

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perawatan kulit adalah salah satu hal yang penting bagi wanita maupun pria. Salon-salon dan Klinik-klinik kecantikan pun berupaya untuk memberikan inovasi dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bersaing satu sama lainnya.

Dalam industri kecantikan, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting, jika kualitas pelayanan yang diberikan baik tentunya konsumen akan merasa puas dan cenderung akan kembali menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan. Selain itu, faktor pemasaran dan promosi adalah faktor yang sangat mendukung, karena dengan adanya promosi yang tepat orang – orang dapat mengenal produk dan jasa yang ditawarkan.

Auraku Skin Solution merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa perawatan kecantikan. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2006 di Kota Bandung. Pusat penjualan produk dan jasa Auraku Skin Solution berada di Jl. Pondok Mutiara dan Jl. Taman Mutiara Cimahi, Bandung. *Auraku Skin Solution* membuka beberapa cabang di Kota Bandung dan lainnya. Cabang-cabang *Auraku Skin Solution* yang berada di Kota Bandung yaitu di Jl. Sukabumi No.38 Bandung, Jl. Margahayu Raya, Jl. Cipaganti, dan Jl. Moh. Toha. Selain di Kota Bandung, *Auraku Skin Solution* membuka cabang di Kota Karawang dan Kota Malang.

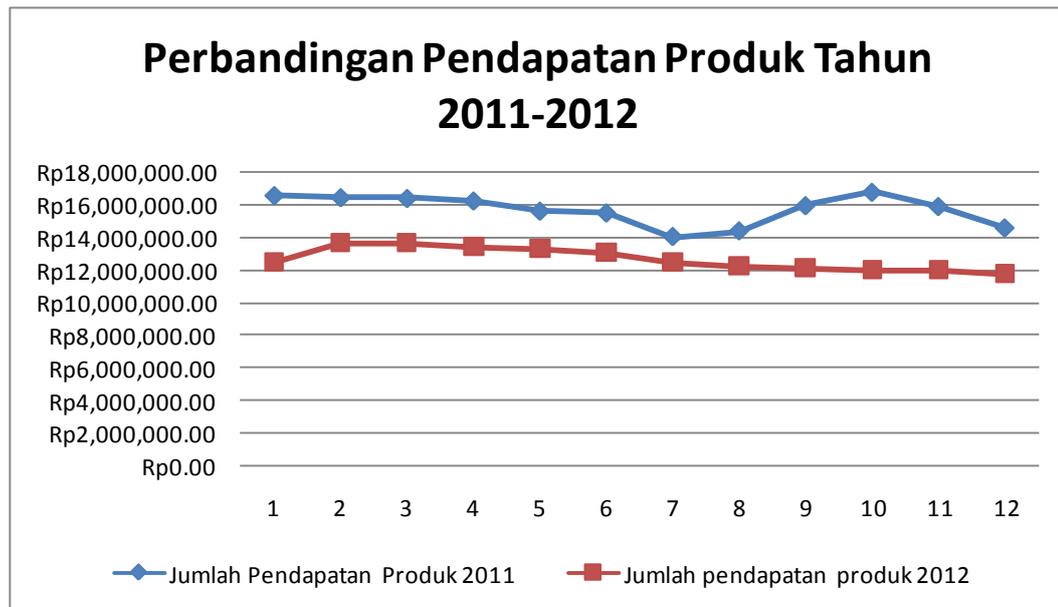
Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan di *Auraku Skin Solution* Jl. Sukabumi No.38 Bandung, terlihat masalah yang dihadapi oleh *Auraku Skin Solution* adalah terjadinya penurunan jumlah pengunjung, baik yang menggunakan jasa *facial* maupun yang membeli produk kecantikan. Menurut Bapak Deni selaku manajer pemasaran di *Auraku Skin Solution* yang menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya jumlah pengunjung yang datang dan penjualan produk kecantikan adalah karena *Auraku Skin Solution* hanya mengandalkan *word of mouth* dari pekerja maupun konsumen yang pernah

berkunjung saja. Untuk meningkatkan penjualan produk kecantikan maupun jasa, Berikut adalah data masa lalu dari klinik *Auraku Skin Solution* :

- Pendapatan Klinik *Auraku Skin Solution* berdasarkan penjualan produknya, dengan 52 jenis produk yang sama dari tahun 2011 & 2012

Tabel 1.1
Perbandingan Pendapatan Produk *Auraku Skin Solution* Cabang Jl. Sukabumi
Bandung Tahun 2011-2012

No	Bulan	Jumlah Pendapatan Produk 2011	Jumlah pendapatan produk 2012	Penurunan produk (%)
1	Januari	Rp16,628,000.00	Rp 12,499,800.00	25%
2	Februari	Rp16,497,000.00	Rp 13,713,700.00	17%
3	Maret	Rp16,444,800.00	Rp 13,695,900.00	17%
4	April	Rp16,288,700.00	Rp 13,519,800.00	17%
5	Mei	Rp15,652,400.00	Rp 13,312,800.00	15%
6	Juni	Rp15,536,400.00	Rp 13,078,600.00	16%
7	Juli	Rp14,062,800.00	Rp 12,524,700.00	11%
8	Agustus	Rp14,415,600.00	Rp 12,311,400.00	15%
9	September	Rp15,996,000.00	Rp 12,114,600.00	24%
10	Oktober	Rp16,833,000.00	Rp 12,069,400.00	28%
11	November	Rp15,941,400.00	Rp 11,990,800.00	25%
12	Desember	Rp14,602,000.00	Rp 11,793,400.00	19%
			Rata-rata	19%

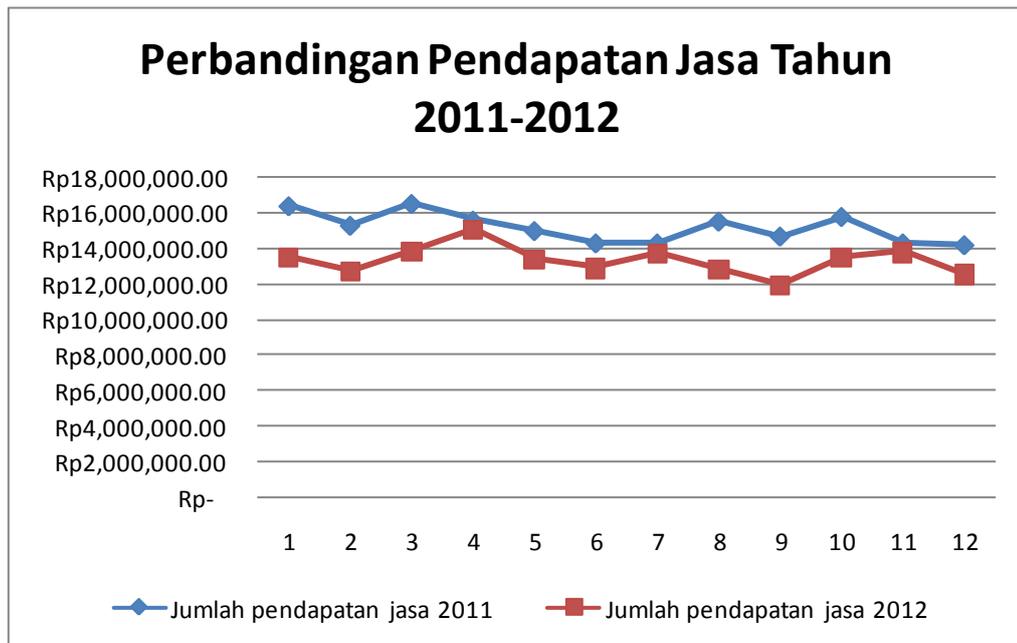


Gambar 1.1
Grafik Perbandingan Pendapatan Produk Tahun 2011-2012

- Pendapatan Klinik *Auraku Skin Solution* berdasarkan penjualan jasa

Tabel 1.2
Perbandingan Pendapatan Jasa *Auraku Skin Solution* Cabang Jl. Sukabumi
Bandung Tahun 2011-2012

No	Bulan	Jumlah pendapatan jasa 2011	Jumlah pendapatan jasa 2012	Kenaikan/penurunan jasa (%)
1	Januari	Rp 16,421,000.00	Rp 13,578,000.00	17%
2	Februari	Rp 15,315,000.00	Rp 12,785,000.00	17%
3	Maret	Rp 16,550,000.00	Rp 13,910,000.00	16%
4	April	Rp 15,605,000.00	Rp 15,095,000.00	3%
5	Mei	Rp 15,015,000.00	Rp 13,420,000.00	11%
6	Juni	Rp 14,320,000.00	Rp 12,940,000.00	10%
7	Juli	Rp 14,315,000.00	Rp 13,785,000.00	4%
8	Agustus	Rp 15,550,000.00	Rp 12,910,000.00	17%
9	September	Rp 14,705,000.00	Rp 11,995,000.00	18%
10	Oktober	Rp 15,815,000.00	Rp 13,520,000.00	15%
11	November	Rp 14,320,000.00	Rp 13,840,000.00	3%
12	Desember	Rp 14,215,000.00	Rp 12,589,000.00	11%
			Rata-rata	12%



Gambar 1.2
Grafik Perbandingan Pendapatan Jasa Tahun 2011-2012

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa faktor yang menjadi kemungkinan penyebab masalah penurunan penjualan yang terjadi terhadap produk dan jasa di *Auraku Skin Solution* :

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh *Auraku Skin Solution* sehingga banyak orang belum mengenal adanya produk dan jasa dari *Auraku Skin Solution*.
2. Banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri membuat semakin ketatnya persaingan.
3. Tidak teridentifikasinya tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa di *Auraku Skin Solution*
4. Tidak teridentifikasinya *Segmentasi, Targetting, dan positioning* terhadap produk dan jasa *Auraku Skin Solution*.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Hal-hal yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian ini adalah:

1. Pengendalian kualitas produk dan jasa.
2. Penelitian tentang produk dan jasa di cabang lainnya selain *Auraku Skin Solution* yang berlokasi di Jl.Sukabumi No.38 Bandung.

1.4 Perumusan Masalah

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah untuk produk di *Auraku Skin Solution* adalah sebagai berikut:

1. Variabel-variabel apa saja dianggap kurang puas oleh konsumen terhadap produk dan jasa di *Auraku Skin Solution*?
2. Bagaimana segmentasi, positioning, dan targeting di *Auraku Skin Solution*?
3. Variabel-variabel apa saja yang masih tertinggal antara *Auraku Skin Solution* terhadap pesaingnya?
4. Bagaimana usulan strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan untuk Klinik *Auraku Skin Solution*?

1.5 Tujuan Penelitian

Hal-hal yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui variabel-variabel apa saja dianggap kurang puas oleh konsumen terhadap produk dan jasa di *Auraku Skin Solution*.
2. Mengetahui segmentasi, *targetting*, dan *positioning* di *Auraku Skin Solution*.
3. Mengetahui variabel-variabel apa saja yang masih tertinggal antara *Auraku Skin Solution* terhadap pesaingnya.
4. Mengetahui usulan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan persaingan dan dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 STUDY PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian pengaruh konsumen dalam memilih produk dan jasa kulit dan kecantikan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flow chart* (prosedur praktikum) dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*, diantaranya menjelaskan penentuan variabel untuk kuesioner.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data, mulai dari membuat tabel data mentah, uji validitas dan reliabilitas, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, matriks IPA, uji keunggulan produk, dan penentuan target perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran promosi dan pemasaran yang berguna untuk memenangkan persaingan.