

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Klinik kecantikan adalah sebuah tempat yang memberikan pelayanan perawatan dan kecantikan kulit seperti peremajaan kulit wajah, pencerahan kulit wajah dan perbaikan kekurangan yang muncul pada kulit. Pertumbuhan industri klinik kecantikan di Indonesia semakin pesat, hal tersebut dibuktikan bahwa di tahun 2019 industri klinik kecantikan di Indonesia tumbuh rata-rata 5.59%. Bahkan di tahun 2020 selama pandemi industri kecantikan tetap tumbuh sebesar 2.84% sampai dengan bulan Juni, walaupun lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya (Ammurabi, 2020). Pertumbuhan industri klinik kecantikan, mengakibatkan munculnya berbagai pesaing yang memiliki daya tariknya masing-masing untuk merebut para pelanggannya.

Seoul Secret merupakan salah satu klinik kecantikan yang tergolong baru di Jakarta Selatan, Seoul Secret berlokasi Jl. Tebet Timur Dalam Raya No.44 A. Saat ini Seoul Secret belum memiliki cabang klinik. Seoul Secret berdiri pada pertengahan tahun 2017. Nama Seoul Secret diambil dari kata Seoul yaitu nama ibukota dari Korea Selatan, karena Korea Selatan merupakan kiblat kecantikan wanita Indonesia (Anna, 2018). Seoul Secret mempunyai tujuh karyawan tetap yaitu terdiri dari empat *beautician* (ahli kecantikan), satu dokter, satu *reception* dan satu orang keamanan. Seoul Secret buka selama 6 hari kecuali hari Rabu. Di daerah Tebet Jakarta Selatan sudah banyak berdirinya klinik kecantikan seperti pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Daftar Klinik Kecantikan Daerah Tebet

No	Nama Klinik Kecantikan	Lokasi
1	Hayfa Beauty Skin Care	Jln. Tebet Raya
2	Erha Clinic	Jln. Tebet
3	Seoul Secret	Jln. Tebet Timur
4	Estetiderma Clinic	Jln. Tebet Barat
5	Ira Skin Care & Slimming	Jln Tebet Timur

(Sumber : Google Maps, 2020)

Tabel I. 2 Daftar Klinik Kecantikan Daerah Tebet (Lanjutan)

No	Nama Klinik Kecantikan	Lokasi
6	The Skin Beauty Clinic	Jln Tebet
7	Klinik Wonder	Jln. Tebet Barat
8	Primavita Skin Care	Jln Tebet Barat

(Sumber : Google Maps, 2020)

Berdasarkan Tabel I.1 dan I.2, terdapat 7 kompetitor yang bersaing secara langsung diantaranya Hayfa Beauty Skin Care, Erha Clinic, Estetiderma, Ira Skin Care, Skin Beauty Clinic, Klinik Wonder dan Primavita Skin Care. Ketujuh klinik tersebut memiliki penawaran yang sama yaitu layanan *treatment* kecantikan. Salah satu klinik yang mendapatkan predikat Top Brand adalah Erha Clinic. Top Brand merupakan penghargaan diberikan kepada suatu merek yang di dasarkan atas hasil survei dengan tiga parameter *mind share*, *market share* dan *commitment share* (Tantomi, 2019).

Kegiatan klinik kecantikan Seoul Secret adalah memberikan pelayanan dan *treatment* yang optimal guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Di awal tahun 2018 Seoul Secret membuat program paket *treatment*. Program ini ditujukan untuk pelanggan Seoul Secret. Tujuan program ini agar pelanggan memiliki kesadaran terhadap program paket *treatment*. Berikut merupakan varian paket *treatment* yang ditawarkan oleh Seoul Secret.

Tabel I. 3 Varian Paket Treatment Seoul Secret

Jenis Paket	Deskripsi	Harga
Paket IPL	- Hair Removal - Brightening Under Arm	Rp 330.000
Paket RF	- Radio Frequency - Anti Aging Mask - Face Massage	Rp 258.000
Paket Peeling	- Facial Acne - Inject Acne	Rp 375.000

(Sumber : Seoul Secret, 2020)

Tabel I. 4 Varian Paket Treatment Seoul Secret (Lanjutan)

Jenis Paket	Deskripsi	Harga
Paket Placenta	- Placenta Injection - Facial	Rp 271.000
Paket Hifu	- High Intensity Focused Ultrasound	Rp 1.000.000

(Sumber : Seoul Secret, 2020)

Berdasarkan pada Tabel I.3 dan I.4 di atas, terdapat 5 jenis varian paket yang ditawarkan ke pelanggan Seoul Secret. Keuntungan yang didapat oleh pelanggan pengguna paket *treatment* harga lebih murah dan bisa mendapatkan 2 – 3 kali *treatment* dalam satu pakatnya. Program paket *treatment* sudah berlangsung selama tiga tahun. Dalam dua tahun terakhir, profil pelanggan pengguna paket dibedakan berdasarkan jenis kelamin. Berikut merupakan hasil rangkuman profil pelanggan berdasarkan jenis kelamin.

Tabel I. 5 Jumlah Pelanggan Pengguna Paket Berdasarkan Profil Pelanggan

Keterangan		Persentase Pelanggan	Tahun	Jumlah Pelanggan
Jenis Kelamin	Perempuan	92 %	2019	860
	Laki - Laki	8%		
Jenis Kelamin	Perempuan	98 %	2020	254
	Laki - Laki	2 %		

(Sumber :Data Internal Seoul Secret, 2020)

Berdasarkan pada Tabel I.3, menunjukkan bahwa dengan adanya program paket ini, Seoul Secret sudah berusaha memanfaatkan informasi tentang segmen pelanggan. Contohnya dipertengahan tahun 2019 Seoul Secret memberikan potongan harga bagi pelanggan yang datang membawa pasangan, tetapi Seoul Secret belum menggunakannya untuk menarik pelanggan. Seoul Secret juga belum memiliki strategi khusus seperti potongan harga, adanya program *membership* dan memberikan *voucher* gratis. Pelanggan pengguna paket terbanyak dengan jenis kelamin perempuan sebesar 92% di tahun 2019. Pengguna paket dengan jenis kelamin perempuan mengalami peningkatan sebesar 98% di tahun 2020. Jumlah pelanggan terkecil dengan jenis

kelamin laki – laki sebesar 8% di tahun 2019 dan sebesar 2% di tahun 2020. Hal ini diduga karena pelanggan laki - laki kurang antusias dalam perawatan kulit wajah (Anandhita, 2020).

Berdasarkan informasi dari pemilik Seoul Secret, setiap pelanggan diperlakukan sama. Seoul Secret memberikan promosi potongan harga ke seluruh pelanggannya dengan tidak membedakan. Begitu juga dengan pelayanan, seluruh pelanggan juga berhak mendapatkan pelayanan yang disediakan oleh Seoul Secret. Tidak ada pembeda promosi dan pelayanan yang diberikan ke pelanggan Seoul Secret. Pada Tabel I.5 dapat dilihat rangkuman mengenai pelayanan dan promosi yang diberikan kepada pelanggan Seoul Secret beserta salah satu pesaingnya.

Tabel I. 6 Perbandingan Promosi dan Pelayanan Seoul Secret dan Erha Clinic

Seoul Secret	
Promosi	Pelayanan
1. Memberikan potongan harga bagi pelanggan yang membawa pasangan.	1. Reservasi menggunakan aplikasi chat yaitu <i>Whatsapp</i>
2. Mengadakan diskon <i>treatment</i> dalam menyambut Hari Raya Imlek, Idul Fitri dan Natal.	2. Fasilitas ruang tunggu yang cukup besar dan sudah ada <i>Wifi</i>
3. Mendapatkan potongan harga bagi pelanggan melakukan pemesanan melalui <i>Traveloka</i> dan <i>Fave</i> .	3. Gratis konsultasi
	4. Hanya memiliki 1 dokter kecantikan

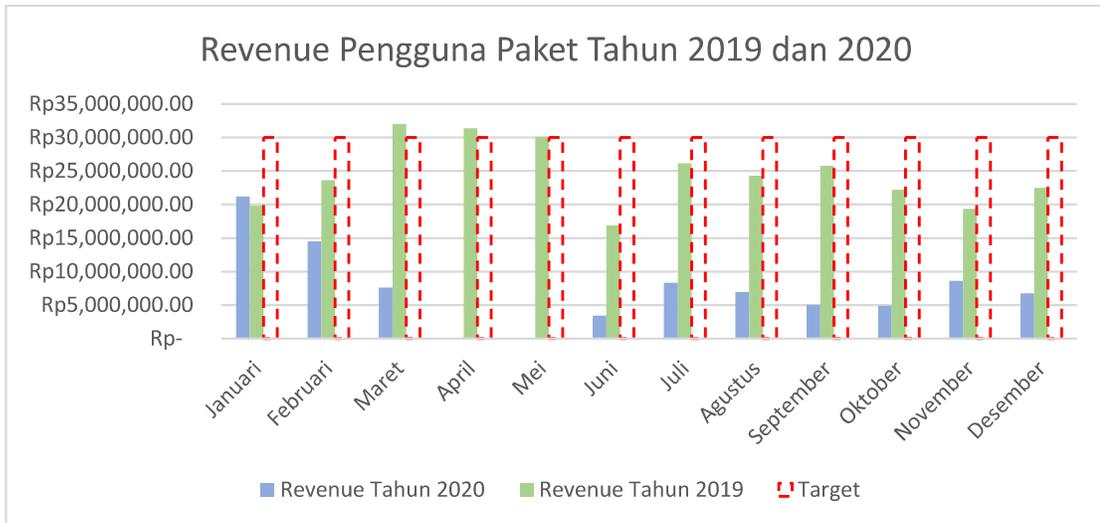
(Sumber : Seoul Secret dan Erha, 2020)

Tabel I. 7 Perbandingan Promosi dan Pelayanan Seoul Secret dan Erha Clinic (Lanjutan)

Erha Clinic	
Promosi	Pelayanan
1. “Oktober Cashback” memberikan <i>cashback</i> kepada pelanggan yang melakukan <i>treatment</i> . 2. Memberikan <i>voucher treatment</i> bagi pelanggan yang melakukan pemesanan <i>treatment</i> di JD.ID 3. Mengadakan diskon <i>treatment</i> dalam menyambut Hari Raya Imlek, Idul Fitri dan Natal. 4. Memberikan <i>voucher</i> dan <i>birthday gift</i> bagi pelanggan <i>membership</i> di Erha	1. Adanya sistem <i>appointment</i> bagi pelanggan yang ingin melakukan <i>treatment</i> 2. Suasana ruang tunggu yang nyaman 3. Tersedianya 2 – 4 dokter kecantikan 4. Fasilitas ruang tunggu yang sudah ada Wifi

(Sumber : Seoul Secret dan Erha, 2020)

Berdasarkan Tabel I.5, terdapat berbagai macam pelayanan yang diberikan Seoul Secret kepada pelanggannya. Reservasi menggunakan aplikasi chat, ruang tunggu yang cukup besar beserta *wifi* dan memiliki 1 dokter kecantikan. Jika dibandingkan dengan pesaing, Erha Clinic memiliki keunggulan dengan adanya sistem *appointment* dan memiliki ketersediaan dokter lebih dari dua dokter. Promosi yang dilakukan Seoul Secret diantaranya adalah potongan harga bagi pelanggan yang membawa pasangan, mendapatkan diskon di hari besar tertentu dan memberikan potongan harga bagi pelanggan yang melakukan pemesanan *treatment* melalui *traveloka* dan *fave*. Dibandingkan dengan pesaing Seoul Secret, klinik Erha memberikan *voucher* dan adanya program *membership*.

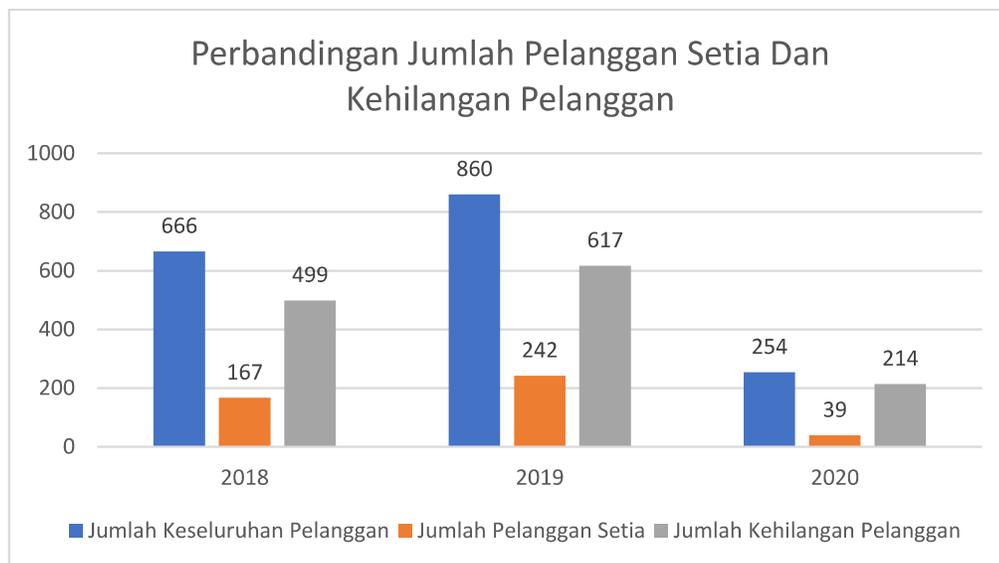


Gambar I. 1 Perbandingan Jumlah Revenue Pengguna Paket Treatment

(Sumber : Data Internal Seoul Secret, 2020)

Kegiatan promosi dan pelayanan yang sudah dilakukan belum memberikan *revenue* yang maksimal terhadap Seoul Secret. Berdasarkan Gambar I.1 *revenue* pengguna paket belum memenuhi target. Rata – rata *revenue* yang didapat sekitar 55% di tahun 2019, sedangkan target *revenue* pengguna paket yang diinginkan perusahaan sebesar Rp 30,000,000 (Anandhita, 2020). Di tahun 2020 *revenue* yang didapat sekitar 20% lebih kecil dibandingkan tahun 2019, hal ini diduga karena adanya wabah pandemi Covid 19. *Revenue* mengalami penurunan dari bulan Oktober – November di tahun 2019.

Revenue kembali mengalami kenaikan pada bulan Desember 2019, hal ini diduga karena pelanggan mengejar diskon dalam menyambut Hari Raya Natal. Adapun jumlah perbandingan pelanggan setia dan jumlah kehilangan pelanggan dapat dilihat pada gambar I.2. Pelanggan dikatakan setia berkunjung minimal 2 kali dalam setahun sedangkan pelanggan yang berkunjung 1 kali dalam setahun disebut pelanggan yang hilang.



Gambar I. 2 Jumlah Pelanggan Setia dan Jumlah Kehilangan Pelanggan

(Sumber : Data Internal Seoul Secret, 2020)

Berdasarkan Gambar I.2, jumlah pengguna paket di tahun 2018 sebanyak 666 pelanggan. Jumlah pengguna paket *treatment* mengalami kenaikan di tahun 2019. Jumlah pelanggan setia di tahun 2019 hanya sebesar 29%. Dibandingkan dengan jumlah kehilangan pelanggan tahun 2018 dan 2019 sebesar 72%. Di tahun 2020 jumlah pelanggan setia mengalami penurunan, jumlah pelanggan setia pengguna paket hanya sebesar 15%. Dalam tiga tahun terakhir persentase jumlah kehilangan pelanggan lebih tinggi dibandingkan persentase jumlah pelanggan setia. Seoul Secret belum bisa mempertahankan pelanggan setianya.

Dari data internal Seoul Secret, keuntungan yang didapat belum memenuhi target perusahaan. Selama ini Seoul Secret juga masih belum memanfaatkan informasi mengenai segmen pelanggan. Berdasarkan pada permasalahan diatas, segmentasi pelanggan diperlukan untuk mengetahui pelanggan mana saja yang memberikan keuntungan terhadap perusahaan dan pelanggan mana saja yang memiliki potensi untuk kedepannya.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, berikut merupakan rumusan masalah yang menjadi acuan dalam tugas akhir ini :

1. Bagaimana segmentasi pelanggan Seoul Secret pengguna paket ?
2. Apa usulan strategi pemasaran yang tepat untuk diberikan kepada masing – masing *cluster* pelanggan?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui segmentasi dari pelanggan Seoul Secret pengguna paket.
2. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk diberikan kepada masing – masing *cluster* pelanggan.

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Segmentasi pelanggan klinik kecantikan Seoul Secret didasarkan pada data transaksi pengguna layanan *treatment* bulan Januari 2019 sampai bulan Desember 2020.
2. Atribut yang digunakan pada penelitian ini adalah waktu terakhir pembelian, frekuensi pembelian dan besarnya biaya pembelian.
3. Penelitian ini belum tentu dilakukan sampai tahap implementasi oleh Seoul Secret.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh bagi peneliti diantaranya sebagai berikut :

1. Memberikan manfaat terutama menyangkut ilmu segmentasi pelanggan, teknik *clustering* dan perumusan strategi pemasaran.

2. Dapat mengelompokkan data pelanggan yang membantu menghasilkan informasi gambaran karakteristik pelanggan yang telah terkelompok.
3. Dapat menentukan segmentasi pelanggan yang membantu memilih strategi pemasaran untuk klinik kecantikan Seoul Secret.

Manfaat yang diperoleh terhadap perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk merencanakan strategi pemasaran kepada pelanggannya.
2. Pihak perusahaan juga dapat mengetahui karakteristik pelanggan dalam melakukan *treatment* kecantikan setelah dilakukan proses segmentasi pelanggan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah pada Seoul Secret, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian bagi penulis maupun pembaca dan sistematika penulis.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang relevan mengenai metode Algoritma K-Means dan model RFM dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu dijelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan bagaimana kerangka pikir pada peneliti serta sistematika pemecahan masalah dalam melakukan penelitian.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan langkah - langkah penelitian secara rinci yang meliputi pengumpulan data dan pengolahan data.

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Pada bab ini dijelaskan analisis masing – masing langkah pada pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Kemudian, menampilkan hasil pengelompokan segmen pelanggan yang sudah tersusun untuk strategi pemasaran Seoul Secret.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil yang sudah didapatkan pada penelitian ini dan saran yang ditunjukkan untuk penelitian selanjutnya dan objek penelitian.