

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada pengaruh orientasi pasar hampir semua pasar, perusahaan mengalami kondisi persaingan yang keras dan dinamis oleh karena itu satu Langkah antisipasi yang paling mungkin dilakukan dalam kondisi seperti ini dengan mengembangkan produk yang sudah ada sekarang ini. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang selalu berubah ubah serta mengantisipasi Tindakan. Dalam dunia usaha yang tingkat persaingannya semakin kompetitif, perusahaan yang tidak mempersiapkan produk barunya akan menghadapi resiko yang berat. Perusahaan akan mendapatkan produk-produknya menjadi kebutuhan dan selera konsumen yang selalu berubah-ubah, meningkatkan kewirausahaan muslim (Yuswohady, 2015)

Konsumen muslim lebih selektif dan teliti dalam melakukan pembelian produk yang akan digunakannya. Berbagai produk halal yang beredar yang banyak digunakan konsumen salah satunya adalah kosmetik. Kosmetik hadir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar bagi Wanita akan kecantikannya biasa digunakan untuk membersihkan, menambah daya Tarik, melindungi, dan memperbaiki bagian luar tubuh (Liputan6.com).

Bagi perempuan khususnya penampilan sangat penting, karena perempuan selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan perempuan untuk tampil cantik seperti yang diinginkan membuat potensi

pasar yang sangat besar diindustri kosmetik, terlebih untuk tampil menarik dengan menggunakan berbagai varian kosmetik, serta diinginkan perempuan agar tampil lebih cantik dan menarik. (Liputan6.com).

Perempuan merupakan segmentasi pasar yang potensial dan memiliki banyak kebutuhan. Salah satunya memang kebutuhan untuk tampil cantik, yaitu dengan menggunakan produk kosmetik. Dalam dunia usaha yang tingkat persaingannya semakin kompetitif, perusahaan yang tidak mempersiapkan produk barunya akan menghadapi resiko yang berat. Perusahaan akan mendapatkan produk-produknya menjadi kebutuhan selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Teknologi baru dan daur hidup produk yang pendek aert Persaingan yang Semakin meningkat di dalam dunia usaha Kosmetik Di Kota Bogor. Hampir semua pasar, perusahaan mengalami kondisi persaingan yang keras dan dinamis dari sumber (*pexels*) oleh karena itu satu Langkah antisipasi yang paling mungkin dilakukan di dalam kondisi seperti ini dengan megembangkan produk yang sudah ada sekarang ini. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang selalu berubah-ubah serta mengantisipasi tindakan. Dalam dunia usaha yang tingkat persaingannya semakin kompetitif, perusahaan yang tidak mempersiapkan produk barunya akan menghadapi resiko yang berat. (Fanindia, 2019)

Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, agar tampil lebih cantik dan menarik. Bagi Wanita, Produk kosmetik selalu menjadi bagian dari

kehidupan sehari-hari, demi mendapatkan dan mempertahankan kecantikan dari waktu ke waktu. setiap perusahaan berusaha untuk menarik perhatian (calon) konsumen dengan berbagai cara, salah satunya dengan pemberian informasi tentang produk.

Bagi Wanita, produk kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mendapatkan dan mempertahankan kecantikan dari waktu sewaktu. Hal ini yang menjadi dasar peneliti memilih Kosmetik Sariayu yang di produksi oleh PT. Martha Tilar Group merupakan brand *local* kosmetik pertama di Indonesia yang sudah di kenal luas dan mempunyai brand image yang baik dimata Indonesia. Serta lebih mendapatkan Sertifikat halal dari LPPOM MUI untuk seluruh produk-produknya, Dengan Harga yang terjangkau, berikut adalah beberapa tabel harga produk Sariayu:

Tabel 1
Perbandingan Harga Kosmetik

Nama Produk	Wardah	Revlon	Pixy	Viva	Sariayu
Bedak	Rp29.799	Rp 20.000	Rp34.900	Rp12.000	Rp15.300
<i>Lip Tint</i>	Rp81.950	Rp120.900	Rp45.000	Rp59.000	Rp58.000
<i>Moisturizer</i>	Rp24.400	Rp 95.025	Rp27.500	Rp 6.500	Rp25.000
<i>Scrub</i>	Rp13.500	Rp 94.500	Rp14.900	Rp14.950	Rp21.000

Sumber: www.Shoppee.co.id

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa beberapa produk dengan perbandingan harga dari beberapa merek kosmetik yang berada dipasaran. Terlihat bahwa Sariayu memiliki harga yang cukup terjangkau dibandingkan dengan merek kosmetik lain.

Maka dari itu, perusahaan kosmetik harus terus melakukan pengembangan demi menciptakan kinerja bisnis yang baik dimana kinerja

bisnis menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Untuk pihak pengusaha, mereka akan mendapatkan laba dari produk yang mereka keluarkan dan memiliki pelanggan setia dari produknya, sehingga target penjualan yang telah mereka ciptakan atau tentukan akan senantiasa terpenuhi. Selain dengan melakukan inovasi produk (Nabila, 2019).

Inovasi produk terus dilakukan untuk meningkatkan penjualan. *Corporate Advance Research & Evolution Center Head Martha Tilar Group Maily* mengungkapkan pihaknya meluncurkan inovasi baru Sariayu. Pada tahun 2019 Sariayu menciptakan produk berbasis *green resources* yang menggunakan bahan alami. (Sariayu.com). Berikut produk Sariayu sebelum dilakukannya inovasi produk:



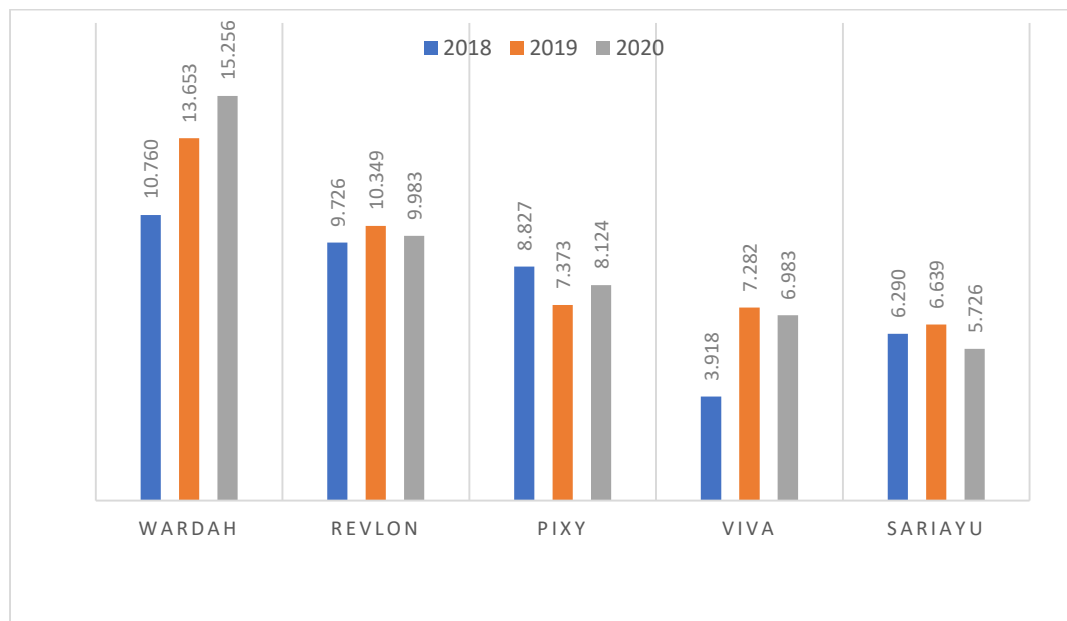
Gambar 1
Produk Sariayu Sebelum Inovasi

Berikut inovasi produk yang telah dilakukan oleh Sariayu:



Gambar 2
Produk Sariayu Setelah Inovasi

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dan harus di hadapi atau merupakan langkah-langkah yang diambil untuk dapat mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin. Adapun permasalahan yang terikait dengan keputusan pembelian produk Sariayu yaitu ada banyaknya produk kosmetik yang menjual produk yang hamper serupa dengan Sariayu. Dan berikut adalah data penjualan kosmetik Sariayu di Toko Amen Bogor:



Sumber: <http://www.martinaberto.co.id/2020>

Gambar 3
Data Penjualan Kosmetik di Toko Amen Bogor Tahun 2018-2020

Berdasarkan pada gambar 3 sumber data yang di peroleh dari Top Brand dapat dilihat bahwa penjualan dari beberapa produk kosmetik mengalami kenaikan dan penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir. Apabila keputusan pembelian konsumen tinggi berdampak pada output penjualan pun tinggi, tetapi yang terjadi pada kosmetik Marta Tilaar terjadinya penurunan laba ini terjadi berkurangnya pembelian masyarakat maupun ketatnya persaingan bisnis kosmetik yang bermunculnya ini menyebabkan konsumen lebih banyak mencoba produk dengan harga yang cocok dengan mereka.

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang dijabarkan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK KOSMETIK SARIAYU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS**

PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU DI TOKO KOSMETIK AMEN BOGOR)”. BOGOR)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang diteliti diantaranya:

1. Terjadinya penurunan penjualan produk Sariayu di kota Bogor
2. Terdapat banyaknya persaingan perusahaan kosmetik
3. Inovasi yang dilakukan masih belum menunjukkan keberhasilan

C. Batasan Masalah

Dari masalah yang teridentifikasi diatas, cukup banyak terlihat masalah-masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Sariayu. Namun untuk memfokuskan dan memperkecil batasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan, maka masalah yang diteliti terbatas pada harga dan inovasi yang telah dilakukan oleh Sariayu di wilayah kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, sedikit memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, inovasi produk, dan keputusan pembelian dari penjelasan tersebut maka muncul rumusan masalah penelitian, sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu ?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu ?
3. Apakah terdapat harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu ?

E. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu.
3. Untuk mengetahui harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Sariayu.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Skripsi Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan langkah yang diambil, yang berkaitan dengan harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Skripsi Bagi Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

3. Manfaat Skripsi Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan dan menambah pengalaman, wawasan serta pembelajaran sebagai praktisi dalam menganalisis suatu masalah, kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTKA

Bab ini mengemukakan dan menguraikan teori-teori yang berkaitan dan mendukung terhadap masalah yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang mencakup jenis penelitian, lokasi penelitian, pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, dan alat analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membicarakan mengenai gambaran umum tempat penelitian, profil responden, hasil uji validitas dan reabilitas, hasil uji hipotesis, hasil analisis regresi linier berganda, hasil analisis koefisien korelasi berganda, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis.