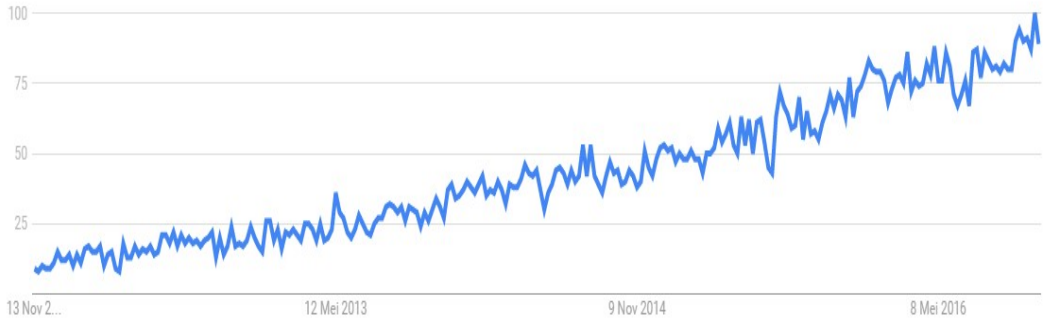
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri Kecantikan di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Indonesia memberikan potensi yang cukup tinggi pada industri kecantikan ini. Hal ini dilatarbelakangi oleh besarnya jumlah penduduk di Indonesia. Berdasarkan data pada tahun 2010 jumlah penduduk Indonesia adalah sebesar 237.641.326 jiwa (SUPAS, 2010). Dengan wanita sebagai pasar utama di industri kecantikan,Indonesia kembali menunjukan potensinya. Berdasarkan penelitian pada tahun 2016 presentase penduduk wanita yaitu sebesar 49,74% (Kemenperin, 2016).

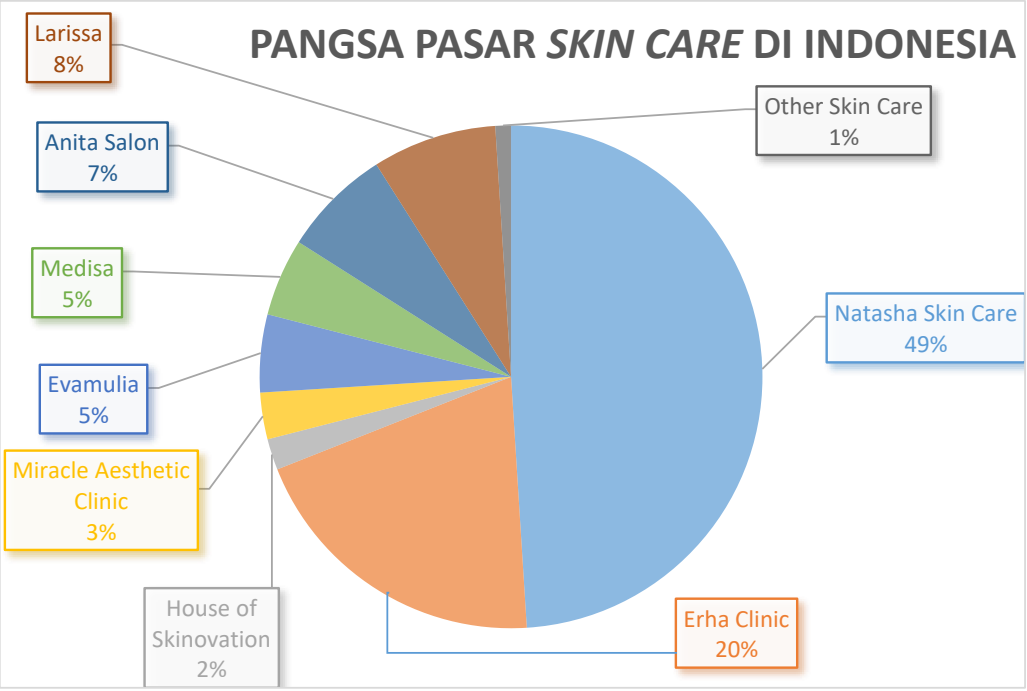
Tuntutan sosial mempengaruhi gaya hidup banyak orang. Perubahan gaya hidup membuat banyak kalangan lebih memperhatikan penampilan. Penampilan yang baik dianggap harus ditunjang dengan kesehatan kulit yang baik. Banyak orang mulai mencari tahu cara menjaga kesehatan kulit mereka melalui *skin care*. Besarnya keingintahuan orang tentang s*kin care* dapat terlihat dari data yang disajikan pada gambar 1.1 dibawah ini mengenai pencarian *skin care* di google selama lima tahun terakhir dibawah ini:



Gambar 1.1Pencarian *Skin care* Google

(Sumber : Google Trends)

Berdasarkan gambar I.1 diatas, pencarian informasi mengenai s*kin care* melalui google mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukan meluasnya pasar yang dapat dijangkau. Luasnya pasar s*kin care* sudah dapat menyetuh berbagai kalangan. Kalangan bawah,menengah hingga atas mampu menawarkan potensi bisnisnya masing-masing. Terdapat beberapa pelaku bisnis kecantikan beserta dengan pangsa pasarnya,seperti yang ditunjukan pada gambar I.2.



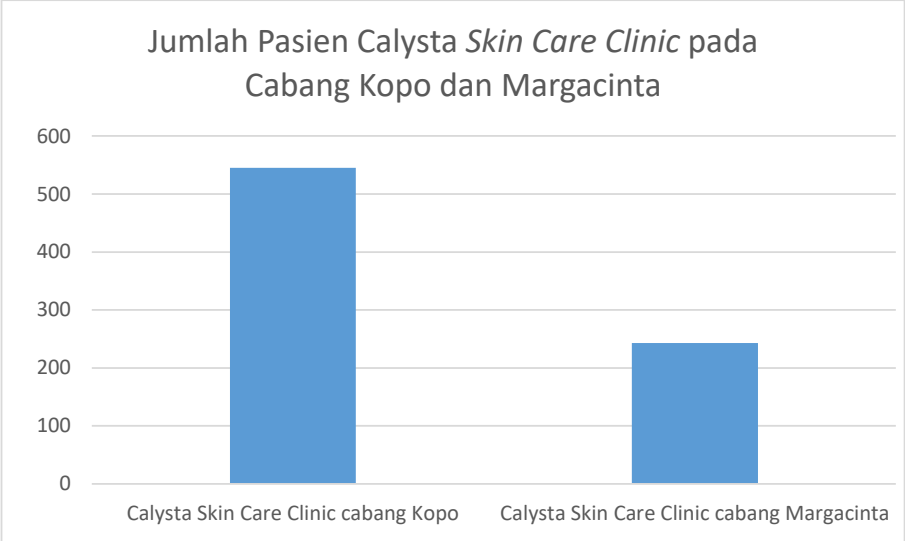
Gambar 1.2 Pangsa Pasar *Skin care* di Indonesia

(Sumber: Nursukmawati, 2013)

Berdasarkan gambar I.2 Natasha *skin care* adalah *market leader* dengan pangsa pasar 49%. Erha *Clinic* berada di peringkat kedua dengan pangsa pasar sebesar 20% kemudian disusul oleh Larisa dengan pangsa pasar sebesar 8% . Bedasarkan gambar tersebut Calysta s*kin care clinic* dan s*kin care* lain sebagai *market follower* dan memperebutkan 1% pangsa pasar yang tersisa. Setiap pelaku bisnis di industri kecantikan harus memiliki usaha lebih dalam memenuhi target yang diharapkan. Persaingan pun semakin berat dengan terdapat 74 klinik kecantikan yg ada dibandung (Indriyanto, 2017). Keseluruhan klinik kecantikan ini berusaha mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dengan keunggulannya masing-

masing. Kesempatan dan peluang yang ada coba dimanfaatkan oleh pendiri Calysta *Skin Care Clinic* untuk terjun dalam bisnis yang berpotensi ini.

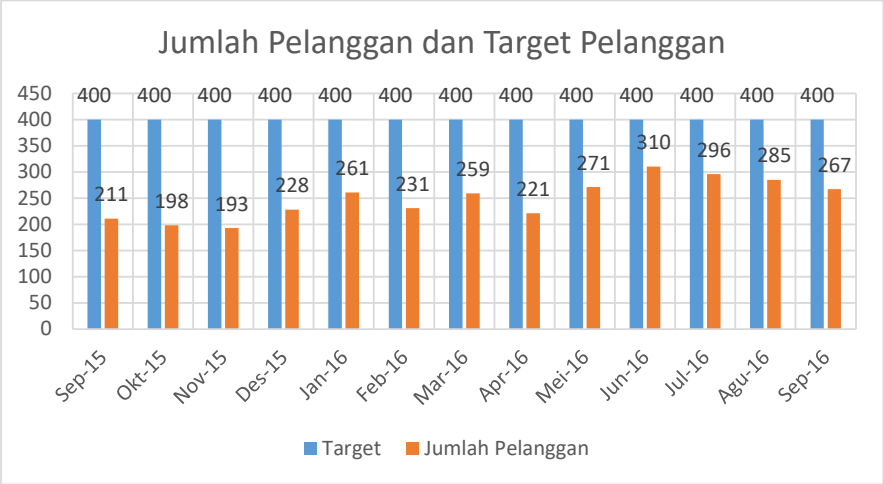
Calysta *Skin Care Clinic* berdiri pada bulan Mei 2011. Calysta *Skin Care Clinic* di rintis oleh tiga bersaudara yaitu Evy D Sofiawati S.S, Dr.Neti S. Wardiyani dan Yuli Yulianti S.Si Apt. Calysta *Skin Care Clinic* memiliki visi untuk menjadi klinik kecantikan yang memberikan pelayanan prima dengan menggabungkan teknologi terkini dengan produk yang aman dan berkualitas. Calysta *Skin Care Clinic* sendiri merupakan klinik perawatan kulit yang memiliki cabang di beberapa lokasi diantaranya Bandung, Kuningan, Garut, Tasikmalaya, Jakarta, Sukabumi, Cirebon, Tangerang selatan.



Gambar I.3 Diagram Jumlah Pasien Calysta *Skin Care Clinic* pada Cabang Kopo dan Margacinta

(Sumber: Marketing Calysta *Skin Care Clinic)*

Berdasarkan gambar I.3 mengenai jumlah pasien Calysta *Skin Care Clinic* menunjukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada jumlah pasien dikedua cabang. Cabang Margacinta memiliki jumlah pasien lebih sedikit dibandingkan cabang Kopo. Gejala permasalahan lainnya dapat dilihat pada gambar I.4 mengenai data jumlah pasien Calysta *Skin Care Clinic* cabang marga cinta satu tahun terakhir.



Gambar 1.4 Perbandingan Jumlah Pelanggan dan Target Pelanggan

(Sumber: Marketing Calysta *Skin Care Clinic)*

Gambar I.4 menunjukan jumlah pelanggan dan target pelanggan. Penurunan terjadi di bulan September 2015 hingga November 2015. Terjadi ketidakstabilan jumlah pelanggan pada bulan desember 2015 hingga April 2016. Kenaikan jumlah pelanggan terjadi pada bulan April 2016 dengan dengan puncak jumal pelanggan pada bulan juni 2016. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Calysta *Skin Care Clinic* peningkatan terjadi karena adanya promo yang sedang berlangsung. Penurunan kembali terjadi setelah masa promosi berakhir. pada bulan juli 2016 hingga September 2016. Loyalitas pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas layanan (Zeithaml *et al*, 1996). Kekurangan yang terjadi ini turut dipengaruhi oleh semakin banyaknya kompetitor yang bermunculan. Semakin banyaknya kompetitor tentu memberi dampak penurunan jumlah pertumbuhan pelanggan.

Tabel I.1 Studi Komparasi dengan Kompetitor

Dimensi	Natasha *Skin Care*	Calysta *Skin Care Clinic*	Keterangan
Assurance	1. *Staff* dan tenaga medis berinteraksi dengan baik	1.*Staff* dan Tenaga medis kurang berinteraksi	Dokter yang tersedia dan staff tenaga medis memiliki kemampuan yang berbeda
Reliability	1. Produk yang diberikan cocok	1 Produk tidak cocok	ketidak cocokan produk yang diberikan oleh Calysta *Skin Care Clinic,*sedangkan produk yang diberikan oleh *Natasha Skin Care* lebih cocok
Tangible	1.Peralatan *treatment* lengkap dan modern	1. Peralatan *treatment* kurang lengkap dan modern	Peralatan yang digunakan Natasha *Skin Care*lebih canggih dan modern berbeda dengan Calysta *Skin Care*
	Dengan 14 alat yang berbeda untuk setiap *treatment*	Dengan 10 alat yang berbeda untuk setiap *treatment*	
	2.Fasilitas *treatment* nyaman	2.Fasilitas Treatment kurang nyaman	Fasilistas penunjang treatment yang tidak dirawat dan di atur dengan baik menyebabkan ketidaknyamana bagi pelanggan Calysta *Skin Care Clinic*
	Pencahayaan,desain dan tata letak	Pencahayaan,desain dan tata letak	
	3. Fasilitas ruang tunggu yang sangat nyaman.	3. Fasilitas ruang tunggu kurang nyaman	Ruang tunggu Calysta *Skin Care Clinic* tidak nyaman berbeda dengan ruang tunggu Natasha *Skin Care.* Penataan soda dan suasanya ruang tunggu yang berbeda
	Pencahayaan,desain dan tata letak	Pencahayaan,desain dan tata letak	

Tabel I.1 Studi Komparasi dengan Kompetitor(Lanjutan)

Dimensi	Natasha *Skin Care*	Calysta *Skin Care Clinic*	Keteragan
Empathy	1. Waktu Buka yang myaman pukul 09.00-20.00	1. waktu kurang nyaman pukul 09.00-17.00	Waktu oprasional calysta mulai pukul 09.00 - 17.00 sedangkan waktu oprasional Natasha mulai 09.00-20.00
Responsivnes	1. proses administrasi cepat	2. proses administrasi membutuhkan waktu yang lama	Proses administrasi pada calysta berlangsung lama,sedangkan pada natasha lebih cepat bahkan dari proses administrasi langsung memberikan informasi penting untuk pengecekan dokter

Berdasarkan hasil studi komparasi dengan kompetitor pada Tabel I.1 dan masalah-masalah yang disampaikan oleh pelanggan Calysta *Skin Care Clinic* dan dibandingkan dengan *market leader.* Jika Calysta *Skin Care Clinic* ingin bersaing maka kualitas pelayanan harus diperbaiki. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan, 2004). Perbaikan yang dilakukan harus merujuk kepada keinginan dan kebutuhan konsumen. Keinginan dan kebutuhan konsumen didapatkan dari penelitan sebelumya yang melakukan pencarian *true customer needs* menggunakan metode Kano (Fajrianti, 2017). Ketersediaan *true customer needs* perlu dimaksimalkan untuk dijadikan usulan perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan Calysta *skincare clinic.* Maka dari itu bahwa perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan oleh Calysta *Skin Care* menggunakan metode QFD. QFD adalah metode untuk menterjemahkan keingnan dan kebutuhan konsumen kedalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu (Akao, 1990).

I.2 Perumusah Masalah

Penelitian mengenai layanan baru yang diperlukan oleh Calysta *Skin care* untuk mengurangi keluhan serta membantu cabang bandung agar dapat memnuhi target yang telah ditentukan. Penelitian metode *Quality Function Deployment (QFD)* untuk meningkatkan kualitas layanan berdasarkan customer needs guna memuaskan pelanggan dan menerjemahkan customer needs menjadi target desain (Akao, 1996). Berikut merupakan Rumusan Masalah berdasarkan permasalahan yang ada:

1. Apa saja karakteristik teknis yang didapatkan berdasarkan *customer needs* Calysta *Skin Care Clinic* dalam perbaikan kualitas layanan Calysta *Skin Care Clinic?*
2. Apa saja *critical part* yang perlu untuk diprioritaskan dalam perbaikan kualitas layanan Calysta *Skin Care Clinic?*
3. Bagaimana rekomendasi yang tepat dalam peningkatan kualitas layanan Calysta *Skin care* yang dapat memenuhi keinginan pelanggan?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang didapatkan berdasarkan *customer needs* Calysta *Skin Care Clinic* dalam perbaikan kualitas pelanan.
2. Mengidentifikasi *Critical part* yang perlu diprioritaskan dalam dalam perbaikan kualitas layanan Calysta *Skin Care Clinic*
3. Membuat rekomendasi yang tepat dalam peningkatan kualitas layanan Calysta *Skin care* yang dapat memenuhi keinginan pelanggan

I.4 Batasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya masalah yang akan diteliti, maka dilakukan pembatasan masalah yang berkaitan dengan penelitian perbaikan kualitas layanan Calysta *Skin Care Clinic,*yaitu sebagai berikut:

1. Survei dilakukan di Kota Bandung
2. Penerapan metode QFD hanya sampai iterasi dua (*Part Deployment Matrix*)
3. Komparasi hanya dilakukan dengan satu kompetitor.
4. Penelitian tidak sampai tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

1. Perbaikan Layanan dapat membantu Calysta *Skin care* dalam upaya mencapai target
2. Memberikan ide pengembangan layanan kepada Calysta *Skin care*

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas latar belakang penelitian,perumusan masalah,tujuan penelitian,batasan penelitian,manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Membahas menenati tinjauan pustaka atau literatur. Literature yang relevan tentang metode-metode yang digunakan dan perbandingannya dengna metode lain.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci. Dengan mengikuti tahap- tahap yang sesuai.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci. Pengolahan data QFD iterasi satu mencakup pembuatan matriks perncanaan yang mencakup penentuan nilai adjusted importance, pembuatan karakteristik teknis dan pembuatan matrriks koreali antar karakteristik teknis. QFD iterasi dua membuat critical part,matriks korelasi antara critical part dengan karakteristik teknis serta pembuatan matriks teknis

Bab V Analisis Data

Dijelaskan mengenai analisis yang dilakukan terhadap pengumpulan dan pengolahan data yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya. Masing-masing langkah di analisis lalu membuat perumusan rekomnedasi untuk Calysta *Skin care*.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Menjelaskan mengenai hasil penelitian secara keseluruhan sehingga dapat disimpulkan beberapa poin terkait dengan tujuan awal yang dilakukan pada penelitian ini.