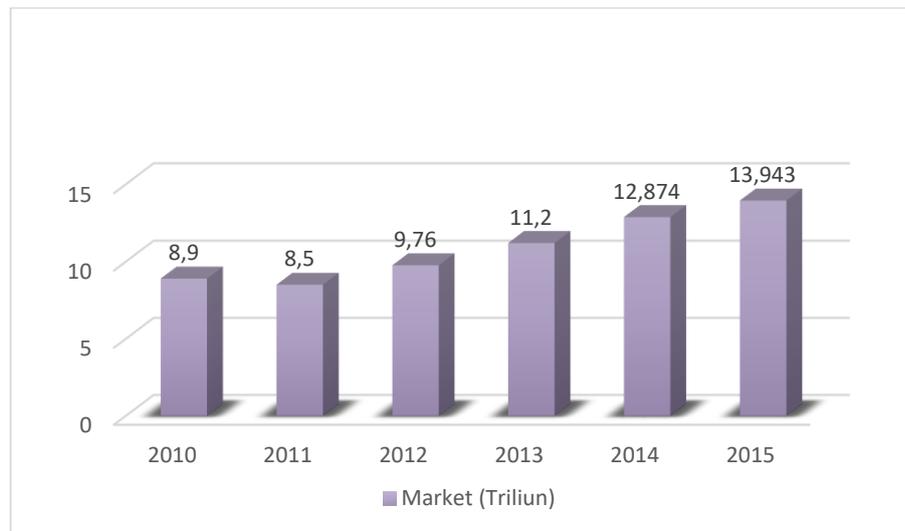


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan pelayanan jasa di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lainnya. Beberapa klinik kecantikan yang sekarang banyak dijumpai di kota-kota besar adalah klinik kecantikan yang mengkombinasikan pelayanan kecantikan wajah maupun tubuh, dan konsultasi kesehatan kulit.

Indonesia merupakan negara dengan pasar produk kecantikan yang cukup besar, dilihat dari jumlah populasi wanita usia 15-64 tahun yaitu sebesar 33,23% pada tahun 2014 (Statistik.PTKPT, 2014). Keadaan ini menjadi suatu potensi besar yang dimanfaatkan oleh jasa industri kecantikan di Indonesia (Kemenperin,2013).



Gambar I.1 Perkembangan Pasar Produk Kecantikan di Indonesia

(Sumber: Survei Bizteka – CCI, 2015)

Selain itu, peningkatan pangsa pasar di industri produk kecantikan menarik minat perusahaan untuk ikut bersaing pada industri kecantikan. Hal ini ditunjukkan melalui gambar I.1 mengenai data perkembangan pasar industri produk kecantikan terus meningkat sampai tahun 2015 (Bizteka, 2015). Pesatnya pertumbuhan pasar industri produk kecantikan menjadi suatu peluang bagi para pelaku usaha di bidang tersebut dan hal ini akan terus berkembang bersamaan dengan munculnya pelaku

usaha di industri jasa kecantikan. Persaingan semakin ketat pada industri ini termasuk industri klinik kecantikan.



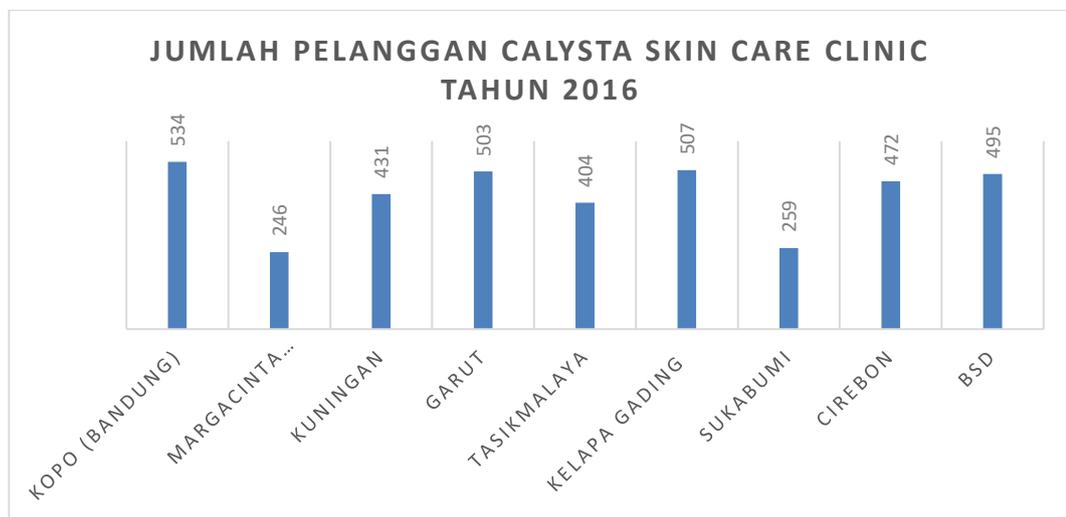
Gambar I.2 Pangsa Pasar Skin Care di Indonesia

(Sumber: Nursukmawati, 2013)

Berdasarkan gambar I.2 terlihat beberapa pelaku industri *skin care* dimana Natasha skin care merupakan *market leader* dengan pangsa pasar sebesar 49% dari banyaknya klinik kecantikan disusul dengan Erha clinic sebesar 20%, Larissa 8%. Dari gambar tersebut juga terlihat bahwa 1% menyatakan industri *skin care* lain diantaranya termasuk Calysta Skin Care Clinic sebagai *market follower*. Menjadi *market follower* bersama dengan kompetitornya yang hanya memperebutkan pangsa pasar sebesar 1% menjadi suatu tantangan bagi Calysta Skin Care Clinic untuk bisa berhasil di bidangnya. Setiap klinik kecantikan yang memperebutkan pangsa pasar tersebut harus memiliki usaha yang lebih agar target pasar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga dengan melihat perkembangan industri kecantikan yang semakin meningkat, menuntut setiap pelaku bisnis industri

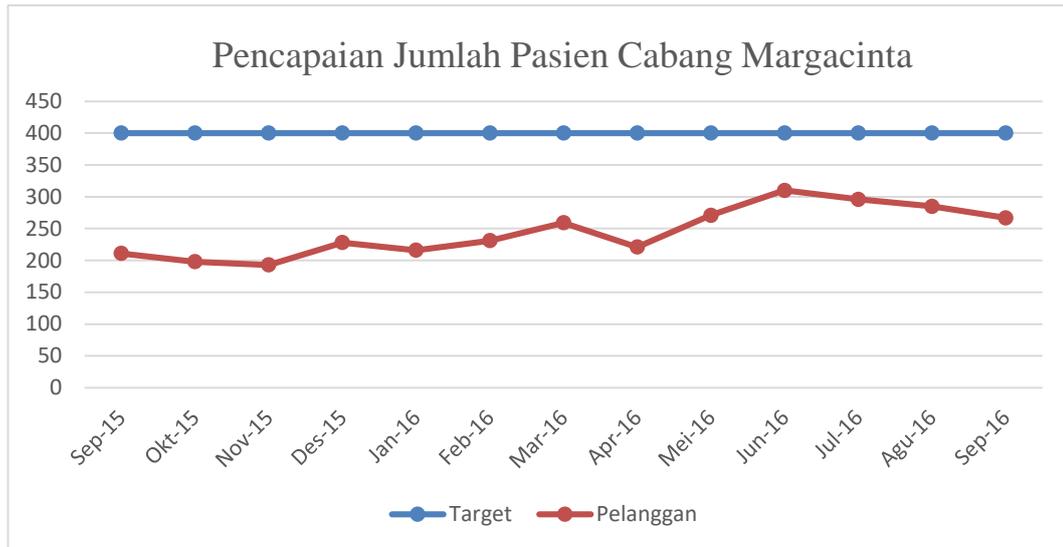
kecantikan tersebut untuk dapat bertahan terhadap persaingan dan berkompetisi satu sama lain dengan meningkatkan.

Calysta skin care clinic adalah salah satu klinik kecantikan yang telah beroperasi sejak tahun 2011. *Calysta skin care clinic* berpusat di kota Bandung dan telah memiliki 9 cabang klinik kecantikan yang beberapa diantaranya tersebar di Jakarta dan Garut. Tidak hanya fokus pada perawatan kulit wajah, *Calysta skin care clinic* juga memiliki *slimming program* untuk keindahan tubuh para pelanggan. Meski memiliki keunggulan dalam *slimming program*, ketatnya persaingan pada industri klinik kecantikan membuat *Calysta skin care clinic* kesulitan dalam mendapatkan pangsa pasarnya. Berikut dicantumkan data jumlah pasien pada setiap cabang.



Gambar I.3 Diagram Jumlah Pasien *Calysta Skin Care Clinic*

Berdasarkan gambar I.3 dapat dilihat jumlah pasien *Calysta Skin Care Clinic* pada setiap cabang di tahun 2016. Cabang Margacinta memiliki jumlah pelanggan yang lebih sedikit dibandingkan dengan cabang yang lain. Selain itu, gejala permasalahan lainnya dapat dilihat pada gambar I.4 mengenai data jumlah pasien *Calysta Skin Care Clinic* cabang Margacinta satu tahun terakhir yang merupakan data sekunder dari *Calysta Skin Care Clinic*.



Gambar I.4 Diagram Pencapaian Jumlah Pasien Calysta Skin Care Clinic cabang Margacinta

Berdasarkan Gambar I.4 dapat dilihat bahwa pada bulan September 2015 sampai November 2015 mengalami penurunan, pada Desember 2015 meningkat dan kembali terjadi penurunan dan ketidakstabilan penjualan hingga bulan April 2016, kemudian meningkat pesat hingga bulan Juni 2016 dan kembali mengalami penurunan hingga bulan September 2016. Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner Calysta Skin Care Clinic* peningkatan pada bulan Mei hingga Juni 2016 terjadi karena adanya promo Ramadhan yang diadakan, tetapi setelahnya terjadi penurunan. timbulnya ketidakstabilan penjualan dapat menunjukkan bahwa pasien *Calysta Skin Care Clinic* tidak loyal. Peneliti sebelumnya menyebutkan bahwa hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung adalah kualitas layanan (Zeithaml et al., 1996). Maka dari itu dilakukan survei pendahuluan mengenai kualitas layanan pada *Calysta skin care clinic* dengan mengumpulkan informasi mengenai *review* keluhan dari berbagai sumber di sepanjang tahun 2016 seperti pada *review* keluhan yang disampaikan pelanggan pada kolom komentar di situs online dan keluhan pada kotak saran.

Tabel I.1 Keluhan Pasien Calysta *Skin Care Clinic* Cabang Margacinta

Dimensi	Keluhan	Persentase	Tanggapan Manajemen
<i>Assurance</i>	Reputasi klinik kurang terpercaya	42%	Calysta sudah jarang mengadakan <i>event</i> , tidak memiliki <i>brand ambassador</i> .
	<i>Customer Service</i> tidak memberikan informasi yang tepat		Kurang adanya kerja sama antara pihak manajemen dengan pegawai klinik sehingga pegawai klinik kurang informasi.
<i>Reliability</i>	Dokter sering kali pulang lebih awal sehingga sulit ditemui	50%	Dokter sering pulang lebih awal karena mengira bahwa sudah tidak akan ada pengunjung waktu sore hari.
	<i>Treatment</i> yang ada dirasa kurang cukup		Belum tersedianya teknologi yang memadai untuk <i>treatment</i> yang baru.
<i>Tangible</i>	Fasilitas <i>treatment</i> yang disediakan kurang nyaman	33%	Fasilitas <i>treatment</i> dan ruang tunggu baru akan diperbarui.
	Fasilitas ruang tunggu yang disediakan kurang nyaman		
<i>Emphaty</i>	Waktu Calysta Beroperasi dirasa kurang nyaman	75%	Waktu operasional Calysta mulai pukul 09.00 – 17.00, sedangkan pasien memiliki waktu luang diluar jam operasional Calysta. Manajemen tidak mengetahui adanya pegawai yang kemampuan komunikasi nya kurang memuaskan pasien.
	Pegawai Calysta kurang ramah dalam berkomunikasi dengan pelanggan		
<i>Responsiveness</i>	Proses administrasi membutuhkan waktu yang lama	33%	Tempat penyimpanan produk diletakan jauh dari kasir sehingga saat mengambil produk membutuhkan waktu yang lama.

Berdasarkan hasil survei dari berbagai sumber pada tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel I.1 diketahui bahwa terdapat banyak keluhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Calysta *Skin Care Clinic* yang ternyata pihak manajemen tidak mengetahui adanya keluhan tersebut sehingga penanganan yang dilakukan oleh

manajemen belum mencakup keseluruhan, hanya pada penggantian kasur dan pembenahan ruang tunggu, sedangkan keluhan lain belum ada penanganan. Sebagaimana telah diketahui bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan (Irawan, 2004). Oleh karena itu diperlukan adanya analisis kebutuhan layanan pada Calysta *Skin Care Clinic* yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pasien Calysta *Skin Care Clinic* yang kemudian secara tidak langsung akan mempengaruhi dan meningkatkan penjualan. Analisis kebutuhan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model Kano. Model Kano adalah suatu *tool* untuk memahami atribut kebutuhan pelanggan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri (Kano, 1984)

I.2 Perumusan Masalah

Kualitas pelayanan *skin care* merupakan hal yang sangat penting, dengan begitu diperlukan adanya penelitian mengenai analisis kebutuhan agar dapat diketahui apa saja layanan yang dibutuhkan oleh pasien dan kemudian akan menjadi usulan yang akan direkomendasikan ke pihak Calysta *skin care clinic*. Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa *skin care* adalah dengan model Kano. Model Kano digunakan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari suatu atribut terhadap kepuasan pengguna layanan. Maka uraian permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja atribut layanan yang ada pada Calysta *Skin Care Clinic* berdasarkan Dimensi *SERVQUAL*?
2. Bagaimanakah tingkat performansi atribut layanan Calysta *Skin Care Clinic* berdasarkan metode *SERVQUAL*?
3. Bagaimana pengaruh kualitas masing-masing atribut terhadap kepuasan pengguna berdasarkan metode integrasi *SERVQUAL* dan Kano?
4. Apa saja atribut layanan yang memerlukan perbaikan berdasarkan metode *SERVQUAL* dan Kano?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui atribut yang dimiliki Calysta *Skin Care Clinic* berdasarkan Metode *SERVQUAL*.
2. Mengukur nilai performansi dari masing-masing atribut pada layanan Calysta *Skin Care Clinic* berdasarkan metode *SERVQUAL*
3. Mengetahui pengaruh masing-masing dimensi *SERVQUAL* terhadap perceived service value pengguna layanan Calysta *Skin Care Clinic* .
4. Menyusun rekomendasi berupa daftar atribut yang membutuhkan perbaikan untuk diberikan dan dijadikan acuan untuk perbaikan kualitas layanan pada Calysta *skin care clinic*.

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang dicantumkan agar memiliki hasil yang sesuai dengan tujuan yaitu analisis kebutuhan jasa *skin care*. berikut beberapa batasan masalah,yaitu

1. Penelitian hanya sampai tahap *true customer needs* dan sampai usulan saja.
2. Penelitian hanya dilakukan pada Calysta *Skin Care Clinic* cabang Margacinta di kota Bandung.
3. Penelitian ini mengkaji layanan *skin care* berdasarkan dimensi yang ada pada *SERVQUAL*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagai pengetahuan tentang tingkat performansi dan pengaruh dari masing-masing atribut terhadap tingkat kepuasan.
2. Menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya.
3. Menjadi acuan bagi objek penelitian untuk perbaikan dan pengembangan dalam rangka meningkatkan pelayanan.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan rincian dari sistematika penulisan pada penelitian ini:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori dan metoda yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisi tahapan pengumpulan data kuesioner *SERVQUAL* dan kuesioner Model Kano. Bab ini juga menguraikan pembahasan terkait pengolahan data dan integrasi Model Kano dan *SERVQUAL* dengan setelah semua data yang diperlukan diperoleh.

Bab V Analisis

Bab ini berisi bahasan terkait analisis hasil pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh dari Bab IV.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian pada pengolahan data dan analisis yang menjawab tujuan awal penelitian.