

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan iklim tropis di dunia. Dimana posisi Indonesia berada pada 23,5° LU dan 23,5° LS serta terletak pada garis khatulistiwa yang mengakibatkan Indonesia sepanjang tahun mengalami dua musim yakni musim kemarau dan musim penghujan. Selain itu, cuaca di Indonesia yang memang sulit untuk diprediksi sehingga dapat berubah sewaktu-waktu. Dengan tidak menentunya cuaca serta adanya tuntutan aktivitas diluar ruangan yang mengharuskan seseorang berhadapan dengan panas terik, debu, polusi maupun udara yang lembab maka hal ini dapat berdampak pada permasalahan kesehatan khususnya pada kulit. Adapun permasalahan tersebut antara lain kulit kering, warna kulit menjadi tidak merata serta timbul flek hitam akibat terpapar sinar UV dari panas matahari. Oleh sebab itu, khususnya bagi kaum wanita penting dalam merawat dan menjaga kesehatan kulit. Karena tentunya memiliki kulit yang sehat dan indah merupakan keinginan setiap wanita. Perawatan tersebut dapat dengan mudah dilakukan secara mandiri oleh setiap wanita, dengan cara rutin menggunakan skincare berupa body lotion yang dibuat khusus untuk menangani permasalahan pada kulit.

Dewasa ini perkembangan industri kecantikan yang ada di Indonesia cukup pesat. Hal ini dibuktikan dari data Kementerian Perindustrian (2020)

yang menunjukkan bahwa setelah berhasil naik 7 % pada penjualan produk kecantikan dan perawatan pribadi di tahun 2019, maka di tahun berikutnya Kementerian Perindustrian menargetkan kenaikan sebesar 9 % dimana lebih tinggi 2 % dari tahun sebelumnya. Salah satu perawatan kecantikan yang sedang trend pada saat ini adalah penggunaan skincare. Menurut Pratiwi dkk, 2016 dalam Lailatul Riha et al., (2021) skincare adalah tahapan kegiatan yang bertujuan untuk merawat kesehatan kulit, memperbaiki penampilan, dan memperbaiki kondisi kulit. Adapun macam-macam skincare antara lain yaitu facial wash, toner wajah, moisturizer, tabir surya, serum wajah, esens, krim mata dan lainnya. Body lotion juga termasuk ke dalam golongan skincare yang khusus untuk merawat kulit tangan maupun kaki. Body lotion merupakan produk perawatan tubuh yang berguna untuk melindungi kulit dari sinar matahari, meratakan warna kulit, melembabkan agar kulit menjadi sehat dan memberikan kesegaran bagi pemakainya. Salah satu merek body lotion yang cukup terkenal dan banyak diminati kaum wanita yakni Scarlett Body Lotion dari brand Scarlett Whitening.

Scarlett Whitening merupakan salah satu brand lokal kecantikan, kosmetik dan perawatan diri yang didirikan pada tahun 2017 oleh artis kenamaan Indonesia yakni Felicya Angelista. Pada awalnya, Felicya hanya menjual masker saja, akan tetapi ternyata produknya banyak diminati oleh masyarakat dan mulai merambah Produk- produk dari scarlett whitening berupa perawatan wajah, perawatan tubuh serta perawatan rambut. Dimana brand ini memiliki produk unggulan seperti Scarlett Face Serum, Scarlett

Facial Wash, Scarlett Moisturizer, Scarlett Shower Scrub, Scarlett Shampo dan Scarlett Body Lotion. Salah satu produk perawatan tubuh yang laris di pasaran yakni Scarlett Body Lotion. Produk-produknya sudah terdaftar di BPOM dan dijamin aman digunakan oleh semua kalangan termasuk ibu hamil dan ibu menyusui. Scarlett whitening sendiri menjadikan aktor ternama asal Korea, Song Joong Ki sebagai brand ambasadornya. Hal ini tentunya menjadikan produk lokal tersebut mampu mencuri hati masyarakat dan masuk dalam daftar produk terlaris yang mampu meraih omzet milyaran rupiah untuk penjualannya.

Tabel 1.1 Data Merek Perawatan Tubuh Tahun 2021

No	Merek/Brand	2021	No	Merek/Brand	2021
1	Scarlett	18,9 %	6	Dosting	2,2 %
2	Vitaline	5 %	7	Kedas Beauty	2,2 %
3	Nivea	2,8 %	8	Bierlian	2,2 %
4	HB Whitening	2,6 %	9	MS Glow	2 %
5	SR12	2,4 %	10	Vaseline	2 %

Sumber: compas.co.id

Tabel diatas merupakan data penjualan 10 top brand perawatan tubuh secara online berdasarkan pada penjualan di platform e-commerce Shopee dan Tokopedia pada tahun 2021 selama periode 1-15 Agustus. Terlihat brand dari Scarlett Whitening memimpin di urutan pertama sebagai merek perawatan tubuh dengan penjualan terlaris yakni sebesar 18,9 % kemudian baru disusul oleh brand-brand lain seperti Vitaline 5 %, Nivea 2,8 %, HB Whitening 2,6 %, SR12 2,4 %, Dosting 2,2 %, Kedas Beauty 2,2 %,

Bierlian 2,2 %, MS Glow 2 % dan yang terakhir Nivea 2 %. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa brand dari Scarlett Whitening khususnya untuk produk perawatan tubuh berupa Scarlett Body Lotion tidak memiliki masalah dalam penjualannya, bahkan produk lokal tersebut cenderung banyak diminati dan diterima oleh masyarakat Indonesia terbukti dari penjualannya yang cukup tinggi di platform e-commerce.

Scarlett Whitening pada awalnya hanya memasarkan produknya secara online melalui official account instagramnya yakni @scarlett_whitening dan juga di scarlettwhitening.com yang merupakan web resmi dari brand tersebut. Produk- produknya banyak di review serta di endorse oleh para selebriti dan juga beauty vlogger, khususnya Scarlett Body Lotion. Selain melakukan pemasaran secara online, sekarang ini juga sudah banyak agen-agen yang mendistribusikan produk dari Scarlett Body Lotion tersebut pada toko skincare yang tersebar di berbagai wilayah, toko skincare itu kemudian memasarkan produk tersebut secara offline kepada masyarakat. Salah satunya adalah Toko skincare Vilshop. Beralamatkan di Jl. Taman Praja, Mojorejo, Kec. Taman, Kota Madiun, toko skincare ini merupakan cabang kedua yang telah berdiri semenjak pandemi covid di awal tahun 2021. Toko ini menjual berbagai jenis skincare lokal maupun skincare korea yang lengkap dan tentunya dengan harga yang terjangkau, salah satu produk yang dijual adalah Scarlett Body Lotion. Berikut merupakan tabel data penjualan selama 3 semester terakhir Scarlett Body Lotion yang diambil dari Vilshop Kota Madiun:

**Tabel 1.2 Data Penjualan Scarlett Body Lotion di Vilshop
Kota Madiun**

Bulan	Tahun 2021	Bulan	Tahun 2021	Bulan	Tahun 2022
	Semester I		Semester II		Semester III
Januari	149 Unit	Juli	121 Unit	Januari	99 Unit
Februari	61 Unit	Agustus	101 Unit	Februari	37 Unit
Maret	122 Unit	September	57 Unit	Maret	27 Unit
April	85 Unit	Oktober	61 Unit	April	74 Unit
Mei	110 Unit	November	83 Unit	Mei	75 Unit
Juni	88 Unit	Desember	92 Unit	Juni	65 Unit
Jumlah	615 Unit	Jumlah	515 Unit	Jumlah	377 Unit
Unit		Unit		Unit	

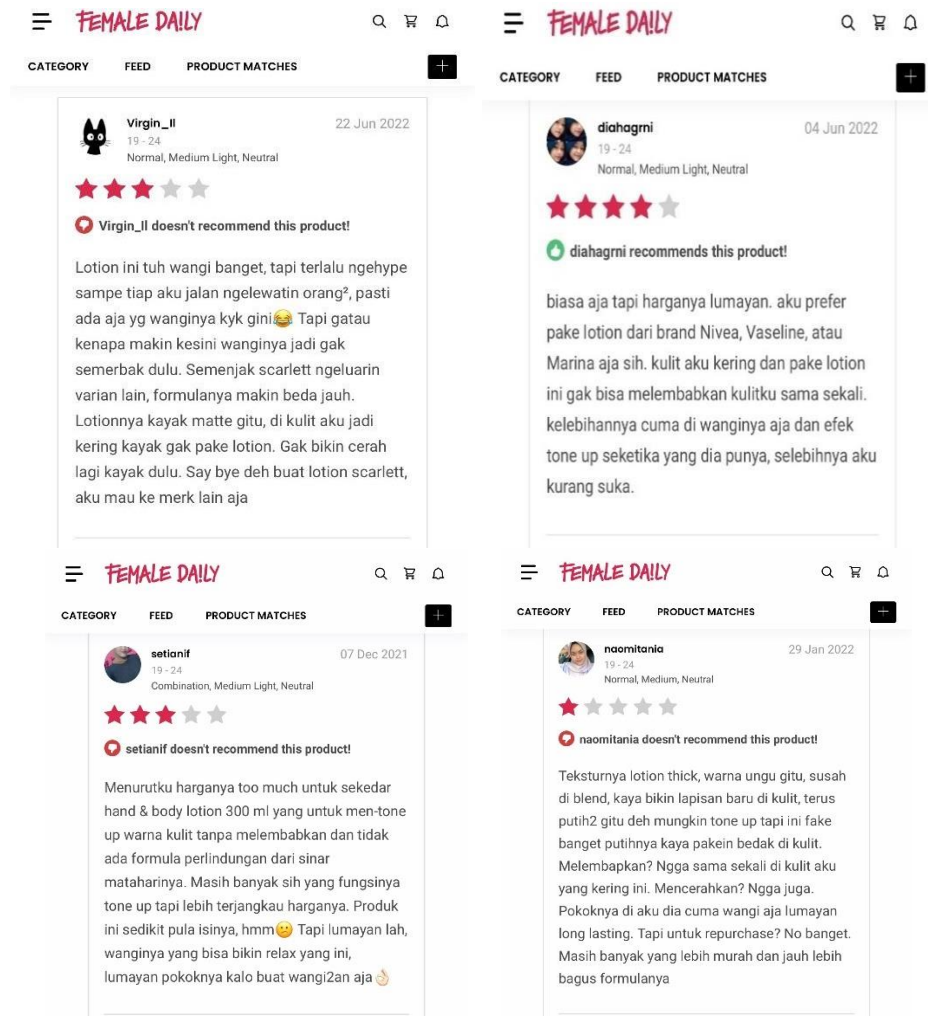
Sumber: Vilshop Kota Madiun

Tabel diatas merupakan data penjualan Scarlett Body Lotion di Toko Vilshop Kota Madiun selama periode 3 semester. Dimana semester pertama pada rentang bulan Januari – Juni 2021, semester kedua pada rentang bulan Juli – Desember 2021 dan terakhir semester ketiga pada rentang bulan Januari – Juni 2022. Dari data diatas dapat diketahui bahwa terdapat penurunan volume penjualan pada setiap semester. Pada semester pertama terjual sebesar 615 Unit, kemudian semester kedua turun sebesar 515 Unit dan semester ketiga menurun kembali sebesar 377 Unit. Permasalahan

tersebut menunjukkan adanya dugaan jika konsumen mulai berpindah kepada brand/merek Body Lotion lain. Penurunan volume penjualan yang signifikan juga dapat terjadi karena pada saat ini muncul banyak kompetitor bisnis yang menjual produk serupa dengan kualitas yang lebih baik dan harga lebih terjangkau. Adanya perbedaan kualitas produk dan harga tentunya akan berdampak kepada kepuasan konsumen, dimana kepuasan tersebut nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan ulasan yang penulis peroleh dari para konsumen, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dari Scarlett Body Lotion dinilai menurun, baik dari segi aroma, tidak dapat mencerahkan dan tidak dapat melembabkan kulit, tidak terdapat formula yang mampu melindungi kulit dari sinar matahari, teksturnya susah untuk di *blend* dan meninggalkan *whitecast*. Selain itu, konsumen juga beranggapan harga yang diberikan cukup mahal. Serta beranggapan bahwa masih banyak Body Lotion lain yang lebih murah dan jauh lebih baik dari segi formulanya. Hal tersebut membuat konsumen lebih memilih untuk membeli dan menggunakan Body Lotion dari brand lain sehingga mampu mengakibatkan penurunan penjualan Scarlett Body Lotion. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui ulasan konsumen mengenai kualitas produk dan persepsi harga dibawah ini.

Gambar 1.3 Ulasan Scarlett Body Lotion



Sumber: femaledaily.com

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk maupun jasa yang akan digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Penelitian ini di dukung oleh Kotler dan Keller dalam Darmasari & Komardi, (2021) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk mencakup pilihan produk, harga, merek, distributor atau tempat

pembelian, waktu pembelian serta jumlah barang yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi salah satu penyebab persaingan diantara pelaku usaha. Oleh sebab itu, konsumen selalu ingin memperoleh produk yang berkualitas sepadan dengan harga yang dibayarkan, meskipun sebagian konsumen berfikir bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam Novianti T., (2020) kualitas produk adalah spesifikasi produk atau jasa yang bertumpu pada kepiawaiannya guna memenuhi kebutuhan konsumen. Tjiptono (2004) dalam Purnama Sari D. & Soliha E., (2021) menyebutkan kualitas produk adalah suatu keadaan yang berubah-ubah dan berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Sedangkan menurut Razak et al., 2016 dalam Anam et al., (2020) kualitas produk merupakan suatu karakteristik produk yang memiliki andil dalam pemenuhan permintaan yang sudah ditetapkan. Tujuan produk ketika ditawarkan ke pasar adalah untuk memperoleh perhatian, manfaat yang dibutuhkan serta konsumsi konsumen.

Selain kualitas produk, faktor persepsi harga juga menentukan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) dalam Iriani F. & Indriyani R., (2019) persepsi harga merupakan sudut pandang seorang konsumen mengenai nilai yang ditetapkan pada suatu pembelian. Hal serupa juga dikemukakan oleh Peter

dan Olson, 2010: 447 dalam penelitian Mendur et al., (2021) bahwa persepsi harga berhubungan langsung dengan pemahaman informasi harga oleh konsumen sehingga memberikan makna yang mendalam.

Fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana diluar sana banyak kompetitor dari Scarlett Body Lotion yang tidak kalah sukses dalam menawarkan produk- produknya di pasar dengan harga yang lebih terjangkau sehingga memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk dapat memilih produk Body Lotion yang sesuai dengan kebutuhan dan juga sesuai dengan budget yang dimiliki. Seperti yang telah diketahui, dimana untuk di wilayah Kota Madiun harga Scarlett Body Lotion adalah Rp. 75.000 per satu botol ukuran 300 ml, Nivea Extra White Body Serum Care & Protect adalah Rp. 25.000 per satu botol ukuran 180 ml, Vaseline Hand Body Lotion adalah Rp. 39.500 per satu botol ukuran 400 ml, dan Marina Hand Body Lotion UV White adalah Rp. 18.000 per satu botol ukuran 460 ml. Berdasarkan data perbandingan harga 4 merek Body Lotion yakni Scarlett Body Lotion, Nivea, Vaseline dan Marina dapat disimpulkan bahwa Scarlett Body Lotion memiliki harga paling tinggi. Dengan harga yang cukup tinggi, sudah seharusnya kualitas produk menjadi prioritas utama agar sebanding dengan harga yang konsumen keluarkan.

Berdasarkan fenomena dalam latar belakang yang telah disampaikan diatas, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SCARLETT BODY LOTION DI VILSHOP KOTA MADIUN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang maka rumusan masalah padapenelitian ini yaitu:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ScarlettBody Lotion di Vilshop Kota Madiun?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Scarlett BodyLotion di Vilshop Kota Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadapKeputusan Pembelian Scarlett Body Lotion di Vilshop Kota Madiun.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap KeputusanPembelian Scarlett Body Lotion di Vilshop Kota Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta mampu menerapkan ilmu mengenai manajemen khususnya pemasaran yang diperoleh selama proses perkuliahan. Selain itu peneliti memperoleh wawasan baru mengenai

fenomena yang diangkat dalam penelitian.

2) Bagi UPN “Veteran” Jawa Timur

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat menjadi arsip perpustakaan yang nantinya digunakan sebagai referensi untuk mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa.

3) Bagi Toko

Sebagai sarana informasi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan diharapkan dapat menjadi referensi bagi toko dalam pengambilan keputusan selanjutnya.