

# BAB I

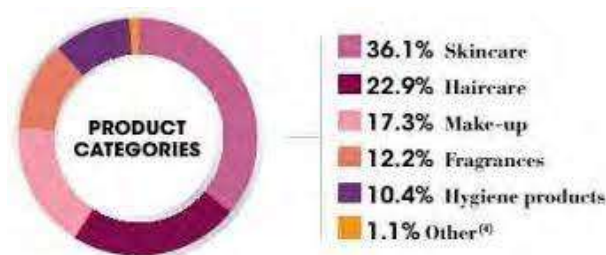
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di masa digitalisasi sekarang ini telah menjadikan sektor usaha meningkat secara signifikan untuk seluruh sektor. Hal tersebut juga karena daya saing bisnis yang semakin kompetitif khususnya pada sektor usaha kecantikan seperti skincare, dimana usaha ini pada kalangan sosial adalah produk yang digunakan sebab mencukupi keperluan dasar para perempuan terhadap kecantikannya. Terdapat banyak yang dijadikan fasilitas untuk pelanggan dalam menjelaskan secara pasti karakter diri dengan sosial oleh pandangan publik. Begitu juga zaman yang telah berkembang, skincare seakan sebagai keperluan penting untuk para perempuan. Baik sadar maupun tidak, pada aktivitas harian perempuan tidak dapat terlepas oleh skincare. Penggunaan produk kecantikan ini dikonsumsi oleh wanita di waktu pagi sampai dengan malam. Maka dari itu, hadir banyak perusahaan yang mencoba menciptakan keperluan produk skincare dari beberapa jenis produk yang inovatif dan bervariasi. (Hakim, Daviya, and Fauzi, n.d.)

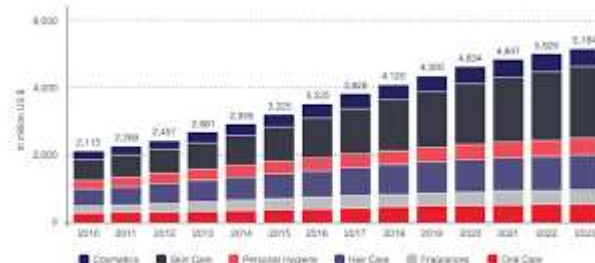
Dari data forecasting menunjukkan produk kecantikan dari sektor dunia bisa ditinjau mengalami tumbuh kembang di tahun 2020 yang diperhitungkan senilai 323.7 \$ ataupun mengalami kenaikan mencapai 3.6%. Nilai tersebut diperhitungkan mengalami pertumbuhan terus-menerus sampai senilai 344.4 \$ di tahun 2021. Data pasar produk kecantikan global bisa ditinjau dalam gambar 1.1 di bawah ini:

**Gambar 1.1 Data Pasar Kosmetik Secara Global**



Berdasarkan banyaknya berbagai jenis produk kecantikan komersil, beberapa wanita mengutamakan melakukan pembelian produk kosmetik dalam merawat kulitnya yang disebut skincare. Hal tersebut dapat ditinjau dalam tabel di atas yang menunjukkan penelitian produk kecantikan yang dilaksanakan dari Sektor Industri di tahun 2009 – 2007. Grafik I.1 di atas menampilkan bahwasanya pemakai produk kosmetik dari produk skincare mencapai 36,1%, haircare mencapai 22,9%, make up mencapai 17,3%, fragrances mencapai 12,2%, hygiene product mencapai 10,4%, dan lainnya mencapai 1,1%. Produk skincare berada di posisi atau persentase paling tinggi dari produk lainnya yang digunakan oleh para wanita. Hal tersebut memperjelas bahwasanya keperluan perempuan terhadap produk tersebut termasuk besar dan faktor tersebut juga yang menjadikan beberapa produk skincare terus hadir untuk mencukupi keperluan pelanggan demi merawat kulitnya. (Retrieved From Kementerian Perindustrian Republic Indonesia, 2020)

**Gambar 1.2 Pertumbuhan Kosmetik Di Indonesia**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Gambar 1.2 menunjukkan adanya peningkatan signifikan yang dialami kosmetik di Indonesia yang terus tumbuh yakni produk skincare, haircare, serta lainnya yang mengalami peningkatan nyata karena keperluan perempuan sekarang ini. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut diperkirakan sampai tahun 2023 dapat mengalami peningkatan pesat dan menjadi peluang terbaru pada sektor pasar produk kecantikan Indonesia.

Pada lingkup pemasaran jasa, mengacu pada total dana dan faktor lainnya yang mencakup utilitas atau penggunaan tertentu yang dibutuhkan. Utilitas adalah

karakteristik atau elemen yang mempunyai kemampuan dalam mencukupi keperluan serta kemauan tertentu. Pelanggan umumnya memilih harga sederhana yang menawarkan manfaat luar biasa. Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan berusaha untuk mengevaluasi harga dan keuntungan yang akan diperolehnya. Pembeli akan senang jika dia membayar untuk kualitas barang yang diinginkannya, begitu juga dengan pelanggan Yafa's Beauty & Health Care. Maka dari itu, klinik ini bertujuan untuk menarik klien dengan menyediakan layanan dengan biaya yang cukup rendah, membuatnya dapat diakses oleh seseorang menurut seluruh latar belakang kapasitas perekonomian disertai menjunjung tinggi dan memberikan kualitas tingkat tertinggi. Harga yang diberikan sama kompetitifnya dengan para pesaingnya yang menawarkan perawatan yang hampir sama dengan harga yang lebih tinggi. Tarif ini diharapkan mampu menarik klien ke Yafa's Beauty & Health Care untuk perawatan. (Anuraga and Sitohang 2015)

Yafa's Beauty & Health Care merupakan satu dari berbagai klinik kecantikan yang berfokus terhadap kualitas dari usaha yang dijalankan. Sebagaimana secara umum perusahaan harus mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi sambil secara efektif mengelola sumber daya mereka saat ini. Setiap salon kecantikan pasti memiliki manfaat yang unik, sama seperti yang satu ini, antara lain menggunakan bahan-bahan yang aman dan mengubah kulit sehingga produk-produk tersebut dapat mencerahkan wajah, menghilangkan jerawat, menghilangkan flek hitam, dan memberikan perawatan anti aging seperti memperlambat proses penuaan, menghilangkan kerutan wajah, dan cocok untuk kulit sensitif. Klinik ini selalu menawarkan alat-alat kecantikan yang higienis selain menggunakan alat-alat berteknologi mutakhir untuk perawatannya.

Setelah mempertimbangkan harga dan kualitas produk, pelanggan juga memperhitungkan tempat. Sebelum memulai sebuah perusahaan, seorang wirausahawan mempertimbangkan beberapa hal, termasuk tempat tersebut. Ini terjadi karena volume penjualan bisnis sering kali didasarkan pada lokasi yang dipilih. Salah satu komponen bauran pemasaran yang diharapkan dapat

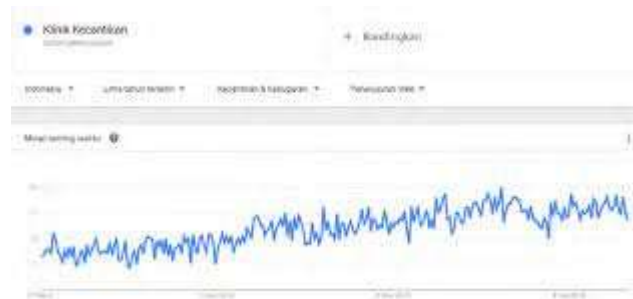
mendukung kinerja program pemasaran adalah lokasi atau tempat usaha. Situs yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan; namun, memilih lokasi yang salah akan menghambat semua operasi bisnis dan mengurangi potensi keuntungan. Salah satu taktik bisnis adalah memilih situs yang dekat dengan target pasar. Selain itu, dapat mempermudah pelanggan untuk menggunakan barang bisnis tertentu. Selain dekat dengan target pasar, tempat usaha juga harus memperhatikan infrastruktur yang memadai. (Musa and Rotinsulu 2019)

Indonesia adalah target sektor kelompok Islam yang begitu besar. Hal ini dikarenakan mayoritas penduduk yang berada di Indonesia adalah seorang muslim. Di kota medan masyarakat muslim sendiri mencapai hingga 64,53% dari total seluruh penduduk (BPS.SUMUT). Maka tidak heran jika umatislam telah menjadikan konsep khusus untuk menggunakan sebuah produk kecantikan, yakni menaruh perhatian pada halalnya suatu produk demi terjaganya kebersihan, kesucian juga keindahan, islam memerintahkan umat muslim untuk senantiasa merawat dan memelihara diri, sebagai bentuk syukur terhadap pemberian Allah Swt. Masalah penampilan sekarang ini menjadi satu dari berbagai faktor dalam kehidupan sehari-hari yang harus diperhatikan. Hal ini terkait dengan fenomena saat ini dimana masyarakat muslim semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan yang rapi. Karena itu, persaingan bisnis cukup ketat, terutama di bidang perawatan kulit dan industri kecantikan terkait. Kelompok yang saat ini sangat mengkhawatirkan penciptaan produk populer adalah komunitas Muslim. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pemilik usaha dengan membuka berbagai usaha baru sebagai pilihan bagi pelanggannya karena pertumbuhan penduduk muslim dan tingginya aktivitas masyarakat, khususnya di perkotaan. Pertumbuhan klinik kecantikan yang menyediakan berbagai perawatan untuk layanan perawatan kulit dan kosmetik menjadi salah satu tren, terutama di kalangan wanita. Komunitas Muslim semakin selektif untuk menetapkan suatu instansi yang mampu memberi hasil relevan pada preferensi konsumen karena menjamurnya bisnis perawatan kecantikan kulit. Alhasil, pelaku usaha di sektor ini harus terlebih dahulu mensurvei konsumen untuk menentukan jenis perawatan yang mereka sukai. Komunitas Muslim sekarang menginginkan ini. (Sabani 2012)

Industri dermatologi Indonesia, yang biasa disebut sebagai klinik kecantikan dan perawatan kulit, lahir dari kebutuhan wanita akan perawatan kulit dan kosmetik. Hal ini ditunjukkan dengan maraknya klinik kecantikan selama ini baik di kota besar maupun kecil. Klinik-klinik ini menyediakan barang-barang kecantikan dalam berbagai metode dan dikatakan lebih efektif dalam menghasilkan hasil terbaik karena mereka menyediakan barang-barang berdasarkan jenis kulit pelanggan. Klinik kecantikan disiapkan untuk menjangkau mayoritas pasar kecantikan Indonesia dengan memanfaatkan sejumlah keunggulan, seperti Erha Skincare, Natasha, Bening's Clinic, Yafa's Beauty & Health Care dan sebagainya.

Klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care merupakan klinik perawatan dan kecantikan yang cukup populer di kota medan. Klinik yang dibangun pada tahun 2020 dimana saat pandemic sedang berlangsung. Klinik tersebut tetap mampu menarik perhatian banyak masyarakat muslim. Klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care mempunyai satu dokter dan tiga pegawai dalam merawat kecantikan. Pegawai di klinik ini termasuk responsive pada saat konsumen masuk ke klinik tersebut, konsumen juga disambut dengan keramahan dari pegawainya. Klinik kecantikan ini memberikan sistem pesan waktu perawatan dari telepon dalam melaksanakan kegiatan ataupun berdiskusi tanya jawab mengenai produk yang disediakan. Selain itu juga memberikan kemudahan para pelanggan dengan memberi layanan jasa antar menggunakan jasa kurir dalam memberi beberapa produk yang tersedia. Dan untuk mencukupi keperluan ataupun kemauan konsumen diperlukan hasil perawatan yang memadai berdasarkan harapan. Yafa's Beauty & Health Care memberi sarana pada konsumen mencakup ruangan yang nyaman, Acm music, wifi, ruangan ibadah, kamar mandi. Sarana yang tersedia dalam klinik ini juga ditujukan bagi konsumen untuk merasakan kenyamanan dan kepuasan dari layanan yang diberi dan ditawarkan Yafa's Beauty & HealthCare.

**Gambar 1.3 Trend Klinik Kecantikan Indonesia**



Berdasarkan grafik 1.3 di atas, industri klinik kecantikan di Indonesia cukup beragam dan menjanjikan. Jumlah klinik kecantikan telah meningkat selama 5 tahun terakhir dan diprediksi mengalami kenaikan mencapai 10-17%/tahun. Produk dari klinik kecantikan dianggap mempunyai manfaat tersendiri bagi pelanggan. Kemudian, beberapa konsumen mulai menggunakan barang-barang yang berhubungan dengan dermatologi.

Keadaan itu sendiri memunculkan terdapat perbedaan nilai antara sesama pelanggan. Faktor-faktor yang menjadi motif permintaan produk pun beragam. Adapun penulis mengadakan pra survey terhadap konsumen klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care yang dilakukan melalui wawancara pada 10 responden, berdasarkan hasil yang diperoleh terdapat empat faktor yang sangat terlihat yakni tarif, mutu produk, lokasi dan minat masyarakat muslim. Empat faktor tersebut dianggap sentral serta sebagai landasan awal terhadap permintaan sebuah produk terkhusus produk kecantikan pada klinik Yafa's Beauty & Health Care. Faktor permintaan itu sendiri juga mampu sebagai parameter para perusahaan untuk mengkaji potensi sektor dari meninjau perspektif pelanggan. Maka dari itu, penulis berusaha dalam melakukan penelitian tentang motif permintaan terhadap suatu produk dari melakukan perbandingan faktor apa saja yang memberikan pengaruh dan pengukuran loyalitas konsumen pada permintaan produk kecantikan.

Adapun penulis melakukan perbandingan riset terdahulu untuk melakukan penelitian ini guna melihat seberapa jauh kevalidan, kepastian, dan keakuratan sebuah riset, maka penulis memperoleh bahan rujukan yang dijadikan

sebagai bahan riset. Penelitian ini mengacu pada penelitian Nadya Nurul Sabrina (2018) dengan Judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Roma Uli Zr Medan Marelan. Penelitian ini bertujuan dalam menganalisis kepuasan konsumen pada klinik kecantikan karena adanya pengaruh dari kualitas pelayanan, tarif, dan tempat. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen loyal ataupun anggota pada klinik kecantikan Roma Uli ZR, Medan yang berjumlah total populasi mencapai 328 konsumen. Pengambilan sampel menerapkan teknik non probability sampling. Pelaksanaan dalam mengumpulkan data memanfaatkan angket (kuesioner) berskala likert yang dijadikan ukuran serta dilakukan analisis metode regresi linier sederhana yang didukung dari pemrograman SPSS. Hasil temuan diperoleh adanya efek positif nyata pada kualitas pelayanan, tarif, maupun tempat pada rasa puas konsumen di klinik tersebut. (“Universitas Sumatera Utara”, 2018)

Objek yang dikaji pada penelitian ini yaitu Klinik Kecantikan Yafa's Beauty & Health Care Medan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu berperan bagi perusahaan untuk mengetahui motif permintaan terhadap produk yang dibeli. Dengan mengetahui faktor apa saja yang memberi pengaruh pada permintaan produk yang relevan pada pelanggan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah penulis jelaskan dimana klinik kecantikan mengalami perkembangan pesat dengan masyarakat muslim yang merupakan mayoritas penduduk yang berada di Indonesia, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Minat Masyarakat Muslim Terhadap Permintaan produk Yafa's beauty & Health Care”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Yafa's beauty & health care belum mampu masuk dalam daftar top brand kategori klinik kecantikan di medan.
2. Penurunan jumlah pengunjung berdampak pada menurunnya permintaan

terhadap produk Yafa's Beauty & Health Care.

3. Masih banyak masyarakat muslim yang belum mengenal produk Yafa's Beauty & Health Care.

### **C. Batasan Masalah**

Dengan banyaknya masalah yang harus diatasi, supaya penelitian ini mampu mengkaji secara akurat dan mampu menyelesaikan target yang diinginkan, butuh terdapat batasan permasalahan. Dari identifikasi permasalahan yang dihasilkan, penelitian ini berfokus terhadap dampak harga, mutu, lokasi, serta minat masyarakat pada permintaan produk Yafa's Beauty & Health Care.

### **D. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, adapun rumusan permasalahan pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care ?
4. Apakah minat masyarakat muslim berpengaruh terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care?
5. Apakah harga, kualitas, lokasi dan minat masyarakat muslim berpengaruh terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care?

### **E. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan permasalahan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap permintaan produk Yafa's Beauty & Health Care.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap permintaan produk Yafa's Beauty & Health Care.



3. Pengaruh lokasi terhadap permintaan produk Yafa's Beauty & Health Care.
4. Pengaruh minat masyarakat muslim terhadap permintan produk Yafa's Beauty & Health Care.
5. Pengaruh harga, kualitas, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Untuk peneliti

Hasil penelitian ini mampu meningkatkan wawasan serta pengalaman peneliti tentang pemahaman tentang harga, mutu, lokasi, serta minat msyarakat muslim pada permintaan produk serta dijadikan praktek terhadap teori yang sudah diperoleh semasa kuliah serta meningkatan pengetahuan terhadap sektor bisnis.

2. Untuk perusahaan

Hasil penelitian ini mampu memberi desain tentang pengaruh harga, mutu, lokasi, serta minat masyarakat muslim pada permintaan produk kosmetik, hingga mampu sebagai bahan rujukan untuk klinik Yafa's Beauty & Health Care dalam melihat beberapa faktor yang memberikan pengaruh permintaanproduk.

3. Untuk universitas

Memberi tambahan tentang bendahara pustaka terkhusus yang berkaitan dengan permintaan produk.