

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia mengalami perubahan yang sangat dinamis dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan ini didorong oleh kemajuan teknologi digital, perubahan preferensi konsumen, serta meningkatnya persaingan di berbagai sektor industri. Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Peran UMKM sangat besar terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.



Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

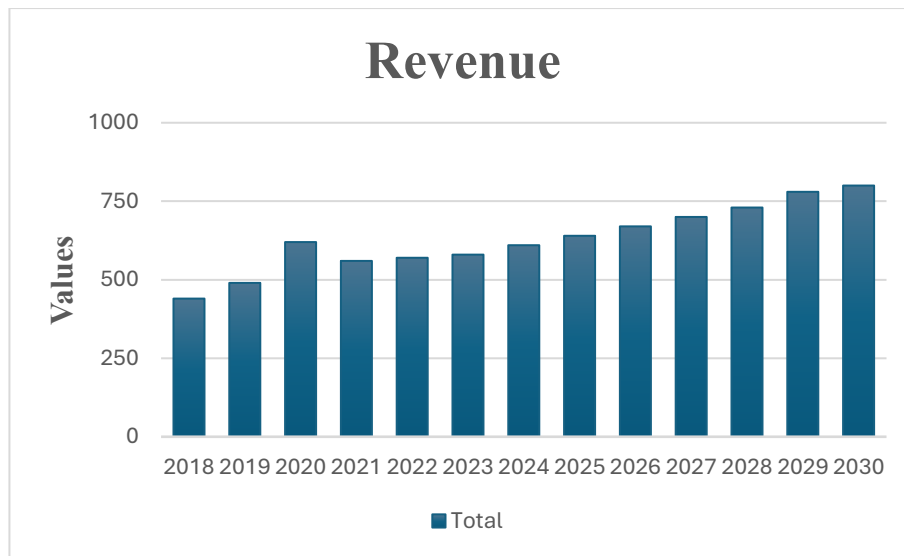
*Diolah dari berbagai sumber

Gambar I.1 Data UMKM Indonesia 2018 - 2023

(Sumber: Kadin Indonesia)

Gambar I.1 menunjukkan data UMKM di Indonesia pada tahun 2018 hingga 2023. Pada tahun 2023, pelaku usaha UMKM diperkirakan mencapai sekitar 66 juta unit. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61%, setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja nasional (Kadin Indonesia, 2025). Angka tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian, tetapi juga memiliki potensi besar untuk terus berkembang di tengah transformasi digital dan tren global. Salah satu subsektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah industri kecantikan. Subsektor ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan penampilan dan perubahan gaya hidup. Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi pada produk kosmetik, tetapi juga pada kategori *beauty tech* yang mendukung kegiatan *makeup*, baik secara pribadi maupun profesional. Kemunculan teknologi kecantikan atau *beauty tech* dalam beberapa tahun terakhir merupakan salah satu kemajuan terbesar dalam industri kecantikan. *Beauty tech* menggabungkan teknologi dan kecantikan untuk memberikan pengalaman yang

lebih baik bagi pelanggan melalui berbagai inovasi tidak hanya dalam produk kosmetik, tetapi juga dalam perangkat pendukung kecantikan (*beauty equipment*).



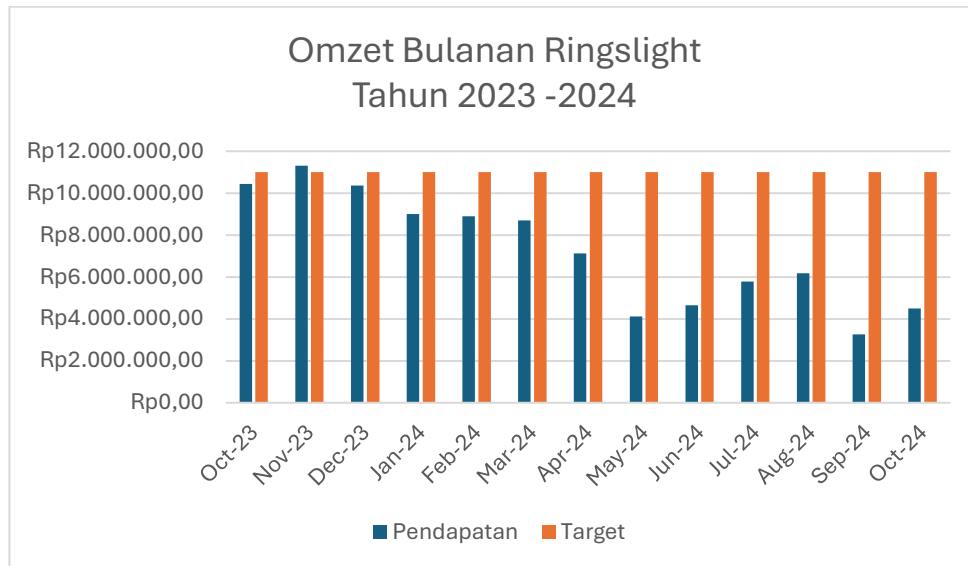
Gambar I.2 Pendapatan Pasar *Beauty Tech* di Indonesia
(Sumber: Statista.com)

Gambar I.2 menunjukkan proyeksi pertumbuhan pendapatan *beauty tech* di Indonesia dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari statista.com, pasar *beauty tech* di Indonesia diproyeksikan akan mencapai pendapatan \$156,14 juta pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 5,39% (Statista, 2025). Proyeksi tersebut menunjukkan peluang besar bagi pelaku usaha di bidang peralatan kecantikan untuk memanfaatkan inovasi teknologi dan tren pasar yang terus berkembang. Perkembangan ini tidak hanya berdampak pada penggunaan pribadi, tetapi juga pada dunia profesional, terutama bagi para *Makeup Artist* (MUA), yang kini semakin mengandalkan alat-alat berbasis teknologi untuk mendukung kualitas kerja mereka. MUA membutuhkan alat kecantikan yang tidak hanya dapat menghasilkan hasil riasan yang lebih baik, tetapi juga lebih efisien dan nyaman untuk digunakan. Alat-alat seperti *ring light* yang memberikan pencahayaan merata dan *folding mirror* yang mudah dibawa, menjadi perlengkapan yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi kerja para *Makeup Artist* (MUA).

Salah satu pelaku usaha di bidang peralatan kecantikan adalah Ringslight, yaitu bisnis yang berfokus pada penyediaan peralatan untuk kebutuhan *Makeup Artist* (MUA). Bisnis ini didirikan pada tahun 2019, usahanya dimulai dengan menjual

produk *ring light*. Seiring berjalannya waktu, Ringslight menambah variasi produk dengan menjual alat untuk kebutuhan MUA. Alat tersebut antara lain *folding mirror*, *ring light*, dan tas cermin khusus *Makeup Artist* (MUA).

Data pada Gambar di bawah ini menunjukkan omzet penjualan Ringslight selama bulan Oktober 2023 hingga Oktober 2024.



Gambar I.3 Omzet Penjualan Ringslight

(Sumber: Data Internal Perusahaan)

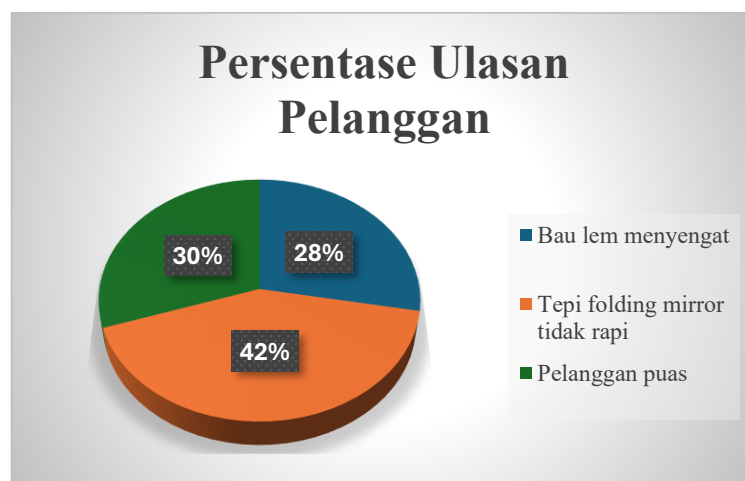
Berdasarkan Gambar I.3, data internal perusahaan menunjukkan bahwa omzet penjualan selama periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024 mengalami fluktuasi yang signifikan dan sulit untuk mencapai target yang diharapkan. Ringslight mengalami kesulitan untuk mempertahankan tingkat penjualan yang stabil meskipun ada peningkatan permintaan terhadap produk-produk alat pendukung dalam industri kecantikan. Pemilik *Ringslight* mengutarakan bahwa munculnya keluhan pelanggan mengenai kualitas produk, seperti tepi *folding mirror* yang tidak rapi dan bau lem yang menyengat dari kulit lipat dan kaca, adalah salah satu faktor yang memengaruhi penurunan penjualan.

Berdasarkan data penurunan penjualan Ringslight, berikut merupakan permasalahan yang menjadi penyebab Ringslight sulit mencapai target pendapatannya:

1. Kualitas Produk

Dalam industri peralatan kecantikan, estetika dan kualitas produk merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan informasi dari pemilik usaha, salah satu masalah yang dihadapi Ringslight adalah ketidakpuasan pelanggan terkait kualitas produknya, khususnya pada produk *folding mirror*. Banyak pelanggan yang melaporkan bahwa produk yang diterima memiliki bau lem yang menyengat. Bau ini menimbulkan kekhawatiran mengenai keamanan bahan yang digunakan serta memberikan pengalaman negatif bagi pelanggan. Selain itu, banyak pelanggan mengeluh mengenai tepi *folding mirror* yang tidak rapi. Hal ini menunjukkan bahwa *quality control* dan proses produksi belum dilakukan dengan baik. Selain itu, *quality control* juga belum didukung oleh standar yang jelas. Masalah ini cukup krusial karena produk dengan tampilan fisik yang tidak rapi dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap *brand* secara keseluruhan. Berikut merupakan informasi persentase data ulasan pelanggan yang diberikan oleh pemilik usaha:



Gambar I.4 Persentase Ulasan Pelanggan

(Sumber: Data Internal Perusahaan)

Berdasarkan Gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa ulasan pelanggan mengenai bau lem menyengat merupakan ulasan terbanyak. Selain itu, keluhan mengenai tepi *folding mirror* yang tidak merata juga menjadi ulasan terbanyak setelah masalah bau lem menyengat. Kedua masalah ini menunjukkan dampak yang signifikan terhadap persepsi pelanggan pada produk. Ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan kualitas produk yang diterima dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Pengiriman Produk

Pengiriman merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pengalaman berbelanja bagi pelanggan. Kecepatan dan ketepatan pengiriman menunjukkan profesionalisme dan komitmen *brand* terhadap pelanggan. Dalam hal ini, Ringslight menghadapi keluhan pelanggan mengenai keterlambatan pengiriman produk. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa produk yang mereka pesan membutuhkan waktu pengiriman yang lebih lama dari yang dijanjikan. Berikut merupakan data ketepatan waktu pengiriman Ringslight berdasarkan ulasan pelanggan:



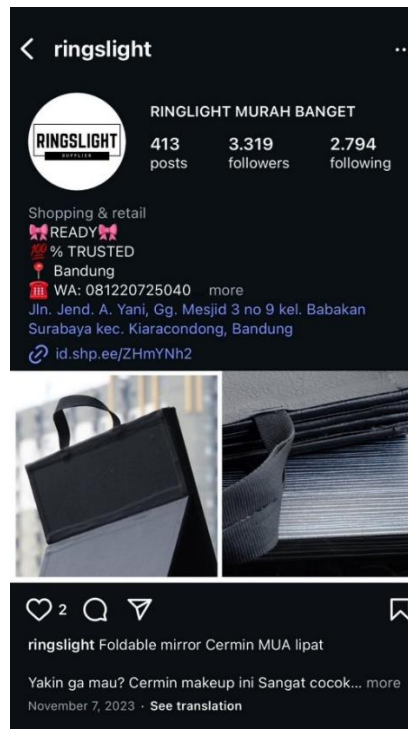
Gambar I.5 Persentase Ketepatan Waktu Pengiriman

(Sumber: Data Internal Perusahaan)

Gambar 1.5 menunjukkan ketepatan waktu pengiriman produk Ringslight berdasarkan ulasan pelanggan. Dari total ulasan yang diterima, sebanyak 58% pelanggan menyatakan bahwa produk yang diterima mengalami keterlambatan pengiriman. Berdasarkan informasi dari pemilik usaha pengiriman yang terlambat bukan disebabkan oleh pihak *seller*, melainkan oleh masalah yang terjadi pada pihak ekspedisi. Meskipun Ringslight telah berusaha untuk memastikan pengiriman tepat waktu, terkadang ekspedisi yang dipilih tidak dapat memenuhi standar yang diharapkan. Hal ini menyebabkan keterlambatan pengiriman yang tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan kepada pelanggan.

3. Promosi Produk

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mengubah cara bisnis dalam menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan. Di era digital ini, promosi dan pemasaran menjadi salah satu elemen utama dalam menarik perhatian pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Namun, Ringslight belum memanfaatkan potensi ini secara maksimal, khususnya melalui *platform* media sosial Instagram. Akun media sosial Ringslight memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak. Namun, konten yang unggah belum konsisten dan tingkat interaksi dengan pengikut rendah. Padahal, media sosial menawarkan peluang besar untuk menjangkau pasar yang membutuhkan peralatan kecantikan. Berikut merupakan laman Instagram Ringslight:



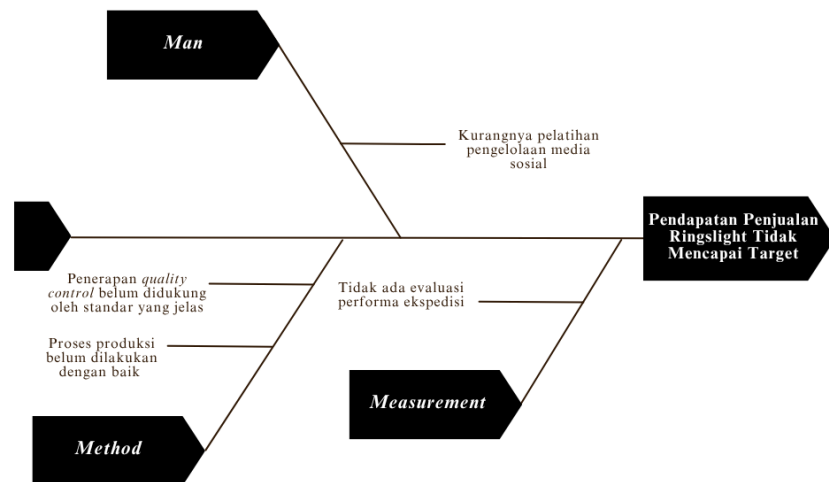
Gambar I.6 *Platform* Instagram Ringslight

(Sumber: Instagram Ringslight)

Berdasarkan Gambar I.6 dapat disimpulkan bahwa Ringslight memiliki jumlah *followers* sebesar 3.319. Hal tersebut merupakan aset penting untuk meningkatkan jangkauan pemasaran Ringslight. Namun, *platform* Instagram ini belum digunakan sepenuhnya. Hal ini ditunjukkan oleh akun Instagram Ringslight yang membuat unggahan terakhir pada tanggal 7

November 2023, dengan unggahan sebelumnya pada tahun 2020. Pola ini menunjukkan tidak adanya konsistensi dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan promosi.

Berikut merupakan diagram *fishbone* yang menggambarkan akar permasalahan Ringslight:



Gambar I.7 Diagram *Fishbone* Ringslight

Gambar I.7 menunjukkan diagram *fishbone* Ringslight. Berdasarkan permasalahan Ringslight yang telah digambarkan dengan diagram *fishbone* di atas, berikut merupakan alternatif solusi dalam memecahkan berbagai akar permasalahan tersebut:

Tabel I.1 Alternatif Solusi Permasalahan

Akar Permasalahan	Alternatif Solusi
Penerapan <i>quality control</i> belum didukung oleh standar yang jelas	Menyusun dan menerapkan SOP serta <i>checklist quality control</i> untuk memastikan standar kualitas produk
Penggunaan <i>platform</i> media sosial Instagram kurang efektif karena minim interaksi dengan pengikut dan unggahan konten tidak konsisten	Pelatihan pengelolaan media sosial dan perancangan strategi dengan jadwal unggah rutin dan konten interaktif
Pemilihan mitra ekspedisi tidak dilakukan secara selektif	Menyusun kriteria dan indikator evaluasi mitra ekspedisi serta melakukan pemilihan berdasarkan performa, ketepatan waktu, dan kepuasan pelanggan

Tabel I.1 Alternatif Solusi Permasalahan (Lanjutan)

Akar Permasalahan	Alternatif Solusi
Proses produksi belum dilakukan dengan baik	Menyusun dan menerapkan alur proses produksi yang terstandarisasi melalui SOP, termasuk kontrol kualitas di setiap tahapan produksi
• Penerapan <i>quality control</i> belum didukung oleh standar yang jelas • Penggunaan <i>platform</i> media sosial Instagram belum maksimal • Pemilihan mitra ekspedisi tidak dilakukan dengan selektif • Proses produksi belum dilakukan dengan baik	Melakukan analisis dan perancangan model bisnis usulan untuk pengembangan bisnis Ringlight

Berdasarkan Tabel I.1 dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi Ringslight bersumber dari berbagai faktor yang saling memengaruhi. Permasalahan utama terletak pada blok *key activities*, *key partners*, dan *channel* dalam *Business Model Canvas* (BMC). Pada *key activities*, kurangnya *quality control* dalam produksi meningkatkan risiko cacat dan berdampak pada kepercayaan pelanggan. Pada *key partners*, pemilihan mitra ekspedisi yang kurang tepat menyebabkan keterlambatan pengiriman, yang menurunkan kepuasan pelanggan. Pada *channel*, pemanfaatan media sosial Instagram belum efektif, sehingga jangkauan pasar terbatas dan interaksi dengan pelanggan tidak maksimal. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa selama proses pengolahan data dan analisis lebih lanjut, permasalahan juga dapat melibatkan elemen lain dalam BMC yang saling berkaitan satu sama lain. Sehingga, penelitian ini tidak hanya memfokuskan pada tiga blok utama tersebut, tetapi juga terbuka terhadap kemungkinan pengembangan rekomendasi pada blok lain yang relevan, berdasarkan data yang diperoleh.

Berdasarkan permasalahan tersebut, langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mengevaluasi model bisnis yang saat ini diterapkan, sehingga dapat dirancang inovasi model bisnis baru yang lebih efektif dan efisien. Berdasarkan identifikasi

akar masalah dan alternatif solusi yang telah disusun, Ringslight memiliki peluang besar untuk menciptakan model bisnis yang lebih baik untuk meningkatkan performa bisnis secara keseluruhan. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat strategis untuk menggambarkan dan mengevaluasi model bisnis. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memahami bagaimana nilai diciptakan, disampaikan, dan ditangkap melalui berbagai aspek bisnis, seperti segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan cara membangun hubungan dengan pelanggan, hingga bagaimana perusahaan memperoleh pendapatan, mengelola sumber daya utama, melaksanakan aktivitas inti, bekerja sama dengan mitra strategis, serta mengendalikan struktur biaya. Melalui analisis hubungan antar aspek tersebut, Ringslight diharapkan mampu menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi serta keputusan strategis yang mendukung pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada analisis dan evaluasi model bisnis Ringslight saat ini, serta perancangan model bisnis baru menggunakan *Business Model Canvas* untuk mendukung pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan dan memperkuat daya saing perusahaan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, permasalahan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan model bisnis eksisting pada Ringslight jika dirancang menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana pemetaan *customer profile* pada Ringslight?
3. Bagaimana evaluasi model bisnis eksisting pada Ringslight berdasarkan analisis SWOT?
4. Bagaimana rancangan model bisnis usulan pada Ringslight jika dirancang menggunakan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, tujuan dari penelitian berikut adalah sebagai berikut:

1. Memetakan model bisnis eksisting pada Ringslight menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Memetakan *customer profile* pada Ringslight.

3. Mengevaluasi model bisnis eksisting pada Ringslight menggunakan analisis SWOT.
4. Merancang model bisnis usulan pada Ringslight menggunakan *Business Model Canvas*.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk, pengiriman, dan strategi pemasaran Ringslight.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan rancangan model bisnis yang dapat diterapkan pada Ringslight, serta industri peralatan kecantikan lainnya yang menghadapi permasalahan serupa.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam mengidentifikasi permasalahan dan merancang perbaikan dalam model bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Batasan dan asumsi dalam penelitian ini diperlukan untuk memastikan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa batasan dan asumsi yang diterapkan dalam perancangan model bisnis yang diusulkan untuk Ringslight antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan data internal perusahaan pada Oktober 2023 hingga Oktober 2024.
2. Penelitian ini hanya mencakup tahap analisis dan perancangan model bisnis eksisting dan usulan terhadap kondisi yang ada. Tahap implementasi tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini tidak membahas kelayakan dan analisis finansial lebih lanjut.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas keseluruhan teori yang berkaitan dengan penelitian sebagai pendukung dalam menyusun laporan penelitian untuk membangun kerangka berpikir dan menghubungkan konsep literatur dengan hasil penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai metode atau langkah yang digunakan untuk melakukan pemecahan masalah dalam penelitian secara terperinci sesuai dengan tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan. Pada bab ini juga disampaikan penjelasan mengenai mekanisme pengumpulan dan pengolahan data, verifikasi rancangan, validasi rancangan, analisis hasil rancangan yang akan dibuat, serta implikasi.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan uraian mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian, model bisnis usulan untuk perusahaan terkait, serta verifikasi hasil perancangan.

BAB V VALIDASI SERTA ANALISIS HASIL RANCANGAN

Bab ini berisi uraian validasi serta analisis hasil rancangan model bisnis serta implikasi yang dihasilkan dari data penelitian yang telah dikumpulkan dan diolah pada bab sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta berisi saran yang dapat diberikan terhadap objek penelitian dan pihak lain.