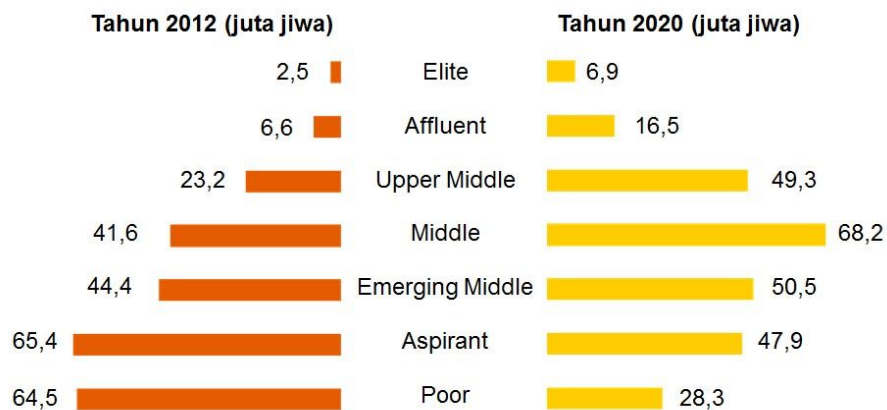


# Bab I Pendahuluan

## I. 1 Latar Belakang

Gaya hidup merupakan cara seseorang menjalankan semua aktivitas sehari-harinya yang merepresentasikan minat, pendapat dan juga perilakunya. Berdasarkan Minor dan Mowen (2002), gaya hidup menunjukkan suatu pola seorang individu dalam berbagai hal misalnya ketika berbelanja, penggunaan waktu, penggunaan uang dan juga memilih apa yang di beli. Pada umumnya seseorang akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk bisa mengikuti gaya hidup yang diinginkan. Biaya ini lebih sering bersifat ekstra saja. Dengan biaya yang dikeluarkan tersebut seseorang yang menerapkan satu gaya hidup bisa menjadi seseorang yang konsumtif karena harus memenuhi kebutuhan untuk gaya hidup yang diinginkan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang direpresentasikan dalam kegiatan, hobi dan juga opininya ketika menggunakan uang dan ketika menggunakan waktunya.



Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Golongan Menengah di Indonesia  
*Sumber: Boston Consulting Group dan Kementerian Keuangan RI*

Perubahan gaya hidup ini dipengaruhi dengan meningkatnya golongan kelas menengah yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 dimana pada tahun 2012 ke 2020 meningkat sebesar 26,6 juta jiwa. Salah satu industri yang meningkat dengan

perubahan gaya hidup golongan menengah ini adalah industri kecantikan. Kondisi ini juga meningkatkan pertumbuhan perusahaan kosmetik di Indonesia. Pilihan kosmetik yang digunakan untuk perawatan biasanya kosmetik tradisional dan juga kosmetik modern. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shannon dan Mastura (2010) dari hasil uji yang dilaksanakan di Amerika sekitar 88% pria dan wanita berusia diatas 18 tahun tertarik untuk melakukan perawatan diri dan juga berupaya mempercantik dirinya dengan mengaplikasikan berbagai kosmetik ke wajah yang membuat diri mereka berpenampilan lebih menarik dan juga lebih percaya diri.

Menurut survey tahun 2013, jumlah omset penjualan produk kosmetik di Indonesia sampai dengan Rp. 8,3 triliun yang berarti ada peningkatan sejumlah 12% dan diperkirakan akan terus meningkat seiring semakin banyaknya permintaan. Menurut data yang diperoleh dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan, hingga tahun 2013 tercatat lebih dari 81 perusahaan kosmetik yang berukuran kecil dan sedang, serta lebih dari 33 perusahaan berukuran besar. Berdasarkan penelitian di tahun 2016 pada sebuah perusahaan kosmetik, industri ini berhasil meraup omset sebesar 33 triliun dan pertumbuhan sebesar 12% rata-rata per tahunnya. Omset penjualan kosmetik yang meningkat sebesar 12% serta meningkatnya pertumbuhan golongan menengah pada tahun 2012 hingga 2020 di Indonesia menunjukkan bahwa orang Indonesia semakin peduli dengan kecantikan (Waluyo, 2017). Peningkatan pertumbuhan industri kosmetik dan perubahan gaya hidup golongan menengah merepresentasikan peluang bisnis salah satunya untuk jasa *Make-up Artist*.

Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat, orang bisa mendapatkan perawatan kecantikan dimana saja dan kapan saja. Perawatan kecantikan tidak hanya dimonopoli oleh kaum wanita namun, pada masa modern ini para lelaki juga membutuhkannya. Dahulu orang jika ingin mendapatkan perawatan kecantikan maka orang tersebut harus mendatangi tempat-tempat perawatan kecantikan seperti salon dan juga klinik kecantikan, namun sekarang tidak perlu lagi. Kita bisa memesannya melalui platform online seperti Instagram

dengan mencari jasa *Make-up Artist* yang ada atau *Go-Glam* dari platform *Go-Jek* dan layanan tersebut akan datang ketempat atau ke rumah kita. Tentunya hal tersebut membuat usaha industri kecantikan semakin berkembang dengan pesat.

Melihat peluang dari industri kecantikan ini, penulis membangun bisnis Nicole Zhang *Make-up Artist*. Selain itu, *makeup* juga merupakan *passion* dari penulis. Di samping itu Nicole Zhang juga mengamati bahwa tren *makeup artist* di Indonesia semakin berkembang. Beberapa permasalahan umum yang dihadapi oleh *makeup artist* pemula seperti Nicole Zhang *Makeup* adalah mengetahui lebih lanjut peluang dari bisnis *Makeup Artist* dan meningkatkan daya saing bisnis seperti untuk menemukan keunikan bisnis dikarenakan banyaknya kompetitor, untuk menentukan harga yang tepat, *time management* untuk melakukan *makeup* dan untuk membangun kepercayaan diri. Oleh karena proyek akhir ini dilakukan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan analisis lingkungan eksternal, analisis industri, analisis persaingan dan konsumen. Analisis ini selanjutnya digunakan untuk membuat rencana bisnis dan diimplementasi untuk mengetahui jika terdapat gap dari rencana serta realisasi bisnis Nicole Zhang *Makeup Artist*.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana cara menganalisa lingkungan eksternal bisnis Nicole Zhang *Makeup*?
2. Bagaimana cara membuat strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis Nicole Zhang *Makeup*?
3. Bagaimana cara membuat rencana bisnis berdasarkan strategi bisnis Nicole Zhang *Makeup*?
4. Bagaimana Implementasi rencana bisnis Nicole Zhang *Makeup*?

### **I.3. Maksud dan Tujuan**

Maksud dari proyek akhir ini:

1. Mengetahui peluang bisnis Nicole Zhang *Makeup* melalui analisa lingkungan eksternal
2. Mengetahui strategi pengembangan bisnis berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis Nicole Zhang *Makeup*
3. Mengetahui cara membuat rencana bisnis berdasarkan strategi bisnis Nicole Zhang *Makeup*
4. Mengetahui Implementasi rencana bisnis Nicole Zhang *Makeup*

Tujuan dari proyek akhir ini adalah melakukan beberapa analisis dibawah ini untuk mencapai maksud proyek akhir:

1. Analisa lingkungan eksternal bisnis Nicole Zhang *Makeup*
2. Membuat strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis Nicole Zhang *Makeup*
3. Membuat rencana bisnis berdasarkan strategi bisnis Nicole Zhang *Makeup*
4. Analisa Implementasi rencana bisnis Nicole Zhang *Makeup*

### **I.4. Batasan Masalah**

Proyek akhir ini dilakukan di bulan April - Juni 2018 di Jakarta. Hasil dari proyek akhir ini hanya terbatas kepada bisnis Nicole Zhang *Makeup Artist* untuk menjawab rumusan masalah.

### **I.5. Metode Penelitian**

Studi kelayakan dan implementasi Nicole Zhang *Makeup* menggunakan metode deskriptif, yaitu penjabaran tentang bagaimana bisnis ini direncanakan dan di implementasi, serta menganalisis gap antara rencana dan implementasi dalam beberapa aspek bisnis.

## **I.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan proyek akhir ini terdiri dari lima bab yaitu:

### **BAB I Pendahuluan**

Berisikan tentang latar belakang penulisan, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Berisikan teori-teori yang akan digunakan untuk menganalisis perencanaan bisnis pada bab 3.

### **BAB III Perencanaan Bisnis**

Berisikan analisis lingkungan eksternal, analisis industri, analisis persaingan dan konsumen, rencana pemasaran, rencana operasi dan rencana keuangan.

### **BAB IV Analisis Implementasi Bisnis**

Merupakan analisis implementasi bisnis yang direncanakan pada bab 3, yang berisikan laporan kegiatan, analisis gap rencana dan realisasi.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Merupakan kesimpulan dan saran yang didapatkan dari hasil penelitian laporan proyek akhir ini.