

STRATEGI PEMASARAN KLINIK WCB SKINCARE DAN SPA BENGKULU

Dyah Parmitha Pertiwi¹, Khairul bahr²Randi³

Kristi Indiramani⁴, Rini Oktavia⁵ Yusan Feri⁶

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email: Dyhpertiwi055@gmail.com

ABSTRACT

The research with the title WCB Skincare and SPA Clinic Marketing Strategy in Bengkulu Province has the aim of knowing the marketing strategy carried out by the WCB Skincare and SPA clinics in order to maintain their existence in the face of business competition in Bengkulu City. The research uses a qualitative approach with, then the researcher uses interviews, observations and resource persons. The timing of this study starts from November 2022. The results of this study are that WCB Skincare and SPA clinics use marketing strategies by utilizing promotional mix, advertising, brand image, consumer behavior, and consumer motivation. Then the marketing price can also interest buyers and correspond to the quality possessed by the product.

Keywords : Strategy, Marketing, WCB skincare and SPA

PENDAHULUAN

Menurut Sulistyorini (2021) Perawatan kulit wajah adalah metode atau proses perawatan untuk memelihara kesehatan kulit dan mencegah maupun mengatasi berbagai masalah kulit wajah. Prosedur ini dapat dilakukan secara rutin, baik di rumah maupun di klinik estetika atau rumah sakit. Memiliki kulit yang sehat adalah hasil dari kombinasi genetika, perawatan kulit yang baik, dan kebiasaan diet yang sehat. Namun, memilih perawatan yang tepat adalah bagian terpenting dari kulit yang bersih dan sehat. (S.Pd, 2019)

Sesuai dengan perkembangan zaman, saat ini telah bermunculan perusahaan yang menyediakan produk-produk kecantikan dalam menjaga kesehatan kulit dan wajah. Salah satu produk yang memiliki minat yang tinggi yaitu MS Glow. MS Glow adalah produk skincare dan body care yang berdiri sejak tahun 2013 dan sudah bersertifikasi BPOM. Namanya sendiri merupakan singkatan serta motto dari perusahaan kecantikan ini yaitu, Magic for Skin. MS Glow menyediakan beberapa produk kecantikan yang sesuai dengan beberapa jenis kulit, yaitu kulit berminyak, kulit kering serta kulit berfleak hitam. (*Katalog Harga Produk Ms Glow - Promo Kosmetik dan Skin Care Terbaru*, n.d.)

MS Glow memiliki minat beli yang tinggi karena memiliki kualitas yang bagus dalam pemakaiannya serta tergolong aman. Minat beli (buying interest) konsumen merupakan segala sesuatu yang berkaitan tentang rencana konsumen dalam melakukan pembelian pada suatu produk tertentu, dan berapakah jumlah unit produk yang diperlukannya dalam suatu periode tertentu. Ketika berencana untuk membeli suatu produk, seringkali konsumen mengalami kebingungan untuk memilih merek mana yang akan dibeli. Konsumen akan menimbang-nimbang manakah merek yang paling unggul, paling worth it, dan paling sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen lalu mengkomunikasikan produknya kepada konsumen.

WCB Skincare dan SPA adalah bidang usaha kegiatan yang bergerak dalam bidang kecantikan dan perawatan. WCB Skincare dan SPA ini menawarkan pemasaran produk skincare MS Glow dan perawatan kulit. WCB skincare dan SPA yang dimiliki oleh Wulan ini

memiliki peluang yang tinggi serta hasil penjualan dengan omset yang tinggi. Melalui strategi yang tepat.

METODE

Metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam upaya menemukan data demi goal dan kegunaan tertentu. Secara umum, jenis metodologi penelitian, yaitu metode kualitatif, metode survei, metode ekspos facto, dan metode deskriptif (Ismayani, n.d.). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan cara menafsirkan fenomena yang terjadi. Penelitian kualitatif melakukan cara analisis datanya yang dilakukan secara induktif. Penelitian kualitatif tidak mencari data fakta tetapi mencari data kelengkapan (Setiawan, 2018)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun tetap berada pada pedoman yang sudah dibuat. Dalam kegiatan praktek magang ini mahasiswa melakukan wawancara secara langsung kepada owner dan karyawan klinik kecantikan WCB Skincare dan SPA mengenai hal-hal yang bersangkutan dalam sejarah berdirinya usaha, struktur organisasi serta hal-hal yang bersangkutan lainnya (Edi, n.d.)

Teknik observasi merupakan metode yang akurat dalam mengumpulkan data. Tujuannya adalah mencari informasi tentang kegiatan yang berlangsung kemudian dijadikan objek kajian penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi atau pengamatan secara langsung di Klinik kecantikan WCB Skincare dan SPA. (Semiawan, n.d.)

Dengan teknik dokumentasi peneliti memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambaran yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data mengenai Klinik WCB Skincare dan SPA dengan mengambil data dari buku, arsip, dokumen serta foto. (Djaali, 2021)

Berdasarkan sumber informasi hasil wawancara tentang bagaimana strategi yang dikembangkan mulai dari strategi produk berasal dari hasil wawancara dengan 1 owner, 2 karyawan, kemudian penilaian produk dari lebih kurang 6 konsumen WCB Skincare dan SPA. Selanjutnya analisis dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum WCB Skincare dan SPA

WCB Skincare dan SPA adalah kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang jasa kecantikan dan juga perawatan. Klinik kecantikan ini memasarkan produk skincare dari brand MS Glow. WCB Skincare dan SPA di Kota Bengkulu berdiri sejak tahun 2020.

Kegiatan usaha ini didirikan oleh Wulan di kota Bengkulu. Awal mulanya owner dari WCB Skincare dan SPA ini hanya berjualan pakaian di pinggir pantai panjang dan membuka butik di rumah yang menjadi awal perjalanan dari proses berdirinya WCB Skincare dan SPA. Klinik kecantikan WCB Skincare dan SPA ini sudah banyak menerima penghargaan dari hasil penjualannya.

Pada tahun 2021 owner klinik WCB Skincare dan SPA ini melaksanakan MS Glow Gathering by WCB Skincare di Mercure hotel Kota Bengkulu dan bertemu dengan Maharani Kemala selaku Founder MS Glow. Semakin lama produk MS Glow ini memiliki peminat yang semakin tinggi sehingga proses penjualan dari produk ini sangat menguntungkan dengan kualitas produk yang tinggi.

Pada tahun 2022 owner WCB Skincare dan SPA ini dapat melangsungkan ibadah Umroh dengan ibunya dari hasil omset penjualan MS Glow. Pada awalnya owner WCB Skincare ini hanya melakukan pemasaran produk MS Glow saja namun sekarang juga mengembangkan tambahan usaha berupa perawatan SPA.

2. Strategi Pemasaran

Agar bisnis dapat mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan agar terjual atau dipakai oleh banyak orang. Lalu, bagaimana caranya suatu produk atau jasa dapat digunakan oleh orang banyak? Tentunya WCB Skincare and SPA melakukan pemasaran dengan beberapa strategi yang ada.

WCB Skincare dan SPA memiliki strategi pemasaran sebagai berikut :

a. Produk

Menurut hasil wawancara dengan mbak siska, MS Glow menciptakan sebuah produk skincare harus memperhatikan dari kualitas produk dan bahan yang halal, dikarenakan pemasaran produk MS Glow dipasarkan pada negara yang mayoritas beragama muslim sehingga produk MS Glow harus memperhatikan sebuah aspek kehalalan pasar produk skincare yang di produksi.

Kualitas produk yang diciptakan oleh klinik wcb skincare and spa harus memperhatikan bahan-bahan yang didapatkan untuk dijadikan sebuah produk skincare pada produk MS Glow Bahan-bahan yang dipilih untuk membuat sebuah produk skincare yang berbahan nomer 1 dengan kualitas bagus dan harga murah dengan tujuan untuk bisa bersaing dipasar dan diminati oleh masyarakat karena berbahan halal.

Oleh karena itu dalam strateginya produk MS glow menggunakan strategi yaitu dengan membuat produk semenarik mungkin agar diminati oleh pembeli .selain itu owner juga memberikan penawaran-penawaran produk paket komplit seperti paket whitening, paket acne, paket ultimate dan paket luminous. Maka dari itu dengan kelengkapan produknya owner yakin bahwa itu akan menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang dijual dan bisa membuat pelanggan tetap setia pada produk dari WCB Skincare dan SPA.

Indikator-indikator WCB skincare dan Spa :

1. Penampilan : Berdasarkan observasi di WCB Skincare penampilan dari produk menarik untuk dilihat, bagus dengan berbagai varian, dan kemasan yang rapi dan bersih.
2. Kemudahan Penggunaan : Penggunaan yang mudah dipelajari, interaksi yang jelas dan mudah dipahami, mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.
3. Daya Tahan : Produk tidak mudah rusak, produk memiliki ketahanan yang relatif lama, terdapat informasi kadaluarsa.
4. Keragaman Produk : Sangat bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan

b. Harga

Harga merupakan satu hal yang paling penting dalam menjalankan usaha dimana itu point terpenting bagi pelanggan untuk membeli produk yang sesuai dengan isi kantong mereka. Oleh karena itu dalam strategi harga di WCB Skincare dan SPA owner sangat memikirkan hal itu yaitu dengan menggunakan harga yang bisa terjangkau oleh masyarakat. Dalam harga contohnya yaitu dalam satu paket owner memberikan harga Rp. 300.00,00 untuk 1 paketan yang berisikan Cream siang, cream malam, sabun cuci muka dan toner .akan tetapi juga bisa membeli dengan satuan. Selain itu owner juga memberikan diskon harga dengan pelanggan membeli 2 paket harga dengan potongan diskon. Tentu saja harga yang diberikan sebanding dengan kualitas produk .terbukti dengan testimoni-testimoni dari pelanggan WCB Skincare dan SPA

Menurut mbak wulan owner WCB Skincare dalam strategi pemasaran pada produk skincare MS glow harga memang hal yang berpengaruh pada loyalitas konsumen akan bertahan di tingkat harga produk tertentu dan masih terbilang murah sehingga terjangkau bagi semua kalangan di WCB Skincare untuk pola pembelian sendiri tidak bisa tetap, sehingga ada kalanya ramai ada kalanya sepi tidak seperti di pasar ramai pada saat akhir pekan atau awal bulan namun untuk di kota Bengkulu tidak menentu. Oleh karena itu owner sebisa mungkin harus bisa mempertahankan penghasilan bisa dengan diskon harga.

Indikator-indikator :

1. Keterjangkauan Harga : Harga yang diberikan WCB Skincare terhadap produk Ms Glow sudah terjangkau karena terdapat berbagai pilihan harga dan sesuai dengan kuantitas produk yang diinginkan konsumen.
2. Daya Saing Harga : Harga yang diberikan WCB Skincare sudah mempunyai daya saing harga yang sesuai dan teruji lebih murah dari produk lain dan kualitas tidak diragukan lagi. Jadi, WCB Skincare bisa bersaing dengan harga yang bersahabat.

c. Lokasi

Lokasi merupakan hal terpenting dalam menjalankan bisnis sebelum memulai pasti sudah dipertimbangkan lokasi yang strategis. Oleh karena itu dalam strategi Lokasi owner di WCB Skincare dan SPA tentu sangat memikirkan lokasi yang mudah dicari oleh konsumen dan yang dekat dengan jangkauan pelanggannya di WCB Skincare dan SPA itu sendiri memiliki lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. owner wcb skincare dan spa tentu saja mencari dan menentukan tempat usaha yang strategis karena makin strategis tempat usahanya maka semakin besar juga peluang keuntungan yang akan owner dapatkan.

Lokasi WCB Skincare dan SPA Bengkulu sendiri hanya memiliki satu buah klinik dan tidak membuka cabang di tempat lain. Sedangkan untuk penjualan bisa dilakukan secara online dan offline. Dengan jarak lokasi yang dekat tentu akan menghemat waktu, tenaga dan juga biaya untuk perjalanan ke WCB Skincare. Hal ini membantu konsumen yang keterbatasan kendaraan.

Indikator-indikator :

1. Akses dan Visibilitas : Mudah dijangkau, dekat dengan jalan, mudah dilihat dan mudah ditemukan karena di pusat keramaian kota.
2. Tempat Parkir : Owner WCB Skincare bisa lebih untuk meluaskan lahan parkir karena para konsumen yang datang tidak sebanding dengan jumlah kendaraan yang terparkir.

d. Promosi

Promosi tentu menjadi hal yang penting untuk memaksimalkan penghasilan apalagi di era teknologi yang semakin maju. Oleh karena itu dalam strategi promosi WCB Skincare dan SPA. owner menggunakan media sosial sebagai salah satu wadah untuk mempromosikan produknya seperti Instagram, WhatsApp, Tik Tok, Facebook dan media lainnya. Selain itu juga masih melakukan promosi melalui mulut ke mulut dalam melakukan promosi WCB Skincare dan SPA menggunakan sistem promo-promo seperti diskon harga, memberikan hadiah-hadiah dan lain-lainnya, dan itu selalu diterapkan di WCB Skincare dan SPA untuk tetap mempertahankan pelanggan setia bahkan untuk menarik pelanggan baru agar minat dengan produk MS GLOW.

Selain itu Iklan juga merupakan salah satu strategi promosi yg digunakan oleh owner WCB Skincare dan SPA untuk mengarahkan atau mempengaruhi pemikiran orang lainnya dengan tujuan untuk menarik pelanggannya yaitu dengan membuat papan iklan dan banner iklan di beberapa tempat untuk menarik perhatian masyarakat yang di jalan.

Indikator-indikator :

1. Promosi Iklan : Iklan yang diberikan owner Wcb Skincare menarik minat beli konsumen, tayangan iklan yang dapat menarik calon pembeli Wcb Skincare, dan memiliki daya tarik baik bagi pelanggan Wcb Skincare.
2. Potongan Harga : Wcb Skincare memberikan diskon kepada pelanggan, owner sering memberikan hadiah ke pelanggan setia Wcb Skincare

e. Karyawan

Dalam menjalankan usaha karyawan mempunyai peran yang sangat penting bukan hanya melayani tetapi juga harus bisa membuat konsumen nyaman dan juga harus bisa kerja sama satu sama lain untuk menarik minat konsumen .

Dalam hal ini Karyawan yang biasa menjaga stand wcb skincare cukup mampu menarik minat konsumen untuk membeli dan berkonsultasi. Karyawan yang ramah terhadap konsumen dengan menghampiri konsumen yang datang ke klinik atau pameran untuk

melihat produk yang dijual, selain itu karyawan juga bisa membuat suasana nyaman sehingga pelanggan yang datang tidak merasa bosan. seperti dalam melayani konsumennya hal kecil seperti menyapa konsumen dengan baik dan murah senyum sudah membuat konsumen nyaman dan bisa menjelaskan fungsi dari produk MS glow secara detail yang mengakibatkan konsumen tertarik membeli skincare produk MS glow.

Dengan produk yang menarik, promosi yang baik, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, karyawan yang bekerja dengan baik sehingga membuat WCB Skincare and SPA lebih bisa mengembangkan usahanya karena dengan strategi-strategi tersebut adalah hal yang sangat penting direncanakan dan dilakukan untuk mempermudah jalannya usaha. karena owner tidak hanya memikirkan untuk jangka pendek tetapi untuk jangka panjang usahanya. Strategi-strategi tersebut sudah mulai diterapkan oleh owner dari awal dibukanya usaha. Dengan strategi tersebut bisa diyakini produk MS GLOW bisa berkembang dengan baik.

Dilihat dari hasil penelitian dan observasi yang sudah dilaksanakan bisa dikatakan bahwa klinik kecantikan WCB Skincare dan SPA adalah salah satu bidang usaha yang pemasarannya sudah baik. dengan melakukan strategi-strategi pemasaran pada produk MS Glow kepada para konsumen yang menginginkan kulit yang sehat dan glowing. Hasil penjualan MS Glow dan perawatan pada klinik WCB Skincare dan SPA memiliki omset yang besar dan sudah terbukti dalam pencapaian owner sampai sekarang yang sudah mampu berangkat umroh, membeli rumah, membeli mobil serta omset lainnya. Begitupun bagi karyawan nya dengan pencapaian yang tinggi maka pendapatan mereka juga bisa meningkat. Dari hasil observasi ini memberikan dorongan semangat kepada mahasiswa yang melakukan praktik magang ini dalam membangun sebuah usaha yang konsisten yaitu dengan mempunyai tekad yang kuat dengan perencanaan-perencanaan yang harus dikonsepskan dan strategi pemasaran yang maksimal.

KESIMPULAN

WCB Skincare dan SPA adalah kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang jasa kecantikan dan juga perawatan. Klinik kecantikan ini memasarkan produk skincare dari brand MS Glow. WCB Skincare dan SPA di Kota Bengkulu berdiri sejak tahun 2020. Berdasarkan hasil penelitian klinik WCB skincare dan SPA menggunakan strategi marketing 4P yaitu Product, Price, Place dan Promotion dalam meningkatkan penjualan. Dimana strategi tersebut memberikan pengaruh yang signifikan yaitu memiliki produk yang bervariasi dan lengkap, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan promosi yang sangat membantu *customer* untuk lebih mengenal produk WCB skincare dan SPA.

Dari lokasi mungkin owner bisa diperhatikan lagi karena lokasi WCB skincare dan SPA sedikit tertutup dengan rumah warga, owner bisa lebih meluaskan lokasinya sedikit kedepan. Selain itu yang perlu diperhatikan memperluas lahan parkir karena itu merupakan faktor yang cukup penting agar dapat membuat para konsumen nyaman karena dilihat dari para konsumen yang datang tidak sebanding dengan jumlah kendaraan yang diparkir.

Saran lain yaitu owner harus tetap menjaga kualitas produk untuk tetap konsisten dalam melakukan strategi pemasaran agar tetap dapat meningkatkan daya minat para pembeli. Selain itu juga diharapkan owner bisa dapat menjaga kualitas pelayanan dan kepercayaan para customer karena pesaing dari penjualan produk ini sangat tinggi. Owner juga dapat meningkatkan cara pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
Edi, F. R. S. (N.D.). *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Penerbit Leutikaprio.
Fandy Tjiptono, 2000, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta.
Ismayani, A. (N.D.). *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press.
Kotler, Philip (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey* : Prentice Hall

- Katalog Harga Produk Ms Glow—Promo Kosmetik Dan Skin Care Terbaru.* (N.D.). Iprice.Co.Id. Retrieved December 24, 2022, From <https://Iprice.Co.Id/Ms-Glow/>
- M.Si, D. H. M. Y. S., S. E., & M.Si, D. M. S., S. E. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts And Strategies.* Sah Media.
- Semiawan, P. D. C. R. (N.D.). *Metode Penelitian Kualitatif.* Grasindo.
- Setiawan, A. A., Johan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Cv Jejak (Jejak Publisher).
- Sherly, S., Halim, F., Butarbutar, M., Sn, A., Sisca, S., Purba, B., Ferinia, R., Dewi, I. K., Hasyim, H., Sudarso, A., & Purba, E. (2020). *Pemasaran Internasional.* Yayasan Kita Menulis.
- S.Pd, W. (2019). *Perawatan Kecantikan Kulit.* Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyorini, D. E. W., & Susilowati, A. (2021). *Perawatan Wajah, Badan (Body Massage), Dan Waxing Smk/Mak Kelas Xii: Bidang Keahlian Pariwisata, Program Keahlian Tata Kecantikan, Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan Kulit Dan Rambut.* Penerbit Andi.
- Zarkasi, A. (N.D.). *Pengaruh Iklan, Brand Image, Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Merek Ms Glow Di Ms Glow Dupak Surabaya.*