

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang pesat di Indonesia salah satunya di bidang kecantikan. Kondisi ini ditandai dengan ramainya persaingan usaha dibidang kecantikan. Meningkatnya kebutuhan manusia untuk tampil sempurna secara fisik dalam berbagai keadaan. Hal tersebut menjadi pendorong bisnis kecantikan untuk terus berkembang [1]. Menurut ZAP *Beauty Index* (terbitan 2023) yang merupakan publikasi riset tahunan terhadap ribuan wanita, bahwa dari berbagai macam permasalahan kulit, wajah yang kusam menjadi permasalahan yang paling banyak dialami oleh wanita Indonesia. Baik bagi wanita yang pergi ke klinik kecantikan (57.6%) maupun yang tidak pergi ke klinik kecantikan (64.8%), keduanya sama-sama memiliki permasalahan kulit wajah yang kusam. Dan ternyata, komedo (57.1%), pori-pori yang besar (51.0%), serta memiliki kerutan atau garis-garis halus (30.3%) juga menjadi permasalahan setelah wajah kusam. Bahkan, masalah kerutan atau garis-garis halus pada wajah tidak hanya dialami oleh wanita Indonesia yang sudah berumur tua saja, tetapi juga sudah mulai dialami oleh wanita Indonesia yang merupakan generasi Z. 57.6% Gen X (tahun 1965-1980), 37.2% Gen Y (tahun 1981-1996), dan 20.9% Gen Z (tahun 1997-2012) mengalami adanya kerutan atau garis-garis halus pada kulit wajahnya. Tidak hanya itu, 38.9% wanita Indonesia mengalami permasalahan kulit wajah yang berminyak, 28,9% mengalami permasalahan kulit yang sensitif seperti kemerahan dan iritasi, dan 27,9% wanita mengalami masalah wajah yang kering [2].

Perawatan kulit (*skincare*) adalah prosedur atau langkah-langkah merawat kulit yang dilakukan dengan menggunakan serangkaian produk *skincare* dan kosmetik kecantikan dengan kandungan bahan yang aman serta baik digunakan sesuai dengan jenis kulit wajah masing-masing individu [3]. Memilih produk *skincare* yang tepat menjadi salah satu masalah bagi banyak pelanggan. Ketidacocokan antara jenis kulit dan produk yang digunakan dapat menyebabkan masalah serius seperti iritasi, *breakout*, atau bahkan kerusakan kulit dalam jangka panjang.

Saat ini proses pemilihan *skincare* sebagian besar dilakukan oleh masyarakat umumnya dilakukan masih secara manual, sehingga proses pemilihan *skincare* masih kurang akurat. Di era perkembangan teknologi yang semakin canggih ini, tentunya membuka peluang besar bagi bisnis, terutama dalam bisnis *startup* yang bergerak di bidang kecantikan. Menggabungkan teknologi seperti AI *skin detector* ke dalam bisnis *startup* kecantikan dapat

memberikan keunggulan yang signifikan. *AI skin detector* adalah salah satu teknologi berbasis AI (*Artificial Intelligence*) yang dapat secara akurat menganalisis jenis kulit dan kondisi kulit seseorang, sehingga pelanggan akan mendapatkan rekomendasi produk *skincare* yang lebih baik berdasarkan data kulit mereka.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai bidang, termasuk perawatan kulit. AI mampu menganalisis data kompleks dengan cepat dan akurat, sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik kulit manusia dan memberikan rekomendasi produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan kulit setiap orang [4]. Namun implementasi AI di Indonesia tergolong rendah, karena banyaknya permasalahan seperti skill pekerja yang belum memenuhi untuk mengoperasikan AI serta kurangnya investasi untuk mengembangkan infrastruktur AI [5]. Kondisi ini menunjukkan adanya market GAP, yaitu kebutuhan konsumen akan rekomendasi *skincare* masih belum tersedia dengan baik akibat rendahnya penerapan teknologi AI di Indonesia.

*AI skin detector* tidak hanya dapat mengurangi kesalahan pemilihan produk, tetapi juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam merawat kulit mereka. Dengan mengintegrasikan teknologi, *startup* dapat menawarkan solusi yang lebih inovatif, efisien, atau canggih, yang mungkin tidak dapat diberikan oleh perusahaan yang menggunakan metode konvensional. *Startup* dapat menarik pelanggan yang lebih cerdas ke pasar kecantikan dengan menawarkan solusi berbasis teknologi.

Selain itu industri *skincare* mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan perawatan diri. Dalam perkembangannya, perilaku konsumen dalam membeli produk *skincare* pun ikut berubah. Banyak konsumen kini tidak hanya membeli produk melalui toko fisik, tetapi juga memanfaatkan platform online. Hal ini menimbulkan dinamika baru dalam strategi pemasaran dan distribusi produk. Preferensi pelanggan terhadap kanal pembelian menjadi faktor penting yang harus dipahami oleh pelaku bisnis untuk memenangkan pasar.

Startup adalah perusahaan rintisan yang berorientasi pada pengembangan solusi inovatif, terutama di bidang-bidang yang membutuhkan pendekatan baru. Dalam industri *skincare*, *startup* memiliki peluang untuk memanfaatkan teknologi seperti *AI skin detector* guna membantu pelanggan mengenali kondisi kulit mereka dan memilih produk yang sesuai. Teknologi ini memberikan analisis kulit secara mendalam dan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan individu, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan daya saing di pasar. Dengan pertumbuhan pesat industri *skincare*,

penerapan teknologi ini tidak hanya menjawab kebutuhan pelanggan akan solusi perawatan yang personal dan efektif tetapi juga menawarkan potensi besar bagi *startup* untuk berkembang secara berkelanjutan. Layanan berbasis teknologi ini memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi dan rekomendasi kapan saja dan di mana saja, sembari memberikan edukasi yang meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya perawatan kulit. Oleh karena itu, membangun bisnis *startup* kecantikan seperti “*Callysta Beauty Care*” merupakan strategi yang tepat untuk menghadirkan solusi inovatif, relevan, dan memberikan kontribusi positif dalam sektor kecantikan

Dari permasalahan yang telah diuraikan di atas maka tujuan penulisan tugas akhir ini ditunjukkan untuk membuat perawatan kulit menjadi lebih mudah bagi pelanggan untuk dilakukan kapanpun dan dimanapun. Oleh karena itu, penulisan tugas akhir ini akan dilakukan dengan mengangkat topik “**Perencanaan Bisnis *Startup* Layanan Kecantikan *Callysta Beauty Care*”**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Pelanggan cenderung tidak mengenali jenis dan kondisi kulit wajah mereka sehingga mereka membutuhkan fitur yang dapat memudahkan mereka dalam mengenali jenis dan kondisi kulit mereka
2. Pelanggan ingin memastikan apakah produk skincare yang mereka gunakan sesuai dengan kebutuhan kulit mereka. Mereka berharap ada fitur yang memungkinkan mereka menganalisis kondisi kulit secara mandiri tanpa perlu mengunjungi klinik kecantikan.
3. Sebagian besar pelanggan masih belum menemukan kemudahan dalam mendapatkan produk skincare yang cocok dengan mereka, baik secara online maupun offline.

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah membuat perencanaan bisnis *startup* untuk layanan kecantikan berbasis *mobile* yang memungkinkan pelanggan menemukan produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan kulit mereka dan dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Perencanaan ini disusun berbasis aplikasi mobile dengan fitur *AI Skin Detector*, yang bertujuan membantu pelanggan menemukan produk skincare sesuai dengan kondisi kulitnya secara mandiri dan praktis.

## 1.4 Manfaat

Manfaat dari tugas akhir ini adalah rencana bisnis yang dibuat sesuai panduan awal untuk pengembangan *startup*, dimana jika *startup* sudah terbentuk, maka:

1. Pelanggan dapat melakukan analisis kulit kapanpun dan dimanapun mereka mau dengan AI *skin detector*. Cukup dengan *scan* wajah menggunakan *smartphone* dan dapatkan hasil analisis kulit yang akurat secara instan.
2. Pelanggan dapat dengan mudah memilih produk perawatan kulit yang sesuai dengan kondisi kulit mereka dengan aplikasi yang memiliki fitur AI *skin detector*.
3. Pelanggan dapat menikmati pengalaman belanja yang lengkap dan memuaskan dengan membeli produk *skincare* dari berbagai merek di toko kami secara *online* maupun *offline*.
4. Bagi pengusaha, rencana bisnis ini memberikan pedoman pengelolaan *startup* berbasis teknologi AI, mulai dari aspek perencanaan, pemasaran, hingga operasional. Hal ini penting karena pengusaha membutuhkan gambaran yang jelas dan terarah untuk menjalankan bisnis secara efisien, mengurangi risiko kegagalan, serta memastikan bahwa pengembangan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan pasar.

## 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan bisnis startup “Callysta Beauty Care”, terdapat 2 entitas, yaitu pelanggan dan admin. Fitur- fitur didalam aplikasi “Callysta Beauty Care” akan dirancang menggunakan aplikasi Canva.
2. “Callysta Beauty Care” berfokus pada penyediaan produk *skincare* dari berbagai *brand*. Salah satu fitur unggulan kami adalah AI *Skin Detector* berbasis *online* yang memudahkan pelanggan untuk melakukan pengecekan kondisi kulit secara mandiri dan akurat. Ada pula beberapa fitur unggulan bagi pelanggan seperti fitur Login, *Survei Skin Detector*, *Scan Barcode*, *Premium*, *Edukasi Premium*, *Review*, *Produk*, *Pembelian*, *Pembayaran*, *Bukti Pembayaran*, *Pengiriman*, *Keranjang*, *My Favorite*, *Chat*, *Customer Support*, dan *Riwayat Pembelian*.

3. Main admin “Callysta Beauty Care” berkonsentrasi pada berbagai aspek penting untuk menjamin bahwa bisnis secara keseluruhan berjalan lancar. Pengelolaan produk untuk memastikan bahwa produk tersedia, memproses pemesanan pelanggan, mengatur pengemasan, mengirimkan pesanan pelanggan tepat waktu, dan lain sebagainya. Beberapa fitur unggulan bagi admin seperti fitur *Login*, Edukasi *Premium*, Produk, Penjualan, Status Pembayaran, Pengiriman, *Chat*, *Customer Support*, dan *Income*.

