

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada awal bulan Maret 2020, Indonesia sedang dilanda pandemi penyakit virus corona (Covid-19). Penyakit ini dinyatakan sebagai pandemi di Wuhan pada 1 Desember 2019, dan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020. Berdasarkan data Worldometers, per 18 Juli 2021, tercatat 190.753.473 orang positif, 4.098.667 meninggal, dan 173.852.764 sembuh. Indonesia masih menjadi salah satu dari lima negara dengan jumlah infeksi harian tertinggi di dunia. Menurut Worldometers, per 18 Juli 2021, kasus positif di Indonesia bertambah 51.952 orang. (Sandra Ayu dan Ahmad Lami 2020:114). Para pelaku bisnis dituntut untuk membuat strategi yang efektif agar bisnisnya tetap bisa bertahan dan tidak mengalami penurunan omzet penjualan yang signifikan ditengah pandemi Covid-19 ini. Selama enam bulan terakhir, semua orang bergulat dengan krisis yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Banyak sektor perekonomian yang terkena dampaknya, termasuk industri kecantikan dan perawatan pribadi. Industri kecantikan menjadi salah satu sektor yang terkena dampak krisis ekonomi akibat adanya pandemi Covid-19. Sejak pemerintah membuat kebijakan untuk tetap berada di rumah (*stay at home*), menghindari kerumunan dan menjaga jarak (*social distancing*) serta pemberlakuan PSBB yang dimulai pada 10 April 2020 di berbagai seluruh daerah.

Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% badan usaha mengaku mengalami dampak negatif terhadap proses bisnisnya akibat infeksi virus corona (sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 usaha mikro, kecil, dan menengah). Sebanyak 75% perusahaan tersebut mencatatkan penurunan penjualan yang signifikan. Selain itu, 51% pelaku ekonomi mengatakan bisnis mereka kemungkinan hanya akan bertahan selama tiga bulan ke depan. Sebanyak 67% pemilik usaha tidak yakin bagaimana cara mengakses dana darurat, dan 75% yakin atau tidak yakin bagaimana menerapkan kebijakan untuk memastikan kelangsungan bisnis meskipun terjadi pandemi di tengah pandemi. Covid-19 (Noer Soetjipto 2020).

Klinik kecantikan adalah klinik yang menyediakan layanan dermatologi. Dermatologi (dari bahasa Yunani: derma yang berarti kulit) adalah ilmu kedokteran yang mempelajari tentang kulit dan bagian-bagian terkaitnya seperti rambut, kuku,

kelenjar keringat, dan lain-lain. Oleh karena itu, dapat kita simpulkan bahwa klinik kecantikan adalah klinik yang memberikan pelayanan dalam bidang perawatan kesehatan dan kecantikan. (Novian Wibowo dan Andreas Pandu S. 2013: 1).

Klinik kecantikan sebagai bagian dari industri layanan telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di tengah pandemi global yang melanda dunia. Pandemi Covid-19 tidak hanya mempengaruhi aspek kesehatan masyarakat, tetapi juga memberikan dampak yang besar terhadap sektor bisnis, termasuk industri kecantikan. Klinik kecantikan dihadapkan pada tantangan besar untuk mempertahankan eksistensinya, mengingat adanya pembatasan sosial, penurunan mobilitas, dan perubahan pola konsumen.

Pivot bisnis adalah strategi transformasi bisnis yang menggerakkan perusahaan ke situasi yang lebih menguntungkan atau diinginkan. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengembangkan perusahaan melalui perubahan model bisnisnya, namun tetap berdasarkan visi dan misi perusahaan itu sendiri. Strategi pivot adalah strategi yang mengubah model bisnis agar suatu perusahaan dapat terus beroperasi dan bertahan meskipun dalam situasi sulit (Tariaranie Wiraguna 2021:2)

Kondisi ini menuntut para pemilik klinik kecantikan untuk mengidentifikasi dan menerapkan strategi yang efektif agar bisnis mereka dapat tetap bertahan di tengah ketidakpastian dan perubahan yang cepat. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai strategi yang diadopsi oleh klinik kecantikan dalam menjawab tantangan bisnis di era pandemi. Perkembangan teknologi dan kebijakan pemerintah yang terus berubah telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi strategi bisnis klinik kecantikan. Pemahaman mendalam tentang cara klinik kecantikan beradaptasi dengan kondisi pandemi menjadi kunci dalam mengidentifikasi strategi pemertahanan yang paling efektif. Minat masyarakat dalam melakukan Seiring dengan semakin banyaknya orang yang tinggal di rumah, perawatan kecantikan juga mengalami penurunan. Selain untuk menghindari penyebaran virus corona, berbagai permasalahan ekonomi juga menyebabkan masyarakat untuk sementara menghindari perawatan kecantikan yang mahal.

Rinanda Skincare Center sebagai salah satu industri kecantikan yang bergerak di bidang klinik kecantikan dan perawatan, tepatnya di RSK 05 No 12 Grand Galaxy City, Bekasi. Rinanda Skincare Center pertama kali didirikan oleh dr. Fenni Rinanda,

M.Ked(kk). Sp.D.V.E pada tahun 2016. Rinanda Skincare Center terus berkembang dan menjadi magnet tersendiri di dunia kesehatan kulit estetik. Berbagai macam pilihan jasa perawatan kecantikan yang di tawarkan oleh Rinanda Skincare Center bermacam macam, seperti treatment facial, chemical peeling, laser, tarik benang wajah, tanam benang hidung, bedah plastik dan lain sebagainya . Tidak hanya menawarkan layanan kecantikan, tetapi juga produk seperti krim wajah yang dikemas dalam berbagai bentuk kosmetik yang dapat digunakan konsumen sehari-hari untuk membantu mereka mencapai hasil yang diinginkan sebagai kelanjutan dari perawatan yang ditawarkan di klinik

Rinanda Skincare Center sangat merasakan dampak dari pandemi Covid-19. Fenomena ini membuat menurunnya pendapatan secara signifikan dan minat customer dalam melakukan perawatan kecantikan, karena adanya kekhawatiran untuk melakukan treatment. Berikut di sajikan data jumlah pengunjung klinik kecantikan Rinanda Skincare Center yang melakukan perawatan kecantikan dari tahun 2018-2021

**Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Rinanda Skincare Center  
Tahun 2018-2021**

Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase Selisih Penurunan Jumlah Pengunjung
2018	486	0%
2019	400	-18%
2020	382	-5%
2021	240	-37%

Sumber : Rinanda Skincare Center (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1. diatas bisa dilihat selama dua tahun terakhir jumlah pengunjung Rinanda Skincare Center yang melakukan perawatan kecantikan mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2018 jumlah pengunjung sebanyak 486 orang dan mengalami penurunan di tahun 2019,2020 dan 2021 menjadi 240 orang.

Namun dengan berbagai adaptasi dan strategi yang dilakukan, kini Rinanda Skincare Center mampu bertahan (*survive*) dan bangkit kembali. Salah satunya dengan melakukan pivot bisnis.

Pivot bisnis yang dijalani oleh Rinanda Skincare Center ini adalah dengan menyediakan layanan Covid Test dan perawatan pencegahan Pandemi Covid-19. Pivot

bisnis ini menjadi alternatif strategi bisnis yang efektif dalam meningkatkan sales dan sangat cocok untuk di lakukan dimasa pandemi Covid-19. Berdasarkan fenomena latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Swot Rinanda Skincare Center Dalam Mempertahankan Bisnis Di Era Pandemi Covid-19** “

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Penurunan permintaan konsumen terhadap layanan yang sudah di sediakan sebelumnya.
2. Pembatasan jam operasional dan memperketat Protokol Kesehatan yang membuat konsumen tidak nyaman akan hal tersebut.
3. Perubahan pola pikir konsumen dalam minat datang untuk melakukan perawatan kecantikan.
4. Krisis kepercayaan konsumen terhadap kesehatan dan keamanan saat melakukan perawatan kecantikan.
5. Tingkat ketergantungan konsumen terhadap teknologi seperti layanan konsultasi virtual atau penjualan online yang lebih nyaman, dari pada harus datang langsung ke klinik.
6. Penambahan biaya dan ketersediaan bahan baku.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi permasalahan di Rinanda Skin Care Center menunjukkan masih banyak permasalahan. Peneliti berfokus pada analisis alternatif untuk mengembangkan strategi Rinanda Skin Care Center untuk mempertahankan operasional selama pandemi Covid-19.

## **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bisnis yang di terapkan pada Rinanda Skincare Center berdasarkan matriks SWOT?
2. Apa kekuatan dan kelemahan pada Rinanda Skincare Center?
3. Apa peluang dan ancaman pada Rinanda Skincare Center?
4. Bagaimana strategi yang tepat untuk Rinanda Skincare Center?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pandemi covid-19 mempengaruhi bisnis Rinanda Skincare Center dari segi operasional, finansial dan pemasaran
2. Untuk mengetahui strategi yang diadopsi Rinanda Skincare Center untuk mempertahankan bisnisnya selama periode pandemi Covid-19 berdasarkan SWOT
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk Rinanda Skincare Center

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi usaha klinik kecantikan, praktisi bisnis, dan peneliti untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menjaga keberlanjutan bisnis di tengah perubahan lingkungan bisnis yang cepat,
2. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai manajemen bisnis di masa sulit,
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen strategi,
4. Bagi universitas, penelitian ini menjadi koleksi, dan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih memahami laporan ini, materi yang disajikan dalam laporan akhir ini telah dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyajian sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan konteks masalah, batasan masalah, cara mengajukan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat teori berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku beserta isinya yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa karya penelitian yang berkaitan dengan penelitian.

### **BAB III        METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini mencakup tempat dan waktu penelitian dilakukan, jenis penelitian dan sampel secara keseluruhan, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data penelitian.

### **BAB IV        HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai objek penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan dan eksplorasi berbagai fenomena penelitian.

### **BAB V        KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga ada saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang relevan untuk digunakan dalam menyusun laporan penelitian ini.