

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, tentunya masyarakat dituntut untuk lebih berkembang. Salah satunya dengan meningkatkan penampilan fisik yang dimana fisik merupakan asset utaman manusia. Diantaranya dapat dilakukan dengan merawat kulit wajah karena perawatan wajah saat ini menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup. Perlu diketahui, bahwasanya dalam ajaran Islam melalui al-Qur'an dan hadits semuanya sudah diatur, mulai dari hal-hal yang umum sampai terperinci. Salah satunya adalah tentang Kecantikan fisik adalah kecantikan pada tubuh luar seorang perempuan termasuk dengan kecantikan parasnya, perhiasan atau pakaian yang menutupi tubuhnya. Itulah kecantikan yang sifatnya fisik. Seorang perempuan mampu untuk tampil cantik dengan apa adanya yang dipakai dan hal ini tidaklah dilarang dalam agama Islam asalkan ia tetap memenuhi ketentuan atau syariah.

Sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-A'raf : Ayat 26 berikut:

يٰٓبَنِيَّ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوَارِي سَوْآتِكَمْ وَرِيشًا وَلِبَاسَ التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِّنْ  
اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya: *Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. (Al-Quran Surat al-A'raf Ayat: 26)*

Tak hanya perempuan saja bahkan laki-laki pun saat ini banyak yang melakukannya karena untuk meningkatkan rasa kepedulian terhadap penampilan pada wajah. Perawatan kulit wajah atau skincare kini menjadi salah satu tren yang ada di kalangan masyarakat. Skincare menjadi salah satu perawatan kulit wajah yang penting contohnya produk masker wajah yang dimana masker wajah ini bermanfaat untuk merawat kulit wajah, dan memperbaiki nutrisi kulit pada jaringan sel kulit wajah.

Di Indonesia permintaan akan produk skincare lokal semakin meningkat. Oleh karena itu, para pembisnis harus dengan bijak mengeluarkan produk yang menarik konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu pemberitaan Kontan.co.id menyebutkan bahwa peluang bisnis pembuatan produk masker wajah sangat besar dan peminatnya banyak, sehingga perusahaan yang menjual masker wajah ini meraup keuntungan yang cukup besar. Semakin kompetitifnya masker wajah, tidak dipungkiri selain kualitas produk yang mampu bersaing dengan produk internasional, kemasannya juga tak kalah menarik sehingga menjasi persaingan dan peningkatan strategi.

Saat ini kita berada di tengah perkembangan teknologi yang sangat maju dan terdapat berbagai hal menarik yang memotivasi masyarakat untuk mengikuti kecanggihan teknologi yang berkembang hampir setiap hari. Salah satunya adalah media baru yang kini banyak digunakan yaitu media internet. Banyak hal yang timbul dengan adanya media internet seperti e-commerce dan media sosial yang dijadikan sebagai media online untuk masyarakat dalam bersosialisasi serta

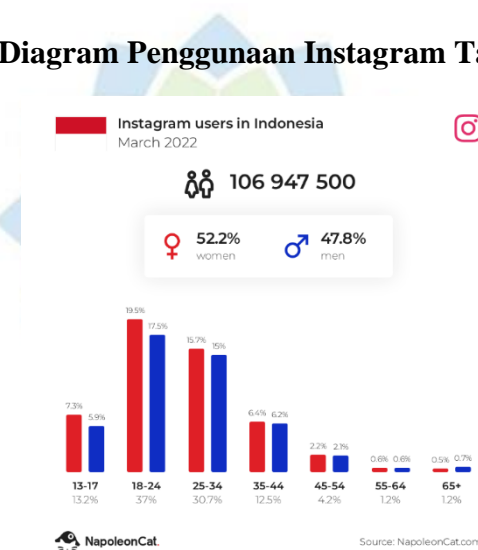
berkomunikasi dengan banyak orang lain secara jarak jauh. Namun tidak hal itu saja, media sosial kini banyak digunakan masyarakat awam untuk jual beli, memasarkan produk serta menciptakan suatu karya untuk individu dalam dunia bisnis.

Pemasaran dalam strategi promosi dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan tidak membutuhkan biaya pemasaran yang cukup mahal. Dalam langkah promosi seorang pelaku bisnis menjalankan cara yang bertujuan untuk mengenalkan produknya kepada konsumen yang telah menjadi target sehingga konsumen akan tertarik membeli produk mereka. Menurut Laksana (2009) “Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap menginginkan produk tersebut”. Promosi mempunyai peran penting dalam manajemen pemasaran guna meningkatkan hasil penjualan karena tanpa adanya promosi sangatlah sulit untuk dapat meyakinkan pembeli.

Kehadiran media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan Youtube sebagai media promosi merupakan akun media sosial tempat masyarakat menghabiskan sebagian besar waktunya untuk online. Media sosial menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan produk kepada masyarakat dengan menggunakan media sosial. Hal ini sangat efektif dan efisien bagi kegiatan promosi yang dijalankan pelaku bisnis. Menurut data terbaru APJII, tahun 2022 penggunaan internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Artinya ada penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia (cnbcindonesia.com, 2022).

Mengambil contoh platform instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video keseruan pengguna. Platform ini sangat mudah untuk digunakan dan berisi fitur-fitur menarik didalamnya. Tak hanya dijadikan sekedar media untuk bersenang-senang saja akan tetapi instagram juga dapat dimanfaatkan oleh banyak pelaku bisnis untuk memasarkan produknya. Di Indonesia, berdasarkan grafik penggunaan instagram pada tahun 2022, jumlah pengguna aktif di media sosial instagram mencapai 99,9 juta.

**Tabel 1. 1 Diagram Penggunaan Instagram Tahun 2022**



(Sumber : [napoleoncat.com](https://www.napoleoncat.com) 2022/03/)

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat promosi yang berpotensi. Kecenderungan keterlibatan konsumen di Indonesia akibat tingginya penggunaan instagram dan pesatnya perkembangan media sosial membuat masyarakat semakin peduli dalam menciptakan karya, salah satunya membuka usaha melalui bisnis online.

Melihat dari situasi saat ini banyak pesaing semakin gencar dalam melakukan promosi menarik pelanggan untuk membeli hasil produk mereka.

Menurut (Fandy Tjiptono, 1997) Daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Ditengah persaingan bisnis masker wajah maka diperlukan strategi dalam promosi untuk meningkatkan daya tarik produk karena dari promosilah yang memiliki peran penting, dimana membuat konsumen tertarik dan membeli produk masker wajah sebagai upaya meningkatnya minat beli.

Para pelaku usaha perlu menciptakan produk yang kompetitif dengan memenangkan hati dan pikiran konsumen. Produk yang berkualitas dengan bersaing harga merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat beli kepada konsumen. Salah satu aspek perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian dimana sekarang dan bisa disebut sebagai calon pembeli. Menurut (Kotler dan Keller, 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Sedangkan menurut (Assael, 1992, dalam Istikhomah 2013) menyatakan bahwa minat beli merupakan tahap akhir dari proses kebutuhan pembeli, yaitu setelah melakukan evaluasi dari informasi yang telah didapatkan oleh konsumen, maka akan muncul keinginan atau minat untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa.

Adapun salah satu online shop yang telah berkembang dalam bisnis masker wajah organik saat ini adalah Camille Beauty. Camille Beauty merupakan salah satu skincare lokal yang terkenal dikalangan masyarakat milenial dan menjual produk masker wajah organik melalui media online.

**Gambar 1. 1 Produk Masker Camille Beauty**



(Sumber : <https://camillebeauty.id/>)

Camille Beauty telah beroperasi di dunia kecantikan pada tahun 2018 yang dimiliki oleh salah satu pembisnis muda yaitu Nadia Shavira. Dengan adanya usaha masker wajah organik Camille Beauty ini, pelaku usaha terus mengembangkan produk atau layanan yang dipasarkan dengan begitu baik hingga meningkatkan citra perusahaan. Dalam menjalankan usahanya Camille Beauty menggunakan peluang media online yang sudah dimilikinya, salah satunya Instagram. Kehadiran platform ini sangat membantu perusahaan Camille Beauty dalam menjalankan peranannya untuk menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan tingkat penjualan dan menciptakan customer.

Dibalik kesuksesan Camille Beauty pasti memiliki sebuah permasalahan yang dihadapi, salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Camille Beauty adalah Camille Beauty sempat berhenti menjual produknya hingga beberapa bulan, setelah beberapa bulan tersebut Camille Beauty mulai menjual produknya kembali, akan tetapi penjualan Camille Beauty tidak seperti sebelumnya. Camille Beauty mengalami sepi pembeli hingga adanya penurunan penjualan, hal tersebut juga berdampak pada reseller dan distributor Camille Beauty, banyak sekali reseller dan distributor Camille Beauty yang melakukan komplain pada pihak Camille Beauty terkait sepi pembeli yang mengakibatkan penurunan penjualan para reseller dan distributor. Oleh karena itu Camille Beauty melakukan penarikan produk dari reseller dan distributor dan juga melakukan pengembalian dana kepada reseller dan distributor, Camille Beauty juga kehilangan para reseller dan distributornya.

Camille Beauty terus melakukan upaya untuk menaikkan penjualannya kembali yaitu dengan terus melakukan promosi. Salah satu promosi yang dilakukan oleh Camille Beauty adalah dengan melakukan promosi melalui media sosial Instagram. Dengan membuat konten instagram produk dari Camille Beauty akan menjadi viral dan dikenal oleh banyak orang dan juga dengan adanya konten Instagram yang berisikan promosi mengenai produk Camille Beauty membuat pengguna Instagram menjadi tertarik untuk membeli produk Camille Beauty. Akun Instagram Camille Beauty kini telah memiliki followers terbanyak dibandingkan dengan akun masker organic lainnya, yakni 614 ribu dan following sebanyak 135 dengan jumlah postingan sebanyak 430. Hal ini juga memicu persaingan dalam menawarkan produk kepada konsumen untuk meningkatkan tingkat penjualan.

Berdasarkan hal tersebut, maka promosi melalui media sosial sangatlah penting karena dengan melakukan strategi promosi dapat meningkatkan daya tarik produk terhadap tingkat penjualan khususnya untuk masker wajah organik Camille Beauty. Setiap penjualan produk terutama pada masker wajah organik ini harus cepat dalam memanfaatkan peluang yang ada dan tidak bisa dipungkiri dalam dunia bisnis pasti banyak persaingan dan mungkin saja dapat terancam oleh usaha produk masker wajah organik lainnya karena setiap usaha pasti memiliki kelemahan dalam meningkatkan daya tarik produk terhadap tingkat penjualan. Menurut Mulyadi dalam (Musa, 2016) menyatakan bahwa “penjualan adalah kegiatan yang terjadi dari transaksi penjual barang atau jasa, secara kredit maupun tunai”.

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah munculnya usaha produk masker wajah organik yang tidak sedikit. Melalui data dari Top rank masker wajah di Indonesia yang menyurvei produk-produk terbaik menurut masyarakat Indonesia, produk masker Camille Beauty termasuk kedalam top rank 10 besar dan masih kalah saing dengan produk lain.

**Gambar 1. 2 Data Top Rank**



Sumber : Artikel (<https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris-2/>)



Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat dijelaskan bahwa produk Camille Beauty khususnya pada produk masker wajah berada pada tingkat akhir yaitu terdapat top rank ke-10 besar di tahun 2022, dan masih kalah saing dengan produk brand besar terdahulu lainnya yang sudah cukup lama terkenal.

Penulis memfokuskan penelitian ini pada media Instagram karena penggunaan Instagram terus meningkat dan segmentasi Instagram yang menjangkau berbagai kalangan. Alasan penulis tertarik pada media sosial Instagram yaitu berdasarkan data WeAreSocial.net dan Hootsuite media Instagram merupakan platform sosial media dengan jumlah penggunaannya terbanyak ke-3 di Indonesia. Saat ini total pengguna Instagram di Indonesia mencapai angka 99,9 juta jiwa pada april tahun 2022.

Kini semakin banyak merk masker wajah organik berbahan alami, semakin besar pula persaingan bisnis didalamnya. Namun usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha muda ini Camille Beauty memiliki produk masker yang berbeda dengan brand masker lainnya, karena mereka sendiri memberikan produk dengan kualitas yang baik serta kandungan-kandungan yang terdapat manfaat didalamnya yang pasti terjamin. Dikutip dari majalah Nova, produk lokal Camille Beauty juga menjadi brand skincare dengan penjualan masker wajah terlaris di e-commerce Shopee dan Tokopedia pada periode Agustus-September 2021 dengan pangsa pasar sebesar 11,9%. Produk pertama yang dikeluarkan oleh Camille Beauty ini adalah masker wajah organik dan menjadi salah satu produk andalan dari Camille Beauty yang dimana telah berhasil terjual lebih dari 700 ribu unit per bulannya. Tak hanya produk masker wajah organik saja tetapi kini semakin meningkatnya populasi

konsumen masker Camille Beauty mengeluarkan berbagai produk diantaranya ada PopMist, Body Scrub, dan juga rangkaian skincare wajah lainnya.

Pada umumnya, sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk para konsumen mencari fakta tentang produk yang akan mereka beli. Dengan menulis *review* atau ulasan, akan memudahkan calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Penulis memilih masker wajah Camille Beauty di Kota Bandung Timur sebagai objek penelitian karena dapat memudahkan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti memudahkan penulis dalam mencari sumber data dalam penelitian tersebut, dan juga akan memudahkan penulis dalam menyebarkan kuesioner penelitian tersebut.

**Tabel 1. 2**  
**Mini Survey kepada Objek Penelitian**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya merasa bahwa masker wajah Camille Beauty sudah terkenal di berbagai daerah terutama di Kota Bandung Timur?	56 % atau sebanyak 14 responden	44 % atau sebanyak 11 responden
2	Melalui promosi media social Instagram @camille.beauty saya tertarik akan produk yang ditawarkan	68 % atau sebanyak 17 responden	32 % atau sebanyak 8 responden
3	Promosi melalui media sosial Instagram membantu dalam menentukan sesuatu yang dibutuhkan	68 % atau sebanyak 17 responden	32 % atau sebanyak 8 responden
4	Harga produk masker Camille Beauty terjangkau oleh semua kalangan	64 % atau sebanyak 16 responden	36 % atau sebanyak 9 responden

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
5	Saya melakukan pembelian masker Camille Beauty karena kelengkapan produk yang bervariasi secara ukuran dan manfaat	48 % atau sebanyak 12 responden	52 % atau sebanyak 13 responden
6	Rekomendasi dari orang lain memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan saya untuk membeli produk masker Camille beauty	52 % atau sebanyak 13 responden	48 % atau sebanyak 12 responden
7	Saya membeli produk masker Camille Beauty karena daya minat yang tinggi dalam produk yang membuat saya tertarik akan produk tersebut	56 % atau sebanyak 14 responden	44 % atau sebanyak 11 responden
8	Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai produk masker wajah Camille Beauty sebelum menggunakannya	64 % atau sebanyak 16 responden	36 % atau sebanyak 9 responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 hasil mini survey yang dilakukan kepada 25 responden konsumen masker wajah Camille Beauty di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur melalui media google form terkait promosi pada media sosial instagram, Daya Tarik Produk dan Minat Beli. Hasilnya menunjukkan bahwa untuk promosi pada media sosial instagram pada pertanyaan 1, 2 dan 3, masker wajah Camille Beauty sudah terkenal di berbagai daerah terutama di daerah Kota Bandung Timur lalu Camille Beauty sudah memiliki reputasi promosi pada media sosial yang sangat baik dimata konsumen dan melalui promosi pada instagram masker wajah Camille Beauty sangat membantu dalam penjualan ditunjukkan oleh hasil persentase sebesar 56% , 68% dan 32%. Untuk daya tarik produk pada pertanyaan 4 dan 5, produk dari

masker wajah Camille Beauty memiliki harga yang masih terjangkau di kalangan masyarakat Kota Bandung Timur, namun masih ada sebagian masyarakat yang kurang tertarik pada produk masker wajah Camille Beauty karena kelengkapan produk yang bervariasi tidak semua cocok dikulit wajah mereka, Kemudian, untuk minat beli pada pertanyaan 6, 7 dan 8, konsumen masker wajah Camille Beauty di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur sudah merasa bahwa produk masker wajah Camille Beauty sesuai dengan keinginan karena terdapat rekomendasi produk yang baik membuat sebagian masyarakat Kota Bandung Timur tertarik untuk membeli produk masker wajah Camille Beauty tersebut.

Dari data yang dihadapkan memang benar banyak dari responden di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur yang menyetujui atas semua pertanyaan diatas. Namun, tidak sedikit juga responden yang menjawab bahwa dirinya kurang puas terkait beberapa hal pada produk masker wajah Camille Beauty. Banyaknya usulan atau penilaian mengenai produk masker wajah Camille Beauty memungkinkan konsumen untuk memberikan komentar dan sarannya kepada produk masker wajah Camille Beauty

Ini dikarenakan dengan munculnya persaingan antar perusahaan masker wajah yang bisa dikatakan mengalami kesulitan untuk berkembang, yang bisa disebut juga kurangnya strategi pemasaran produk, sehingga brand yang ada kurang diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu dalam mewujudkan perencanaan Camille Beauty dalam pemasaran produknya agar lebih tinggi peminatnya dikemudian hari sesuai dengan harapan, maka dibutuhkan strategi dalam daya tarik produknya melalui proses promosi yang lebih baik lagi, hingga bisa meningkatkan minat beli

konsumen terhadap produk tersebut. Karena melihat dari situasi saat ini banyak pesaing semakin gencar dalam melakukan promosi menarik pelanggan untuk membeli hasil produknya mereka.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dari itu peneliti tertarik dalam penelitian dengan judul ***“Pengaruh Promosi pada Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Produk Terhadap Minat Beli Maker Wajah Camille Beauty (Penelitian pada Konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur)”***

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka terdapat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Kegiatan promosi yang dapat mempengaruhi selera dan preferensi konsumen
2. Faktor daya tarik produk diduga menjadi penyebab menurunnya permintaan terhadap masker wajah Camille Beauty hingga mengakibatkan pemberhentian penjualan sementara
3. Melalui survey top rank produk masker wajah Camille Beauty masih ditingkat ke-10 top rank produk lokal di Indonesia. Karena masih kalah saing dengan produk brand besar terdahulu lainnya yang sudah cukup lama terkenal.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka muncul beberapa pertanyaan dari penelitian ini, yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh promosi pada media sosial instagram terhadap minat beli masker wajah Camille Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur?
2. Seberapa besar daya tarik produk dapat meningkatkan minat beli masker wajah Camille Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur?
3. Seberapa besar pengaruh promosi melalui media sosial instagram dan daya tarik produk terhadap minat beli masker wajah Camille Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Bertolak dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi pada media sosial instagram terhadap minat beli masker wajah Camille Beauty Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik produk terhadap minat beli masker wajah Camille Beauty Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi pada media sosial instagram dan daya tarik produk terhadap minat beli masker wajah Camille Beauty Beauty pada konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur

## **E. Manfaat Penelitian**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis sebagai berikut :

### **1. Manfaat Akademik**

- a. Bagi peneliti, diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan dan memperdalam pengetahuan serta pengalaman untuk peneliti sebagai implementasi dari ilmu yang di dapat selama berada di bangku perkuliahan.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk mahasiswa umum ataupun mahasiswa Jurusan Manajemen konsentrasi pemasaran
- c. Bagi perusahaan, yang diharapkan peneliti ini dapat menyampaikan informasi yang berguna untuk perusahaan sehingga dapat dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan dalam menentukan strategi promosi dan daya tarik produk agar dapat meningkatkan minat beli.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi khayalan, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umumnya bisa memberikan wawasan pada perusahaan produk terkait.
- b. Untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.