

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tampil cantik merupakan dambaan bagi semua kalangan masyarakat, terutama kalangan wanita yang ingin terlihat cantik dalam setiap kesempatan. Di Indonesia perkembangan dalam dunia kecantikan sangat melesat cepat, didukung dengan adanya *trend* yang mengikuti negara maju. Tata rias atau dapat disebut juga dengan *make up* ialah *trend* dalam berpenampilan yang menarik untuk kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat, tidak hanya kalangan muda bahkan semua golongan usia, *gender* dan status sosial. Menurut Priyanto (2004) dalam Noviana dan Teni (2015), *make up* adalah seni yang digunakan bersama bahan-bahan *make up* untuk merubah bentuk wajah seseorang menjadi lebih artistik. Sedangkan menurut Kusantati (2008) dalam Noviana dan Teni (2015), merias wajah untuk setiap hari bisa digunakan setiap pagi dan malam hari. Jadi merias wajah dengan teknik yang tepat seperti warna yang cocok akan membuat hasil riasan seseorang sesuai dengan kepribadiannya.

Tidak semua kalangan masyarakat pandai dalam merias wajah atau *make up*. Dalam hal ini jasa merias wajah sangat dibutuhkan, sebagian masyarakat pun melihat peluang bisnis yaitu menjadi *make up artist*. *Make up artist* (MUA) adalah profesi yang bergerak dalam bidang kewirausahaan pada jasa tata rias wajah. Kebutuhan yang tinggi dalam jasa *make up artist* dapat dijadikan sebagai peluang bisnis bagi kalangan masyarakat, mulai dari wanita maupun pria. Pekerjaan *make up artist* harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, mulai dari hasil *make up*, harga yang lebih terjangkau, dan kosmetik yang berkualitas baik. Agar masyarakat dapat puas akan pelayanan jasa

yang diberikan dan memiliki loyalitas serta bisnis *make upartist* ini dapat bertahan.

Melihat sebuah situasi yang seperti ini maka peneliti melihat adanya peluang sebagai jasa *make up artist*. Sebagai seorang perempuan peneliti suka akan hal yang berbau dengan kecantikan, merias wajah, dan membuat seseorang menjadi lebih cantik. Maka peneliti mulai tertarik mempelajari alat dan bahan *make up*. Seiring berjalannya waktu mulai pandai merias diri. Dan kerabat mulai menyarankan untuk membuka jasa sebagai *make up artist*. Kemudian peneliti berani membuka jasa *makeup artist* yang saat ini bernama *Woman Space MUA*.

Bisnis ini didirikan sejak Mei 2019 oleh owner *Woman Space MUA* yang bernama Keren Safira. *Woman Space MUA* Beralamatkan di Jl. Jatisari RT 07 RW 01 No. 323, Kecamatan Banyumanik, Kelurahan Ngesrep, Semarang. Keahlian yang dimiliki *Woman Space MUA* merias merupakan hasil belajar yang dilakukannya secara otodidak. Kini *Woman Space MUA* telah mendapat pelanggan tetap kurang lebih 20 pelanggan. Berikut tabel yang telah menjadi pelanggan *Woman Space MUA* :

Tabel 1.1

Tabel Pelanggan *Woman Space MUA*

No.	Nama Pelanggan	Status
1.	Nada Lituhayu	Penyanyi local
2.	Silvia Sulistiowati	Pekerja
3.	Sabethera Hanna W	Mahasiswa
4.	Ledy Tamara	Pekerja
5.	Zarathrusta	Pekerja
6.	Ignacia Pina	Pekerja
7.	Veronica Elsa	Pekerja

8.	Adhiatma Puruhita	Mahasiswa
9.	Shania Pandoh	Mahasiswa
10.	Indah Ayu	Mahasiswa
11.	Lea Novalita	Pekerja
12.	Indah Nadya	Mahasiswa
13.	Windi Pamela	Pekerja
14.	Olivia Tasya Imelda	Pekerja
15.	Ditania Angela	Pekerja
16.	Marcella Tampi	Mahasiswa
17.	Amalia Prihastuti	Mahasiswa
18.	Fransisca Anatasya	Pekerja
19.	Ingrid Martha Queen G	Mahasiswa
20.	Novelia Agatha Putri	Pekerja

Sumber Data : Data Sekunder (2020)

Dari data yang telah dipaparkan dalam tabel 1, konsumen yang dapat dikategorikan pelanggan adalah mereka yang telah memakai jasa *Woman Space MUA* lebih dari dua kali dimana juga konsumen tersebut secara menyeluruh berjenis kelamin perempuan. Pelanggan yang dimiliki oleh *Woman Space MUA* adalah pelanggan yang berstatus pekerja dan mahasiswa. Pelanggan akan melakukan pemesanan jasa *make up* untuk kegiatan acara resmi dan pesta pernikahan. Berikut merupakan tabel laba / rugi dari bisnis jasa *Woman Space MUA*.

Tabel 1.2

Tabel Laba / Rugi dan laporan cash flow pada *Woman Space MUA* bulan Juli 2020, Agustus 2020, September 2020

Tabel Laba/Rugi dan Laporan Cash Flow pada *Woman Space MUA* bulan Juli 2020, Agustus 2020, September 2020

keterangan	Bulan Juli 2020	Bulan Agustus 2020	Bulan September 2020
Pendapatan	Rp 3.100.000	Rp 3.200.000	Rp 3.050.000
Biaya-biaya			
Tenaga kerja	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Biaya listrik	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000
Pembelian produk	Rp 300.000	Rp 320.000	Rp 250.000
Lain-lain	Rp 150.000	Rp 120.000	Rp 160.000
Laba bersih	Rp 640.000	Rp 750.000	Rp 630.000
Cash flow	Rp 640.000	Rp 750.000	Rp 630.000

Sumber Data : Data sekunder (2020)

Berdasarkan tabel 2, maka jumlah laba bersih yang dihasilkan oleh *Woman Space MUA* setiap bulannya berbeda. Dan *Woman Space MUA* berusaha supaya memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen. Selain itu peneliti melihat adanya peluang untuk melakukan ekspansi yang dapat dilihat dari data penduduk di Kota Semarang. Berikut tabel jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan kelompok umur di Kota Semarang :

Tabel 1.3

Tabel Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kelompok Umur Di Kota Semarang

Usia (Th)	Jenis Kelamin	
	L	P
10 - 14	62640	58791
15 - 19	70121	76444
20 - 24	76398	77705
25 - 29	73987	74578
30 - 34	68859	69535
35 - 39	61316	63031
40 - 44	57042	61032
45 - 49	50860	54908
50 - 54	44775	44900
55 - 59	33420	30606
Total	599418	611530

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2019)

Melihat dari tabel 2 tersebut maka peneliti melihat potensi pasar yang baik untuk *Woman Space MUA* menjadi *make up artist* yang lebih dikenal oleh masyarakat terutama dengan tingginya perbandingan jumlah jenis kelamin perempuan yang dimana segmen ini merupakan target potensial bagi *Woman Space MUA* dalam mendapatkan pelanggan lebih banyak kedepannya nanti. Hal ini karena pelanggan yang menggunakan jasa *Woman Space MUA* sampai saat ini keseluruhannya adalah pelanggan berjenis kelamin perempuan. Dengan adanya tren melalui media *social* banyak orang ingin *explore make up* untuk berbagai acara. Dari pelanggan yang telah dimiliki oleh *Woman Space MUA* dapat menjadi bahan testimonial dalam meningkatkan promosi jasa *make up* ini. Untuk itu maka dibutuhkan sebuah proses dalam memperkenalkan *Woman Space*

MUA. Yaitu dengan cara memperhatikan penawaran *make up* dan jasa layanan kepada konsumen.

Penawaran *make up* yang selalu diberikan kepada konsumen *Woman Space MUA* adalah *make up* untuk wisuda, *make up* untuk pengiring mempelai atau *bridesmaid*, *make up* untuk tunangan, *make up* untuk acara pesta, dan *make up* acara-acara lainnya. Adapun pelayanan yang telah diberikan oleh *Woman Space MUA* dimulai dari kebersihan alat dan bahan *makeup*, keramahan *owner*, *home service* yang telah dilakukan.

Dengan potensi pasar yang telah ada peneliti ingin mengembangkan usaha jasa *make up* ini dengan membuka studio *make up* atau studio tata rias. Karena selama ini bisnis *Woman Space MUA* ini hanyalah melakukan pengerjaan dengan melayani *home service*. Berikut data gambar yang menunjukkan pengerjaan *home service* yang telah dilakukan oleh *Woman Space MUA* :



Gambar 1.1 Hasil *Make Up* *Woman Space MUA*

(Sumber: Data sekunder, 2020)

Dari data gambar tersebut adalah gambar yang menunjukkan hasil jasa *Woman Space MUA* yang dilakukan secara *home service*. Kedua gambar tersebut

merupakan gambar dengan lokasi yang berbeda. Dengan melakukan *home service* dilokasi yang berbeda pada hari yang sama membuat pengerjaan *Woman Space MUA* menjadi tidak efektif dan efisien. Ketidakefektifan dan ketidakefisiensi pengerjaan terjadi pada waktu, biaya transportasi, dan tenaga. Dengan adanya studio *makeup* menjadi sebuah unit bisnis sebagai penunjang fasilitas untuk mempermudah akses dengan konsumen. Yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen nantinya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti berniat membuat perencanaan bisnis dari *Woman Space MUA* Kota Semarang. Yang bertujuan untuk dapat memberikan gambaran mengenai bisnis *make up* ini dengan dibuatnya studio *make up* dan bagaimana menghasilkan nilai jual yang tinggi dan kepada masyarakat.

Oleh sebab itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul *Perencanaan Bisnis Studio Pada Jasa Make Up Artist “Woman Space” Di Kota Semarang*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana perencanaan bisnis studio pada jasa *Make up Artist “Woman Space MUA”* di Kota Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan bisnis studio pada jasa *Make up Artist “Woman Space MUA”* di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan perencanaan bisnis mengenai *make up artist*.

b. Manfaat Praktis

Bagi peneliti dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi.

