

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang pertumbuhan bisnis berkembang secara pesat. Salah satu diantaranya yang sedang diminati banyak masyarakat yaitu bisnis di bidang jasa *makeup*. Perkembangan teknologi, perubahan tren kecantikan, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan, menjadikan bisnis jasa *makeup* sebagai salah satu sektor yang menjanjikan di dunia usaha. *Makeup artist* tidak hanya berperan dalam meningkatkan penampilan individu, tetapi juga menjadi bagian integral dari berbagai acara penting seperti pernikahan, sesi foto profesional, dan acara-acara lainnya. Oleh karena itu, peluang bisnis di bidang ini terus tumbuh, terutama seiring dengan perkembangan media sosial yang semakin mendukung *personal branding* seorang *makeup artist*. Namun, meskipun potensi pasar yang besar, tidak sedikit *makeup artist* yang kesulitan dalam mengembangkan bisnis mereka. Berbagai tantangan, mulai dari tingkat persaingan yang semakin ketat, perubahan tren kecantikan yang cepat, hingga keterbatasan sumber daya, menjadi faktor dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist*. Untuk itu, perlu pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor dominan yang memengaruhi keberhasilan usaha jasa *makeup artist*. Beberapa faktor yang diketahui memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan usaha jasa *makeup artist* antara lain adalah keterampilan dan keahlian teknis seorang *makeup artist*, kualitas layanan yang diberikan, serta kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Selain itu, tren kecantikan yang terus berubah dan meningkatnya permintaan terhadap layanan berkualitas juga menjadi pendorong penting dalam pengembangan bisnis ini.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemampuan *makeup artist* dalam menentukan harga yang kompetitif dan menciptakan paket layanan yang menarik bagi klien. Seiring dengan meningkatnya kesadaran tentang pentingnya penampilan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pernikahan, fotografi, hingga event-event besar lainnya, semakin banyak individu yang mencari jasa *makeup artist*

profesional. Namun, seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah *makeup artist*, tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan mengembangkan bisnis tetap menjadi isu utama. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist*.

Menurut kusantati (2008:452), tata rias adalah seni menghias wajah yang bertujuan untuk memperindah dan mempercantik penampilan wajah. Dengan berkembangnya zaman merias wajah tak hanya bertujuan untuk mempercantik penampilan namun bisa didasari karna keperluan suatu acara atau situasi yang memerlukan sebuah riasan. Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat untuk tampak menawan serta menarik sebagai keperluan tertentu dan tuntutan pekerjaan dapat menimbulkan suatu peluang untuk membangun bisnis di bidang jasa *makeup*, dikarenakan tak semua masyarakat memiliki kemampuan merias wajahnya sendiri. Maka timbul suatu profesi yang biasa dinamakan penata rias atau *makeup artist* (Muthi'ah dkk, 2017:336).

Saat ini masyarakat tampaknya sudah mulai menyadari, terlepas dari kebutuhan tata rias yang akan berlanjut berkembang dan tidak akan tergerus oleh zaman, berkarir sebagai *makeup artist* juga bisa menjadi perantara penyaluran hobi dan kegemaran di dunia seni dan kecantikan. Pertumbuhan sektor jasa ini berkembang begitu pesat, disebabkan oleh berkembangnya dunia digital. Di mana banyaknya konten video tutorial di *youtube*, *Instagram*, *tiktok*, dan media sosial lainnya. Selain itu, kini media sosial juga sangat efektif digunakan untuk mempromosikan suatu bisnis hingga bisnis tersebut mudah dikenali atau ditemukan oleh masyarakat. Hal ini membangkitkan minat masyarakat untuk mulai meniti karir di bidang jasa *makeup*. Bisnis jasa *makeup* inipun tidak memandang usia dan gender. Saat ini, bahkan telah digeluti oleh para remaja atau pelajar hingga orang dewasa. Melihat antusiasme masyarakat saat ini yang bersaing untuk meniti karir sebagai *makeup artist* membuat bisnis jasa *makeup* semakin menjamur di Indonesia. Akibatnya, semakin banyak persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku di bidang usaha ini. Saat ini, *makeup artist* dituntut untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif serta dapat mengikuti *trend makeup* yang beredar agar konsumen tertarik untuk menggunakan jasanya, sehingga bisnis jasanya dapat terus berkembang dan tidak kalah bersaing dengan *makeup artist* lainnya.

Fakultas Teknik jurusan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta memiliki alumni yang berkarir sebagai *makeup artist*. Contohnya di angkatan 2017 terdapat Zilka Maulizar, Chika Erfiandi, Albydh Mahmudah, Nurul Amalia, Angel Effendi, Soraya Zuliansyah, dan Zahrah Shafa. Dalam wawancara yang dilakukan secara singkat dengan Zahrah Shafa, diketahui bahwa Zahrah sudah menjalankan bisnis *makeup artist* dari tahun 2018 dan mempromosika usahanya lewat media sosial instagram yang kini sudah memiliki lebih dari 11 ribu pengikut . Selama 8 tahun berkarir, Zahrah kini sudah memiliki studio sendiri dan memiliki rata-rata jumlah 30-60 klien dalam satu bulan. Selain menyediakan jasa rias, Zahrah juga membuka layanan *private class*. Zahrah juga sering bekerja sama dengan beberapa *brand makeup* dan *skincare* seperti pixy, YSL, Kiehls, Lancome, dan Urban Decay. Karena skill dan pengalamanya dalam merias, Zahrah seringkali menangani *makeup* untuk artis dan *public figure* seperti Denny Sumargo, Dara Arafah, Noni Purnomo (pemilik Bluebird Group), dan Indah Permatasari. Usaha *makeup artist* yang dijalankan oleh alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta (UNJ) menunjukkan tingkat keberhasilan yang berbeda-beda, baik dari segi jumlah klien, pendapatan, maupun keberlanjutan usaha. Keberhasilan usaha *makeup artist* tidak hanya ditentukan oleh faktor keterampilan teknis merias yang diperoleh selama masa pendidikan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang bersifat internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi berwirausaha, pengalaman kerja, kreativitas, serta kemampuan mengelola usaha, sedangkan faktor eksternal mencakup dukungan lingkungan, jaringan relasi, dan kondisi persaingan pasar jasa kecantikan. Perbedaan kemampuan alumni dalam mengelola faktor-faktor tersebut diduga menjadi penyebab utama variasi keberhasilan usaha *makeup artist* yang dijalankan.

Penelitian Murphy dalam Nursalina (2018) juga menjelaskan bahwa kesuksesan dalam usaha dapat diraih dengan salah satu cara yaitu melalui komitmen dalam menjaga profesionalitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Dalam bidang jasa *makeup artist sendiri*, sikap profesionalitas yang harus dimiliki pelaku usaha adalah dengan menjalankan tugasnya sehingga terlaksana secara andal, tepat waktu, berkualitas, bertanggung jawab, dan beretika. Zahrah Shafa dalam wawancara juga berpendapat bahwa pelaku bisnis jasa *makeup artist*

harus pandai mengatur waktu.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana persepsi terhadap kinerja atau hasil produk maupun jasa yang diperoleh dapat memenuhi harapan atau ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2019). Faktor kepuasan pelanggan pada jasa *makeup artist* meliputi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Jika konsumen merasa puas terhadap hasil riasan yang diberikan maka ada kesempatan untuk terjadinya pemesanan ulang (*repeat order*). Safirli (2025) menjelaskan bahwa membangun loyalitas melalui peningkatan kepuasan pelanggan adalah salah satu strategi yang terbukti efektif untuk mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang menunjukkan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan jasa *makeup artist* cenderung akan melakukan pemesanan kembali atau bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Siregar (2020) menjabarkan bahwa *personal branding* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara *online*. *Personal branding* sendiri terbagi menjadi spesialisasi, perbedaan, keunikan, kepribadian, dan nama baik. Dalam jasa *makeup artist*, *personal branding* dinilai cukup penting untuk bisa membedakan pelaku jasa satu dengan lainnya agar pelanggan bisa menentukan pilihannya dengan baik. *Personal branding* dapat ditunjukkan melalui portofolio atau promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Untuk saat ini, banyak dari pelaku usaha jasa *makeup artist* melakukan promosi di media sosial untuk memperluas jaringan.

Berdasarkan hasil latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha *makeup artist* pada alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta memiliki berbagai faktor yang saling berkaitan, antara lain adalah faktor profesionalitas, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *personal branding*, dan media sosial. Namun demikian, faktor-faktor tersebut belum diketahui secara jelas mana yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha jasa *makeup artist*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam dan sistematis untuk menganalisis faktor dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist* pada alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para *makeup artist*, baik yang baru memulai usahanya maupun yang sudah berpengalaman, dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka di bidang jasa *makeup artist*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Tidak semua alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta berhasil mengembangkan usaha jasa *makeup artist* secara optimal.
2. Adanya perbedaan tingkat keberhasilan usaha di antara alumni meskipun memiliki latar belakang pendidikan yang sama
3. Terdapat berbagai faktor dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist*, seperti profesionalisme, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *personal branding*, dan media sosial, namun belum diketahui faktor mana yang paling dominan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang telah teridentifikasi, agar tidak meluas, maka penulis membatasi masalah pada penelitian “Analisis Faktor Dominan dalam Keberhasilan Usaha Jasa *Makeup Artist* pada Alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta” sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang diteliti dibatasi pada profesionalisme, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *personal branding*, media sosial.
2. Subjek penelitian adalah seluruh *makeup artist* alumni tata rias Universitas Negeri Jakarta yang menjalankan usaha jasa *makeup* secara mandiri atau profesional.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran faktor profesionalisme, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *personal branding*, dan media sosial pada keberhasilan usaha jasa *makeup artist* alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta?
2. Faktor manakah yang paling dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist* alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis tingkat masing-masing faktor dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist* berdasarkan hasil statistik deskriptif.
2. Untuk menentukan urutan (*ranking*) faktor-faktor dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist*.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist* pada alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian “**Analisis Faktor Dominan dalam Keberhasilan Usaha Jasa Makeup Artist pada Alumni Tata Rias Universitas Negeri Jakarta**” adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan jasa, serta menambah wawasan mengenai faktor-faktor dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bisnis jasa di industri kecantikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi *Makeup Artist*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi para *makeup artist* dalam mengembangkan bisnis jasa *makeup*, khususnya dalam meningkatkan keterampilan, kualitas layanan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media sosial secara optimal.

- b. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan topik bisnis jasa, khususnya di bidang *makeup artist*.

- c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman penulis mengenai faktor dominan dalam keberhasilan usaha jasa *makeup artist* serta penerapan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik penelitian.