

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Skincare adalah perawatan wajah yang sering digunakan oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia untuk wanita dan pria agar terlihat awet muda. Berdasarkan pengertian *skincare* yang sudah dijelaskan, *skincare* memberikan manfaat dapat membantu menjaga kesehatan kulit secara keseluruhan, sekaligus memperbaiki masalah kulit yang dialami, seperti jerawat, bekas jerawat, kusam, bintik hitam, keriput, dan lainnya. Seiring dengan berkembangnya bisnis produk *skincare*, maka perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *skincare* baik skala besar maupun kecil dituntut untuk menciptakan strategi-strategi baru agar keberadaannya mampu bertahan atas gempuran perusahaan atau pebisnis baru.

Menurut Cantika.com Jakarta Pasar produk Perawatan kulit atau *skincare* di Indonesia berkembang pesat karena hadirnya berbagai brand lokal yang semakin banyak jumlahnya di tanah air. Di tengah keterpurukan ekonomi akibat pandemi Covid-19 *skincare* lokal mampu bertahan bahkan terus berkembang melalui peluncuran berbagai produk baru. Dapat dikatakan bahwa kualitas brand kosmetik lokal tidak kalah dengan merek buatan luar negeri. Banyak diantaranya yang menjadi viral dan mendapat banyak perhatian dari para pecinta kosmetik Indonesia.

NBS *Skincare* Bogor sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *skincare* dengan brandnya NBS *Skincare* Bogor dari waktu ke waktu juga terus berbenah diri untuk menghadapi banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini. Salah satu program yang dilaksanakan oleh NBS *Skincare* Bogor adalah dengan menciptakan terobosan-terobosan terbaru dan mempunyai posisi yang kuat di mata masyarakat. Dengan menciptakan terobosan terbaru maka diharapkan para pelanggan akan lebih banyak mendapatkan pilihan sehingga minat pelanggan untuk membeli *skincare* NBS untuk perawatan wajah mereka. Selain itu salah satu terobosan strategi NBS *Skincare* Bogor melakukan terobosan dalam hal harga.

Berbagai strategi yang berhubungan dengan harga seperti melakukan diskon harga di tanggal kembar, diskon harga hari spesial mulai dari 10%, 20%, 30%, bahkan sampai diskon 50% dan lain sebagainya. Strategi diskon harga bertujuan untuk menarik

minat pelanggan agar mereka mau membeli produk *skincare* di NBS *Skincare* Bogor. Adapun strategi lain yang digunakan dalam penjualan produk NBS adalah dengan membuat reseller, agen, dan stokis dalam rangka berusaha meluaskan penjualannya di berbagai kota seperti dalam Kota Bogor hingga luar Bogor. Maka dari itu NBS pernah menjadi *brand skincare* no 1 di Indonesia mengalahkan *brand skincare* lain di tahun 2022. Dengan memproduksi berbagai paketan khusus untuk mengatasi berbagai kulit wajah dari mulai pria dan Wanita. Kompas.co.id menyebutkan bahwa NBS menguasai 20% *market share skincare* paket *glowing* di Shopee di akhir tahun 2022.



Gambar 1.1. Data Market Penjualan Kecantikan Desember Tahun 2022

Sumber : kompas.co.id (2022)

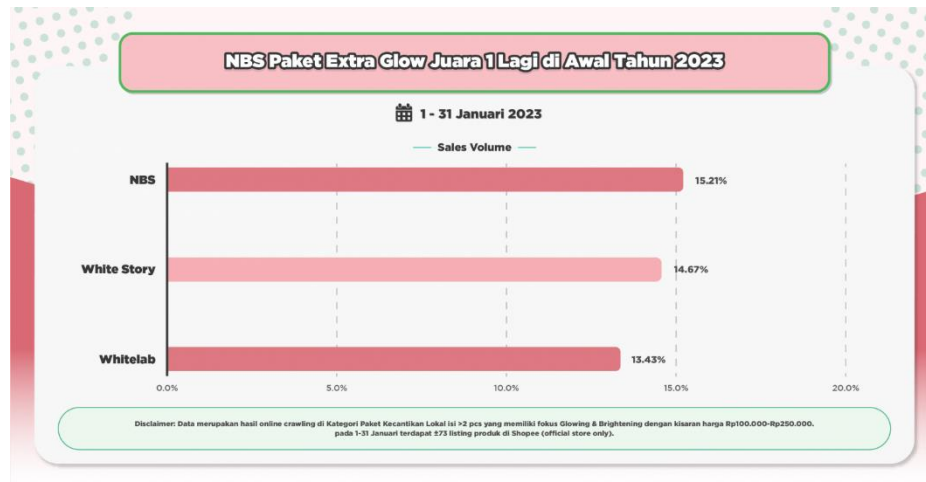
Berdasarkan data di atas pemenang pasar akhir Tahun 2022 diraih oleh NBS *Skincare* yang merupakan *brand* kecantikan lokal. Peran *brand* lokal dari segi kualitas produk, distribusi produk, hingga strategi *marketing* tidak bisa diremehkan. *Brand* yang berdiri sejak Tahun 2019 ini terbilang masih hijau di industri FMCG. Lebih tepatnya produk *skincare* NBS bersaing di kategori *Beauty and Care* yang terkenal amat kompetitif. Kendati demikian, NBS *Skincare* membuktikan bahwa mereknya adalah yang terbaik dengan menyabet 20,23% *market share* untuk penjualan paket kecantikan lokal isi 3-5 pcs, dengan fokus *Glowing & Brightening* di kisaran harga Rp100.000-Rp250.000 di *e-commerce* sepanjang Desember 2022. Noni Ayi, owner NBS (Noni Beauty Skin) juga unjuk gigi dengan perolehan *sales revenue* Rp353 juta. Produk yang membuat NBS menjadi juara 1 ini adalah *skincare* paket *glowing* yaitu Paket Extra Glow. Paket Extra Glow ini terdiri dari 5 buah produk dengan harga jual Rp215.000.

Harga yang dipasang NBS tersebut cukup murah dan masuk kantong konsumen jika dilihat dari banyaknya produk dalam satu paket. Seluruh produk *skincare* dari NBS termasuk paket Extra Glow ini sudah halal dan bersertifikat BPOM. Lalu terdaftar di MUI, paraben *free*, lolos uji dermatologi, bisa digunakan mulai usia remaja hingga dewasa serta aman dan cocok digunakan untuk wanita hamil dan menyusui.

Skincare paket *glowing* ini berisi set perawatan wajah lengkap, yakni *day cream* 100g, *night cream* 100g, serum *glowing* 10 ml, *toner* 60 ml, dan *facial wash* 100 ml. Semua produknya mengandung Niacinamide yang berfungsi membuat wajah lebih *glowing* karena mengatasi hiperpigmentasi dan mencerahkan kulit wajah secara merata. Disamping itu, ada kandungan Ethyl Ascorbic Acid yaitu vitamin C yang stabil dan sangat cocok digunakan bagi produk pencerah kulit.

Di posisi kedua ada *brand White Story* yang menutup tahun 2022 dengan menguasai pasar sub kategori Paket Kecantikan sebesar 16,9%. Terutama dari Shopee, *brand* lokal milik Jessica Lin ini meraup *sales revenue* sebesar Rp296.5 juta. *Brand* yang baru didirikan tahun 2021 ini memiliki *track record* yang cukup bagus. *White Story* mampu masuk top 3 *brand skincare* subkategori Paket Kecantikan, tepatnya pada Paket Wajah *Brightening*. Paket Wajah *Brightening* ini berisi 5 buah produk yang membuat wajah *glowing* maksimal. 5 produk tersebut yaitu *day cream* 15 g, *night cream* 15 g, *toner* 60 ml, *facial wash* 60 g, dan *Brightening Face Serum* 20 ml. Harganya yang di bawah Rp250 ribu dirasa cukup masuk akal bagi konsumen.

Di posisi ke tiga subkategori paket kecantikan ada Azarine. *Brand* lokal milik Cella Vanessa ini seringkali disangka brand luar negeri karena terlihat istimewa dan unik. Juara ke 3 ini didapatkan berkat penjualan *skincare* paket *glowing* yaitu Azzarine *ready to Glow Kit*. Tim data Kompas memantau *sales revenue* yang dikantongi Azarine periode 1-31 Desember 2022 dari *official store*nya di Shopee senilai Rp197.8 juta. Sedangkan *market share* produk paket kecantikan yang diraihinya berada di angka 11,34%. Menilik *skincare* paket *glowing* yang dimiliki Azarine yaitu *Ready to Glow Kit* paket ini berisi 3 pcs dengan kandungan tinggi vitamin C untuk mencerahkan kulit wajah secara optimal. *Skincare* paket *glowing* ini terdiri dari Multi-Acids *Glowing Toner* 90 ml, *Hydramax-C Sunscreen Serum* 40 ml, dan *Brightening C-Glow Serum* 20 ml.



Gambar 1.2. Data Market Penjualan Kecantikan awal tahun Tahun 2023

Sumber : compas.co.id (2023)

Data Kompas dashboard melaporkan *brand* ini sukses menjual 1,1 ribu NBS Paket *Extra Glow* di *Shopee official store*nya periode Januari 2023. Angka tersebut sekitar 15,2% secara *sales volume* untuk penjualan Paket Kecantikan lokal isi lebih dari 2 buah, dengan fokus *Glowing Brightening* yang berada di kisaran harga Rp100.000-Rp250.000. Mengintip isi dari NBS Paket Extra Glow yang yang laris di *Shopee*, ada 5 pcs produk yang harganya hanya Rp215.000. Harga yang dipasang NBS tersebut cukup murah dan masuk kantong konsumen jika dilihat dari banyaknya produk dan manfaatnya dalam satu paket kecantikan. Berdasarkan hasil data diatas terbukti brand skincare lokal mampu bersaing di pasar skincare Indonesia dengan beberapa produk yang dimiliki serta prestasi yang begitu bagus. Dan produk ini layak bersaing di pasar *Beauty and Care* ini. Setiap perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk yang kualitasnya sangat baik agar bisa bertahan diantara *brand-brand* lain yang sudah cemerlang. Maka dari itu, kualitas produk sangat penting bagi setiap *brand* atau perusahaan *skincare* seperti NBS Skincare ini.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dibanding unsur bauran pemasaran yang lainnya produk, promosi dan distribusi (Fandy Tjiptono, 2021:78). Salah satu usaha Perawatan

kecantikan yang ada di wilayah Kota Bogor adalah NBS *Skincare*. NBS *skincare* diketahui memiliki beberapa outlet resmi yang keberadaannya tersebar di wilayah Kota Bogor.

Tabel 1.1. Nama Outlet NBS *Skincare* di Wilayah Kota Bogor

NO	NAMA OUTLET NBS <i>SKINCARE</i>	BIDANG USAHA	ALAMAT
1	NBS Clinic	Treatment Kecantikan	Jl. Pahlawan No.131, RT.03/RW.14, Bondongan, Kec. Bogor Sel., Kota Bogor
2	NBS Bogor Official Store	Perawatan Kecantikan	Jl. Pahlawan No.143, RT.02/RW.16, Bondongan, Kec. Bogor Selatan
3	Distributor NBS <i>Skincare</i>	Perawatan Kecantikan	RT.02/RW.06, Mekarwangi, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor
4	Agen NBS <i>Skincare</i> Bogor	Perawatan Kecantikan	Pesona 1, Cilebut Bar., Kec. Sukaraja, Kabupaten Bogor
5	Reseller Resmi NBS	Perawatan Kecantikan	Gg. Mesjid Jl. Parung Jambu No. 06/09, RT.03/RW.10, Empang, Kec. Bogor Selatan

Sumber : Observasi (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1. di atas merupakan 5 *outlet* resmi NBS *Skincare* yang berada di wilayah Kota Bogor. Produk yang dijual NBS *skincare* cukup lengkap diantaranya *facial wash*, toner, *day cream*, *night cream*, serum *acne*, serum *brightening*, *diamond glow*, serum DNA salmon, *body lotion*, collagen. Produk yang ditawarkan sudah berkualitas BPOM, aman untuk Ibu menyusui, aman untuk Ibu hamil dan aman untuk Pria maupun Wanita. Pada penelitian ini penulis juga telah melakukan perbandingan harga produk antara NBS *skincare* (NBS *Extra Glow*), *White Story* dan *Azzarine* yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2. Perbandingan Harga Produk *Skincare*

NO	NAMA PRODUK (Perpaket)	HARGA
1	NBS <i>Skincare</i> (Paket <i>Extra Glow</i>)	Rp 215.000
2	<i>White Story</i> (Paket <i>Brightening</i>)	Rp 201.240
3	<i>Azzarine</i> (Paket C <i>White</i>)	Rp 143.500

Sumber : Website NBS *Skincare*, *White Story* dan *Azzarine*

Berdasarkan Tabel 1.4. diatas menunjukkan bahwa harga NBS *Extra Glow* lebih mahal dibanding dengan harga White Story dan Azzarine. Namun demikian harga NBS *Extra Glow* lebih mahal, mampu bersaing di pasaran melawan kompetitor *skincare* yang lain. Masih bisa diterima dikalangan anak muda, Ibu rumah tangga, Pria dan Wanita. Membicarakan perihal harga, NBS *Extra Glow* pun selalu memberikan produk yang menggunakan bahan baku yang bermanfaat penting bagi Perawatan wajah pelanggannya. Serta kandungannya sudah lulus BPOM dan sudah teruji klinis. NBS Skincare Bogor juga melakukan semua strategi yang secara umum sudah ditetapkan oleh kantor pusat. Seperti membuat diskon, *Give Away*, serta potongan harga yang tidak terduga untuk pelanggan.

Berdasarkan Tabel 1,2 di atas menunjukkan bahwa NBS masih belum dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dari segi harga yang cukup mahal serta masalah yang sering timbul dari pelanggan seperti, kualitas produk, testimoni pemakaian serta masalah lainnya. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Ekuitas Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di NBS *Extra Glow*.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Banyaknya merek *skincare* lain yang lebih diminati oleh pelanggan dibanding dengan merek NBS saat ini.
2. Harga NBS *Extra Glow* lebih mahal dibanding harga paketan NBS yang lain,
3. Kurang adanya promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen NBS *Skincare*.
4. Kualitas yang terkadang tidak bagus di wajah pelanggan sehingga pelanggan berfikir dua kali untuk membeli NBS *Extra Glow*.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di NBS *Extra Glow* Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada dalam penelitian. Maka penulis membatasi penelitian ini pada 1 produk yaitu NBS *Extra Glow* dengan bagaimana pengaruh ekuitas merek, harga

dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk NBS *Extra Glow* di Kota Bogor.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa secara simultan ekuitas merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor?
2. Apakah secara parsial ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor?
4. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara simultan ekuitas merek, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui secara parsial ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor.
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NBS *Extra Glow* Kota Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan *skincare* maupun oleh manajemen NBS
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan ekuitas merek, harga, dan keputusan membeli.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami laporan ini, maka materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang lebih lengkap mengupas berbagai fenomena dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.