

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet telah memasuki dunia bisnis yang kemudian telah membuat pergeseran baru salah satunya dalam hal *digital marketing*. Seiring dengan perkembangan teknologi, kini trend dalam dunia pemasaran semakin bervariasi menuju ke arah *digital marketing* yang memanfaatkan internet. Pertumbuhan internet yang sangat cepat telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen dan tentunya juga mengubah dalam perancangan strategi pemasarannya (Tanra, 2021). Perkembangan teknologi internet, sosial media, dan perangkat *mobile* telah membuka pintu bagi pelaku bisnis untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan mereka.

Pemasaran *digital* telah menjadi elemen penting dalam strategi bisnis baik dibidang industri barang maupun industri jasa. *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional dengan beralih ke pemasaran modern yaitu *digital marketing*. Dengan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu (*real time*) dan bisa mengglobal atau mendunia. Dalam era *digital* ini, konsumen cenderung mencari informasi, mencari ulasan, dan membuat keputusan pembelian secara *online*.

Mahasiswa program studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan merupakan mahasiswa yang memiliki keterampilan dalam bidang kecantikan. Mahasiswa sudah mendapatkan bekal keterampilan dari bidang studi yang sudah dipelajari semasa perkuliahan. Saat ini banyak mahasiswa dari program studi tersebut yang memanfaatkan keterampilan dalam bidang kecantikan untuk dijadikan jasa usaha atau profesi. Jasa kecantikan merupakan usaha dalam bidang jasa yang memiliki beberapa jenis profesi, diantaranya seperti *MUA*, *Nail Art*, dan *Eyelashes*. Mahasiswa yang memilih untuk memiliki usaha di bidang jasa kecantikan merupakan kesempatan mereka untuk mengembangkan keterampilan dan berpotensi mendapatkan pendapatan tambahan.

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi dari berbagai sumber selama periode waktu tertentu. Pendapatan bisa berasal dari aktivitas utama seperti penjualan produk atau jasa, bahkan dari sumber lain seperti investasi, sewa, atau royalti. Industri jasa mencakup berbagai bidang, salah satunya adalah jasa dalam bidang kecantikan. Pendapatan pada jasa biasanya diperoleh dari biaya yang dikenakan kepada pelanggan untuk layanan yang diberikan.

Bagi mahasiswa, memiliki usaha di bidang kecantikan juga merupakan kesempatan untuk menggabungkan *passion* mereka dengan pendapatan sampingan yang signifikan. Dalam jasa kecantikan, *marketing* telah menjadi kunci untuk mendapatkan klien baru dan mempertahankan klien lama. *Digital marketing* telah menjadi alat yang sangat penting dalam usaha jasa dibidang kecantikan ini, dengan menggunakan sosial media, situs web, dan *platform ecommerce* untuk mempromosikan layanan jasa, membangun *merk*, dan mencakup target pasar yang lebih luas.

Promosi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan barang jual yang sedang dipasarkan. Promosi tersebut terdiri dari semua kegiatan pemasaran termasuk promosi penjualan dalam iklan media sosial. Promosi penjualan merupakan rangkaian rencana jangka pendek yang digunakan untuk merangsang peminatan secara cepat. Sedangkan tujuan dari promosi yaitu untuk membantu tercapainya program meningkatkan dan menstabilkan penjualan baik dari pemasaran maupun perusahaan agar jangkauan yang dituju lebih luas. Dalam artian tujuan promosi dapat menerapkan beberapa program-program promosinya untuk mencapai tujuan target yang maksimal.

Mayoritas konsumen mencari informasi produk secara *online* dengan memanfaatkan media sosial untuk mencari rekomendasi dan melakukan pembelian melalui beberapa *platform digital* pribadi. Pengguna *platform digital* sangat banyak digunakan dalam berbagai kalangan konsumen. Kehadiran internet ini memang membawa pengaruh yang cukup besar dalam dunia bisnis khususnya dalam pemasaran yang dilakukan di media sosial.

Dari sini pengelola usaha diharuskan beradaptasi dengan perubahan era *digital* ini, dengan cara fokus untuk mempromosikan usaha yang dimiliki pada *platform-platform digital* yang digunakan oleh klien. Dampak *digital marketing* yang tinggi kini merupakan sekedar strategi pemasaran ketika pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet. Media periklanan terbaik karena lihat dan bagikan gambar melalui media dengan komunitas dan masyarakat. Informasi dapat diperbarui setiap saat, dan yang paling penting adalah peningkatan volume penjualan rata-rata 100%. Dengan adanya strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian promosi yang tidak efektif dan efisien. *Internet marketing* merupakan alat sebagai perantara komunikasi pemasaran yang saat ini banyak digunakan media sosial dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia *modern*, salah satunya dengan memanfaatkan media sebagai alat berpromosi (Hidayah Nurul, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yaitu Apakah peran *digital marketing* yang digunakan mahasiswa bermanfaat dalam meningkatkan pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diungkapkan maka tujuan penelitian ini adalah Mengetahui peran *digital marketing* yang digunakan mahasiswa dapat bermanfaat dalam meningkatkan pendapatan.

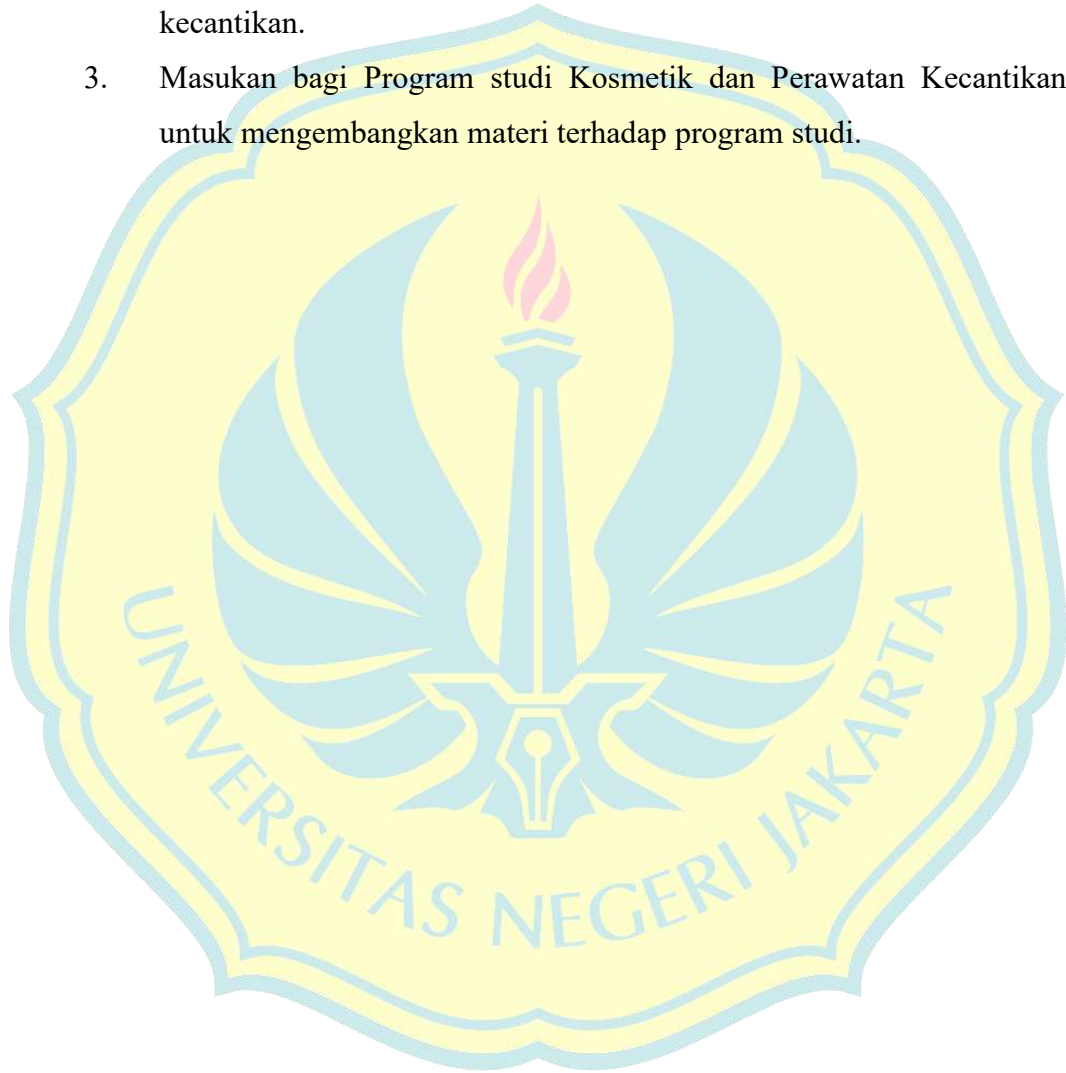
1.4 Kegunaan penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan sebagai berikut :

1. Program studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta untuk mengkaji teori-teori dalam *digital marketing* terutama pada mata kuliah kewirausahaan.
2. Mahasiswi Program studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta yang memiliki usaha di bidang jasa kecantikan dengan menerapkan *digital marketing*.
3. Peneliti selanjutnya untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

Secara praktis peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis terutama tentang *digital marketing* dalam mengembangkan usaha jasa bidang kecantikan.
2. Sebagai informasi prakti bagi klien dalam memilih jasa bidang kecantikan.
3. Masukan bagi Program studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan untuk mengembangkan materi terhadap program studi.



Intelligentia - Dignitas