

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecantikan adalah aspek penting dalam kehidupan manusia yang telah menjadi fokus perhatian sepanjang sejarah. Dalam era modern ini, konsep kecantikan telah mengalami evolusi yang signifikan, dan semakin banyak individu yang tertarik untuk meningkatkan atau mempertahankan penampilan fisik mereka. Hal ini terbukti dengan pertumbuhan pesat industri kecantikan, termasuk layanan dan produk yang berhubungan dengan perawatan kulit, rambut, dan tubuh. Berdasarkan hasil *survey ZAP Beauty Index (2023)*, wanita Indonesia masih memprioritaskan wajah dan tubuh sebagai hal utama penting yang harus diperhatikan agar menjadi cantik. Hal ini telah terbukti saat dilakukannya *survey* perbandingan tahun ini dan tahun-tahun sebelumnya. Dari hasil *survey*, terbukti bahwa 58,5% wanita Indonesia mengartikan cantik itu memiliki wajah yang bersih dan mulus, 55,8% wanita masih memprioritaskan untuk memiliki tubuh yang sehat dan bugar agar merasa cantik, dan 51,9% wanita menganggap bahwa memiliki kulit cerah dan *glowing* merupakan salah satu kunci penting agar tetap terlihat cantik. *Survey* tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesadaran diri masyarakat akan *treatment* kecantikan dalam menjaga dan melakukan perawatan diri agar memiliki wajah yang bersih dan mulus semakin meningkat [1].

Treatment kecantikan menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dalam industri kecantikan. Berbagai jenis *treatment*, seperti perawatan wajah, perawatan rambut, perawatan tubuh, dan prosedur kosmetik, semakin banyak ditawarkan oleh berbagai klinik kecantikan dan ahli kecantikan. Perawatan kecantikan ini menjanjikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan penampilan fisik dan dapat memberikan kepuasan yang besar bagi para konsumennya. Adapun hasil *survey* yang dilakukan *ZAP Beauty Index (2023)* dari ±9.101 responden dengan kriteria usia 12 – 66 tahun, dengan berbagai domisili di Indonesia, seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Banten, Sumatra Utara, Kalimantan Timur, DI Yogyakarta, Bali, Sulawesi Selatan, NTT, NTB, Maluku, hingga Papua, menyatakan bahwa 36.2% wanita Indonesia menganggap kegiatan *treatment* di klinik kecantikan lebih menarik dibandingkan berbelanja pakaian, sepatu, ataupun tas. Ternyata, jika hanya ada 1 kegiatan terkait kecantikan yang dapat dilakukan oleh wanita Indonesia, sebagian besar dari mereka akan memprioritaskan untuk *treatment* di klinik kecantikan. Sementara belanja *skincare* (19,6%), belanja pakaian, sepatu, atau tas (18,3%) berada di urutan kedua dan ketiga [1].

Ketika membahas sesuatu tentang klinik kecantikan, saat ini sudah begitu banyak tempat menarik yang menawarkan berbagai opsi perawatan. Banyak penawaran perawatan kecantikan mulai dari wajah hingga bagian tubuh lainnya sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Berbagai klinik kecantikan menawarkan perawatan khusus yang memberikan pelayanan *treatment* sesuai dengan keahlian di bidang masing-masing klinik itu sendiri. Hal ini membuat para pelanggan mengalami beberapa kesulitan, seperti kesulitan dalam memilih klinik yang memiliki jenis *treatment* dengan paket lengkap, terlebih lagi klinik tersebut tidak memiliki sistem *pre-booking* jauh hari sebelumnya sehingga pelanggan tidak mendapatkan *slot* kosong saat ingin melakukan *treatment*. Jarang pula terdapat layanan *after sales* dari pihak klinik kecantikan kepada pelanggan yang telah melakukan *treatment*. Hal ini berdampak negatif bagi pelanggan yang mendapatkan permasalahan setelah melakukan *treatment* karena tidak adanya *guarantee* yang diberikan. Permasalahan tersebut bisa saja muncul akibat kurangnya edukasi ataupun penggunaan produk *skincare* berlebihan tanpa anjuran dari dokter kecantikan. Disamping itu, para pelaku usaha klinik kecantikan juga sulit mengatur jadwal *treatment* calon pelanggan baru karena mereka hanya mengandalkan sosial media sebagai alat untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan baru seperti melakukan *booking online* melalui pesan teks tanpa menggunakan aplikasi atau *start-up* khusus sebagai solusi dalam mengelola permasalahan tersebut. Sistem tersebut kurang efisien diterapkan dalam jangka waktu yang lama karena memiliki keterbatasan dalam mengelola dan menyesuaikan antara jadwal dokter dengan jadwal *treatment* pelanggan yang bisa saja terus berubah. Dengan permintaan pelanggan yang terus berubah-ubah dan kompetitif, organisasi perlu untuk meningkatkan transformasi digital menggunakan *start-up*. Strategi inovatif pengembangan *start-up* dapat membantu segala aktivitas proses bisnis yang lebih terorganisir dalam satu kali klik guna meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang lebih efisien. Saat ini *start-up* hadir di hampir semua industri, mulai dari transportasi, bidang kesehatan, kuliner, pendidikan, begitu juga di industri kecantikan. Oleh sebab itu, *start-up* kini telah menjadi kebutuhan dan tren masa kini dalam mengembangkan usaha yang lebih kompetitif. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk memberikan solusi untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan *treatment* kecantikan. Penulis mengambil topik tugas akhir dengan judul **“Perencanaan Bisnis Start-up Layanan Treatment Kecantikan “Miracle Aesthetic Clinic”**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat permasalahan yang terjadi dan merupakan pokok dari ketertarikan penulis untuk mengembangkan ide *start-up*, yaitu sebagai berikut:

1. Secara umum, klinik kecantikan yang kini tersedia hanya menawarkan layanan *treatment* tertentu dan tidak lengkap seperti klinik khusus *facial* wajah, *manicure pedicure*, dan lain sebagainya atau tidak *full package*. Sedangkan mungkin saja pelanggan memiliki beberapa permasalahan seperti di wajah dan rambut sehingga memberikan keterbatasan pelanggan melakukan beberapa jenis *treatment* dalam waktu yang sama di klinik kecantikan yang sama.
2. Pelanggan kesulitan dalam menemukan klinik kecantikan dengan sistem *pre-booking* sehingga terlewatkan *slot* kosong yang tersedia, dan pelanggan sulit mendapatkan perawatan yang dilakukan secara praktis dan efisien sekaligus.
3. Pelanggan kurang memahami solusi permasalahan yang harus diatasi terkait dengan permasalahan kecantikan seperti wajah dan kulit, serta pelanggan sulit mendapatkan serangkaian produk *skincare* yang sesuai dengan anjuran dokter atas permasalahan kulit yang terjadi.
4. Kebanyakan klinik kecantikan tidak memberikan layanan konsultasi *after sales* setelah melakukan *treatment* sehingga mereka harus mengeluarkan uang untuk melakukan *treatment* kembali apabila mengalami permasalahan.
5. Para pelaku usaha bisnis kecantikan juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan calon pelanggan baru dan mengatur jadwal *treatment* calon pelanggan baru, terlebih lagi jika dilakukan *reschedule* atau perubahan jadwal *treatment* karena media yang digunakan masih sederhana berbasis offline.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah membuat perencanaan bisnis *start-up* untuk layanan *treatment* kecantikan berbasis *mobile* dalam memudahkan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan *treatment* dengan mudah kapan pun dan dimana pun.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah perencanaan bisnis yang dibuat dapat dijadikan sebagai panduan awal dalam pengembangan *start-up* “Miracle Aesthetic Clinic” antara lain:

1. Pelanggan dapat menemukan klinik kecantikan profesional yang memiliki beragam layanan *treatment* sehingga dapat melakukan *treatment* sekaligus dalam klinik yang sama.
2. Pelanggan dapat melakukan *treatment* sesuai jadwal yang diinginkan di klinik kecantikan dengan lebih mudah melalui sistem *booking online* dan *pre-booking online* jauh hari tanpa harus secara langsung datang ke klinik.
3. Pelanggan mendapatkan edukasi seputar *treatment* dari sumber yang terpercaya sesuai kebutuhan yang dimiliki oleh pelanggan dengan anjuran dokter ahli melalui konsultasi *online*, artikel, dan video yang terdapat dalam aplikasi.
4. Pelanggan mendapatkan layanan *treatment* dengan harga terjangkau dengan kualitas terbaik yang dilengkapi dengan layanan konsultasi *after sales* apabila mengalami permasalahan setelah selesai melakukan *treatment* di klinik kecantikan.
5. Memudahkan pelaku usaha bisnis kecantikan dalam mendapatkan segmentasi pasar pelanggan baru dan praktis dalam mengelola jadwal *treatment* pelanggan yang melakukan perubahan jadwal hanya dengan menggunakan aplikasi berbasis *mobile*. *Start-up* “Miracle Aesthetic Clinic” dapat pula bekerja sama dengan banyak mitra klinik kecantikan dengan menghubungkan satu aplikasi *mobile* yang memiliki beragam pilihan lokasi klinik kecantikan guna memperluas cabang dan segmentasi pasar pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini akan mengusulkan sebuah rencana bisnis yang terkait dengan bidang usaha *treatment* kecantikan dengan layanan berbasis *mobile* dengan beberapa fitur utama antara lain:

1. Dalam perencanaan bisnis *start-up* “Miracle Aesthetic Clinic”, terdapat 3 entitas yaitu pelanggan, dokter kecantikan, dan *admin*.
2. “Miracle Aesthetic Clinic” lebih berfokus pada penyediaan berbagai layanan *treatment* kecantikan dari wajah hingga ke perawatan kuku. Ada pula beberapa fitur unggulan bagi pelanggan seperti fitur pendaftaran, reservasi (*booking/pre-booking*) dan konsultasi *online*, fitur *member rewards* berupa poin yang dapat ditukarkan menjadi hadiah, fitur *Skin Detector* untuk mengetahui kesehatan kulit pada wajah, fitur *glow education* yang memberikan edukasi perawatan dari dokter ahli kecantikan, serta fitur *glow store* untuk membeli produk kecantikan.

3. Dokter atau ahli kecantikan dapat mengakses fitur “*Jadwal Treatment*” untuk memudahkan dokter dalam mengelola jumlah pasien yang akan diterima setiap harinya. Dokter dapat pula melakukan perubahan jadwal *treatment* pasien apabila sedang berhalangan untuk datang ke klinik. Akun dokter atau ahli kecantikan tidak dapat melakukan registrasi secara manual agar meminimalisir pelanggaran otorisasi hak akses secara publik sehingga akun dokter atau ahli kecantikan hanya dapat dibuat oleh *admin* pada klinik bersangkutan.
4. *Main Admin* selaku pelaku bisnis dapat mengakses keseluruhan fitur yang terdapat pada entitas pelanggan dan dokter. Terdapat pula fitur khusus yaitu “*Reports*” yang mencakup seluruh laporan penjualan, jumlah pengunjung setiap harinya, jenis *treatment* yang paling banyak terjual, dan promo yang digunakan oleh pelanggan. *Main admin* dapat pula menambah pengguna *admin* baru dengan batasan otorisasi hak akses seperti *admin* khusus pengelolaan layanan *treatment* kecantikan, pengelolaan produk, *marketing*, dan lain sebagainya.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL