

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perawatan kecantikan telah menjadi suatu keperluan bagi semua orang yang ingin memiliki kulit yang sehat, terutama bagi wanita yang mendambakan kecantikan yang optimal. (Aryanti & Suyanto, 2019). Kehidupan sehari-hari perempuan saat ini menuntut perhatian ekstra terhadap penampilan, oleh karena itu merawat kulit menjadi hal yang sangat krusial bagi siapa pun (Hanifati & Djoko Waluyo, 2018). Merawat wajah dan kulit menjadi suatu kebutuhan penting bagi wanita generasi sekarang untuk mendukung berbagai aktivitas mereka. Karena berdasarkan kebutuhan ini, perusahaan jasa perawatan kulit dan kecantikan mulai bermunculan dengan berbagai usaha klinik yang tersebar di kota-kota besar, terutama (Alviani, 2022). Sukses ini tercermin dari lonjakan bisnis klinik kecantikan yang merambah ke Indonesia. Berdasarkan data dari detik.com, perkembangan jumlah klinik kecantikan di Surabaya dari tahun 2010 hingga 2023 mencapai puncaknya pada tahun 2022 (Rahmawatai, 2022).



Grafik 1.1 Data Pertambahan Klinik Kecantikan Wilayah Kota Surabaya 2012-2023

Sumber : Data yang diolah, 2023

Menurut tabel pertumbuhan klinik kecantikan di Surabaya dari tahun 2018 hingga 2023, terjadi peningkatan jumlah klinik kecantikan. Namun, dari tahun 2012 hingga 2020, wilayah dengan penyebaran terbanyak berada di Surabaya Timur, yang membuat persaingan semakin ketat dengan banyaknya cabang klinik kecantikan yang bermunculan. Hal ini mengakibatkan periode 2015-2017 tanpa pembangunan cabang klinik kecantikan di wilayah Surabaya Selatan.

Beberapa klinik kecantikan di Surabaya telah melakukan inovasi untuk mengembangkan bisnis mereka dengan tidak hanya menyediakan kualitas layanan dan fasilitas yang sebanding dengan klinik kelas atas, tetapi juga menawarkan harga yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah (Umah, 2017). Perusahaan klinik kecantikan menggunakan beragam strategi untuk mempertahankan daya saing mereka, tidak hanya fokus pada harga dan produk, melainkan juga pada kenyamanan fasilitas dan pelayanan yang superior guna menarik minat calon konsumen (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023).

Surabaya yang merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dan juga ibu kota provinsi Jawa Timur, menjadi rumah bagi berbagai klinik kecantikan ternama. Salah satunya adalah Klinik Larissa Aesthetic Center Darmo. (Alviani, 2022).

Larissa Aesthetic Center Darmo dikenal sebagai sebuah tempat perawatan kecantikan yang fokus pada penggunaan bahan-bahan alami seperti buah-buahan, sayuran, batang, dan akar untuk merawat kulit, wajah dan rambut, yang dikenal sebagai prinsip "*Back to Nature*". Mereka memastikan kualitas produk yang ditawarkan tetap kompetitif di pasaran dengan menjaga kualitasnya agar tetap bersaing dengan para pesaing. Pelayanan yang baik, ramah, dan profesional di Larissa Aesthetic Center Darmo merupakan fokus utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari pengalaman yang menyenangkan saat menerima perawatan seperti facial dan pijatan, serta penjelasan yang komunikatif mengenai langkah-langkah perawatan yang diberikan. Dokter-dokter di sini juga diharapkan informatif, ramah, dan santun saat menjelaskan prosedur perawatan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman dan percaya untuk berbagi keluhan mereka (Fatmawati, 2022).



Grafik 1.2 Jumlah Pelanggan Juni 2021 - November 2022 Klinik Larissa Darmo Surabaya
 Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan analisis dari tabel grafik pengunjung, terlihat bahwa Klinik Larissa mengalami peningkatan jumlah konsumen dari Juni 2021 hingga November 2022, namun ada juga bulan-bulan tertentu yang mengalami penurunan kunjungan. Selain itu, data wawancara menunjukkan adanya penurunan jumlah transaksi dalam empat tahun terakhir. Meskipun kualitas pelayanan dianggap baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti kecepatan pelayanan dan keterjangkauan harga yang masih dianggap mahal. Hal ini dapat berpotensi menciptakan persepsi negatif di kalangan masyarakat. Penelitian ini memberikan pandangan strategis bagi Klinik Larissa Aesthetic Center Darmo dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan reputasi mereka di tengah persaingan industri kecantikan yang ketat di Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi dalam membantu klinik menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif..

Tabel 1.1 Perawatan yang sering digunakan / terlaris

| Nomor | Nama Pelayanan |
|--------------|-----------------------|
| 1 | Bio Acne |
| 2 | Bio Inflamed |
| 3 | Bio Radiance |
| 4 | Micro Diamond |
| 5 | Micro Face Up |
| 6 | Ipl Acne |
| 7 | Ipl Rejuve |
| 8 | Organic |

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa perawatan terlaris yang digunakan di Klinik Larissa adalah Bio Acne, Bio Inflamed, dan Bio Radiance, diikuti dengan perawatan lainnya. Peneliti memilih beberapa layanan ini karena dinilai memiliki keunggulan yang menarik bagi konsumen. Menurut Maulana dan Lestariningsih (2022), perawatan Bio juga mendominasi penjualan di e-commerce dan menjadi yang paling banyak dibeli serta terlaris di industri kecantikan klinik.

Penelitian ini difokuskan pada analisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Darmo Surabaya menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Penelitian sebelumnya oleh Fatmawi (2022) menemukan tingkat kepuasan konsumen yang cukup baik terhadap informasi obat di klinik kecantikan di Wilayah Kabupaten Banyumas, dengan nilai CSI 0,65. Pengukuran kepuasan menggunakan skala Likert 5 determinan pada kuisioner. Analisis data menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas, terutama dalam hal ketanggapan dan empati, terutama terkait informasi obat yang diberikan secara rinci.

Di sisi lain, penelitian oleh Aliyah dan Ferdinand (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, yang kemudian berkorelasi positif signifikan dengan keterlibatan produk. Keterlibatan produk juga berkorelasi positif signifikan dengan niat pembelian ulang. Namun, pada Larissa Aesthetic

Center Darmo Surabaya, citra perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang, menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali bertransaksi di klinik tersebut, yang perlu diteliti lebih lanjut.

Meskipun persaingan di pasar klinik kecantikan semakin ketat dengan banyaknya penawaran harga terjangkau, tidak boleh diabaikan bahwa kualitas layanan tetap merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis terhadap kualitas layanan di Klinik Larissa dapat memberikan masukan yang berharga untuk peningkatan yang lebih baik. Penelitian menggunakan metode gabungan ServQual dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis hasil ServQual dan menetapkan prioritas perbaikan layanan dengan IPA. IPA menggunakan analisis kuadran untuk mengevaluasi respon pelanggan terhadap atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja. Hasil analisis kuadran memberikan panduan tentang variabel yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memperhitungkan variabel-variabel standar dalam *Service Quality* seperti *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, yang telah diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya. Namun, terdapat tambahan variabel baru, yaitu Etika (variabel f), yang dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara menyeluruh. Dalam konteks *Service Quality*, penambahan variabel Etika memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana prinsip etika dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan di klinik ini. Penelitian ini penting karena menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menetapkan prioritas perbaikan dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengevaluasi kepuasan keseluruhan konsumen. Tujuannya adalah membantu konsumen meraih kepuasan atas pelayanan yang diberikan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut produk atau jasa yang ditawarkan. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran holistik dan terstruktur tentang kualitas pelayanan klinik serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang ditulis, adapun rumusan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Atribut yang mempengaruhi kualitas layanan di Klinik Kecantikan Larissa *Aesthetic Center* Darmo yang merupakan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode ServQual dan Importance Performance Analysis?
2. Seberapa besar nilai Customer Satisfaction Indeks yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan kecantikan di Larissa *Aesthetic Center* Darmo?
3. Apakah rekomendasi yang perlu diberikan untuk memperbaiki kelemahan yang telah teridentifikasi dengan menggunakan metode ServQual dan Importance Performance Analysis?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui Atribut yang mempengaruhi kualitas layanan di Klinik Kecantikan Larissa *Aesthetic Center* Darmo yang merupakan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode ServQual dan Importance Performance Analysis
2. Mengetahui besar nilai Customer Satisfaction Indeks yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan kecantikan di Larissa *Aesthetic Center* Darmo.
3. Memeberikan rekomendasi yang perlu diberikan untuk memperbaiki kelemahan yang telah teridentifikasi dengan menggunakan metode ServQual dan Importance Performance Analysis

1.4 Manfaat Penelitian

Harapan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua elemen yang berpartisipasi dan membaca. Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berfungsi sebagai media untuk menerapkan kapabilitas teoritis dan meningkatkan wawasan kualitas layanan

Klinik Kecantikan dan kesempatan untuk lebih memahami kepentingan dan harapan pelanggan tentang kualitas layanan dan kepuasan melalui metode *ServQual* dan *Importance Performance Analysis*.

2. Bagi Klinik kecantikan
Peneliti diharapkan mampu menyediakan wawasan mengenai urgensi analisis kualitas layanan dalam dimensi *ServQual* dan *Importance Performance Analysis* guna meningkatkan mutu pelayanan.
3. Bagi Pembaca Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan informasi bagi penelitian lebih lanjut terkait dengan penelitian ini, yaitu analisis kualitas layanan dengan metode *ServQual* dan *Importance Performance Analysis*

1.5 Batasan penelitian

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini untuk tetap memfokuskan penelitian sesuai dengan tujuannya. Batasan masalah yang telah ditetapkan yaitu :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Klinik Kecantikan Larissa *Aesthetic Center* Darmo Surabaya.
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh harga dan 8 pelayanan terhadap kepuasan konsumen.