

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN MAKE
UP ARTIST JAKARTA UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Arini Elhaq

1151001091

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang diuji maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arini Elhaq

NIM : 1151001091

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arini Elhaq
NIM : 1151001091
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan *Make Up Artist* Jakarta untuk Meningkatkan Minat Konsumen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti SE., MM
Penguji I : Anon Kuswardono SE., M.B.A
Penguji II : Aurino Rilman A.Djamaris, Ir., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat serta karunia-Nya peneliti dapat melaksanakan penyusunan tugas akhir dan menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Program tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana strata satu pada Program Studi Manajemen.

Penyusunan laporan tugas akhir dilakukan peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan selama berlangsungnya penyusunan tugas akhir dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN MAKE UP ARTIST JAKARTA UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN ”**. Terlaksananya penyusunan tugas akhir dan laporan ini tentunya tidak lepas dari bantuan beberapa pihak yang telah membantu dan memberikan semangat pada penulis selama pelaksanaan penyusunan tugas akhir dan penulisan laporan ini, pihak-pihak tersebut diantaranya yaitu :

1. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dengan sabar, arahan, serta saran kepada peneliti selama berjalannya penyusunan tugas akhir.
2. Bapak Anon Kuswardono SE., M.B.A dan Bapak Aurino Rilman A.Djamaris, Ir., MM selaku dosen penguji dalam siding tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir
3. Orang tua dan keluarga, yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu penulis pada setiap proses pembelajaran.
4. Ibu Rustia Ningsih yang telah membantu dalam penelitian tugas akhir berkenan untuk diwawancarai.
5. Ibu Dini Falihah yang telah membantu dalam penelitian tugas akhir berkenan untuk diwawancarai.
6. Teman - teman satu jurusan Manajemen angkatan tahun 2015 yang ikut membantu dalam penelitian, khususnya teman – teman saya Cessie, Desty, Dewi, Dea, Erdian, Yani, Tiara, Adine.

Universitas Bakrie

7. Sahabat saya Dalila Putri Prayogi, Puput Dwijayanti, dan Farin Indrifiyanti yang telah membantu peneliti didalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Sahabat saya Zara Chairany, Diah, Rufaidah, Ziah yang menemani peneliti selama penyusunan tugas akhir.
9. Serta pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, didalam membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan oleh rekan – rekan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, tetapi peneliti berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua.

Jakarta, 19 Agustus 2019



Arini Elhaq

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik universitas bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arini Elhaq
NIM : 1151001091
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Analisis Strategi Pemasaran terhadap Persaingan *Make up Artist* Jakarta dengan Meningkatkan Minat Konsumen”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Jakarta
Pada Tanggal : 19 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Arini Elhaq

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN MAKE
UP ARTIST JAKARTA UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN**

Arini Elhaq¹

ABSTRAK

Kecantikan adalah sebuah anugerah yang diharapkan bagi kaum wanita di dunia. Keinginan bagi kaum wanita untuk mempercantik diri melalui rias sangatlah tinggi namun tidak semua wanita dapat merias dirinya sendiri dengan baik dan sempurna. *Makeup Artist* merupakan salah satu profesi merupakan salah satu profesi yang berkecimpung didalam bidang jasa tata rias. Kebutuhan yang tinggi akan *Makeup Artist* pada zaman sekarang dijadikan sebagai peluang bisnis untuk semua kalangan masyarakat, baik pria maupun wanita. Penelitian ini membahas tentang analisis strategi pemasaran terhadap persaingan *Makeup Artist* di Jakarta untuk meningkatkan minat konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik observasi, *in depth interview* dan pencatatan. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa strategi pemasaran dari kedua *Makeup Artist* yang dijadikan objek penelitian adalah melalui media *Instagram* dengan menyesuaikan dari aspek-aspek STP, SWOT dan 7 Marketing Mix.

Kata Kunci: *makeup artist, pemasaran, jasa*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**ANALYSIS MARKETING STRATEGY AGAINST THE COMPETITION
MAKE UP ARTIST JAKARTA TO INCREASE CONSUMER INTEREST**

Arini Elhaq²

ABSTRACT

Beauty is a gift that women expected in the world. The desire for women to beautify themselves through makeup is very high but not all women can make themselves well and perfect. Makeup Artist is one of the professions that engaged in cosmetology services. The high need for Makeup Artist today is used as a business opportunity for all people, both men and women. This research discusses the analysis of marketing strategies for the Makeup Artists' competition in Jakarta to increase consumer interest. This research uses qualitative research methods with a case study approach with observation, in depth interview and recording techniques. The results of this research suggest that the marketing strategies of the two Makeup Artists that are used as research objects are through the Instagram media by adjusting aspects of STP, SWOT and 7 Marketing Mixes.

Keywords: makeup artist, marketing, services

² College Student of Management Program at Bakrie University

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.2 Karakteristik Jasa	17
2.2 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.1 Definisi Strategi	18
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	26
2.2.4 Analisis SWOT	28
2.2.5 Strategi Umum Pemasaran.....	30
2.2.6 Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Jasa.....	32
2.4 Penelitian Terdahulu	34
2.5 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Objek Studi Kasus.....	39

3.2 Jenis Studi Kasus	39
3.3 Instrumen Studi Kasus	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Pengolahan Data	43
3.5.2 Penyajian Data	43
3.5.3 Verifikasi Data	44
3.6 Keterbatasan Studi Kasus.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Profile Narasumber	46
4.1.1 Rustia Ningsih.....	46
4.1.2 Dini Falihah	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Penerapan strategi STP pada <i>make up artist</i> (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	51
4.2.2 Penerapan strategi bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	61
4.2.3 Analisis SWOT	82
4.3 Strategi pemasaran <i>make up artist</i> melalui <i>Digital Marketing</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95
1.1 Daftar Pedoman Wawancara.....	95
2.1 HASIL WAWANCARA	99
2.1.1 Transkrip Wawancara Rustia Ningsih	99
2.2.2 Transkrip Wawancara Dini Falihah	105

DAFTAR TABEL

Table 2.1.1 Trend Perkembangan Sektor Jasa	15
Table 2.2.2 Klasifikasi Segmentasi	23
Table 2.4 Penelitian Terdahulu	35
Table Pedoman Wawancara	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Profile Instagram Rustia Ningsih 5

Gambar 1.1.2 Hasil Make up Rustia Ningsih 6

Gambar 1.1.1 Profile Instagram Dini Falihah 8

Gambar 1.1.2 Hasil Make up Dini Falihah 9

Gambar 2.2.4 Matrix Analisis SWOT 29

Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran 38

Gambar 4.1.1 Photo Rustia Ningsih..... 46

Gambar 4.1.2 Photo Dini Falihah 48

Gambar 4.2.1 Grafik Followers & Pengunjung Instagram Rustia Ningsih 53

Gambar 4.2.1.2 Grafik Audience Instagram Rustia Ningsih 54

Gambar 4.2.1.3 Testimoni Klien Rustia Ningsih 55

Gambar 4.2.1.1 Grafik Audience Instagram Dini Falihah 56

Gambar 4.2.1.2 Grafik Pengunjung Instagram Dini Falihah 57

Gambar 4.2.1.3 Testimoni klien Dini Falihah 59

Gambar 4.2.2 Pricelist Make up Rustia Ningsih 65

Gambar 4.2.2.2 Photo produk jasa make up Rustia Ningsih 66

Gambar 4.2.2.3 Profil Instagram Rustia Ningsih 68

Gambar 4.2.2.4 Profil Hellobeauty Rustia Ningsih 68

Gambar 4.2.2.5 Mempublikasikan Workshop dengan Brand Make up 70

Gambar 4.2.2.6 Bukti Fisik Testimoni Make up 72

Gambar 4.2.2.1 Pricelist Dini Falihah 74

Gambar 4.2.2.2 Produk Jasa Dini Falihah 75

Gambar 4.2.2.3 Profil Instagram Dini Falihah 77

Gambar 4.2.2.4 Photo Dini Falihah Saat Merias Klien 78

Gambar 4.2.2.5 Bukti Fisik Testimoni Dini Falihah 80

Gambar 4.3.1 Grafik Pengguna Social Media di Dunia 88

Gambar 4.3.2 Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia 89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1.1 Daftar Pedoman Wawancara	95
Lampiran 2 2.1 Hasil WAWANCARA	99
Lampiran 3 2.1.1 Transkrip Wawancara Rustia Ningsih.....	99
Lampiran 4 2.2.2 Transkrip Wawancara Dini Falihah.....	105