



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era yang serba modern ini banyak orang yang mulai sadar dalam menjaga kesehatannya bukan hanya tentang kesehatan jasmani dan rohani saja tetapi saat ini kesadaran tentang pentingnya merawat kesehatan fisik semakin meningkat di kalangan banyak orang yaitu tentang kesehatan kulit, terutama kulit wajah. Saat ini wajah telah menjadi nilai tambah bagi banyak jenis pekerjaan. Oleh karena itu, kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan penampilan wajah semakin meningkat. Hal ini tidak hanya berlaku untuk Wanita, tetapi juga semakin banyak pria yang menyadari pentingnya menjaga kesehatan kulit.

Menurut Jessica Wu, dermatologis di Los Angeles dalam (Halodoc.com, 2019) menyatakan bahwa menjaga kesehatan kulit wajah sangatlah penting dikarenakan jika tidak akan timbul banyak masalah pada kulit wajah seperti seperti minyak berlebih, jerawat, serta komedo. Merawat kulit wajah bisa dilakukan dengan menggunakan produk *skincare*. Penggunaan *skincare* dipercaya dapat mendukung kesehatan kulit wajah dan pemilihan produk *skincare* yang sesuai akan memberikan hasil kulit yang sehat dan *glowing*.

Saat ini mulai banyak hadir perusahaan *skincare* baik local maupun mancanegara yang menghadirkan sebuah solusi produk *skincare* dalam menangani permasalahan pada kulit dan mempromosikan produknya kepada konsumen. Salah satunya adalah produk lokal *skincare* Scarlett Whitening yang melakukan promosi menggunakan *celebrity endorsement* untuk mendongrak eksistensinya dan menjadi produk *skincare* nomor satu di Indonesia.

Scarlett Whitening menghadirkan sederet produk kecantikan yang dibagi menjadi 3 kategori, yakni perawatan wajah (*skincare*), tubuh (*body care*), serta rambut (*hair care*).



Semua produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening sudah teruji dan terdaftar BPOM RI sehingga aman untuk semua kalangan bahkan aman untuk penggunaan oleh ibu hamil atau menyusui (Lelly Fitriana, 2021) . Scarlett Whitening populer di kalangan masyarakat karena memiliki berbagai produk perawatan yang dapat merawat serta membantu mencerahkan kulit tubuh dan wajah. Hal ini disebabkan karena adanya kandungan *Glutathione* serta Vitamin E pada produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening yang bermanfaat untuk memperoleh kulit yang sehat dan *glowing*.

Scarlett memiliki banyak competitor yang cukup besar di Indonesia yang memiliki strategi promosi dan penjualan yang unik. Salah satu cara unik dalam melakukan promosi yaitu adalah dengan menggunakan *celebrity endorsement*. Menurut Schiffman & Wisenblit (2019:221) *Celebrity endorsement* adalah seorang selebriti yang muncul sebagai perwakilan produk dengan produk yang mungkin atau mungkin tidak memiliki pengalaman langsung pada suatu brand. Salah satu *competitor* dari Scarlett adalah Somethinc yang menggunakan jasa *celebrity endorsement* Syahrini serta berkolaborasi dengan 12 dokter kecantikan terpercaya melalui media sosial untuk mencari tahu masalah kulit terutama wajah yang sering dialami oleh penduduk Indonesia, upaya ini diyakini signifikan untuk mendalami pasar (Suara.com, 2021) Selain itu *competitor* lainnya adalah Ms. Glow yang juga menggunakan jasa *celebrity endorsement* Cha Eun Woo, alasannya karena actor tersebut telah dinobatkan sebagai actor pria dengan kulit yang paling sehat, sehingga mejadi faktor penentu dalam pemilihannya sebagai duta produk oleh pihak MS Glow (Antara News, 2022).

Digitalisasi membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Internet telah mengubah cara individu berkomunikasi dan berperilaku di dunia bisnis, banyak hal yang dulunya dilakukan secara langsung tetapi di era digital ini bisa dilakukan melalui *online* seperti berkomunikasi, belanja keperluan rumah atau pribadi, promosi produk dll. Salah satunya adalah Scarlett Whitening yang memiliki konsep bisnis berbasis *online* dan *offline*,

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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.



dimana Scarlett Whitening telah mempunyai banyak distributor yang disebut sebagai *Agent*, *Reseller* dan *Member* yang tersebar di seluruh Indonesia sehingga *customer* bisa membeli produk Scarlett secara *offline* atau *Online*. Melalui *online* konsumen bisa membeli produk Scarlett Whitening di media sosial seperti Instagram, Shopee, Tokopedia, atau e-commerce lainnya. Sedangkan melalui *offline*, konsumen dapat membeli produk *skincare* Scarlett Whitening yang dijual di *Drugstore* seperti Watsons, Guardian, dll.

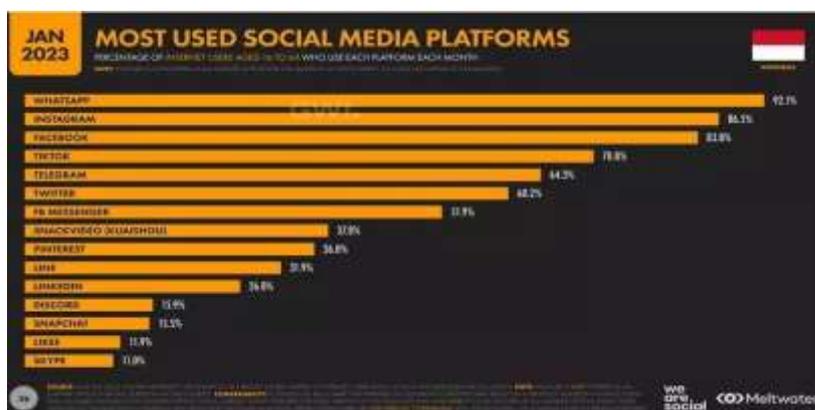
Meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya diikuti dengan munculnya banyak aplikasi/aplikasi baru yang bermanfaat untuk menunjang aktivitas *online* yaitu seperti Media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube dll). Media sosial adalah salah satu komponen penting dalam pemasaran digital, yang menjadi alat bagi pelanggan untuk berbagai informasi, pesan suara, foto, atau bahkan melakukan percakapan suara dan video satu sama lain antar personal atau pun bisnis antar Perusahaan (Kotler et al 2022:316).

Laman media sosial yang akhir-akhir ini sering dipakai oleh pengguna internet di Indonesia ialah Instagram, Bahkan media sosial Instagram masuk kedalam tiga laman media sosial yang paling umum digunakan para pengguna internet yang (WeareSocial.com, 2023).

Dibawah ini tabel laman media sosial yang paling banyak dipakai para pengguna internet aktif di Indonesia.

Gambar 1. 1

Platform Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2023



Sumber: andi.link/we-are-social-indonesian-digital-report (2023)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Hal cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hal Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin IBIKKG.
 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.

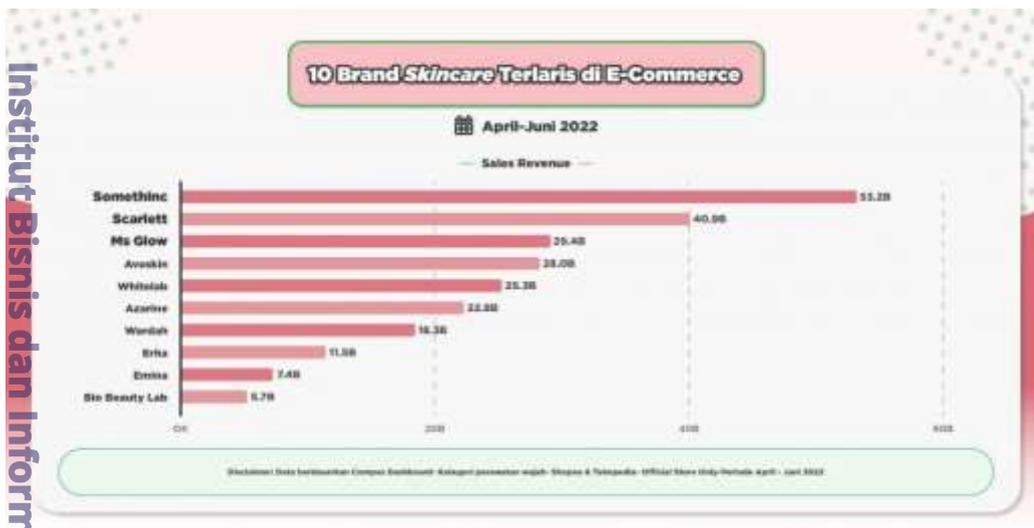


Gambar 1.1 menunjukkan informasi laman media sosial yang paling banyak dipergunakan di Indonesia tahun 2023, bisa dilihat bahwa Instagram menduduki posisi kedua kategori aplikasi paling banyak digunakan, dengan jumlah pemakai Instagram sebanyak 86.5% dari total populasi di Indonesia yang berusia kisaran 16-64 tahun. Sementara Whatsapp diposisi pertama dengan jumlah pengguna yang mencapai presentase 92.1 % dari jumlah populasi di Indonesia.

Salah satu perusahaan dalam industri kecantikan yang memanfaatkan media sosial sebagai media berkomunikasi, promosi dan juga memberikan informasi suatu produk adalah perusahaan Scarlett Whitening by Felicya Angelista. Menurut survey Scarlett Whitening masuk pada 10 merek produk perawatan wajah terlaru di *E-Commerce* dan berada di posisi kedua dibandingkan dengan kompetitor lainnya (Compas.co.id, 2022). Berikut merupakan 10 *brand skincare* paling laku di *E-Commerce*.

Gambar 1. 2

Top 10 Brand Skincare Terlaris di Ecommerce



Sumber: [Compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris](https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris) (2022)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Gambar 1.2 menunjukkan informasi top 10 *brand skincare* paling laris di *E-Commerce*, dapat dilihat bahwa *brand skincare* Scarlett menempati posisi kedua dengan total penjualan sebesar Rp.40,98 Miliar, sementara posisi pertama *brand skincare* paling laris di Indonesia ialah Somethinc yang total penjualannya mencapai Rp 53,2 Miliar. Hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam maupun luar. Meskipun menempati posisi kedua, Scarlett tetap eksis dan memiliki banyak pelanggan yang setia pada produk *skincare* scarlett whitening dibanding kompetitor lainnya. Hal itu dikarenakan produk Scarlett memiliki varian produk yang beragam bukan hanya untuk *skincare* wajah tetapi juga ada untuk *body care* dan *hair care*.

Reputasi Scarlett sebagai *skincare* tak lepas dari berbagai usaha dan salah satu tindakan dalam strategi pemasaran ialah dengan melakukan *endorsement* melalui seorang Idol K-POP yakni Song Joong KI yang sekaligus menjadi duta atau *brand ambassador* Scarlett Whitening.

Gambar 1.3

Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening



Sumber: <https://www.helmiyatulhidayati.com/song-joong-ki-x-scarlett> (2021)



Song Joong Ki adalah salah satu K-Pop idol yang dipilih Scarlett Whitening sebagai *celebrity endorser* dari produk Scarlett karna memiliki jutaan pengikut dan memiliki banyak penggemar di Indonesia. Saat ditawarkan kerja sama untuk menjadi *celebrity endorser* dari Scarlett, Song Joong Ki menyatakan Scarlett Whitening dikenal dengan reputasi dan kualitas yang baik dalam hal *branding*. Inilah sebabnya mengapa Song Joong Ki bersedia dan menyetujui untuk berkolaborasi dengan Scarlett Whitening. Berikut data jumlah *followers* yang dimiliki oleh beberapa selebriti yang diendorse oleh scarlett whitening.

Tabel 1. 1 Jumlah Followers Influencer

Akun Instagram	Jumlah Followers
@twicetagram	27.000.000 Jt
@hi_songjoongki	11.700.00 Jt
@awkarin	7.100.000 Jt
@keanuagl	5.000.000 Jt

Sumber: Aplikasi Instagram (2023)

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 Song Joong Ki memiliki total 11,7 juta pengikut, hal tersebut dikarenakan Song Joong Ki dikagumi dan disukai oleh banyak penggemarnya selain karna bakat aktingnya tetapi juga karna parasnya yang tampan. Itulah yang menjadi salah satu alasan lain Scarlett memilih Song Joong Ki menjadi *celebrity endorser* dari Scarlett, diharapkan dengan penggunaan *celebrity endorsement* Song Joong Ki dapat memengaruhi pilihan dalam pembelian konsumen.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam melakukan penelitian:

1. Apakah kredibilitas *celebrity endorsement* Song Joong Ki berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* Scarlett di Jakarta?
2. Apakah *brand loyalty* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scarlett konsumen produk *skincare* Scarlett di Jakarta ?
3. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk *skincare* Scarlett Whitening?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, berikut batasan masalah yang akan diteliti:

1. Apakah terdapat pengaruh kredibilitas *Celebrity Endorsement* Song Joong Ki terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* Scarlett Whitening ?
2. Apakah terdapat pengaruh *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* Scarlett Whitening ?

D. Batasan Penelitian

Supaya lebih terfokus, penulis menetapkan batasan penelitian untuk penelitian ini yakni:

1. Obyek penelitian yang dipergunakan peneliti adalah Scarlett Whitening *Skincare*.
2. Subyek penelitian yang dituju peneliti ialah konsumen yang memakai produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening.
3. Penelitian dilakukan pada periode bulan November 2023 sampai Januari 2024.

E. Rumusan Masalah

Merujuk pada batasan masalah dan batasan penelitian, berikut rumusan masalah yang di tetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini yakni:

