

## RINGKASAN

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KLINIK AESTHETIC X SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT

**Anik Murdia Ningsih**

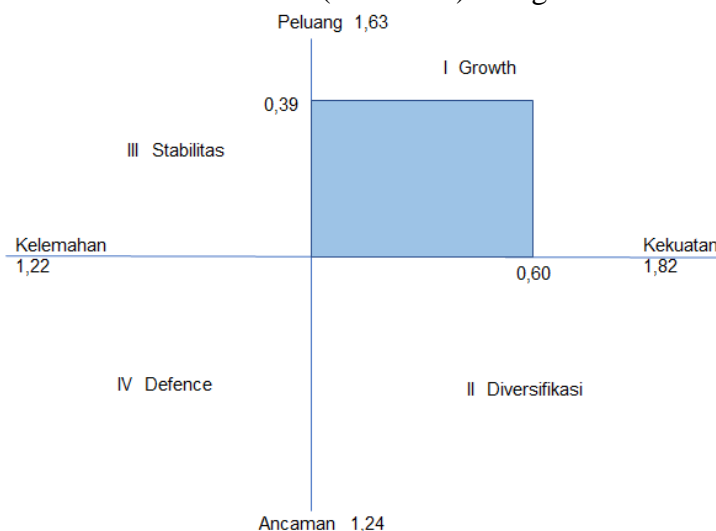
Bisnis kecantikan sekarang menjadi bisnis yang tidak dapat ditinggalkan oleh wanita. Persaingan bisnis penyedia jasa klinik kecantikan tidak hanya menyediakan fasilitas tetapi menjalankan strategi pemasaran untuk mengalokasikan sumber dayanya sehingga dapat dicapai penjualan yang maksimal. Dengan adanya persaingan yang ketat dan berat ini maka perusahaan harus mampu mengantisipasi berbagai ancaman dari para pesaing, berusaha memperbaiki kelemahan-kelemahan dalam perusahaan dan memanfaatkan peluang-peluang dengan kekuatan-kekuatan yang ada.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam melakukan persaingan. Hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, memanfaatkan setiap peluang yang ada serta menghindari atau meminimalkan resiko yang akan dihadapi sehingga didapat strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri pada persaingan berlangsung.

Posisi pemasaran yang menguntungkan ini dapat dilakukan melalui pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Melalui analisis SWOT inilah dapat terbentuk pemasaran yang baik.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran klinik Aesthetic X Surabaya dengan menggunakan metode SWOT. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan metode kuantitatif dengan rancangan *cross-sectional* dengan pengambilan data berupa survei kuesioner.

Hasil *Internal External Matrix* (IE Matrix) sebagai berikut :



Analisis *Internal External Matrix* (IE Matrix) yang telah dilakukan memperlihatkan selisih antara faktor internal antara kekuatan yang dan kelemahan yang dimiliki Klinik Aesthetic X Surabaya sebesar 0,60 dan selisih faktor eksternal antara peluang dengan faktor ancamannya sebesar 0,39 berada di kuadran 1 yang menunjukkan bahwa perusahaan masih tergolong perusahaan yang berkembang (*Growth*) dengan demikian strategi yang harus diperhatikan adalah strategi *Grow & Build* (tumbuh dan berkembang). Kondisi ini mencerminkan bahwa Klinik Aesthetic X Surabaya berada pada jalur yang tepat.

Berdasarkan empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh diatas, strategi yang paling tepat digunakan oleh Klinik Aesthetic X Surabaya sehingga dapat menjadi pilihan utama konsumen dalam produk perawatan kulit adalah perumusan strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan *strength* untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan yaitu: 1) mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya dan meningkatkan citra positif Klinik Aesthetic X Surabaya, 2) mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas agar dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, 3) memperdalam jalinan dengan mitra guna menciptakan hubungan yang baik, 4) Mengembangkan produk-produk perawatan yang teruji sesuai dengan iklim di Indonesia guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kulit

Kesimpulan yang didapat hasil analisis SWOT Klinik Aesthetic X Surabaya memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan sehingga dapat meminimalisir atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi di atas rata-rata kemampuan Klinik Aesthetic X Surabaya dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat.

Saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan Klinik Aesthetic X Surabaya selalu meningkatkan pertumbuhan dan pengembangannya, melalui peningkatan kualitas produk guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh konsumen dan membuat diferensiasi produk. Adanya pengembangan produk baru akan menimbulkan ketertarikan konsumen pada inovasi produk tersebut. Terus meningkatkan kegiatan promosi semenarik mungkin dari promosi harga maupun membuat iklan guna membuat konsumen tertarik pada produk perusahaan yang akan meningkatkan volume penjualan. Diharapkan Klinik Aesthetic X Surabaya ini harus selalu berkonsentrasi untuk memperluas atau meningkatkan segmentasi pasar agar laba yang didapat meningkat.