

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perekonomian di Indonesia yang di iringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, banyak sekali persaingan diantara para pengusaha jasa. Persaingan yang semakin tajam inilah yang mendorong para pengusaha untuk memikirkan bagaimana memberikan pelayanan yang baik dan jasa yang berkualitas. Sehingga konsumen pun akan lebih selektif memilih jasa yang akan dibelinya.

Dengan semakin berkembangnya zaman seperti sekarang ini, di kota Metropolitan juga sudah banyak sekali jasa MUA (*Make Up Artist*) yang digunakan untuk golongan masyarakat menengah keatas pada khususnya dalam menghadiri berbagai macam acara serta momen tertentu. Mulai dari *wedding service*, bridesmaid, among tamu, atau bahkan hanya sekedar menghadiri undangan yang sifatnya non resmi atau resmi. Hal ini pun membuka peluang besar bagi para Make Up Artist atau yang akrab dikenal sebagai MUA, semakin banyak mendapatkan orderan. Bagi para kaum wanita metropolitan, make up sekarang sudah menjadi seperti kebutuhan primer yang tidak dapat dipisahkan.

Di dukung dengan *social* media yang juga semakin berkembang seperti salah satu contohnya, kita sebut saja social media Instagram, yang beberapa tahun terakhir ini semakin familiar di kehidupan masyarakat luas. Semua para

pemilik jasa MUA (*Make Up Artist*) hanya cukup dengan mengunggah hasil karyanya tersebut, yang memudahkan bagi pelanggan untuk melihat semua hasil karyanya serta dapat memancing minat para *customer* yang membutuhkan jasanya untuk digunakan.

Supply (penawaran) dan *demand* (permintaan) yang berbanding lurus antara penjual jasa MUA (*Make Up Artist*) dan pengguna jasa MUA (*Make Up Artist*) inilah yang menarik minat saya untuk menganalisa penetapan harga jual jasa mereka. Dalam mengambil keputusan penetapan harga jual juga sangat penting, karena dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi para pengusaha jasa. Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka saya tertarik untuk mengambil metode penelitian kualitatif dengan judul “ Analisa Penetapan Harga Jual Jasa *Make Up Artist* (MUA) di Surabaya (Studi Kasus pada Ristya Stefanie *Make Up & Wedding Design*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah mekanisme penetapan harga jual jasa *make up artist* yang selama ini diterapkan oleh Ristya Stefanie MUA ?
2. Apakah penetapan harga jual jasa *make up artist* yang diterapkan oleh Ristya Stefanie MUA sudah mendukung tujuan operasional ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana mekanisme penetapan harga jual jasa *make up artist* yang selama ini diterapkan.
2. Mengetahui apakah mekanisme penetapan harga jual jasa *make up artist* yang selama ini diterapkan sudah mendukung tujuan operasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan akan diperoleh setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek akademis.

Dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pengetahuan baru mengenai penetapan harga pada Ristya Stefanie MUA (*Make Up Artist*) dan dapat untuk menambah serta memperluas wawasan atau pemikiran terutama dalam kegiatan penetapan harga jual.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan.

Dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk memulai bisnis dalam bidang yang sama dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Aspek praktis.

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan penetapan harga, guna untuk lebih mengoptimalkan kualitas dan keuntungan bagi Ristya Stefanie MUA (*Make Up Artist*) atas pelayanan jasa yang diberikan.