

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan industri di Indonesia, khususnya kosmetik berkembang pesat. Perkembangan industri yang pesat memaksa perusahaan harus meningkatkan dan mengembangkan kualitas perusahaan dari segala aspek. Peningkatan dan pengembangan kualitas dilakukan agar perusahaan dapat bersaing dalam dunia industri yang semakin ramai akan perusahaan baru. Jumlah penduduk Indonesia menurut “Badan Pusat Statistik tahun 2014 dalam Prakoso, Negoro dan Persada, (2017) berjumlah 250 juta jiwa” menjadikan Indonesia pangsa pasar yang meggiurkan bagi berbagai macam perusahaan, termasuk perusahaan Kosmetik.

Ada berbagai macam perusahaan kosmetik, salah satunya adalah perusahaan Paragon Technology and Innovation yang menciptakan berbagai *brand* kosmetik terkenal seperti Wardah, Make Over, Emina, IX dan Putri. Wardah yang merupakan salah satu brand yang paling diminati dalam perusahaan ini. Salah satu prestasi brand kosmetik Wardah dijelaskan dalam website Paragon Techhnology and Innovation pada tahun 2014 Wardah mendapatkan penghargaan Top Brand untuk dua kategori, kemudian pada tahun 2016 Wardah mendapatkan penghargaan Top Brand untuk 10 kategori kemudian pada tahun 2017 Wardah kembali mendapatkan penghargaan Top Brand untuk 13 kategori.

IDN Times dalam artikelnya #BeautyFestAsia2018: 3 *Brand Makeup* lokal yang menjadi kebanggaan Indonesia menjelaskan bahwa ada banyak *brand makeup* lokal yang tidak kalah dengan brand dari luar negeri. 3 brand makeup yang menjadi kebanggaan Indonesia adalah:

Tabel 1.1
Brand Makeup Kebanggaan Indonesia

No	Brand Makeup	Alasan
1	Wardah	Konsisten memenuhi kebutuhan kosmetik halal pelanggan
2	Make Over	Memiliki prinsip meski harga dan kualitas sesuai
3	Emina	<i>Packaging</i> menarik dan harga terjangkau untuk anak sekolah dan mahasiswa

(Sumber: IDN Times, 2018)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa menurut IDN Times *brand* kosmetik Wardah menjadi *Brand Makeup* Kebanggaan Indonesia No.1 karena Wardah konsisten dalam memenuhi kebutuhan kosmetik halal bagi para konsumennya. Selain itu juga dijelaskan alasan lain konsumen tertarik pada *brand* Wardah karena produknya beragam seperti produk kosmetik, produk perawatan wajah, hingga shampoo serta bisa dipakai untuk usia remaja, dewasa sampai usia lanjut.

Produk kosmetik Wardah memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk kosmetik Make Over. Hal ini dapat kita lihat dari perbandingan harga lipstick kosmetik wardah dan Make Over dari daftar produk kosmetik di *website* resmi Wardah dan Make Over berikut:

Gambar 1.1
Daftar harga lipstik Make Over

Lipstik Make Over	Harga
Lipstik Make Over Creamy Lust Lipstick # 04	64.000
Lipstik Make Over Creamy Lust Lipstick 10 Frappz Nude	66.000
Lipstik Make Over Liquid Lip Color Machiato	74.000
Lipstik Make Over Liquid Lip Color Pink Punch	72.000
Lipstik Make Over Ultra Shine Lipstik Original	78.900
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 005.Champagne	86.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 011 Baby Bombshell	86.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 007 Think Pink	86.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 002.Pink Alcatraz	86.000
Lipstik Make Over Intense Matte Lip Cream # 005 Impluse	89.000
Lipstik Make Over IntenseMatte Lip Cream 07 Scarlett	90.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte 009 Foxy	93.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 008 Runway Rebel	94.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte 009 Foxy	96.000
Lipstik Make Over IntenseMatte Lip Cream 06 Cosmopolitan – 6.5 gr	102.000
Lipstik Make Over Ultra Hi-Matte Lipstick 002 Pink Alcatraz	117.000
Lipstik Make Over Intense Matte Lip Cream 008 Libertine	311.000

(Sumber: Makeoverforall, 2019)

Gambar 1.2
Daftar harga lipstik Wardah

Lipstik Wardah	Harga
Wardah Matte Lipstick No 13	32.000
Wardah Wonder Shine 04 Pale Pink	33.000
Wardah Matte Lipstik No.2 Pink	34.000
Wardah Lipstick Exclusive 23 Ruby Red	36.000
Wardah matte lipstick 18 rosy pink	37.000
Wardah Longlasting Lipstik Fabulous Peach	44.000
Wardah Intense Matte Lipstick 07 Passionate Pink	46.000
Wardah Exclusive Matte Lip Cream	54.000
Wardah Lip Pallette Pinky Peach	56.000
Wardah Lip Pallette Chocoaholic	58.000
Wardah Exclusive Matte Lip Cream 11 Oh So Nude	60.000
Wardah ChocoAholiC Lip Palette 10 g	72.000

(Sumber: Wardahbeauty, 2019)

Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa harga kosmetik (lipstik) dari Wardah lebih rendah daripada harga kosmetik (lipstik) yang dimiliki oleh Make Over. Harga yang lebih murah dibanding produk kosmetik Make Over membuat Wardah semakin diminati di berbagai kalangan maupun profesi, salah satunya profesi guru.

Seseorang yang berprofesi sebagai guru harus melakukan tatap muka dengan para murid dalam proses pembelajaran. Dikarenakan profesi guru merupakan salah satu profesi yang bertatap muka dengan sesama manusia maka seorang guru dituntut untuk berpakaian lebih rapi dan sopan. Agar terlihat lebih rapi hampir sebagian besar guru perempuan menggunakan produk kosmetik setiap harinya seperti bedak.

Termasuk guru perempuan yang ada di SMPN 2 Banyuasin I banyak yang menggunakan produk kosmetik Wardah. SMPN 2 Banyuasin terletak di Desa Perajin Kecamatan Banyuasin I kabupaten Banyuasin. Sekolah SMPN 2 Banyuasin I ini termasuk sekolah yang berada di desa dan bukan kota, tetapi sebagian besar guru di SMPN 2 Banyuasin mengenal produk kosmetik Wardah. Dari total 45 guru yang ada di SMPN 2 Banyuasin I sebanyak 31 Guru perempuan dan karyawan yang menggunakan produk kosmetik merek Wardah. Produk yang halal dan aman untuk kulit, kualitas produk yang tahan lama ketika di pakai, memiliki banyak pilihan warna, serta harga yang terjangkau merupakan alasan membuat para guru perempuan di SMPN 2 Banyuasin I memilih produk kosmetik Wardah.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa Hampir seluruh guru perempuan yang ada di SMPN 2 Banyuasin I mengenal dan menggunakan produk kosmetik merek Wardah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus: Guru dan Karyawan SMPN 2 Banyuasin I)"**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas adalah bagaimanakah persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus: guru dan karyawan SMPN 2 Banyuasin I)

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mendapatkan analisis yang telah ditetapkan penulis memberikan batasan-batasan, dengan demikian pembahasan laporan yang akan dilakukan dapat lebih terarah. Pembahasan tersebut dibatasi pada delapan dimensi persepsi: Dimensi persepsi Guru dan karyawan SMPN 2 Banyuasin I terhadap kinerja produk, keterandalan produk, fitur produk, daya tahan, kesesuaian, kemampuan diperbaiki, keindahan tampilan produk dan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dan manfaat dari penulisan ini adalah:

1.4.1 Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus: guru dan karyawan SMPN 2 Banyuasin I)

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dibidang pemasaran khususnya mengenai persepsi dan keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk.

2) Bagi *brand* kosmetik Wardah

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi kegiatan pemasaran yang dilakukan terhadap produk yang dihasilkan dan dijadikan sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan-keputusan perusahaan.

3) Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan ilmu serta referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian mengenai mata kuliah pemasaran.

1.5 Metodeologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian Laporan Akhir ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Penulis melakukan penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian Produk Wardah pada Guru dan karyawati SMPN 2 Banyuasin I yang menggunakan menggunakan produk tersebut.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan di dalam penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

“Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya” (Yusi dan Idris:2009). Pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat kuesioner yang disebarkan kepada Guru SMPN 2 Banyuasin I.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan riset sendiri, untuk tujuan yang lain. Hal ini

mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetnya. Data sekunder yang penulis peroleh bersumber dari internet dan bahan bacaan ataupun studi literatur.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam Laporan Akhir adalah dengan menggunakan metode:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya menurut Sugiyono (2017:142).

Pertanyaan yang diberikan oleh peneliti dan jawaban dari responden akan dikemukakan secara tertulis melalui kuesioner. Untuk mendapatkan informasi dan data, peneliti membuat dan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada guru dan karyawan SMPN 2 Banyuasin I yang menggunakan produk Wardah. Hasil dari kuesioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan penulis.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Pada metode ini penulis memanfaatkan sumber-sumber tertulis lain dengan mempelajari dan mengumpulkan teori-teori dari buku dan jurnal ilmiah yang berhubungan dengan permasalahan-permasalahan yang ada dan dijadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah Guru dan karyawan SMPN 2 Banyuasin I yang menggunakan produk kosmetik merek Wardah yang berjumlah 31 orang.

2. Sampel

Pada penelitian ini penulis menggunakan sampel jenuh yang merupakan bagian dari teknik sampling non-probability yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2014:118) "Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel". Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, jadi dimana semua anggota populasi dijadikan sampel yakni berjumlah 31 orang guru perempuan dan karyawan sebagai konsumen produk kosmetik Wardah di SMPN 2 Banyuasin I.

1.5.5 Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan Skala Likert.

1. Metode Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2009) "Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik". Peneliti menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden (Guru dan Karyawan SMPN 2 Banyuasin I) terhadap kuesioner yang diberikan.

Pada analisa ini, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara pembobotan dengan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Skala Likert dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

Adapun dalam Skala Likert terdapat lima alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tabel Skala Likert

Skor	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup Setuju (CS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

(Sumber: Sugiyono, 2017)

Setelah hasil dari kuesioner didapatkan penulis menggunakan rumus interpretasi skor untuk mengetahui sejauh mana persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian kosmetik merek wardah. Adapun rumus yang digunakan untuk mendapatkan interpretasi skor menggunakan rumus Yusi dan Idris (2009:79) sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum \text{Skor Penelitian}}{\sum \text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

IS = Interpretasi Skor
 Skor Penelitian = Jumlah rata-rata skor penelitian
 Skor Ideal = Jumlah rata-rata skor ideal

Skor Ideal = skor tertinggi x jumlah responden

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= 5 \times 31 \\ &= 153 \end{aligned}$$

Keterangan:

Skor Ideal = skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.
 Skor Tertinggi = Skor tertinggi dalam tabel skala likert
 Jumlah Responden = jumlah keseluruhan responden dalam Penelitian

Tabel 1.3
Tabel kriteria interpretasi skor

Skor	Kategori Jawaban
Skor 0-20	Sangat Rendah
Skor 21-40	Rendah
Skor 41-60	Sedang
Skor 61-80	Tinggi
Skor 81-100	Sangat Tinggi

(Sumber: Sugiyono, 2017)