

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kecantikan mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan. Salah satu sektor yang turut mengalami pertumbuhan adalah produk perawatan kuku, khususnya *Press-on Nails*, yaitu kuku tiruan siap pakai yang tersedia dalam berbagai desain menarik. Produk ini menjadi alternatif yang praktis dan relatif terjangkau bagi konsumen yang ingin memiliki tampilan kuku menarik tanpa harus melakukan perawatan langsung di salon. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk *Press-on Nails* terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir.

Namun, di balik meningkatnya permintaan tersebut, pelaku usaha di bidang ini dihadapkan pada tantangan untuk menjaga keberlangsungan proses produksi agar tetap mampu memenuhi kebutuhan pasar secara konsisten. Menurut Heizer dan Render (2014), keberlangsungan produksi sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya, kapasitas produksi, serta efisiensi operasional. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM) yang memproduksi *Press-on Nails*, keberlangsungan produksi tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan tenaga kerja, tetapi juga oleh pengelolaan proses produksi yang efektif dan efisien.

Dalam kasus *Press-on Nails*, meskipun produk ini memiliki tren pasar yang positif, namun kelangsungan produksinya sangat bergantung pada beberapa faktor, seperti ketersediaan bahan baku berkualitas, keterampilan tenaga kerja dalam mendesain kuku secara kreatif, serta ketepatan waktu dalam proses distribusi. Selain itu, keberlangsungan produksi *Press-on Nails* juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan produksi dengan perubahan tren pasar. Apabila faktor-faktor tersebut tidak dikelola dengan baik, maka proses produksi dapat mengalami hambatan yang pada akhirnya berpotensi mengganggu

keberlangsungan usaha.

Selain itu, pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam proses produksi juga dapat menjadi solusi strategis untuk menjaga konsistensi kualitas dan kuantitas produk. Dengan melihat dinamika tersebut, penting untuk melakukan kajian empiris mengenai keberlangsungan produksi *Press-on Nails*, khususnya pada pelaku usaha lokal atau UMKM yang masih memiliki keterbatasan sumber daya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penggerak ekonomi lokal tetapi juga sebagai penyedia lapangan kerja. Namun, dalam praktiknya UMKM sering menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, pengelolaan produksi, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Di Kota Semarang terdapat sekitar 150–200 usaha *nail art* yang tersebar di berbagai wilayah berdasarkan data dari *Google Maps*. Dengan jumlah usaha *nail art* yang relatif banyak, hal ini menunjukkan bahwa layanan *nail art* cukup diminati oleh masyarakat, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun acara tertentu. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen memiliki kebebasan untuk memilih layanan berdasarkan desain, harga, maupun kualitas pelayanan yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri kecantikan di Kota Semarang mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menghadirkan persaingan yang semakin ketat bagi pelaku usaha.

Dalam kondisi persaingan tersebut, beberapa pelaku usaha *Press-on Nails* menghadapi kendala dalam memenuhi permintaan pasar karena keterbatasan kemampuan produksi, termasuk Ziezy Nails sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang ini. Berdasarkan observasi internal selama 6 bulan mulai dari Agustus 2025 - Januari 2026, permintaan *Press-on Nails* di Ziezy Nails mencapai 40-50 set per bulan semenjak bulan November 2025. Namun kapasitas produksi maksimal hanya berada pada kisaran 25-35 set per bulan. Proses pengerjaan satu set membutuhkan waktu 2-4 jam tergantung desain yang diminta dan hanya dikerjakan oleh satu *nail artist* utama, sehingga jumlah output bulanan terutama mulai bulan November sangat terbatas. Ditambah dengan peralatan produksi yang masih

sederhana dan belum adanya sistem produksi yang lebih efisien, kondisi ini menyebabkan munculnya *waiting list* pemesanan selama 3-2hari dan beberapa pesanan tidak dapat diterima ketika permintaan meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan produksi menjadi penyebab utama Ziezy Nails belum mampu memenuhi permintaan pasar secara optimal.

Dengan berkembangnya industri kecantikan di Kota Semarang serta semakin beragamnya pilihan layanan yang tersedia, pelaku usaha perlu memahami karakteristik konsumen yang menjadi sasaran pasar mereka. Setiap konsumen memiliki kebutuhan, preferensi, serta perilaku pembelian yang berbeda-beda dalam memilih produk atau layanan kecantikan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu agar produk dan layanan yang ditawarkan dapat lebih tepat sasaran.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami karakteristik pasar tersebut adalah melalui segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku, sehingga setiap segmen dapat dilayani secara lebih efektif dengan strategi pemasaran yang disesuaikan (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2020). Segmentasi pasar dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi tingkah laku.

Dalam penelitian ini, Ziezy sebagai usaha yang bergerak di bidang Press-on Nails juga melakukan pengelompokan pasar untuk memahami target pasarnya. Melalui proses observasi terhadap karakteristik konsumen serta wilayah pemasaran yang dijangkau, Ziezy mengidentifikasi beberapa segmen pasar yang menjadi sasaran utama penjualannya. Pengelompokan ini bertujuan untuk menyesuaikan produk yang dihasilkan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen sehingga proses produksi maupun strategi pemasaran dapat berjalan lebih efektif. Adapun hasil segmentasi pasar yang telah diidentifikasi oleh Ziezy dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 1.1 Segmentasi Pasar Ziezy Nails

Segmentasi	Aspek	Interpretasi
Geografis	Wilayah	Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah
	Karakter Wilayah	Kota metropolitan dengan penduduk urban, banyak kampus dan pusat perbelanjaan, serta tinggi paparan media sosial
	Potensi Pasar Lokal	Segmen muda, trend aware, dan urban
Demografis	Usia	Mayoritas berusia 19-30 tahun, menandakan target utama adalah mahasiswa dan pekerja muda.
	Agama	Muslim dan non muslim
	Penghasilan	>Rp 3.000.000
Psikografis	Gaya Hidup dan Media Sosial	Gaya hidup modis dan mengikuti trend dengan pengaruh media sosial, daya tarik utama dari media sosial adalah keindahan dan kreativitas desain
Tingkah Laku	Status Pengguna	mayoritas merupakan pengguna berpengalaman yang bisa dijadikan target promosi retensi dan loyalitas.
	Manfaat yang Dicari	Pengguna yang ingin meningkatkan penampilan, pengguna yang mengikuti tren, pengguna yang mencari fleksibilitas, efisiensi waktu dan mencari kepraktisan, serta estetika.
	Preferensi Harga	Rp 65.000 - Rp 120.000

Sumber: Data diolah Penulis, 2025

1.2. Perumusan Masalah

Ziezy Nails belum sepenuhnya bisa memenuhi permintaan pasar *Press-On Nails* di Kota Semarang, disebabkan oleh rendahnya kemampuan produksi produk *Press-On Nails* di *Ziezy Nails*.

1.3. Tujuan Karya Bidang

Memberi solusi terhadap kemampuan meningkatkan produksi dan menghubungkan dengan pengguna akun sosial media *Ziezy* yakni *Press-On Nails*, untuk meningkatkan penjualan.

1.4. Kegunaan Karya Bidang

a. Kegunaan bagi Perkembangan Akademis

1. Perkembangan ilmu pengetahuan : karya ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang manajemen pemasaran dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dapat memberikan strategi inovatif yang efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, yang dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lainnya untuk mengembangkan teori dan praktik dalam manajemen program loyalitas.
2. Pendidikan dan pembelajaran : karya ini nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk diajarkan pada institusi pendidikan terutama jurusan manajemen dan bisnis. Disini mahasiswa dapat mempelajari bagaimana inovasi dalam program loyalitas dapat mempengaruhi penjualan dan keberhasilan usaha kecil (UMKM) dan menengah.

b. Kegunaan Praktis dalam Upaya Pemecahan Masalah

1. Pengembangan usaha kecil dan menengah : Karya ini dapat memberikan panduan bagi pemilik usaha kecil dan menengah dalam merancang dan mengimplementasikan program loyalitas yang efektif. Dari ini dapat membantu mereka

mengatasi tantangan dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar.

2. Optimalisasi Strategi Pemasaran : penelitian ini dapat membantu usaha kecil (UMKM) dan menengah dalam mengidentifikasi strategi pemasaran yang paling efektif untuk produk nail art press- on. dengan memahami dampak program loyalitas terhadap penjualan, mereka dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi.