

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan waktu ke waktu dimana produk kecantikan dibuat secara canggih yang bertujuan untuk mempermudah ataupun mempercepat proses produksi sampai dengan konsumsi. Pengembangan kosmetik sendiri dibuktikan dengan inovasi produk – produk yang disesuaikan dengan kebutuhan wanita. Penyesuaian ini bermaksud mengikuti zaman yang terus berkembang. Kosmetik merupakan campuran dari beragam [senyawa kimia](#), beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis. Kosmetik memiliki beberapa jenis, mulai dari krim perawatan kulit, bedak, parfum, lipstik, kuteks, perias muka dan mata, deodoran, sanitizer, produk perawatan bayi, perawatan rambut, sabun, garam mandi, serta semua produk perlengkapan mandi. Dari masing-masing jenis produk, kosmetik memiliki unsur pengembangan mulai dari kandungan isi, kemasan, cara promosi hingga penyampaian kepada konsumennya.

Perihal atau tata cara menggunakan kosmetik disebut dengan tata rias atau *makeup*. Penggunaan kosmetik, khususnya di bagian muka dan mata, disebut dengan "riasan", "dandanannya", atau "*make up*". Industri kosmetik saat ini didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan multinasional yang telah terbentuk sejak awal abad ke-20, namun distribusi dan penjualan kosmetik menyebar di antara bisnis yang berbeda dan masing-masing perusahaan memiliki pasar tersendiri.

Produk yang paling menarik perhatian masyarakat Indonesia adalah bedak padat wajah. Hal ini dikarenakan oleh iklim tropis di Indonesia yang membutuhkan perlindungan pada kulit wajah. Bedak padat wajah mengandung pelindung sinar UV yang melindungi kulit, karena sinar UV dapat merusak jaringan kulit, menimbulkan bercak kemerahan atau bercak hitam pada kulit yang sensitif. Di Indonesia, terdapat banyak merek yang menawarkan produk bedak padat wajah seperti Pixy, Wardah, Sariayu, Viva, La Tulipe dan Maybelline. Namun, Produk bedak padat wajah merek Sariayu adalah produk kecantikan yang pertamakali memproduksi produk bedak padat di Indonesia. Tercatat pada tahun

1977, PT Matina Berto berdiri sebagai industri rumah dengan produk bermerek Sariayu. Pada tahun 1993, perusahaan mengakuisisi pabrik kosmetik PT Cedefindo sebagai manufaktur kontrak untuk internal dan eksternal. Pada tahun 1995, PT Martina Berto III didirikan di Gunung Putri, Bogor. Produk bedak padat sariayu pun diproduksi pada tahun 2010, ini merupakan inovasi produk dari sebelumnya (bedak tabur).

Selain produk bedak padat wajah Sariayu, martha tilaar memiliki berbagai merek dan produk lainnya seperti bedak biokos, *eyeshadow* sariayu, lotion sariayu dan lain-lainnya. Martha tilaar juga memiliki 16 toko resmi di Jabodetabek. Namun, produk bedak padat wajah Sariayu yang memiliki sejarah panjang belum pernah mengalahkan produk bedak padat wajah merek Pixy ataupun Wardah. Untuk itu, peningkatan dan pengembangan yang dilakukan oleh Martha Tilaar Group sebagai pemilik dari bedak padat wajah sariayu belum berjalan dengan baik. Oleh karena itu, Martha Tilaar Group selaku pemilik dari produk bedak padat sariayu membuka beberapa cabang di Indonesia salah satunya terletak di kota Depok. Produk bedak padat wajah sariayu mendistribusikan produk secara langsung kepada pelanggan atau ada yang mendistribusikannya kepada agen maupun salon kecantikan. Potensi pasar di kota Depok membuka peluang bagi produk bedak padat wajah sariayu untuk dapat bersaing meningkatkan jumlah pembelian dengan para kompetitornya.

Adapun survei mengenai top brand yang dilakukan tiap tahun berdampak terhadap minat beli konsumen. Survei ini bertujuan sebagai tolak ukur *brand* (melalui produknya) untuk mengambil keputusan apakah yang harus dilakukan *brand* manager untuk meningkatkan dari hasil survei tersebut. Mengingat siklus kehidupan produk pada tahap akhir harus di optimalkan sebaik mungkin. Maka dari itu diharapkan hasil dari survei ini bisa membantu *merk* terkait untuk dapat melakukan pembenahan *brand* imagenya. Berikut hasil survei 3 tahun terakhir mulai dari tahun 2014 – 2016 yang dilakukan Top Brand Award :

Tabel 1. *Index Top Brand Award 2014 - 2016*

2014		2015		2016	
Merek	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI
Pixy	17,3%	Wardah	17.20%	Wardah	25.00%
Wardah	12,4%	Pixy	15.60%	Pixy	14.90%
Viva	9,1%	Sariayu	9.00%	Sariayu	7.50%
Sariayu	8,9%	La Tulipe	8.90%	Viva	7.10%
La Tulipe	8,4%	Viva	8.00%	La Tulipe	6.90%
Revlon	4,5%	Maybelline	4.50%	Maybelline	5.80%
Maybelline	4,5%	Oriflame	4.30%		
Caring	4,3%				

Sumber: *Top Brand Award 2014 – 2016*

Berdasarkan tabel 1, terdapat berbagai merek dari produk bedak padat wajah antara lain adalah Wardah, Pixy, Sariayu, Viva, La Tulipe dan Maybelline. Pada tahun 2016, yang merupakan top brand dari produk bedak padat wajah adalah bedak padat wajah wardah dan bedak padat wajah pixy yang memperoleh persentase 25% untuk bedak padat wajah wardah dan 14,9% untuk bedak padat wajah pixy. Bedak padat wajah sariayu berada diposisi ketiga dengan persentase 7,5%. Bedak padat wajah Viva berada diposisi keempat dengan persentase 7,1%. Sementara Bedak padat wajah La Tulipe dan Maybelline berada diposisi kelima dan keenam dengan persentase 6,9% untuk bedak padat La Tulipe dan 5,8% untuk bedak padat wajah Maybelline.

Citra merek produk bedak padat wajah sariayu dinilai cukup baik, hal ini berdasarkan Top Brand pada tahun 2016, dimana produk bedak padat wajah merek sariayu menempati posisi ketiga. Sementara pesaing utama dari bedak padat wajah merek sariayu, yakni bedak padat wajah wardah dan bedak padat wajah pixy meletakkan merek mereka sebagai top brand dalam kurun waktu tiga (3) tahun terakhir. Terhitung dari tahun 2014 hingga tahun 2016, bedak padat wajah wardah dan bedak padat wajah pixy selalu menjadi top brand untuk posisi pertama dan kedua. Sementara bedak padat wajah sariayu hanya menempati posisi keempat (4) di tahun 2014, lalu pada tahun 2015 dan 2016 bedak padat wajah sariayu mengalami kenaikan peringkat yakni ke posisi tiga (3), namun dengan penurunan persentase dimana pada tahun 2015, bedak padat wajah sariayu memiliki presentase sebesar 9% menjadi 7.5% pada tahun 2016.

Bedak padat sariayu merupakan merek kecantikan yang sudah lama namun citra merek yang diciptakan oleh bedak padat wajah sariayu masih kalah

dibandingkan bedak padat wajah wardah dan juga bedak padat wajah pixy pada tahun 2016. Padahal bedak padat wajah sariayu merupakan salah satu produk unggulan dari merek Sariayu. Selain itu, bahan yang digunakan bedak padat wajah Sariayu pun aman untuk digunakan. Pengembangan produk bedak padat wajah dilakukan oleh Sariayu mulai dari bahan-bahan dasar seperti SPF 15, vitamin E dan palm oil sebagai pelembab alami sampai dengan desain kemasan dalam usaha meningkatkan citra merek tidak berjalan dengan baik. Hal ini diyakini dengan data tiga tahun terakhir di Top Brand, dimana bedak padat sariayu selalu berada di *Midle Position*. Namun demikian citra merek dari bedak padat wajah sariayu memiliki identitas sendiri di mata konsumen.

Sementara itu, harga menjadi salah satu elemen kuat yang mempengaruhi minat beli oleh calon konsumen. Daya beli calon konsumen turut mempengaruhi minat beli oleh calon konsumen. Dengan adanya kemampuan atau daya beli oleh calon konsumen, tentu produk bedak padat wajah Sariayu mampu menciptakan minat beli. Oleh karena itu, produk bedak padat wajah Sariayu harus mampu menempati posisi harga yang strategis agar dapat menciptakan minat beli oleh calon konsumen. Berikut daftar harga produk bedak wajah padat Sariayu di beberapa tempat daerah Depok :

Tabel 2. Daftar Harga Bedak padat wajah Sariayu

Nama Toko	Harga
Alfamart	Rp. 23.200
Indomaret	Rp. 22.800
Toko Kosmetik Aneka	Rp. 16.000
Toko Kosmetik Sanitas	Rp. 18.000

Sumber : Daftar harga bedak padat wajah Sariayu di beberapa Toko daerah Depok

Dari tabel 2, Harga bedak padat Sariayu ditawarkan berbeda beda dari tiap toko di daerah Depok. Padahal kualitas produk bedak padat Sariayu dan isi dalam kemasan bedak padat Sariayu tidak dibuat berbeda satu toko dengan toko lainnya. Harga bedak padat Sariayu termurah diberikan oleh toko kosmetik Aneka dengan harga Rp. 16.000, selanjutnya harga yang cukup ekonomis dengan harga sebesar Rp. 18.000 ditawarkan oleh Toko Kosmetik Sanitas. Sementara Alfamart dan Indomaret bersaing dengan harga Rp. 23.200 di Alfamart dan Rp. 22.800 di Indomaret. Hal ini berarti produk bedak padat wajah Sariayu memiliki harga dari Rp.16.000 sampai dengan harga Rp. 23.200. Oleh karena itu, calon konsumen

yang loyal akan dihadapkan kepada kebutuhan mereka akan produk bedak padat Sariayu, informasi dimana saja bedak padat Sariayu dijual dan dengan harga berapa bedak padat Sariayu ini dijual.

Dengan adanya citra merek dan harga, jumlah minat beli produk bedak padat wajah Sariayu diharapkan mampu meningkat. Tolak ukur dari meningkat atau menurunnya minat beli dari bedak padat wajah sariayu dapat diukur melalui seberapa besar jumlah pembelian bedak padat wajah sariayu yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu ditemukan data jumlah pembeli Produk bedak padat wajah Sariayu di Toko Kosmetik Aneka Cinere daerah Depok dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Berikut Data Internal Toko Kosmetik Aneka Cinere daerah Depok dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 :

Tabel 3. Jumlah pembeli bedak padat Sariayu 2014 - 2016

Data jumlah pembeli bedak padat Sariayu 2014-2016				
Tahun	Nama Toko	Jumlah Pengunjung	Jumlah Pembeli bedak padat Sariayu	
			(Jumlah dalam tahun)	
2014	Toko Kosmetik Aneka Cinere	3,150 orang	75 orang	
2015		3,330 orang	81 orang	
2016		4,050 orang	59 orang	

Sumber : Data Internal Toko Kosmetik Aneka Cinere 2014 – 2016

Berdasarkan tabel 3, jumlah pengunjung di toko kosmetik Aneka meningkat dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 dari 3,150 pengunjung di tahun 2014 menjadi 3,330 orang di tahun 2016, akan tetapi jumlah pembeli menurun secara presentase perbandingan antara jumlah pengunjung dengan jumlah pembeli dari tahun 2014 sampai dengan 2016. Padahal toko kosmetik Aneka merupakan tempat yang menjual bedak padat Sariayu dengan harga paling ekonomis dibanding toko lainnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan dan Andrew (2012) berkesimpulan bahwa *brand image* dan *product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Sejalan dengan itu penelitian Sulistyari dan Yoestini (2012) berkesimpulan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun Nan-Hong Ling, Bih-shya Lin (2007) berpendapat bahwa *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan

penelitian yang menggunakan ‘Citra merek dan Harga sebagai variable x (*independent*) dan Minat Beli sebagai variable y (*dependent*)’.

I.2 Rumusan Masalah Penelitian

- a. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli.
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli.

I.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk membuktikan apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli.
- b. Untuk membuktikan apakah harga berpengaruh terhadap minat beli.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan minat beli yang dipengaruhi oleh citra merek dan harga.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menemukan strategi pemasaran, memberikan pemahaman dan tambahan informasi dalam upaya menciptakan minat beli bedak padat wajah Sariayu.