

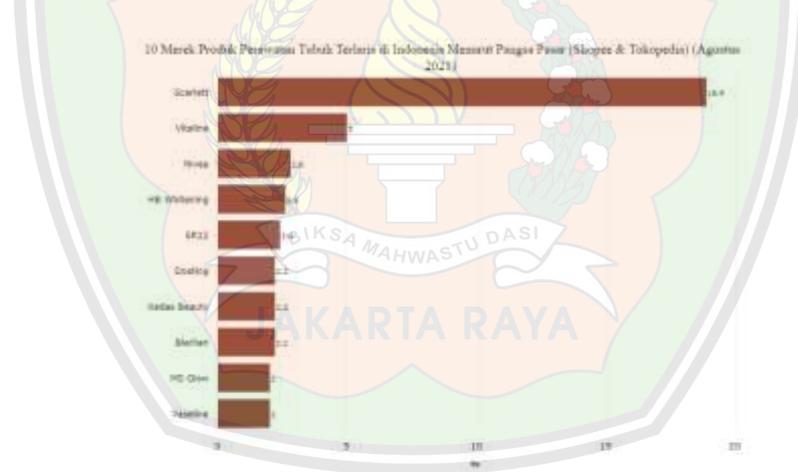
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kesehatan kulit dan wajaht saat ini merupakan hal yang paling sering di perhatikan oleh kaum wanita, kerana kulit dan wajah merupakan bagian yang sangat terlihat dalam segi penampilan yang harus dirawat dan dijaga. Penampilan sangat mendukung tingkat kepercayaan diri wanita, dari hal tersebut skin care dan body care menjadi hal yang paling sering dicari oleh kaum wanita.

Tingginya pertumbuhan e-commerce produk kecantikan ditingkat global dan Indonesia membuktikan tingginya minat beli konsumen akan produk kecantikan. Akhir – akhir ini produk kecantikan yang sangat digemari oleh para remaja sampai wanita dewasa adalah produk kecantikan lokal Scarlett Whitening.



Gambar1. 1 10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesi Menurut Pangsa Pasar.

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-ags>)

Dari gambar 1.1 bisa menjelaskan bahwa keberhasilan suatu perusahaan sangat mempengaruhi minat beli konsumen yang didukung melalui upaya produsen dalam meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi dan melakukan promosi secara massif. Menurut Setiawan dan Ihsan (2004) ada beberapa pengertian minat beli, salah satunya ialah: minat beli berhubungan antara perilaku pembelian yang dilakukannya secara terus menerus oleh seseorang. Industri kecantikan (skin care) saat ini menjadi salah satu industri dengan perkembangan yang cukup tinggi khususnya di Indonesia.

Hal ini, produk perawatan kulit semakin diminati banyak orang, terutama wanita, dan kecantikan bergeser dari kecantikan pribadi ke kecantikan sosial. Perawatan kulit merupakan salah satu hal terpenting untuk menjaga kesehatan kulit dan tubuh. Alhasil, para pemasar aktif mempromosikan produk perawatan kulit melalui media sosial sebagai platform yang efektif untuk menjual produk mereka. Scarlet mengandung glutathione (GSH), induk dari master antioksidan terbaik atau semua antioksidan, dan paling efektif dan tercepat untuk kulit yang aman dan cerah oleh para ilmuwan di seluruh dunia. Produk peeling scarlet mengangkat sel kulit mati dan menjaga kulit tetap segar dan bersih. Scarlett Whitening berbentuk botol plastik dengan memiliki tutup yang berbeda misalnya body scrub memiliki tutup berbentuk flip top, sedangkan body lotion berbentuk pump. Harga scarlett mulai dari Rp75.000 hingga lebih dari Rp100.000 (khusus paket Scarlett Whitening). Scarlett memiliki 3 kategori produk yaitu kategori face care (facial wash dan facial Serum), body care (shower scrub, body lotion dan body scrub) dan hair care (sea salt shampoo & conditioner). Scarlett memiliki rekomendasi produk terbaiknya diantaranya, body lotion dengan 4 varian yakni romansa, charming, fantasia dan freshly, body scrub/lulur dengan 2 varian yakni pomegranate dan romansa, facial wash, shower scrub dengan 3 varian aroma yakni pomegranate, manggo dan cucumber, conditioner & sea salt shampoo dan paket bundling (paket best combo for hair dan paket best combo for scarlett whitening) sekaligus produk terpopuler scarlett whitening adalah scarlett whitening body lotion charming. Aktivitas promosi Scarlett Whitening lebih banyak menggunakan media sosial Instagram mulai dari mengunggah foto maupun video produk untuk kemudian di review dari bahan/ingredients, tekstur dan harganya

Promosi menjadikan salah satu factor yang mempengaruhi keberhasilan penjualan Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik itu barang atau jasa, merek

dagang atau perusahaan kepada konsumen sehingga dapat membantu dalam meningkatkan pemasaran. Banyaknya merek yang menjual produk kecantikan atau memandu wanita untuk terlebih dahulu membandingkan jenis wajah dan kulit dengan manfaat penggunaan produk, dan merangsang kepercayaan merek pada produk.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji digital marketing dan keputusan pembelian pada konsumen produk Scarlett whitening di Instagram. Hal ini melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli pada produk Scarlett Whitening”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa saja faktor Internal dalam meningkatkan minat beli Produk Scarlett Whitening?
2. Apa saja faktor Eksternal dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening?
3. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening dengan menggunakan Analisis SWOT?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor internal dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening
2. Untuk mengetahui apa saja faktor eksternal dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett whitening
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam mempengaruhi minat beli produk Scarlett whitening menggunakan analisis SWOT.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah atau referensi baru tentang strategi pemasaran digital Scarlett Whitening dalam meningkatkan minat beli konsumen.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan penjualan dengan strategi pemasaran digital dengan baik

#### b. Bagi masyarakat

Sebagain informasi kepada masyarakat atau pembeli setia produk Scarlett whitening.

## 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut :

### **BABI PENDAHULUAN**

Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang, Rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian, serat sistematika penulisan .

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjuan pustaka menejelaskan mengenai literatur yang mendasari topik pada penelitian, penelitian terdahulu, perbedaan dengan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tengan desain penelitia, tahapan penelitian, menentukan subjek dan objek penelitia, Teknik pengumpulan data, dan menentukan partisipan.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan tentang Strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT pada produk Scarlett Whitening.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian Scarlett Whitening dan juga saran yang akan diberikan penulis kepada pembaca



