

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan saat ini terus mengalami perkembangan yang cukup pesat, terutama seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan dan perawatan diri. Tidak hanya terbatas pada *skincare* atau *makeup*, perhatian terhadap detail seperti perawatan kuku juga mulai menjadi bagian dari gaya hidup. *nail art* yang sebelumnya hanya dianggap sebagai pelengkap, kini sudah berkembang menjadi salah satu bentuk ekspresi diri yang cukup diminati, khususnya di kalangan perempuan. Hal ini juga didukung oleh perkembangan media sosial yang membuat berbagai tren desain kuku lebih mudah diakses dan diikuti oleh masyarakat.

Dalam skala global, industri kosmetik diperkirakan akan mencapai nilai USD 677,2 miliar pada tahun 2025 dengan pertumbuhan sebesar 3,37% (Kemenperin,2025). Di tingkat nasional, industri kosmetik Indonesia diproyeksikan mencapai USD 9,7 miliar pada tahun 2025 dan bertumbuh sebesar 4,33 persen setiap tahunnya sampai tahun 2030 (Statista, 2024). Pertumbuhan ini turut didorong oleh ledakan jumlah pelaku usaha, di mana sejak 2020 jumlah pelaku usaha di sektor kosmetik meningkat lebih dari 77 persen, dari 726 menjadi 1.292 pada tahun 2024, dengan mayoritas terdiri dari 83 persen perusahaan mikro dan kecil (Kemenperin,2025). Di segmen perawatan kuku secara khusus, proyeksi pendapatan pasar kosmetik kuku Indonesia diperkirakan mencapai US\$294,4 juta pada tahun 2025 dengan pertumbuhan rata-rata 2,44% per tahun (Statista, 2024), sementara total pasar *nail art* Indonesia diproyeksikan mencapai Rp 4,79 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan stabil di kisaran 4-9% per tahun.

Meskipun minat terhadap *nail art* semakin meningkat, pada kenyataannya masih banyak konsumen yang belum bisa menikmati layanan tersebut secara maksimal. Salah satu alasan utamanya adalah keterbatasan waktu. Aktivitas yang padat membuat tidak semua orang memiliki kesempatan untuk datang ke salon dan

melakukan perawatan kuku yang biasanya membutuhkan waktu cukup lama. Selain itu, biaya yang harus dikeluarkan untuk layanan *nail art* di salon juga menjadi pertimbangan tersendiri, terutama bagi konsumen yang ingin tampil menarik tetapi tetap memperhatikan pengeluaran.

Tidak hanya itu, beberapa konsumen juga merasa kurang fleksibel dalam menggunakan layanan *nail art* konvensional. Mereka harus menyesuaikan jadwal dengan ketersediaan salon, datang langsung ke lokasi, dan bergantung pada hasil yang dikerjakan oleh orang lain. Dalam beberapa kasus, hasil yang diperoleh juga tidak selalu sesuai dengan ekspektasi, baik dari segi desain maupun kualitas. Dari kondisi ini terlihat bahwa masih ada kebutuhan konsumen yang belum sepenuhnya terpenuhi, terutama dalam hal kepraktisan, fleksibilitas, dan efisiensi.

Pergeseran perilaku konsumen ini juga didukung oleh data riset pasar global, di mana lebih dari 62% konsumen menyatakan preferensi terhadap aplikasi *nail art* di rumah, 55% menyukai produk yang dapat digunakan kembali, dan 48% mengaku dipengaruhi oleh tren media sosial dalam keputusan pembelian mereka (Global Growth Insights, 2024).

Melihat kondisi tersebut, muncul peluang untuk menghadirkan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini. Salah satu alternatif yang mulai banyak diminati adalah *press on nails*, yaitu kuku buatan yang dapat dipasang sendiri tanpa perlu datang ke salon. Produk ini menawarkan kemudahan penggunaan, waktu yang lebih singkat, serta pilihan desain yang tetap menarik. Dengan konsep ini, konsumen tetap bisa tampil dengan kuku yang rapi dan estetik tanpa harus mengorbankan banyak waktu dan biaya.

Secara global, pasar *press on nails* tercatat senilai USD 738,0 juta pada tahun 2024 dan diproyeksikan mencapai USD 1,075 miliar pada tahun 2030 dengan CAGR sebesar 6,5% (Grand View Research, 2024). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya minat konsumen terhadap produk kecantikan DIY (*do-it-yourself*)

serta kuatnya pengaruh platform digital seperti TikTok dan Instagram dalam membentuk tren kecantikan.

Berdasarkan peluang tersebut, Jasmine Do Nails hadir sebagai *brand* yang berfokus pada penyediaan *press on nails* dengan desain yang menarik, kualitas yang tahan lama, serta kemudahan aplikasi yang dapat dilakukan sendiri oleh konsumen. *Value proposition* utama Jasmine Do Nails terletak pada kualitas produk yang setara salon dengan harga yang lebih terjangkau dan fleksibilitas desain yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Dalam proses menjalankan dan mengembangkan usaha ini, penulis tidak hanya berperan sebagai pemilik bisnis, tetapi juga harus menjalankan berbagai fungsi manajerial secara mandiri dan bersamaan. Kondisi ini lazim terjadi pada usaha mikro dan kecil, di mana keterbatasan sumber daya manusia mengharuskan pemilik untuk mengambil alih seluruh fungsi operasional, keuangan, dan pemasaran sekaligus. Meskipun pada tahap awal hal ini menjadi tantangan tersendiri, kemampuan untuk memahami dan menjalankan setiap fungsi bisnis secara menyeluruh justru menjadi keunggulan kompetitif yang mendorong efisiensi dan kelincahan bisnis.

Sebagai CEO (*Chief Executive Officer*), penulis bertanggung jawab atas penetapan visi, misi, dan arah strategis jangka panjang Jasmine Do Nails. Peran ini mencakup pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan produk, penentuan target pasar, serta identifikasi peluang pertumbuhan bisnis. CEO juga berperan sebagai penggerak utama inovasi, memastikan bisnis terus relevan di tengah persaingan industri kecantikan yang dinamis. Dalam konteks bisnis yang dikelola secara mandiri, peran CEO menuntut kemampuan berpikir jangka panjang sambil tetap adaptif terhadap perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen.

Sebagai COO (*Chief Operating Officer*), penulis bertanggung jawab terhadap jalannya operasional sehari-hari, mulai dari proses produksi *press on nails* hingga memastikan kualitas setiap produk yang dikirimkan kepada pelanggan.

Peran ini meliputi pengadaan dan pengelolaan bahan baku, pengaturan alur produksi, pengendalian kualitas, hingga pengemasan dan pengiriman produk. Sebagai COO, penulis juga menetapkan standar operasional produksi agar setiap set *press on nails* yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang konsisten, terlepas dari volume pesanan yang diterima.

Selanjutnya, Dalam peran sebagai CFO (*Chief Financial Officer*), penulis mengelola seluruh aspek keuangan usaha secara mandiri. Hal ini mencakup perencanaan modal awal, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, perhitungan harga pokok produksi (HPP), penetapan harga jual, serta pengelolaan arus kas secara berkala. CFO juga bertanggung jawab dalam mengevaluasi efisiensi biaya produksi dan memastikan keberlangsungan keuangan bisnis dalam jangka panjang. Kemampuan pengelolaan keuangan yang baik menjadi fondasi penting bagi pertumbuhan bisnis yang sehat dan terukur.

Sebagai CMO (*Chief Marketing Officer*), penulis merancang dan mengeksekusi seluruh strategi pemasaran Jasmine Do Nails. Peran ini mencakup pengelolaan konten di media sosial, pembangunan *brand identity*, pengembangan komunikasi kepada pelanggan, serta analisis tren pasar untuk menentukan desain dan produk yang relevan. Di era digital saat ini, peran CMO sangat krusial mengingat mayoritas konsumen *press on nails* berasal dari platform digital seperti Instagram dan TikTok. Strategi pemasaran yang tepat sasaran tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi *brand* Jasmine Do Nails di pasar.

Dengan menjalankan keempat peran tersebut secara bersamaan, penulis dituntut untuk dapat membagi fokus dan tanggung jawab dengan baik. Setiap peran saling berkaitan dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola berbagai peran ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan Jasmine Do Nails. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa masih terdapat peluang dalam industri *nail art* , khususnya dalam menyediakan solusi yang lebih praktis dan fleksibel bagi

konsumen. Jasmine Do Nails hadir sebagai bentuk pemanfaatan peluang tersebut. Namun, dalam proses pengembangannya, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh *business owner* dalam menjalankan perannya. Hal inilah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian mengenai peran *business owner* dalam Pengembangan Bisnis Jasmine Do Nails.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *business owner* Jasmine Do Nails menjalankan peran sebagai *CEO*, *COO*, *CFO*, dan *CMO* secara bersamaan dalam pengembangan bisnis?
2. Bagaimana strategi yang digunakan untuk menjawab tantangan bisnis dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan bisnis Jasmine Do Nails

1.3 Manfaat Penulisan

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu konsumen, industri, dan penulis. Setiap pihak memiliki keterkaitan dengan topik yang dibahas, sehingga hasil dari penulisan ini diharapkan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memiliki nilai praktis.

1.3.1. Bagi Konsumen Penelitian ini diharapkan dapat memberikan alternatif solusi bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan *nail art* yang lebih praktis, fleksibel, dan terjangkau tanpa harus mengunjungi salon.

1.3.2. Bagi Industri dan Pelaku Usaha Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM yang ingin mengelola bisnis kreatif secara mandiri dengan menjalankan berbagai fungsi manajerial secara efektif dan efisien.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan yang akan dilakukan. Dengan adanya sistematika penulisan, diharapkan pembaca dapat lebih mudah memahami

isi penelitian secara keseluruhan, mulai dari latar belakang hingga kesimpulan yang diperoleh. Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan satu sama lain.

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, manfaat penulisan, serta sistematika penulisan. Pada bab ini dijelaskan mengenai fenomena yang melatarbelakangi pemilihan topik, permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangan usaha Jasmine Do Nails. Bab ini juga menjadi dasar dalam menentukan arah penelitian yang akan dilakukan.

Bab II berisi tinjauan pustaka yang memuat berbagai teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian. Beberapa konsep yang dibahas antara lain mengenai *business owner*, peran CEO, COO, CFO, dan CMO, serta konsep pengembangan bisnis dan perilaku konsumen. Selain itu, bab ini juga membahas mengenai industri kecantikan sebagai konteks dari penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka ini digunakan sebagai landasan dalam menganalisis permasalahan yang telah dirumuskan.

Bab III membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini. Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, pendekatan yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan. Penjelasan pada bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai proses penelitian yang dilakukan secara sistematis.

Bab IV merupakan bagian pembahasan yang berisi hasil analisis terhadap pengembangan Jasmine Do Nails. Pada bab ini akan dibahas secara lebih mendalam mengenai bagaimana *business owner* menjalankan peran sebagai CEO, COO, CFO, dan CMO dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Selain itu, bab ini juga akan mengkaji bagaimana usaha ini dapat menjawab kebutuhan konsumen berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hasil akhir dari penelitian ini.

