

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut (Kusantati et al., 2008), tata rias adalah seni menghias wajah yang tujuannya adalah mempercantik serta memperindah penampilan wajah. Dalam perkembangannya, rias wajah tidak saja mempunyai tujuan untuk mempercantik penampilan, namun didasari pada beragam keperluan selaras pada kondisi serta situasi yang memerlukan tata rias itu. Tujuan tata rias diantaranya yaitu mengoreksi sebuah kekurangan yang terdapat pada wajah, mengikuti mode maupun tren, mengekspresikan diri (Khodigar, 2011).

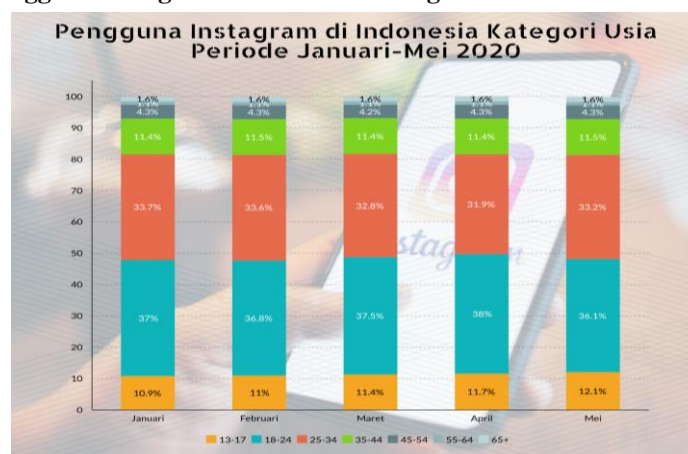
Adanya perkembangan kebutuhan masyarakat untuk tampil cantik dan menarik sebagai tuntutan pekerjaan dan gaya hidup, menimbulkan peluang untuk membangun bisnis di bidang jasa tata rias (Elianti & Pinasti, 2017). Sehingga terciptalah satu profesi yang dinamakan penata rias (makeup artist) (Muthi'ah et al., 2017). *Make Up Artist* adalah seniman profesional yang menggunakan kulit, terutama wajah, sebagai medium karyanya dan produk makeup sebagai alatnya (Beauty Journal.id, 2020). Seseorang membutuhkan jasa MUA untuk mendukung kegiatan mereka sehari-hari seperti wedding, wisuda, atau acara - acara yang membutuhkan penampilan yang formal.

Menurut (Dewi, 2022), bisnis *make up artist* ialah salah satu usaha bidang jasa yang menjanjikan bagi pelakunya, baik sebagai pekerjaan utama atau pun sampingan. Profesi yang mengandalkan keahlian merias wajah ini semakin

populer seiring dengan perkembangan teknologi rias dan tren *make up* yang beredar di berbagai platform media sosial. Ditunjang kemajuan teknologi dimana konsumen mulai meninggalkan cara tradisional mencari MUA dari salon yang dekat dengan rumah yang kualitasnya tidak diketahui. Saat ini konsumen memilih mencari MUA dengan melihat portofolio atau contoh *make up* yang sudah dilakukan yang biasanya mudah dicari melalui media sosial Instagram (Casalo et al., 2021)

Dalam mengenalkan bisnisnya hampir semua MUA selalu mempromosikan jasa menggunakan media sosial Instagram (Mujiati et al., 2020). Penggunaan instagram yang digunakan bagi MUA untuk mempromosikan jasa makeup sangat relevan dengan kenyataan saat ini (Mujiati et al., 2020). Menurut (Ayu, 2013), Instagram dimanfaatkan menjadi platform sosial media untuk promosi, dan dapat memberikan banyak peluang berbisnis setelah sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak penggunanya. Instagram dianggap paling mudah dan praktis karena menarik, terutama pada kaum millennial. Menurut (Iman, 2020), para pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh generasi millennial.

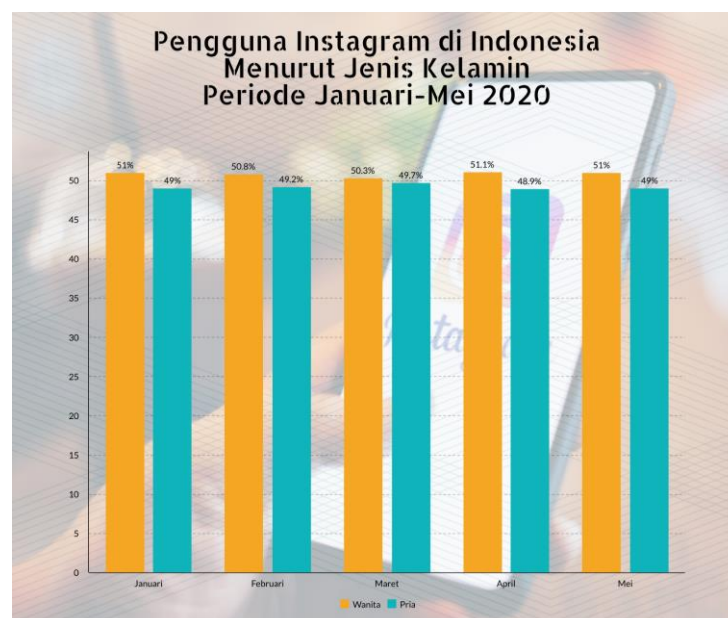
**Tabel 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Kategori Usia Periode Januari-Mei 2020**



Sumber : goodnewsfromindonesia.id

Berdasarkan data diatas, para pengguna instagram di Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif, yakni pada rentang 18-34 tahun, atau lazim disebut generasi milenial. bahwa pengguna dari golongan generasi tersebut mendominasi hingga 25 juta pengguna atau mendominasi 36-38 % (usia 18-24). Sementara untuk rentang usia 25-34, mendominasi dengan 21 juta pengguna (31-33 %).

**Grafik 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Menurut Jenis Kelamin Periode Januari-Mei 2020**



Sumber : [goodnewsfromindonesia.id](http://goodnewsfromindonesia.id)

Sementara jika dikategorikan jumlah pengguna Instagram di Indonesia, maka tidak bisa dipungkiri jika wanita yang paling mendominasi. Dominasinya bisa mencapai selisih 1-2 % daripada pria. Grafik di atas menggambarkan pengguna wanita terus mendominasi sepanjang Januari hingga Mei 2020. Sementara dari sisi kategori usia, wanita juga mendominasi penggunaan Instagram di Indonesia.

Saat ini perkembangan bisnis dibidang *Make Up Artist* di Jombang cukup banyak, hal ini mendorong terjadinya persaingan antar pebisnis untuk memenangkan hati para konsumen terutama kaum millennial. Berikut merupakan profil instagram dari MUA yang ada di Jombang yaitu :

**Tabel 1. 2 Profil Instagram MUA di Jombang**

No.	Nama media sosial instagram	Pengikut
1	@samara_weddinggalery	17,6 ribu
2	@erichaayu	17,1 ribu
3	@dwisaaaaa	11,5 ribu
4	@selvia	11,2 ribu
5	@meytasari_mua	9,458 ribu
8	@ami_weddingjmbg	6.632 ribu
9	@indira_mua_	6.630 ribu
10	@cinar.arum	4.212 ribu
11	@riskasaffmua	3.500 ribu
12	@nofita_adriana	2.700 ribu
13	@attanuraini_makeup	2.500 ribu
14	@anjarristia_mua	2.424 ribu
15	@afadamakeup.official	2.397 ribu
16	@ranibatari_	2.031 ribu
17	@syerlasylvia	1.668 ribu
18	@bysiskamadina	1.657 ribu
19	@syafawedding1	1.620 ribu
20	@dandan_ayu.jombang	1.573 ribu

Sumber : Instagram, 2022

Dari tabel profil MUA yang ada di Jombang, peneliti tertarik memilih tiga MUA posisi teratas dengan jumlah pengikut terbanyak yaitu Samara *Wedding Gallery* dengan pengikut 17,6 ribu Ericha Ayu MUA dengan pengikut 17,1 ribu, dan Dwis *Make Up* memiliki 11,5 ribu pengikut.

Berdasarkan jumlah pengunjung setiap mua memiliki jumlah pengunjung yang berbeda hal ini membuat membuat para *Make Up Artist* tersebut harus dapat mempertahankan bisnisnya dalam menghadapi persaingan tersebut. Karena dalam

kenyataannya konsumen memiliki banyak pertimbangan dalam memilih dan membeli sebuah produk atau jasa (Timbuleng et al., 2021). Oleh karena itu para *Make Up Artist* dituntut agar memiliki berbagai faktor yang bisa menarik perhatian dari konsumen untuk melakukan pembelian atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh *Make Up Artist* tersebut (Wardani et al., 2021). Berikut jumlah pengunjung dari Ericha Ayu MUA, Samara Wedding Gallery, & Dwisa Make Up bulan Januari - Juli Tahun 2022 yaitu :

**Tabel 1. 3 Jumlah pengunjung bulan Januari - Juli Tahun 2022**

No.	Nama MUA	Jumlah pengunjung bulan Januari -Juli Tahun 2022
1.	Ericha Ayu MUA	135 orang
2.	Samara Wedding Gallery	132 orang
3.	Dwisa Make Up	153 orang

Sumber : Ericha Ayu MUA, Samara Wedding Gallery, & Dwisa Make Up Owner MUA di Jombang

Dalam menjalankan usaha jasa *Make Up Artist*, omzet yang didapat pada bulan Juli 2022 yaitu Ericha Ayu MUA memperoleh omzet sebesar Rp. 153.000.000, Samara Wedding Gallery memperoleh omzet Rp 65.000.000, dan Dwisa makeup memperoleh omzet sebesar Rp. 54.000.0000.

Peluang pasar bisnis MUA di Jombang pada generasi millennial banyak. Generasi milenial saat ini (dalam tahun 2022) merupakan mereka yang berusia 22-42 tahun. Konsep generasi milenial Indonesia adalah Penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 dijadikan acuan untuk pengolahan data dalam penyajian profil pada bab-bab selanjutnya (Budiati et al., 2018).

Dari tabel dibawah menunjukkan jumlah pasar yang tersedia untuk jasa *Make Up Artist* berkisar 158.881 jiwa. Hal ini membuka peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan jasa tersebut. Jumlah penduduk perempuan di Kabupaten Jombang dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

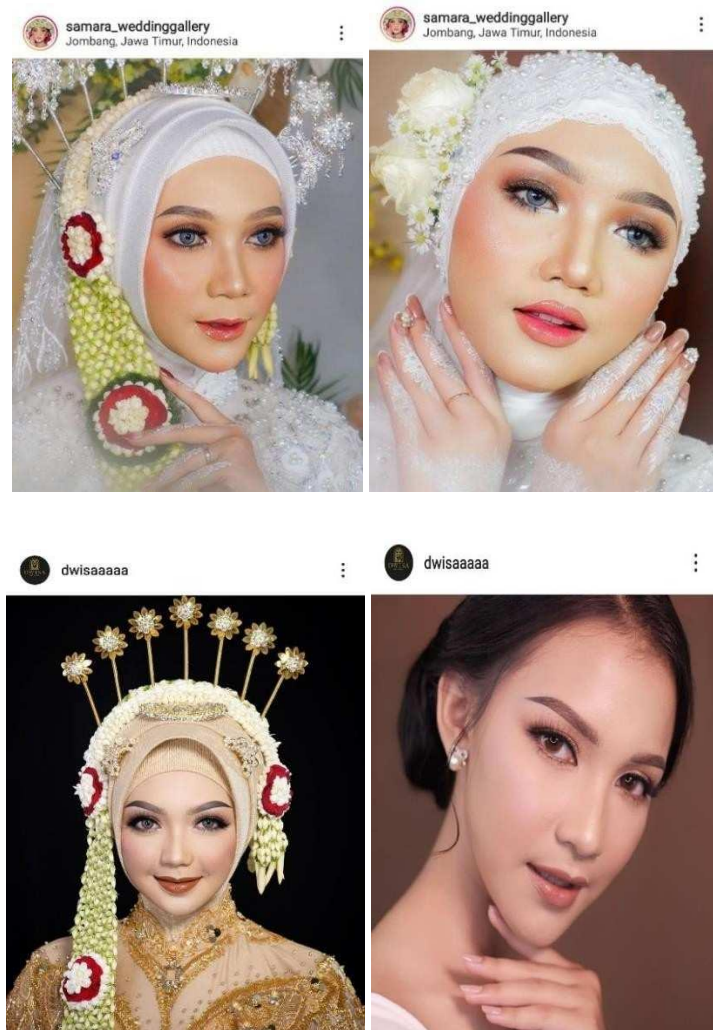
**Tabel 1. 4 Jumlah Penduduk Perempuan (Jiwa) Kabupaten Jombang Tahun 2020**

Jumlah Penduduk Perempuan (Jiwa) Kabupaten Jombang 2020	
Klasifikasi Generasi	Jumlah
Post Generasi Z	75828
Generasi Z	158184
Millennial	158881
Generasi X	146675
Boomer	95540
Pre Boomer	18349

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang, 2022

Hasil riasan *Make Up Artist* di Jombang dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini:





**Gambar 1. 1 Hasil Riasan MUA di Jombang**

Sumber: Instagram, 2022

*“makeupnya di Samara itu bagus dan flawless, tapi juga makeupnya itu meskipun udah beberapa jam makeupnya tetep stay jadinya bagus nggak ngekrek lah istilahnya heheh” (Bunga, 2022)*

Menurut hasil wawancara dengan Bunga sebagai pengguna jasa makeup di Samara *wedding gallery* hasil riasannya bagus, flawless, tetap *stay*, dan tidak *crack*.

*“kalau di Ericha Ayu recommended banget kak menurutku, hasil makeupnya cocok sama aku, gak menor tapi tetep kelihatan mewah kak yang soft gitu...” (Della, 2022)*

Hasil dari riasan Ericha Ayu MUA menurut Della yaitu makeupnya tidak berlebihan, terlihat mewah, dan soft.

*“Dwisa menurutku makeupnya detail banget mbakk, kalau aku suka yang soft-soft...” (Venna, 2022)*  
*“makeup soft itu yang ndak tebal riasannya jadi makeupnya cuma cukup tegas di area mata, alis kontur gitu sih” (Venna, 2022)*

Menurut Venna makeup yang dihasilkan Dwisa makeup yaitu makeup yang detail, soft tidak tebal, cukup tegas di area mata, alis, dan juga kontur.

Berdasarkan pendapat pengguna jasa MUA diatas, bahwa mereka menyukai makeup yang flawless dan soft. *Make Up* yang seperti inilah yang diminati kaum milenial. Menurut (Rustana, 2022) kaum millennial saat ini menginginkan *make up* yang tidak terlalu berlebihan supaya mereka tetap terlihat cantik tanpa merubah *full* wajah mereka.

Di era modern saat ini, dalam membangun usaha jasa makeup pun tidak hanya mengandalkan dari bagus atau tidaknya makeup yang dihasilkan, tetapi juga tentang bagaimana cara memperjualkan hasil makeup itu sendiri (*marketing*) (Lukitasari, 2020). Dalam berbisnis harus mempunyai strategi yang penting untuk membuat usaha agar usahanya berkembang secara pesat (Mewindawati & Faidah, 2018).

Dari pemaparan diatas bahwa terlihat jelas semakin banyak penyedia jasa *Make Up Artist* yang menawarkan jasanya, penyedia jasa ini saling berlomba-lomba memperkenalkan jasa *Make Up Artistnya*. Untuk mampu bersaing, para MUA harus mampu menjaga eksistensi dan memerlukan strategi pemasaran yang



tepat (Rachmah et al., 2022), sehingga dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat khususnya pada generasi millennial. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengamati strategi pemasaran yang diterapkan pada generasi millennial dan menuliskannya dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN JASA MUA PADA MILLENIAL WEDDING DI JOMBANG”**

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah tentang strategi promosi melalui media sosial instagram jasa *Make Up Artist* (MUA) pada millennial wedding di Jombang.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi pemasaran jasa *Make Up Artist* (MUA) pada millennial wedding di Jombang?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi pemasaran jasa *Make Up Artist* (MUA) pada millennial wedding di Jombang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat untuk mengembangkan dan menambah wawasan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

### **2. Manfaat Praktis**

Sebagai penambah informasi dan wawasan bagi pebisnis khususnya di bidang jasa *Make Up Artist* (MUA) guna untuk mengembangkan dan mengelola bisnis di tengah persaingan usaha.