

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Mempercantik merupakan proses yang dilakukan wanita sebagai kebutuhan sekunder yang bertujuan untuk tampil beda dan membuat percaya diri. mempercantik biasanya dilakukan setiap hari dan rutin untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Wanita memakai berbagai macam produk untuk mempercantik diri bahkan rela untuk pergi ke dokter kecantikan dan mengeluarkan uang dengan nilai yang berapapun.

Produk yang biasa digunakan untuk mempercantik diri adalah kosmetik. Kosmetik adalah salah satu zat atau bahan yang biasa digunakan untuk seluruh tubuh bagian luar. Kosmetik sudah dipakai secara menyebar di Indonesia. Tranggono (2007) “Pada tahun 1970 kosmetologi sudah termasuk dalam ilmu dermatologi secara resmi dikembangkan di Fakultas Kedokteran UI” (h.5). Dahulu kosmetik dibuat untuk melindungi tubuh dari alam, namun dengan beriringnya waktu kosmetik saat ini digunakan untuk merawat dan meningkatkan daya tarik serta percaya diri seseorang. Menurut menteri kesehatan RI, kosmetik memiliki banyak preparat dari preparat khusus bayi hingga preparat khusus untuk perawatan kulit. Kosmetik tidak hanya untuk mempercantik dengan merias wajah saja tetapi perawatan kulit juga termasuk dalam golongan kosmetik.

Perawatan kulit yang biasa dilakukan adalah perawatan kulit pada wajah, perawatan kulit pada wajah meliputi membersihkan kulit (*cleanser*), melembapkan kulit (*moisturizer*), pelindung kulit seperti (*sunscreen*) dan menipiskan dan mengelupaskan kulit (*peeling*). Kulit akan terus mengalami penurunan setiap harinya jika tidak merawat kulit bagaimana semestinya. Manfaat yang didapat dari perawatan kulit ini adalah untuk menjaga kulit agar tetap bersih, awet muda dan sehat.

Brand kosmetik lokal sudah mulai mendominasi pasar di Indonesia dan mulai bersaing dengan brand luar. Teknologi yang makin maju dan berkembang Kosmetik

pun di Indonesia mulai berkembang pertahunnya, menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Industri pada tahun 2018 Kosmetik Nasional tumbuh sebanyak 95% yang merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) sisanya merupakan sektor industri besar. Dengan peningkatan jumlah perusahaan kosmetik di Indonesia ini, dapat diketahui bahwa minat terhadap produk kosmetik di Indonesia cukup besar dan timbul adanya persaingan antara *brand* lokal satu sama lain, tidak hanya dengan *brand* lokal saja tetapi dengan *brand* luar yang masih bertahan hingga saat ini. *Brand lokal* pun sekarang sudah dipercaya dan diandalkan oleh para konsumen karena memiliki bahan-bahan berkualitas yang tidak kalah bagus dengan *brand* luar.

Pinkies Beauty adalah salah satu *brand* kosmetik perawatan wajah yang berada di bawah naungan CV Nurfa PinkiesBeauty Herbalindo didirikan pada tahun 2017 dan terletak di Kota Tangerang Selatan. Pemiliknya adalah seorang mahasiswi yang awalnya membuat untuk kebutuhan sendiri, tetapi temannya juga ingin mencoba kosmetik yang dipakai olehnya. Awal mula hanya menyediakan 10 pesanan saja membuat *toner* cuka apel itu dengan modal Rp. 0,00, sang pemilik meminta uangnya terlebih dahulu lalu menggunakannya untuk membelikan semua bahan-bahan yang akan digunakan untuk membuat *toner* cuka apel. Walaupun mendapatkan keuntungan yang sedikit kurang dari 50,000, pemilik memiliki cara untuk menawarkan produknya melalui media sosial yang digunakan yang akhirnya harganya naik dan mulai banyak yang minat terhadap *toner* cuka apel. Hingga akhirnya Pinkies Beauty memproduksi berbagai jenis kosmetik perawatan kulit dengan memakai bahan-bahan alami dan organik yang sekarang diolah dengan perusahaan PT Pillars Cosmetiklon Indonesia yang memproduksi banyak kosmetik perawatan wajah dari berbagai *merk*. Pada awalnya hanya menggunakan peralatan sederhana dengan racikan alami buatan sendiri namun sekarang sudah mempunyai produk yang memiliki bahan. Bahkan produknya menjadi rekomendasi dari dokter ahli kecantikan. 6 bulan berdirinya Pinkies Beauty, sudah mendapatkan pengikut yang jauh lebih banyak di akun resmi Instagram nya, dan setelah 2 tahun lebih Pinkies Beauty mendapatkan keuntungannya setahun bisa mencapai Rp. 200,000,000,00 bahkan lebih hingga dapat bisa untuk membeli mobil.

Sekarang, produk yang di produksi oleh Pinkies Beauty sangat beragam, dari mulai *apple vinegar toner, face oil, hydrating micellar water, 5 steps bright glow series masker Organic varian green tea, coffee, dan rose petals hydrating mask*, semua produk tersebut berfokus pada merawat wajah. Semua produk Pinkies Beauty sudah mendapat sertifikat BPOM sehingga konsumen tidak perlu cemas. dengan bahan-bahan yang digunakan oleh Pinkies Beauty dalam membuat produk, selain bahan yang aman digunakan dan kualitas nya diutamakan, kebersihannya pun dijaga. Harga yang ditawarkan relatif standar untuk berbagai jenis produk perawatan wajah seperti *toner, serum*, yang biasanya memiliki harga jauh lebih tinggi dipasaran pada umumnya, konsumen Pinkies Beauty sangat beragam dari seluruh Indonesia hingga sampai Kairo.

Pinkies Beauty melakukan promosi secara tidak meluas, maka masih banyak masyarakat terutama pengguna kosmetik yang tidak mengetahui keberadaan Pinkies Beauty. Pinkies Beauty sering kali mempromosikan produknya oleh Selebriti Instagram atau *beauty vlogger*, dan mendapatkan banyak *testimoni* dari konsumen pengguna produk Pinkies Beauty yang menjadi bukti bahwa konsumen dalam menggunakan produk mengalami perubahan yang sesuai dengan manfaat yang tertera pada produk tersebut. *Platform* resmi yang digunakan untuk mempromosikan produknya pun hanya di Instagram saja, sisanya akun distributor dari berbagai daerah.

beberapa produk Pinkies Beauty pun sudah tidak diproduksi lagi karena susah nya dalam mencari bahan utama untuk memproduksi kosmetik dan kurangnya peminat terhadap produk tersebut. *Masker* Pinkies Beauty varian *green tea* merupakan *masker* yang memiliki tingkat penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan varian yang lainnya, *rose petals hydrating mask* merupakan salah satu masker yang memiliki penjualan terendah kedua. Pinkies Beauty masih belum optimal dalam mempromosikan produk, hanya berupa iklan di Facebook Ads, Instagram Ads, dan lebih dominan di Instagram, tetapi tidak dalam mempromosikan tersebut, Pinkies Beauty tidak melakukannya dengan merata.

Media yang dipakai untuk mempromosikan produknya belum banyak digunakan, untuk mempromosikan salah satu produknya tersebut yaitu Pinkies Beauty *rose petals hydrating mask* dan mengenalkan secara lebih luas kepada khalayak, maka menggunakan media yang berbeda dibandingkan dengan sebelumnya, supaya dapat terus diingat dan membuat khalayak penasaran pada produk Pinkies Beauty *rose petals hydrating mask*

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan di atas, maka penulis mendapat mengidentifikasi masalah:

- Pinkies Beauty meskipun sudah memiliki banyak distributor dan sudah menjual produknya secara *online* ke berbagai daerah tetapi keberadaan Pinkies Beauty masih kurang diketahui oleh konsumen pengguna kosmetik.
- Keberadaan Pinkies Beauty khususnya *masker Rose rose petals hydrating mask* yang masih banyak belum diketahui oleh khalayak.
- Produk unggulan atau dengan penjualan tertinggi yang dimiliki Pinkies Beauty untuk varian *masker* adalah *green tea*, sedangkan produk yang kurang dikenal oleh konsumen Pinkies Beauty dan salah satu produk yang memiliki tingkat penjualan rendah adalah varian *Rose petals hydrating mask*.

I.3 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah yang sudah dijabarkan di atas, kemudian dirumuskan menjadi suatu pertanyaan tersebut dan dijadikan sebagai acuan untuk pertanyaan dari semua masalah ini dan menjadi sebuah bahan dari perancangan. Rumusan masalah yang didapat dari identifikasi masalah tersebut adalah Bagaimana cara meningkatkan pembelian dan memperkenalkan produk dari Pinkies Beauty *rose petals hydrating Masker* kepada khalayak?

I.4 Batasan Masalah

Produk Pinkies Beauty yang merupakan produk kosmetik perawatan wajah organik atau alami yang tentunya banyak, produknya sangat bervariasi dari *face oil* hingga *masker*, *masker* organik ini memiliki 3 varian, *green tea*, *coffee*, dan *rose petals*.

Masker yang memiliki penjualan tertinggi dan termasuk terlaris adalah masker green tea. Sangat disayangkan masker organik varian rose petals tidak termasuk masker dengan penjualan tertinggi seperti masker green tea.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Setelah dikemukakan latar belakang hingga batasan masalah, maka muncul sebuah tujuan dan manfaat dibuatnya perancangan, berikut ini adalah tujuan dan manfaat dari perancangan tersebut adalah:

1.5.1 Tujuan Perancangan

Berikut adalah tujuan yang didapat dari perancangan ini:

- Meningkatkan penjualan terhadap produk Pinkies Beauty khususnya *masker organik varian rose petals*.
- Memperkenalkan *Masker rose petals hydrating mask* Pinkies Beauty lebih luas kepada masyarakat.
- Memberi nilai tambah estetika dalam mempromosikan produknya.
- Mempermudah orang untuk mengetahui produk dari Pinkies Beauty.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Berikut adalah manfaat yang didapat dari perancangan ini:

- Masyarakat dapat mengenali lebih luas tentang produk kecantikan Pinkies Beauty.
- Dapat memberikan sumbangan yang berupa pengetahuan dan pemikiran dari penulis, serta dapat digunakan sebagai sumber referensi produk kecantikan Pinkies Beauty.
- Masyarakat dapat mengetahui bahwa ada produk kecantikan lokal yang memiliki kualitas baik namun dengan harga cukup terjangkau.