

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berbagai prosedur perawatan kulit digunakan untuk menjaga kesehatan dan penampilan kulit. Perawatan kulit tidak hanya cukup dari dalam dengan makan-makanan yang di konsumsi, tapi juga perawatan dari luar. Perawatan dari luar ini meliputi penggunaan pembersih wajah, serum, toner, pelembab, hingga sunscreen.

Untuk bisnis, hubungan masyarakat pemasaran sangat penting karena memengaruhi seberapa setia pelanggan pada Skintific. Dengan memberikan informasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen, bisnis dapat menunjukkan bagaimana upaya mereka memengaruhi seberapa sadar konsumen akan produk mereka. Daya pikat periklanan dan pemasaran memengaruhi niat beli konsumen. Secara teoritis, hubungan masyarakat pemasaran adalah tindakan yang disengaja dan upaya berkelanjutan untuk mempromosikan timbal balik dan kepercayaan antara perusahaan dan bisnis lainnya. Meskipun penjualan tidak terlalu ditekankan dalam hubungan masyarakat pemasaran seperti dalam periklanan, fungsi penyediaan informasi dan inisiatif untuk meningkatkan kesadaran pelanggan akan suatu produk atau layanan akan memiliki pengaruh yang lebih besar dan membantu memperpanjang ingatan mereka akan produk atau layanan tersebut.

Hubungan masyarakat pemasaran adalah proses strategis dan taktis yang mendorong pembelian barang-barang perusahaan dan mengakui serta menghargai kebahagiaan konsumen.



**Gambar 1.1 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di *E-commerce* Kuartal II-2022**

Sumber: website Kompas

Angka penjualan yang kuat untuk sektor perawatan wajah di *e-commerce* menunjukkan permintaan pasar yang signifikan untuk barang perawatan kulit. Lima perusahaan perawatan wajah ini mampu melampaui total pendapatan *e-commerce* sebesar Rp 772,2 miliar pada kuartal II 2022.

Presentasi statistik di Kompas berikut menunjukkan bagaimana Somethinc mampu mengambil posisi teratas selama kuartal kedua tahun 2022 dengan total penjualan melebihi Rp 53,2 miliar. Dengan total penjualan Rp 44,4 miliar dari April hingga Juni 2022, perusahaan perawatan kulit asal Kanada ini menempati posisi kedua sebagai merek perawatan wajah terdepan. Perusahaan di belakang slogan terkenal "Formula Ilmiah Lanjutan untuk Kecantikan Cepat & Aman" terkenal dengan kosmetik yang mengandung ceramide. Statistik penjualan produk Scarlett berhasil melampaui angka penjualan Rp 40,9 miliar pada kategori Perawatan Wajah pada April hingga Juni 2022. Dari April hingga Juni 2022, brand Garnier mampu menyelesaikan lebih dari 478 ribu transaksi di pasar, yakni pada produk Facial. daerah perawatan. setara dengan 35,7 miliar rupiah total penjualan. Pada bulan April hingga Juni 2022, penjualan produk MS Glow kategori *Face Care* mencapai Rp29,4 miliar. Lebih dari 313 ribu transaksi sama dengan penjualan tersebut.

Saat ini, publikasi yang dihasilkan melalui media sosial menggunakan publisitas untuk mempromosikan barang, dan mereka juga menggunakan kreativitas untuk membuat materi yang menarik perhatian.



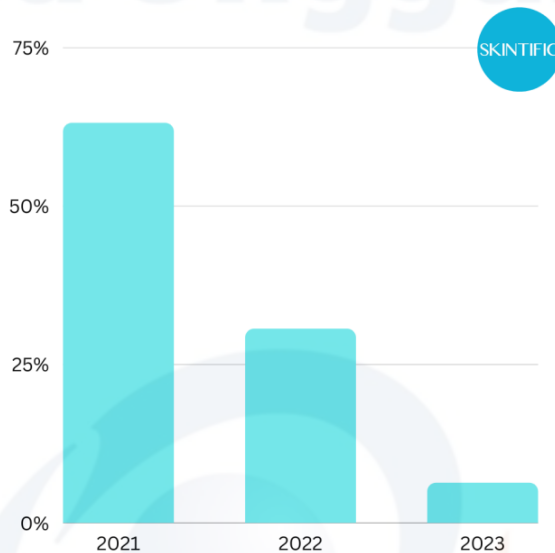
**Gambar 1.2 Logo Skintific**

Sumber: website Skintific

Baru pada Agustus 2021 merek kecantikan Kanada Skintific hadir di Indonesia. Skintific yang merupakan singkatan dari "*Skin and Scientific*" didedikasikan untuk menciptakan rangkaian produk perawatan kulit dengan menggunakan komponen yang aman bagi kulit sekaligus mampu menyembuhkan berbagai masalah kulit. Brand Skintific yang satu ini menawarkan sederet produk perawatan kulit untuk menjaga kesehatan skin barrier. "*Teknologi Triangle Trilogy Effect (TTE)*" aman, dan Billy selaku direktur Skintific mengatakan, "Kami akan melanjutkan komitmen kami untuk terus menghadirkan produk-produk unggulan yang mampu menjaga kesehatan kulit pengguna dengan menggunakan *Triangle Trilogy Effect (TTE)* yang aman. ) teknologi dan memberikan solusi untuk masalah kulit."

Strategi yang dilakukan pada Skintific adalah dengan menggandeng beberapa *influencer* atau selebriti ternama untuk mempromosikan produk *skincare brand* Skintific agar dapat berpengaruh kepada konsumen, juga meningkatkan suatu penjualan produk tersebut. Pada tahun 2022 brand ini yang sudah diobservasi melalui Instagram oleh peneliti banyak yang

menggunakan atau membeli produk *skincare* tersebut. Berikut grafik perbandingan Skintific report (2021-2023) :



**Gambar 1.2 Grafik Data Skintific Report**

Sumber : website Skintific

Melalui presentasi data Skintific di tahun awal 2021 mencapai 63,1% setelah itu data menurun di tahun 2022 mencapai 30,6% dan di tahun 2023 ini terdata 6,3% di bulan Januari ini.

Data menunjukkan bahwa presentasi penjualan memburuk; akibatnya, Skintific harus mampu memberikan tingkat kepuasan produk atau terus meningkatkan kualitas layanannya. Karena produk perawatan kulit baru selalu dikembangkan untuk memenuhi permintaan pelanggan akan perawatan kulit.

Tuntutan pelanggan harus didahulukan, diikuti oleh persepsi pelanggan sebagai ukuran keunggulan layanan. Pelanggan saat ini percaya bahwa sangat penting dari perspektif layanan sebelum membeli barang atau produk yang ingin mereka peroleh. Skintific memahami nilai membina hubungan dengan klien yang sudah ada dan menangani kebutuhan mereka.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap produk skincare Skintific?
2. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan terhadap produk skincare Skintific?
3. Bagaimana pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap loyalitas pelanggan produk skincare Skintific?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh *Marketing Public Relations* produk skincare Skintific
2. Mengetahui loyalitas pelanggan akun Skintific pada *followers* @skintificid di Instagram
3. Mengetahui pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap loyalitas pelanggan produk skincare Skintific

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis diharapkan dapat memperluas dan menambah kajian keilmuan dalam bidang *Public Relations* tentang *Marketing Public Relations* di media sosial Instagram.

### 1.4.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini untuk memberikan masukan dan saran kepada Skintific terkait *Marketing Public Relations* yang dapat mempengaruhi khalayak sasaran sehingga dapat mendorong loyalitas pelanggan.