

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi ekonomi yang semakin berkembang saat ini tentu terjadi banyak persaingan di berbagai bidang termasuk industri kecantikan. Banyak perusahaan kecantikan yang saling bersaing dengan produk kecantikan dan pelayanan yang diberikan untuk mendapatkan pangsa pasar dan pelanggan sehingga hal ini memacu perusahaan kecantikan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki industrinya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan perusahaan kecantikan lainnya. Supaya perusahaan dapat berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan,

Kecantikan memang identik dengan kaum perempuan, sejak dulu kecantikan sudah menjadi kontrol sosial bagi perempuan, hal ini membentuk persepsi perempuan akan standar kecantikan yang ideal dan diakui di masyarakat. Dalam hal ini menjadi seorang perempuan seolah-olah dituntut untuk memiliki fisik yang menjadi cantik agar dapat diakui dan diterima oleh

masyarakat. Kecantikan perempuan lebih dilihat melalui fisik dibanding dengan kecantikan dari dalam diri mereka seperti kepribadian, moral, etika, cara berfikir dan sebagainya. Sedangkan kecantikan fisik bukanlah gambaran akan kecantikan perempuan yang sesungguhnya. Pandangan akan kecantikan yang ideal bagi perempuan tidak terlepas dari pengaruh wacana industri kecantikan global. Sebagai industri yang besar, industri kecantikan global sangat kuat dalam mendominasi dan mengarahkan pandangan publik terhadap standar-standar kecantikan. Melihat kecenderungan tersebut, maka industri kecantikan menangkap dan memanfaatkan kelemahan perempuan sebagai potensi bisnis yang menjanjikan dengan menghadirkan klinik kecantikan. Klinik kecantikan menawarkan pelayanan jasa perawatan kesehatan dan kecantikan kulit dengan memberikan berbagai produk kecantikan dan perawatan modern yang berupaya memenuhi kebutuhan kecantikan sehingga dapat menunjang penampilan. Kualitas pelayanan merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama pada klinik kecantikan yang bergerak di bidang jasa. Pelayanan dengan kualitas yang tinggi yang diberikan kepada pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Misalnya dengan pelayanan karyawan yang ramah dalam melayani pelanggan dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk menggunakan jasa atau membeli produk dan untuk datang lagi ke klinik kecantikan tersebut. Karena pelayanan yang memuaskan akan

berdampak terjadinya pembelian jasa atau produk secara berulang-ulang kali. Faktor kualitas pelayanan meliputi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan inti dari aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa datang. Saat ini hampir seluruh wilayah telah didirikan klinik kecantikan. Para pengusaha semakin melihat peluang dalam suatu wilayah untuk mendirikan klinik kecantikan sehingga persaingan semakin ketat dan lebih banyak pesaing bergerak dibidang kecantikan. Pemilik klinik harus meningkatkan kepuasan pelanggan agar tidak menggunakan jasa klinik kecantikan yang lain dengan meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Klinik kecantikan Erlin *Skincare* sebagai objek penelitian di bidang jasa perawatan kulit mengalami kendala yaitu banyaknya pesaing yang bergerak dibidang kecantikan di daerah tersebut. Kecantikan memang sangat identik dengan kaum perempuan sejak dulu. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan pada Klinik Kecantikan Erlin *Skincare* Blitar”

B. Permasalahan

Objek penelitian yang dilakukan pada Klinik Kecantikan Erlin *Skincare* yang bergerak dibidang kecantikan mengalami permasalahan dimana Klinik kecantikan di kota Blitar semakin banyak dan permintaan akan jasa

perawatan kecantikan yang semakin meningkat harus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang memuaskan namun pada Klinik Erlin *skincare* Blitar memiliki jenis perawatan yang sedikit dibandingkan pesaing. Sehingga pelanggan lebih memilih klinik lain yang lebih lengkap dan harga yang lebih sesuai. Berikut daftar tabel harga klinik Erlin *Skincare* dan harga pesaing di tahun 2018

Tabel 1.1

Daftar Jenis Jerawatan Dan Harga Sesuai Kualitas Pelayanan Pada Klinik Kecantikan Erlin *Skincare* Tahun 2018

Jenis perawatan	Harga (Rp)
Facial Micro Detox PDT	300.000
Facial Oxigen	200.000
Sulam Alis	1.500.000
Sulam Bibir	1.500.000
Korean Vitamin C Glow	300.000
Galvanik Setrika Wajah	350.000
Bleaching kulit	350.000
Totok Wajah	30.000
Lentik Bulu Mata	100.000
Ratus V	50.000
Scrub + Gold Mask	45.000
Laser Jerawat	20.000

(Sumber : Klinik Kecantikan Erlin *Skincare*, 2018)

Tabel 1.2
Daftar Jenis Perawatan Dan Harga Sesuai Kualitas Pelayanan Pesaing
Tahun 2018

Jenis perawatan	Harga (Rp)
Facial Micro Detox PDT	250.000
Facial Oxigen	150.000
Sulam Alis	1.000.000
Sulam Bibir	1.500.000
Korean Vitamin C Glow	250.000
Galvanik Setrika Wajah	300.000
Bleaching kulit	300.000
Totok Wajah	30.000
Lentik Bulu Mata	100.000
Ratus V	40.000
Eyelash	200.000
Produk pemutih (paket)	250.000
Pijat Refleksi	100.000
Totok Aura	50.000
Spa	150.000
Scrub + Gold Mask	45.000
Peeling	40.000
Treatment kantung mata	30.000
Detox Wajah	50.000
Laser Jerawat	15.000

(Sumber : Klinik pesaing, April 2018)

Pada tabel 1.1 adalah jenis-jenis perawatan yang disediakan Klinik Kecantikan Erlin *Skincare*, dari harga yang tertera pada tabel diatas pelanggan sudah dapat menikmati perawatan kecantikan sesuai keinginan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang dimiliki Klinik Kecantikan Erlin *Skincare*. Dan pada tabel 1.2 adalah jenis-jenis perawatan yang disediakan pesaing sesuai kualitas pelayanan yang dimiliki pesaing tahun 2018.

Tabel 1.3
Beberapa Daftar Nama Klinik Kecantikan Di Blitar

No	Nama Klinik Kecantikan	Alamat
1	Rumah Cantik Moza	Jl. Kalimantan Ruko Niaga Jaya II Kav.2
2	Dermachoice Aesthetic Clinic	Jl. Dr. Wahidin No. 15E
3	Klinik Kecantikan dr. Ivana	Jl. Cemara Ruko Cemara Green View R-2
4	Klinik Kecantikan dr. Reni	Jl. Kalimantan No.34
5	Prima Clinic Skin Care	Jl. Anggrek No.18
6	Velleza Aesthetuc Clinic & Medispa	Jl. Kalimantan No.11

(Sumber: hasil survey peneliti,2018)

Berdasarkan Tabel 1.3 Daftar beberapa klinik kecantikan yang ada di kota blitar yang menyediakan jenis perawatan lebih banyak dan harga yang sesuai dengan jenis perawatan dan kualitas pelayanannya.

C. Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan pada uraian permasalahan maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas adalah : Bagaimana menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Erlin *skincare* ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Erlin *skincare*.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Klinik Kecantikan Erlin *skincare*
 - a. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Klinik kecantikan Erlin *skincare*.

- b. Memberikan informasi dan evaluasi bagi perusahaan untuk bagaimana meningkatkan kepuasan klinik kecantikan Erlin *skincare*.

2. Bagi Akademik

Sebagai tambahan informasi teori rujukan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya dibidang kualitas pelayanan dan juga sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang sama di waktu yang akan datang.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Dapat di jadikan bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama.
- b. Untuk menambah wawasan maupun pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.