

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan dan perawatan tubuh di Indonesia telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penampilan dan perubahan gaya hidup yang semakin modern. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pergeseran nilai sosial, pengaruh media massa, serta kemajuan teknologi yang memudahkan akses ke informasi terkait kecantikan. Masyarakat, terutama perempuan urban dengan mobilitas tinggi kini melihat kecantikan sebagai elemen dari gaya hidup mereka, bukan sekedar penunjang penampilan. Keinginan untuk selalu tampil prima dalam setiap kesempatan, baik di lingkungan sosial maupun profesional, menjadikan layanan kecantikan sebagai kebutuhan yang tidak bisa dipandang sebelah mata.

Layanan kecantikan seperti *nail art*, *eyelash extension*, sulam alis, hingga waxing kini telah menjadi bagian dari rutinitas harian bagi sebagian besar perempuan yang menginginkan penampilan yang selalu terjaga. Layanan ini tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan estetika, tetapi juga untuk memberikan kenyamanan dan kepercayaan diri. Fenomena ini menunjukkan bagaimana industri kecantikan di Indonesia semakin menggeliat dan beradaptasi dengan kebutuhan serta harapan konsumen yang

terus berkembang. Hal ini semakin didorong oleh perubahan gaya hidup yang lebih cepat dan dinamis, di mana perempuan urban cenderung memiliki waktu terbatas dan mencari solusi praktis untuk merawat penampilan mereka, tanpa mengorbankan kualitas dan kenyamanan.

Industri kecantikan Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan proyeksi sektor kecantikan yang diperkirakan mencapai USD 9,8 miliar pada tahun 2025, menurut laporan (Statista, 2023). Pertumbuhan tahunan yang diperkirakan sebesar 7,5% mencerminkan tingginya permintaan terhadap layanan kecantikan, yang tidak hanya sekadar perawatan fisik, tetapi juga menawarkan pengalaman yang menyenangkan dan personal bagi konsumen. Konsep *experience-based beauty services* yang mengintegrasikan perawatan tubuh dengan suasana sosial yang nyaman semakin diminati. Studio kecantikan kini tidak hanya menawarkan layanan perawatan, tetapi juga menciptakan ruang yang memungkinkan pelanggan untuk merasakan pengalaman lebih dari sekadar servis fisik. Banyak studio kecantikan yang kini memberikan konsep *cozy* pada tempatnya, sehingga pelanggan tidak hanya datang untuk merawat diri, tetapi juga untuk menikmati waktu bersantai dengan teman-teman atau keluarga, dan daya ketarikan instagrammable. Konsep ini tidak hanya menambah nilai tambah pada layanan kecantikan, tetapi juga menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dengan bisnis kecantikan tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kedekatan pelanggan terhadap merek.

Kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung telah lama menjadi pusat utama bagi industri kecantikan. Namun, daerah-daerah lainnya juga mulai merasakan dampak positif dari pertumbuhan industri ini, termasuk Gresik, yang saat ini menjadi salah satu kota satelit yang berkembang pesat. Seiring dengan kemajuan infrastruktur dan meningkatnya daya beli masyarakat, banyak studio kecantikan baru yang bermunculan di Gresik. Banyak dari studio ini memanfaatkan inovasi layanan untuk menarik minat konsumen, terutama kalangan milenial dan Gen Z, yang lebih sadar akan pentingnya penampilan dan lebih sering mencari layanan kecantikan melalui platform digital.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan platform digital, media sosial khususnya Instagram, kini berperan penting sebagai alat promosi sangat efektif. Berdasarkan laporan *We Are Aocial* (2023), Indonesia memiliki lebih dari 191 juta pengguna media sosial dan sekitar 77% dari mereka menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi layanan kecantikan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya sekedar platform berbagi foto dan video, tetapi juga sarana strategis dalam pemasaran industri kecantikan.

Dinda *Beauty Studio*, sebagai salah satu pemain baru yang berhasil memanfaatkan tren ini dengan menawarkan layanan unggulan seperti *nail art*, *eyelash extension*, *waxing*, sulam alis, perawatan rambut. Dinda *Beauty Studio* berhasil menarik perhatian konsumen dengan memberikan layanan yang berkualitas serta menghadirkan atmosfer yang nyaman dan estetik, menjadikannya sebagai destinasi kecantikan favorit di kota Gresik. Studio ini

telah membangun reputasi yang kuat dengan menciptakan pengalaman pelanggan yang menyegarkan, mengutamakan kenyamanan, dan menjaga kualitas pelayanan.

Namun, meskipun peluang besar terbuka bagi Dinda *Beauty Studio*, tantangan yang dihadapi juga tidak bisa diabaikan. Persaingan dalam industri kecantikan kini semakin ketat, dengan banyaknya studio kecantikan baru yang bermunculan dan menawarkan layanan serupa. Studio-studio kecantikan kini tidak hanya berfokus pada kualitas layanan, tetapi juga pada bagaimana cara mempromosikan diri mereka di tengah pasar yang semakin sesak. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk mempertahankan pangsa pasar dan menarik perhatian pelanggan baru.

Dinda *beauty studio* menyadari adanya tren ini dan memanfaatkan Instagram sebagai media utama strategi promosinya. Perusahaan menerapkan promosi digital melalui instagram untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan jangkauan. Konsistensi dalam mengunggah konten seperti hasil treatment, testimoni pelanggan, hingga promosi layanan terbaru menjadi kunci utama. Selain itu, *Instagram Ads* digunakan untuk meningkatkan visibilitas bisnis dengan target audiens spesifik di Jawa Timur. Dengan anggaran Rp 15.000 per harinya, strategi ini membantu menjangkau pelanggan potensial lebih luas meningkatkan efektivitas promosi.

Instagram menjadi alat utama bagi bisnis kecantikan untuk menjangkau pelanggan, meningkatkan *brand awareness*, dan membangun interaksi melalui fitur-fitur seperti *Post, Story, Reels, Live*, dll. Dinda *Beauty*

Studio menerapkan strategi komunikasi lebih personal melalui *Direct Message* (DM) dan *Whatsapp* (WA), nantinya setiap pelanggan yang telah melakukan treatment akan dihubungi oleh admin untuk memberikan feedback melalui pelayanan yang mereka terima, serta meminta review di Instagram dan Google. Langkah ini tidak hanya bertujuan memastikan kepercayaan kepuasan pelanggan, tetapi juga sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Fenomena ini dijelaskan melalui *Social Media Marketing Theory* (Mangold & Faulds, 2009), yang menempatkan media sosial sebagai unsur penting dalam bauran promosi modern. Media sosial seperti Instagram bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga platform strategis yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara bisnis dan pelanggan, menciptakan interaksi, keterlibatan, dan loyalitas. Dalam konteks industri kecantikan, kehadiran visual dan partisipatif dari Instagram sangat mendukung promosi berbasis estetika yang menjadi ciri khas layanan seperti nail art, eyelash extension, dan perawatan lainnya. Dinda Beauty Studio memanfaatkan kekuatan media sosial ini dengan menghadirkan konten visual yang menarik dan interaktif, yang tidak hanya meningkatkan visibilitas merek tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan audiens mereka.

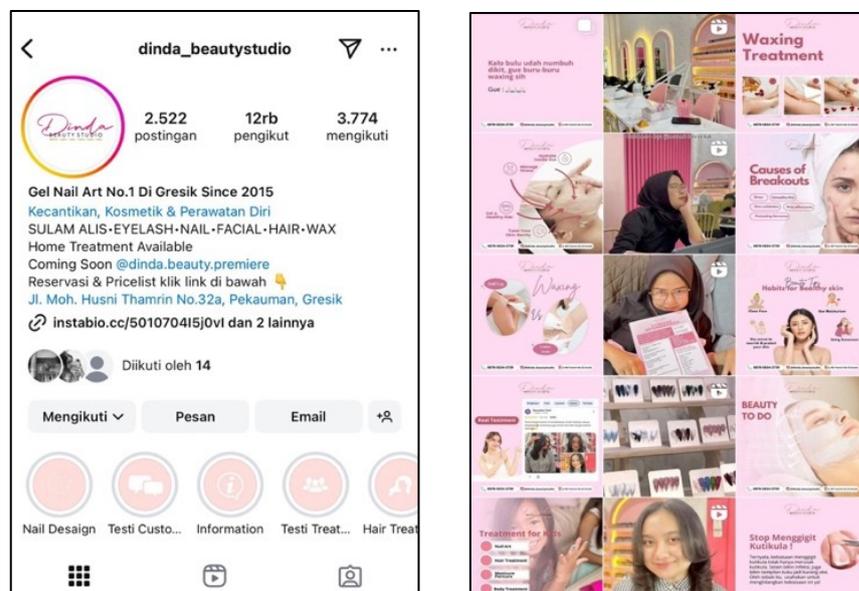
Sebagai saluran promosi visual, Instagram memberikan keuntungan besar bagi bisnis kecantikan yang berfokus pada elemen estetika. Konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi akan lebih mudah menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan mereka. Dengan

menggunakan hashtag yang relevan dan menarik, serta memanfaatkan fitur *Instagram Ads* yang membuat bisnis menargetkan audiens secara tepat, Dinda Beauty Studio dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Tidak hanya itu, interaksi langsung dengan pelanggan melalui kolom komentar, pesan langsung, serta fitur-fitur interaktif lainnya membantu membangun hubungan yang erat dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan menciptakan loyalitas yang berkelanjutan.

Dengan melihat perkembangan industri kecantikan di Indonesia dan peran penting media sosial, khususnya *Instagram*, dalam memasarkan layanan kecantikan, Dinda *Beauty Studio* memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya di pasar Gresik dan bahkan memperluas jangkauan ke kota-kota lain di Indonesia. Untuk itu, pemanfaatan *Instagram* sebagai alat pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai jembatan untuk menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pelanggan. Keberhasilan dalam memanfaatkan media sosial ini akan sangat bergantung pada kemampuan Dinda *Beauty Studio* untuk beradaptasi dengan perubahan tren, memperkaya konten yang mereka sajikan, dan terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang telah ada. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, Dinda *Beauty Studio* dapat terus berkembang dan menjadi salah satu pemimpin di industri kecantikan yang semakin kompetitif ini.

Instagram memungkinkan Dinda *Beauty Studio* untuk memanfaatkan berbagai fitur visual dan interaktif yang dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Penelitian oleh (Sri Darma, 2019) mengungkapkan bahwa promosi

melalui media sosial dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek, terutama dengan menyajikan konten menarik seperti testimoni pelanggan, video pendek interaktif, serta kampanye diskon yang dapat memotivasi audiens untuk mencoba layanan tersebut. Dalam konteks Dinda *Beauty Studio*, strategi ini dapat diterapkan dengan cara mengunggah konten berkualitas tinggi, seperti foto sebelum dan sesudah perawatan, tutorial kecantikan, serta tips perawatan tubuh, yang secara konsisten meningkatkan daya tarik audiens. Konten yang autentik dan menggugah emosi akan memperkuat hubungan antara Dinda *Beauty Studio* dengan para pelanggannya, menciptakan loyalitas yang lebih besar dan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali.



Gambar 1. 1 Akun Instagram Dinda *Beauty Studio* Gresik
Sumber : Instagram Dinda Beauty Studio Gresik 2024

Dari penelitian oleh (Vania Regita Lailia & Jojok Dwiridotjahjono, 2023) juga menekankan pentingnya elemen interaktif dalam strategi promosi media sosial. Elemen seperti *giveaway*, kuis, atau polling yang dapat diintegrasikan dalam Instagram Stories terbukti efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Fitur ini memungkinkan Dinda *Beauty Studio* untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan mereka, dan mendorong mereka untuk lebih terlibat dengan merek. Selain itu, fitur *Instagram Reels* yang berfokus pada video pendek dengan efek audio menarik juga memberikan peluang besar untuk memperkenalkan layanan spesial seperti promosi paket perawatan atau layanan baru kepada audiens yang lebih luas.

Sebagai bagian dari strategi pemasaran digital, Dinda *Beauty Studio* secara aktif memanfaatkan *Instagram* untuk membangun *brand awareness*, mempromosikan layanan, dan meningkatkan penjualan. Namun, keberhasilan strategi promosi yang diterapkan tidak hanya terbatas pada media sosial, tetapi juga melalui berbagai metode pemasaran lainnya untuk meningkatkan daya tarik bisnis. Konsisten dalam memanfaatkan fitur Instagram Stories juga menjadi bagian dari strategi promosi yang penting. Setiap hari, Dinda *Beauty Studio* wajib mengunggah minimal satu Instagram Story sebagai pemberitahuan bahwa studio telah buka, menghindari kebingungan pelanggan mengenai operasional bisnis. Selanjutnya, *story* yang diunggah akan diikuti promosi layanan atau diskon yang sedang berlangsung. Dengan strategi ini, Dinda *Beauty Studio* berhasil membangun engagement

yang kuat bersama pelanggan serta memastikan bahwa keberadaan bisnis tetap relevan di platform digital. Selain itu, pemanfaatan fitur interaktif Instagram juga membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan menarik lebih banyak calon pelanggan baru.

Armayani et al. (2021) menjelaskan bahwa salah satu keunggulan menggunakan Instagram untuk promosi adalah biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Penelitian mereka menunjukkan bahwa dengan menggabungkan konten visual yang menarik dan penggunaan influencer lokal, sebuah bisnis dapat menciptakan dampak positif yang signifikan terhadap jumlah pelanggan dan *brand engagement*.

Hal ini relevan dengan Dinda *Beauty Studio* yang dapat memanfaatkan influencer kecantikan lokal untuk meningkatkan jangkauan audiens, memanfaatkan popularitas influencer tersebut untuk menarik perhatian lebih banyak pelanggan potensial. Interaksi yang lebih mendalam dengan pelanggan juga dapat dicapai melalui fitur-fitur Instagram yang memungkinkan komunikasi langsung, seperti komentar dan pesan pribadi. Syaipudin & Awwalin (2022) menekankan pentingnya membangun *customer engagement* melalui media sosial. Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek. Dinda *Beauty Studio* dapat memanfaatkan fitur-fitur ini untuk menjawab pertanyaan pelanggan, menerima umpan balik, serta mempromosikan layanan baru. Selain itu, penggunaan *hashtag* yang relevan, seperti #DindaBeautyStudio atau #GresikBeauty, akan membantu

meningkatkan visibilitas unggahan dan memperluas jangkauan audiens di *Instagram*.

Namun, meskipun penggunaan *Instagram* memiliki banyak manfaat, tantangan tetap ada, seperti persaingan yang semakin ketat dan perubahan algoritma yang terus berkembang. Lee & Aulia (2023) menunjukkan bahwa untuk tetap relevan di *Instagram*, bisnis harus terus memantau tren terbaru dan beradaptasi dengan fitur-fitur baru yang ditawarkan platform tersebut. Misalnya, fitur *Reels* yang semakin populer dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan *flash sale* atau layanan spesial yang ditawarkan Dinda *Beauty Studio*. Menggunakan analitik *Instagram* untuk memahami perilaku audiens dan jenis konten yang paling responsif akan sangat membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis data.

Tabel 1. 1 Daftar Kompetitor Dinda *Beauty Studio* Gresik

No.	Nama Usaha	Alamat
1	Busy Hands Lab	Jl. Sulawesi No. 7, Yosowilangon, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur
2	Anlysha Beautybar	Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 122, Setingi, Kebomas, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur
3	Ayumi Nail	Jl. Brotonegoro Barat No. 13, Karanggondang, Yosowilangon, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur

Sumber: Peneliti 2024

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi promosi melalui Instagram dapat meningkatkan penjualan di Dinda *Beauty Studio* Gresik. Dengan memahami kekuatan dan tantangan yang ada, Dinda *Beauty Studio* dapat lebih siap untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis yang aplikatif, tidak hanya untuk Dinda *Beauty Studio*, tetapi juga untuk bisnis kecantikan lainnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif di era digital saat ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan judul: "**Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Dinda *Beauty Studio* Gresik).**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Penjualan pada Dinda *Beauty Studio* Gresik?”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Penjualan pada Dinda *Beauty Studio* Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan sarana pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya berkaitan dengan strategi promosi jenis instagram. Selain itu penelitian ini dilakukan sebagai aplikasi ilmu-ilmu yang telah dipelajari penulis dari keilmuan di prodi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur, kemudian dapat memberikan sumbangan kepada perpustakaan yang merupakan sumber informasi tambahan untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat memberi ide, referensi, dan tambahan wawasan pengetahuan bagi pembaca untuk mahasiswa, pihak lain, serta bisa menjadi pedoman dalam menyusun strategi promosi pemasaran jangka panjang yang berkelanjutan, memastikan bahwa Dinda Beauty Studio tetap relevan dan kompetitif di pasar kecantikan yang terus berkembang. dalam menghadapi tantangan industri kecantikan di masa mendatang.