

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir dunia digital mengalami perubahan yang sangat pesat. Teknologi membawa dampak besar terhadap cara berbisnis, termaksud dalam bidang jasa dan kecantikan. Dahulu para pelaku sektor usaha dan jasa melakukan promosi bisnis dengan cara mulut ke mulut, media cetak seperti poster, spanduk yang dipasangkan didepan rumah, spanduk yang di pasangkan digang-gang menuju lokasi pelaku usaha dan jasa, bahkan dari selebaran kartu nama. Namun dengan perkembangan era digital saat ini tidak sedikit pelaku usaha dan jasa berkecimpung melakukan bisnis menggunakan kecanggihan era digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dunia bisnis kini tidak lagi terbatas pada bentuk fisik dan offline saja, tetapi sudah merambah ke era digital yang memiliki akses lebih luas dan terbuka, kondisi ini memberikan peluang dan manfaat yang besar bagi para pelaku usaha untuk memperkenalkan produk maupun jasa mereka ke pasar yang lebih luas tanpa batasan waktu dan jarak

LisaMakeup\_Rantauprapat adalah salah satu pelaku usaha yang bergerak dibidang jasa make up yang berdiri dan berkembang di Kota Rantauprapat. Usaha ini di rintis dengan tujuan untuk memberikan pelayanan rias yang profesional kepada masyarakat, khususnya perempuan, agar tampil lebih percaya diri disetiap kesempatan dan moment-moment penting bagi para client

seperti *Wedding, engagement, lamaran, wisuda, party, photostudio*, bahkan moment-moment penting lainnya yang membutuhkan jasa make up. LisaMakeup\_Rantauprapat tidak hanya menerima bookingan make up di lokasi studio saja, melainkan LisaMakeup menerima bookingan *home service*. Dengan perkembangan era digital saat ini LisaMakeup\_Rantauprapat mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi bagi para client. Melalui platform media sosial seperti *Instagram, Facebook, WA Bisnis dan Tiktok*. Lisamakeup dapat memberikan photofolio hasil make up di sosial media yang digunakan, menampilkan step by step di Lisamakeup, menampilkan foto before and after para client, mempermudah menjalin relasi dan hubungan yang lebih dekat dengan para client, sehingga dengan media sosial yang digunakan mempermudah client yang ingin menggunakan jasa LisaMakeup menemukan usahanya.

Namun, dibalik sebuah peluang besar yang diberikan era digital saat ini masih terdapat tantangan yang perlu dihadapi oleh usaha Lisamakeup dalam era digital saat ini, seperti persaingan antar para jasa make up artist, perubahan trend make up yang semakin cepat berubah, bagaimana membangun kepercayaan kepada client, bagaimana membangun personal branding yang kuat, bahkan bagaimana memberikan layanan terbaik bagi para client, serta kemampuan dalam mengelola konten digital agar tetap menarik dan konsisten. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis yang mendalam mengenai bagaimana strategi dan perkembangan kewirausahaan di LisaMakeup\_Rantauprapat, apa yang membedakan dan apa yang membuat menarik dengan membukakan di usaha Lisamakeup dengan para

Make up Artist lainnya sehingga Lisamakeup dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di era digital saat ini. Melalui pendekatan era digital yang tepat, sebuah usaha kecil dapat tumbuh menjadi sebuah bisnis yang berdaya saing tinggi. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana penerapan strategi kewirausahaan digital pada LisaMakeup\_Rantauprapat dapat mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman mendalam bagi UMKM Lisamakeup\_Rantauprapat untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini dan menganalisis sudah sejauh mana perkembangan media sosial membawa dampak bagi usaha Lisamakeup. Sehingga UMKM ini dapat meningkatkan kualitas jasa make up dan memperluas jangkauan pasar yang tak terbatas dari berbagai wilayah. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peluang, hambatan dan solusi untuk membantu para UMKM dalam meningkatkan daya saing di era digital dan memiliki potensi untuk keberlanjutan usaha dengan mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran digital yang efektif dapat diterapkan dengan bijak oleh LisaMakeup\_Rantauprapat dalam menghadapi berbagai pesaing di era digital saat ini ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam mengelola usaha LisaMakeup di era digital ?
3. Bagaimana solusi dalam mengoptimalkan pemasaran LisaMakeup\_Rantauprapat untuk daya saing di era digital untuk jangka berkelanjutan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran digital yang efektif yang dapat diterapkan dengan bijak dalam menghadapi pesaing di era digital saat ini.
2. Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam mengelola usaha LisaMakeup\_Rantauprapat di era digital.
3. Mengetahui solusi dalam pengoptimalan pemasaran Lisamakeup\_Rantauprapat untuk daya saing di era digital untuk jangka berkelanjutan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan kewirausahaan berbasis digital, khususnya dalam bidang jasa kecantikan. Selain itu diharapkan pada penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan studi kasus yang sama.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan akses untuk meningkatkan strategi bisnis kecantikan LisaMakeup\_Rantauprapat agar lebih efektif dalam menunjang daya saing untuk jangka berkelanjutan.
3. Mendukung pemberdayaan UMKM dalam era digital sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran digital yang menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Tiktok dan WA bisnis*.
2. Penelitian ini terbatas pada analisis penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, tanpa membahas platform *e-commerce* lainnya secara mendalam.
3. Analisis dilakukan pasar UMKM LisaMakeup\_Rantauprapat yang bergerak dibidang kecantikan, khususnya Make up.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini menjelaskan susunan bab dan subbab dalam proposal skripsi, sehingga pembaca dapat memahami alur penyajian materi secara terstruktur. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan memberikan gambaran awal mengenai penelitian dan alasan pelaksanaan proyek ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini membahas tentang konsep dasar kewirausahaan, teori inovasi dan kreatifitas pada bisnis, kewirausahaan digital, pemanfaatan media sosial dan bradingan digital, sosial media, serta analisis SWOT. Bab ini menjadi dasar dalam pembuatan proyek.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III ini membahas tentang gambaran umum bentuk usaha, jam operasional, sistem peraturan dan jenis makeup. Bab ini bertujuan memberikan gambar profil proyek.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini membahas tentang analisis pemasaran, harga, analisis kualitas pelayanan, analisis faktor penghambatan dan solusi bisnis untuk jangka berkelanjutan, hasil usaha, serta portofolio media sosial.

## **BAB V PENUTUP**

Bab V ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan atau penelitian lebih lanjut, baik dari sisi teknis maupun pengaplikasian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini memuat sumber referensi yang digunakan dalam penelitian, termasuk jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.