

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

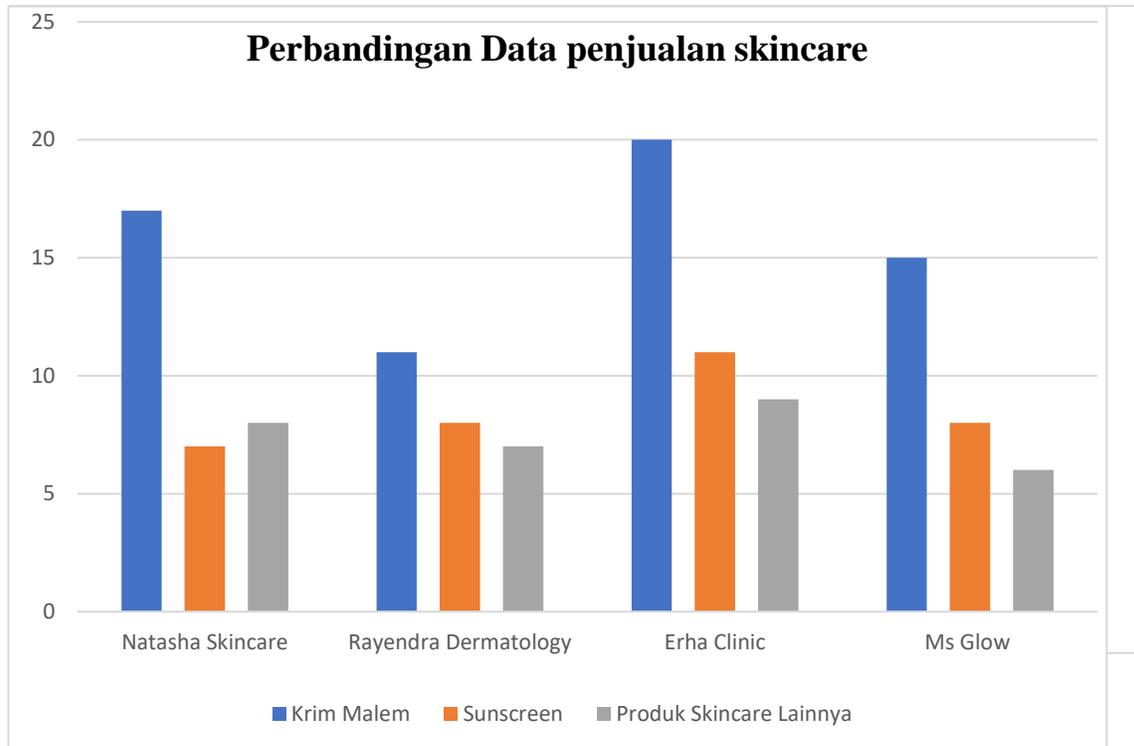
Perkembangan bisnis kecantikan saat ini telah berkembang sangat pesat, khususnya pada bisnis produk kecantikan di Bogor. Perawatan kulit wajah telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi sebagian masyarakat khususnya para wanita, namun saat ini banyak kita jumpai kaum pria juga menggunakan jasa kecantikan mulai dari membersihkan wajah dengan *scrub, facial*, serta menggunakan *lotion* wajah hingga tubuh. Ada banyak hal yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa kecantikan, misalnya karena kulit kusam, berjerawat, berminyak, flek hitam, dan garis-garis halus.

Jasa kecantikan telah berkembang pesat ada 3 merek jasa kecantikan terkenal di seluruh Bogor. Adapun beberapa merek jasa kecantikan tersebut antara lain *Natasha Skin Care*, *Erha Clinic*, dan *Ms Glow* yang mejadi pesaing jasa *skin care* *Rayendra Dermatology*. Klinik kecantikan *Rayendra Dermatology & Aesthetic Center* merupakan klinik kecantikan yang cukup terkenal di kota Bogor. Klinik kecantikan *Rayendra Dermatology* didirikan oleh Dr. dr. Raendi Rayendra, SpKk, M. Kes, FINSDV yang telah berdiri sejak 8 tahun lalu yang mempunyai dua cabang di Cibinong dan Bintaro.

Klinik kecantikan *Rayendra Dermatology* memiliki alat-alat yang canggih seperti laser *picoway* yang diklaim sebagai laser terancang saat ini, laser *rejuve biaxis* yang sangat efektif untuk mencerahkan kulit dan juga laser *v-beam* yang sangat efektif untuk mengatasi kemerahan/*spider veins* di wajah dan tidak hanya itu klinik *Rayendra Dermatology* mempunyai produk kecantikan buatan sendiri yang menggunakan bahan-bahan yang aman, berbasis keilmuan di dunia *dermatology* dan, sudah dipastikan aman dari segi kesehatannya, seperti produk kecantikan *facial wash*, serum, *moisturizing*, krim pagi, *sunscreen*, krim malam dan masih banyak lagi produk kecantikan yang dibuat oleh Dr. dr. Raendi Rayendra, SpKk, M. Kes, FINSDV.

Saat ini dengan banyaknya pilihan klinik kulit serta estetik lainnya membuat barang harus lebih teliti dalam memilih jasa produk kecantikan dari segi kualitas pelayanan *treatment*, kualitas produk kecantikan, harga produk kecantikan promo-promo disetiap klinik kecantikan, dan fasilitas di klinik. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang

sangat ketat dalam bisnis produk kecantikan. Berikut data penjualan produk Klinik kecantikan Rayendra *Dermatology*.



Gambar 1. 1 Perbandingan Data Penjualan Produk Kecantikan Klinik Rayendra *Dermatology*

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah tabel penjualan produk kecantikan di klinik Rayendra *Dermatology* masih kurang dengan produk lainnya. Dengan alasan tersebut maka penulis memilih klinik Rayendra *Dermatology* sebagai bahan penelitian penulis. Latar belakang lainnya memilih klinik Rayendra *Dermatology* adalah penulis ingin mengetahui dalam manajemen strategi yang digunakan penjualan produk kecantikan terus meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memutuskan melakukan penelitian dengan judul **Strategi Pengembangan Produk Kecantikan Di Klinik Rayendra Dermatology Bogor.**

1.2. Identifikasi Masalah

1. Ketatnya persaingan harga produk kecantikan di klinik kecantikan Rayendra *Dermatology* dengan klinik kecantikan lainnya.
2. Tuntutan konsumen yang tinggi terhadap produk kecantikan.

3. Kurangnya kontrol kualitas terhadap produk kecantikan.
4. Kurangnya konsistensi terhadap isi produk kecantikan.
5. Kurangnya strategi promosi klinik kecantikan Rayendra *Dermatology* Bogor.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti. Pembatasan masalah ditujukan agar lingkup penelitian dapat lebih jelas terarah, sehingga tidak mengaburkan penelitian. Oleh sebab itu, penulis membatasi judul penelitian hanya pada strategi pengembangan produk kecantikan di klinik kecantikan Rayendra *Dermatology*. Batasan masalah yang akan penulis teliti ialah persaingan harga produk, kurangnya kontrol kualitas produk, kurangnya konsistensi terhadap isi produk, dan kurangnya strategi promosi.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal apa aja yang menjadi kekuatan dan kelemahan produk kecantikan Rayendra *Dermatology*?
2. Faktor-faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman produk kecantikan Rayendra *Dermatology*?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk produk kecantikan Rayendra *Dermatology*?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki klinik Rayendra *Dermatology*.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi oleh klinik Rayendra *Dermatology*.
3. Untuk menentukan alternatif strategi perusahaan serta prioritas strategi yang dapat dilakukan.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan perbandingan bagi pihak klinik dalam menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan strategi analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sehingga klinik kecantikan dapat mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihindari oleh klinik dalam meningkatkan harga produk kecantikan.
2. Sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang ingin memperdalam mengenai strategi pemasaran dalam peningkatan harga produk kecantikan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tentang pengertian strategi, manajemen strategi, macam-macam strategi, dan hal-hal dalam analisis strategi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum klinik yang berisikan sejarah singkat berdirinya klinik Rayendra *Dermatology*, struktur organisasi, uraian tugas pembahasan strategi pengembangan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Penuntun yang berisikan simpulan dan saran-saran

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini