

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia saat ini tergolong baik. Masyarakat terutama kaum wanita, semakin sadar akan pentingnya kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari. Tren penggunaan kosmetik yang semakin berkembang, serta tuntutan seseorang untuk berpenampilan menarik di depan khalayak umum menjadi salah satu alasan industri kosmetik berkembang dengan baik di Indonesia (Nabilaturrahmah, 2022). Dengan permintaan pasar akan kosmetik yang terus meningkat, menyebabkan para produsen kosmetik untuk saling bersaing ketat menciptakan dan menawarkan produk yang mampu memenuhi ekspektasi para calon pembeli (Tanuwijaya dan Mulyandi, 2021). Kemajuan pada industri kecantikan di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2022), pertumbuhan pasar industri ini rata-rata mencapai 9,67% per tahun dalam enam tahun terakhir (2016-2021). Untuk hasil perkembangan dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1  
**Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2016-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Market (Rp. Milyar)</b>	<b>Kenaikan (%)</b>
2016	8,200	-
2017	8,500	-4,49
2018	9,760	14,82
2019	11,200	14,75
2020	12,874	14,95
2021	13,943	8,30
<b>Kenaikan rata-rata per tahun</b>		<b>9,67</b>

Sumber: Kementerian Perindustrian, 202

Menurut Lestari (2017) dunia kecantikan sering terjadi isu-isu negatif seperti produk yang tidak ber- BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), oleh karena itu masyarakat harus berhati-hati dalam memilih produk yang akan dibeli. Keputusan pembelian diawali pada saat konsumen memiliki sebuah kebutuhan, sehingga konsumen tertarik pada sebuah produk untuk dibeli. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan produk yang akan dibeli dan utamanya konsumen akan memperhatikan kualitas produk yang akan mereka beli, semakin baik kualitas suatu produk kecantikan maka kecenderungan konsumen Membeli produk tersebut juga meningkat (Wicaksono, 2016). Keputusan pembelian adalah pemilihan daridua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Dalam Islam, proses pengambilan keputusan pembelian diterangkan dalam beberapa ayat al-Qur'an yang lebih bersifat umum. Artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan keseimbangan. Firman Allah dalam QS. Al Furqon: 67 yang artinya "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian"

Berdasarkan ayat diatas setiap pengambilan keputusan untuk Membeli sesuatu haruslah seimbang, dikatakan seimbang jika dalam pembelian tidak berlebih-lebihan yang sesuai dengan kebutuhan dan tidak kikir. Selain konsep

pengambilan keputusan dalam Islam seimbang. Islam juga mengajarkan kuantitas konsumsi atau membelanjakan harta yang terpuji dalam kondisi wajar adalah sederhana. Dalam hal jual beli, menurut agama Islam pun dibolehkan memilih, apakah akan meneruskan jual beli atau akan membatalkannya. Dan dijelaskan dalam hadits, Rasulullah SAW bersabda: “Telah menceritakan kepada kami Shadaqah telah mengabarkan kepada kami 'Abdul Wahhab berkata, aku mendengar Yahya bin Sa'id berkata, aku mendengar Nafi' dari Ibnu 'Umar radliallahu 'anhuma dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan) dalam jual beli selama keduanya belum berpisah, atau jual beli menjadi khiyar (terjadi dengan pilihan)". Nafi' berkata: "Adalah Ibnu 'Umar radliallahu 'anhuma bila Membeli sesuatu, baru menganggapnya telah terjadi jual beli bila sudah berpisah dari penjualnya". (HR. Bukhari dan Muslim)

Karena itulah maka manusia bila berkonsumsi harus berhati-hati dalam memilih apa yang akan dikonsumsinya. Dalam berkonsumsi manusia tidak boleh beranggapan bahwa harganya mahal itu lebih baik, karena berkonsumsi dengan memperhatikan nilai guna yang dianjurkan dalam Islam.

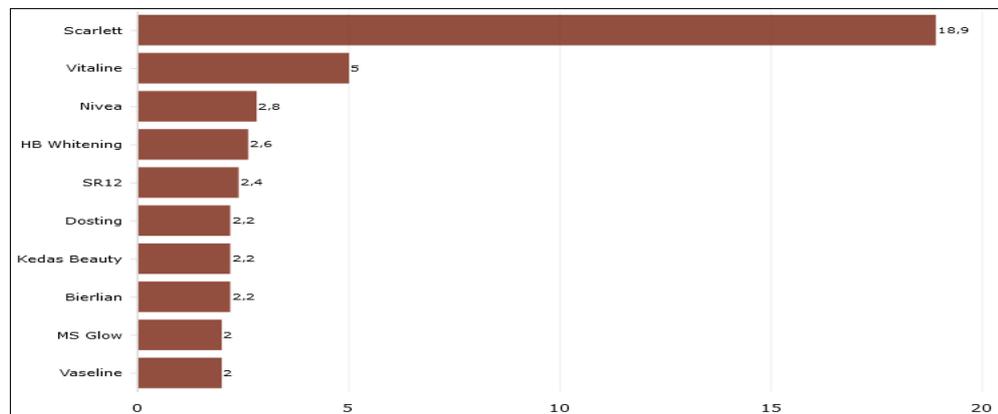
Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya kualitas produk (Bahri, 2015). Kualitas produk merupakan suatu yang paling utama dalam keputusan pembelian konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, sehingga kualitas produk harus diperhatikan bagi setiap perusahaan karena melihat sekarang ini banyaknya persaingan antar perusahaan

yang semakin ketat, karena setiap perusahaan akan terus berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Kualitas produk juga merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar (Syufaati, 2016). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Selain melihat dari kualitas produk, konsumen juga memperhatikan harga sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian. Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Menurut Wulandari (2015) murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Strategi penetapan harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang sehingga menjadi nilai (*Value*) bagi suatu konsumen. Bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga pembeli akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah Membeli produk tersebut (Wijaya, 2018).

Salah satu produk lokal yang saat ini produknya sangat diminati oleh kalangan remaja yaitu *Scarlett*, milik salah satu selebriti Indonesia yaitu *Felicya Angelista* yang didirikan sejak tahun 2017. *Scarlett* memiliki berbagai macam produk yaitu *body care*, *face care* dan *hair care*. Produk ini berfokus terhadap perawatan untuk memutihkan kulit tubuh dan wajah, produk ini sudah sangat

terkenal di kalangan remaja untuk memperbaiki tekstur kulit serta dapat mencerahkan kulit. produk *scarlett* juga sudah lulus uji BPOM dan terdapat logo halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia), sehingga aman untuk digunakan. Salah satu produk yang banyak diperbincangkan remaja adalah produk *body lotion scarlett*.



Gambar 1. Grafik Brand *Body Lotion* terlaris di Indonesia Tahun 2022, sebagaimana dikutip dari Kompas.com 2022

Gambar 1 merupakan data yang diperoleh dari hasil riset internal tim Kompas melalui *online crawling official* dan *non-official store Body lotion scarlett* telah memimpin jauh bahkan mengalahkan *brand* internasional Nivea. *Brand* lokal *Scarlett* memimpin jauh penjualan kategori *body lotion* dengan *market share* sebesar 29.3%.

Berdasarkan hasil observasi awal penulis pada toko Sociolla yang menjual produk Scarlett pada 27 Juni 2022 ditemukan bahwa produk tersebut dijual dengan harga Rp. 65.000 – Rp. 75.000 per unit. Toko Sociolla adalah toko serba ada yang menjual berbagai produk kecantikan salah satunya adalah produk Scarlett yang berlokasi di lantai dasar Jambi Town Square (JAMTOS), adapun keberadaan toko tersebut merupakan salah satu reseller Scarlett yang ada di Kota Jambi diharapkan

dapat memberikan pertimbangan mengenai pengaruh *brand* Scarlett, citramerek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Tabel 1.2 menyajikan data mengenai jumlah transaksi pembelian produk Scarlett di Toko Sociolla selama kurun waktu 8bulan pada tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.2  
Transaksi Pembelian Produk Scarlett di Toko Sociolla 2022  
Sumber Toko Sociolla, data penjualan, 2022

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>	<b>Jumlah Transaksi</b>	<b>Penurunan/ Peningkatan</b>	<b>Persentase</b>
Maret	270	492	-	-
April	261	450	-42	-8,6%
Mei	228	487	37	8%
Juni	238	500	13	2,7%
Juli	220	583	12	1,6%
Agsutus	201	623	10	2,7%
September	180	682	9	1,9%
Oktober	102	421	7	1,2%

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan produk Scarlett pada bulan April sebesar 8,6%, sedangkan pada bulan-bulan selanjutnya jumlah transaksi pembelian meningkat. Persoalannya saat ini adalah jumlah peningkatan persentasenya sangat kecil. Ini disebabkan dalam dunia kecantikan sering terjadi berbagai isu-isu negatif seperti produk yang tidak ber-BPOM, kemudian citra produk yang buruk seperti dapat menyebabkan iritasi kulit yang menyebabkan kemerahan dan rusak, sebagaimana yang disampaikan Dhea selaku pegawai toko Sociolla “penurunan terjadi karena adanya isu yang tidak benar terkait produk kecantikan”. Oleh karena itu scarlett juga melakukan strategi pemasaran dengan mendisain *Brand* semenarik mungkin dan menerapkan slogan “Memiliki kulit cerah bukan lagi mimpi” serta memberikan kesan elegan dalam logo yang ada di produk Scarlett. Adapun berbagai jenis produk.

Seperti yang terjadi pada kalangan muslimah pengguna produk di Toko Sociolla , kulit remaja dapat dikatakan sensitive mudah kering sehingga banyak wanita sangat tertarik untuk melakukan perawatan kulit yang sudah menjadi kebutuhan sehingga memilih produk *body lotion* untuk mencerahkan, melembabkan serta melindungi kulit dari paparan sinar matahari saat melakukan aktivitas di luar rumah, yang menjadi masalah muslimah saat melakukan keputusan pembelian suatu produk *body lotion* yaitu isu-isu negatif mengenai *body lotion* yang diperjual belikan yang membuat muslimah di Toko Sociolla berhati-hati dalam memilih produk sehingga mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli, pastinya kualitas produk yang akan menjadi hal yang utama apakah mampu memberikan perubahan dan mampu melindungi kulit serta tingkat kenyamanan saat dipakai yaitu dengan tekstur yang lembut dan tidak lengket. Harga juga menjadi faktor dalam keputusan pembelian tentunya muslimah ingin Membeli suatu produk *body lotion* dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang bagus, *body lotion scarlett* dapat dikatakan memiliki harga yang cukup terjangkau dikalangan muslimah yang Membeli produk kosmetik scarlett di Toko Sociolla dan memiliki kualitas produk yang sangat baik.

Dari latar belakang di atas, maka perlu melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Scarlett Studi Kasus pada Muslimah Pengguna Produk di Toko Sociolla.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah;

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla?
2. Apakah harga berpengaruh keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya semua perumusan masalah di atas, diharapkan adanya suatu kejelasan yang dijadikan tujuan bagi penulis dalam skripsi ini. Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla .
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla .
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla .

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Secara Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan pengetahuan, sebagai literature yang menyajikan informasi umumnya mengenai kinerja keuangan, khususnya mengenai kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla .

##### **2. Manfaat Praktisi**

Diharapkan dapat dijadikan masukan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran guna perbaikan dan perkembangan usaha dalam pembelian produk scarlett di Toko Sociolla dan sebagai sumber referensi dan saran pemikiran bagi kalangan akademisi dan praktisi masyarakat di dalam menggunakan Produk Scarlett serta menunjang penelitian selanjutnya yang akan bermanfaat sebagai bahan perbandingan bagi penelitian yang lain.