



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memiliki penampilan yang menarik secara fisik merupakan suatu hal yang didambakan oleh setiap orang tidak peduli baik pria maupun wanita. Meskipun penampilan menarik secara fisik bukan satu-satunya tolak ukur seseorang, namun sering berjalannya waktu banyak standar yang muncul di masyarakat mengenai syarat penampilan menarik terutama yang ditujukan kepada kaum hawa. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh ZAP *Beauty Index* (2020:30) serupa dengan hasil survei yang dilakukan pada tahun 2018 dan 2019, sebanyak 82,5% perempuan Indonesia menganggap cantik adalah mereka yang cenderung memiliki kulit yang cerah dan *glowing*. Sejalan dengan istilah ‘cantik’ yang ditetapkan oleh wanita Indonesia, sebesar 69,6% wanita Indonesia menginginkan produk perawatan dan kecantikan yang dapat digunakan untuk mencerahkan kulit.

Untuk berusaha mengikuti standarisasi ‘cantik’ tidak heran banyak orang rela menggunakan cara dan membeli produk apapun untuk mencerahkan kulit. Sayangnya hal ini seringkali dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggungjawab. Banyak oknum yang sengaja membuat produk perawatan kulit dengan menjanjikan kepada penggunaanya dapat mencerahkan dan memutihkan kulit dalam waktu singkat namun dengan berbagai kandungan berbahaya didalamnya. Sayangnya hasil yang didapatkan bukan membuat kulit menjadi sehat atau cantik namun memunculkan berbagai kelainan kulit yang di sebabkan oleh penggunaan kosmetika tersebut. Sehingga tidak jarang biasanya pengguna krim tersebut mengeluhkan adanya kulit yang merah meradang setelah penggunaan produk. (Sumber:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/300/dampak-penggunaan-pemutih-bagi-kesehatan-kulit)

Untuk meminimalisir penggunaan produk abal-abal yang tersebar di masyarakat, pemerintah telah melakukan himbauan dan menganjurkan untuk melakukan pembelian produk dengan memperhatikan banyak hal termasuk bahan, kemasan, hingga legalitas dan produk dan kosmetik yang diedarkan di Indonesia, dimana harus merupakan produk yang sudah terdapat dalam BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal ini sudah sesuai dengan peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1176/Menkes/Per/VIII/2010 tentang kosmetika. Sehingga peraturan ini yang akan menjamin produk yang diproduksi dan diedarkan sesuai dengan kriteria keamanan, manfaat, mutu, penandaan, dan klaim. (Sumber: <https://mashmoshem.co.id/pentingnya-izin-bpom-untuk-produk-kosmetik>)

Produk perawatan kulit menjadi suatu hal yang penting untuk menjaga kesehatan kulit dari keseharian yang dilakukan. Banyak faktor yang mempengaruhi kesehatan kulit salah satunya udara. Udara tidak sehat cenderung berpengaruh pada kesehatan kulit. Polusi udara yang tidak sehat dapat menimbulkan banyak masalah pada kulit seperti iritasi, jerawat, alergi, kanker kulit, hingga penuaan dini yang menyebabkan kulit tampak kering, keriput dan kusam (sumber: <https://www.alodokter.com/sadari-efek-polusi-bagi-kulit>). Pada pertengahan 2022 kualitas udara di Jakarta terus memburuk sehingga dinobatkan sebagai kota dengan polusi udara tertinggi di dunia (sumber: <https://www.mongabay.co.id/2022/06/26/polusi-udara-jakarta-parah-desak-pemerintah-serius-atasi-pencemaran/>). Meskipun bukan yang paling buruk di Jakarta, diketahui bahwa kualitas udara di Jakarta Utara selama 6 bulan terakhir merupakan udara yang tidak sehat bagi kelompok sensitif. Sepanjang bulan September 2022, semua sensor yang ada di Jakarta Utara memiliki rata-rata PM 2.5 dengan kategori *Unhealthy for Sensitive Groups* dengan rata-rata bulanan 40 (sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

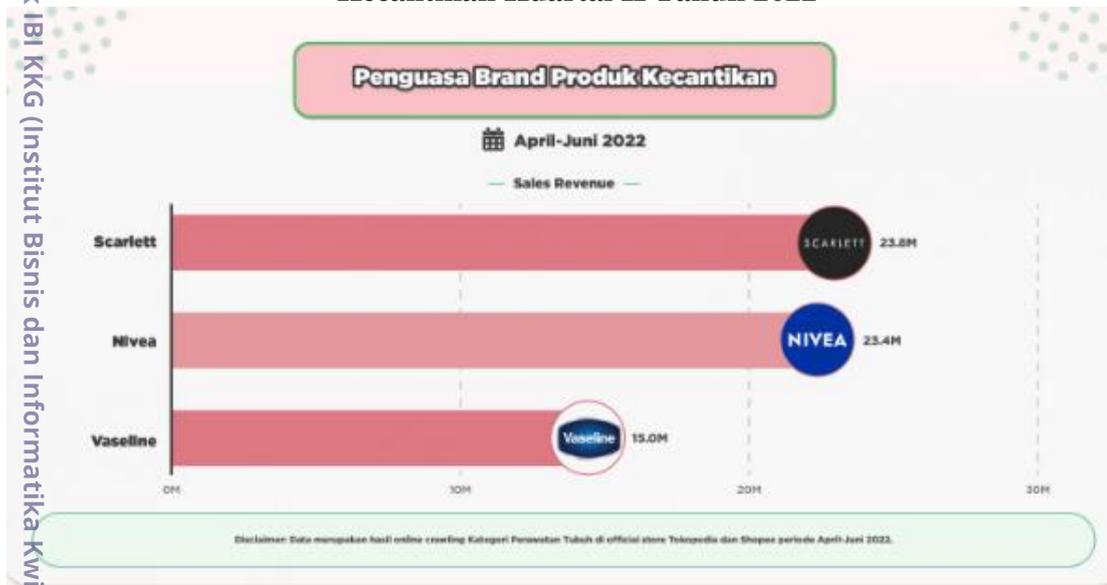
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menurut data yang diperoleh dari dari pengamatan Kompas.id, pada Gambar 1.1 adalah grafik penjualan beberapa merek kecantikan yang berhasil menguasai pasar selama kuartal II tahun 2022.

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Produk
Kecantikan Kuartal II Tahun 2022



Sumber: Kompas.id (<https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>)

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Scarlett berhasil menjadi peringkat penjualan yang paling unggul dibanding kedua merek kompetitornya yang merupakan merek internasional yakni sebesar Rp23,8 miliar sepanjang kuartal II tahun 2022. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia masih mempercayai produk lokal untuk merawat diri.

Untuk mencapai penjualan Scarlett yang unggul, terdapat kegiatan jual beli yang dilakukan antara produsen dengan konsumen. Seorang konsumen akan melakukan pengambilan keputusan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Menurut Irwansyah et al (2021:13) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain.



Salah satu faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah periklanan. Iklan sendiri merupakan bagian dari bauran promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Sehingga pengukuran efektivitas iklan menjadi penting untuk dilakukan. Tanpa adanya pengukuran efektivitas akan sulit diketahui apakah tujuan perusahaan dapat dicapai atau tidak. Menurut Bayuliana (2018:2) suatu iklan yang cenderung tidak mempunyai pengaruh utama pada perilaku konsumen maka akan diragukan apabila iklan tersebut dapat memengaruhi konsumen untuk membeli suatu merek. Untuk itu iklan harus dibuat dengan seefektif mungkin, kreatif, menarik sehingga bisa menimbulkan pengaruh positif. Menurut Saraswati et al, (2020:1) efektivitas iklan adalah kondisi sejauh mana efek pesan iklan yang disampaikan itu dapat menarik perhatian, dimengerti, dipahami, membangkitkan emosi dan menggerakkan sasarannya untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Selain efektivitas iklan, yang dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan bagian yang penting dalam memengaruhi keputusan para konsumen untuk melakukan pembelian produk maupun jasa. Dengan ditemukannya bahan berbahaya pada produk perawatan maka akan menurunkan kualitas produk dan menurunkan kepercayaan konsumen. Namun sebaliknya, semakin baik kualitas produk yang dimiliki maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian dan perusahaan pun akan menjadi lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu menurut Menurut Ernawati (2019:19) akan lebih apabila sebuah perusahaan dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Supriyadi et al, (2017:77) kualitas produk adalah produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Scarlett merupakan satu-satunya produk kecantikan lokal yang berhasil memasuki Paris Fashion Week 2022 dan berhasil mengalahkan penjualan merek kecantikan internasional dalam waktu tertentu, membuat ingin membahas lebih lanjut mengenai efektivitas iklan dan kualitas produk apabila dikaitkan dengan keputusan pembelian produk Scarlett di masyarakat terkhususnya Jakarta Utara.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Apakah efektivitas iklan dapat memengaruhi keputusan pembelian produk perawatan kulit Scarlett?
2. Apakah kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pembelian produk perawatan kulit Scarlett?
3. Bentuk varian produk apa yang dimiliki oleh Scarlett untuk menarik konsumen?

C. Batasan Masalah

Supaya penelitian menjadi lebih terarah, sehingga ruang lingkup dari penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Apakah efektivitas iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit Scarlett?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit Scarlett?



D. Batasan Penelitian

Ⓒ Batasan penelitian yang diterapkan pada lingkup penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah produk perawatan kulit Scarlett *Whitening*.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk perawatan kulit Scarlett *Whitening* di Jakarta Utara.
3. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas iklan, kualitas produk, dan keputusan pembelian.
4. Pelaksanaan dilakukan penelitian ini pada bulan November 2022 - Maret 2023.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, dan batasan penelitian yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah “Apakah efektivitas iklan dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk perawatan kulit Scarlett *Whitening*”.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian perawatan kulit Scarlett *Whitening*.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian perawatan kulit Scarlett *Whitening*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Manfaat Penelitian

Ⓒ Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Menjadi masukan bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi produk terutama pada bagian periklanan dan kualitas produk yang dapat memengaruhi dari keputusan pembelian masyarakat sebelum melakukan keputusan pembelian produk. Dengan demikian perusahaan menjadi lebih memahami bentuk iklan seperti apa yang mampu untuk memengaruhi masyarakat dan kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen.

2. Bagi pengguna

Menambah pengetahuan bagi konsumen dalam memahami dan mengenal produk perawatan kulit. Sehingga konsumen dapat menjadi lebih berhati-hati ketika hendak untuk melakukan penggunaan produk yang ada di masyarakat.

3. Bagi peneliti lain

Menambah wawasan bagi peneliti lain ketika hendak membahas mengenai produk perawatan kulit, terutama variabel yang berkaitan dengan efektivitas iklan, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.