

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing dalam dunia pemasaran yang semakin kompetitif, apalagi di zaman sekarang ini dimana kita harus bisa bersaing untuk mempertahankan rencana penjualan produk baik dalam proses produksi maupun dalam hal pemasaran karena pengetahuan berkembang. Kehidupan manusia menjadi lebih maju dan canggih sebagai hasil dari pengetahuan dan teknologi, terutama dalam hal pemesanan produk kecantikan dan alat kosmetik, khususnya perawatan kulit wajah.

Fungsi yang signifikan untuk kosmetik di bidang kecantikan. Kecantikan berkembang dan sekarang penting, terutama bagi wanita yang mencari daya tarik secara eksternal. Tingginya produksi kosmetik di Indonesia, dimana penjualan kosmetik buatan luar negeri dan impor dari luar negeri terus meningkat dari tahun ke tahun, menjadikan Indonesia tidak terlepas dari gaya hidup modern saat ini.

Industri kosmetik wanita sangat dinamis, sehingga banyak pelaku bisnis yang tertarik untuk bergabung dan memperluas pasarnya. seluruh Indonesia. Selain itu, banyak wanita yang berusaha untuk mempercantik penampilannya, terutama dengan menggunakan perawatan kulit agar terlihat sempurna dan cantik. Salah satu alasan semakin banyak produser yang memandangi wilayah ini sebagai wilayah yang menggiurkan untuk diselidiki, yang menawarkan begitu banyak jenis, adalah tersipu sebagai bentuk ekspresi diri dan fakta bahwa tampil menarik itu penting dan merupakan kewajiban. Banyak sekali produk kecantikan

yang beredar di pasaran dengan kemasan, bentuk, dan harga yang beragam untuk memuluskan penampilan wanita, membuatnya terlihat menarik, dan memberikan konsumen berbagai pilihan dalam menggunakan kosmetik. Setiap wanita membutuhkan berbagai macam perawatan wajah yang ditawarkan oleh toko Primaderma Skincare Rd Glowskin yang telah beroperasi sejak tahun 2018.

Perkiraan pencapaian tujuan bisnis ini adalah tingkat penjualan yang dapat diprediksi berdasarkan strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dalam lingkungan pemasaran tertentu. Penjualan ini harus memenuhi tiga persyaratan: mencapai volume penjualan tertentu, menghasilkan laba tertentu, dan mendorong pertumbuhan perusahaan. Karena target penjualan merupakan perkiraan jumlah penjualan yang dapat diantisipasi berdasarkan rencana pemasaran yang telah ditetapkan dan kondisi pemasaran tertentu, mencapainya akan meningkatkan profitabilitas.

Menurut pakar kosmetik, wanita di Indonesia lebih memilih kosmetik yang berkualitas, terjangkau, dan benar-benar aman digunakan. Hal ini berdampak signifikan terhadap Akibatnya, bisnis harus membuat rencana pemasaran berdasarkan konsep yang sesuai. Mempertimbangkan rencana pemasaran dan ide promosi tidak diterapkan dengan benar maka strategi kegiatan pemasaran tidak akan efektif sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Untuk mendapatkan hasil terbaik dari strategi pemasaran ini, yang mencakup berbagai topik terkait pemasaran, industri kosmetik harus mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitifnya. Ini akan membantu Anda untuk lebih memahami diri sendiri dan memanfaatkan setiap peluang untuk

menghindari atau meminimalkan situasi di mana strategi pemasaran adalah upaya untuk menemukan pro. Bisnis harus menolak praktik usang dan beradaptasi karena sekarang konsumenlah yang memaksakan kehendak mereka pada produsen, bukan penjual yang memaksakan kehendak mereka pada konsumen. Pemasaran dalam bisnis harus dinamis dengan tetap mengadopsi cita-cita yang lebih baik.

Toko Kosmetik Primaderma Skincare merupakan perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 2018 di bidang perdagangan. Produk skin care merk Prima Derma dan Rd Glow yang lebih baik dari merk skin care lain baik domestik maupun internasional banyak dijual di toko kosmetik. Anda bisa mendapatkan sabun cuci muka, bedak padat, bedak tabur, toner wajah, serum, krim siang, dan krim malam. Untuk menjamin mereka mendapatkan produk dan perawatan terbaik untuk setiap masalah wajah mereka, konsumen akan berbicara dengan seorang profesional terlebih dahulu.

Toko kosmetik perawatan kulit ini telah menetapkan strategi pemasaran dengan menjual produk untuk ibu, remaja, dewasa, dan wanita segala usia yang dapat memanfaatkannya. Untuk meningkatkan penjualan, toko kosmetik kecantikan dan perawatan kulit baru-baru ini menerapkan berbagai promosi yang didanai oleh sejumlah dana. Promosi aktif dilakukan dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, Shopee, dan Lazada serta influencer marketing yang tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Promosi dengan sponsorship, menawarkan diskon, hadiah, kupon belanja perawatan kulit, pre-order, dan anggota. Promosi melalui usaha offline dengan membagikan pamflet dan membuat poster, memberikan jaminan barang tidak rusak atau kadaluarsa. Untuk memudahkan pelanggan dalam membeli kosmetik perawatan kulit, mereka

juga rutin mengadakan promosi melalui Tokopedia dan website dengan nama domain Rdglow.id.

Strategi promosi tradisional, yang biasanya bebas nilai, digunakan oleh peritel kecantikan dan kosmetik Primaderma dan Rd Glowskin, dan tujuan utama penjualan adalah memaksimalkan pendapatan. Gratis ongkos kirim ke seluruh pulau Jawa serta potongan harga ongkos kirim ke luar Pulau Jawa adalah dua taktik promosi yang diterapkan di toko produk kecantikan Primaderma dan Rdglow. Ketika hari libur seperti Idul Fitri, Hari Kemerdekaan, dan ulang tahun pemilik perusahaan kosmetik tiba, toko kecantikan ini sering mengadakan promosi musiman dengan diskon gratis. Namun, pembelian yang dilakukan melalui toko online berjalan paling baik dengan pengecer untuk dijual kembali dan pengalaman meningkat, terbukti dengan daya tanggap pelanggan terhadap promosi yang berkembang cukup cepat. Selanjutnya dilakukan promosi bersama masyarakat sekitar dan pemuda di kalangan pelajar dan remaja SMA dengan memberikan voucher diskon mulai dari 10% hingga 30% untuk semua pihak baik pria maupun wanita; namun, sejumlah besar voucher ini ditukar dan dapat memenangkan hati pembeli.

Pengecer kecantikan dan kosmetik Skincare prima derma dan Rd Glowskincare telah bekerja untuk menciptakan promo menarik dan rencana pemasaran yang sesuai dengan tujuan mereka untuk menarik minat konsumen dalam membeli dan secara dramatis memengaruhi pertumbuhan penjualan, yang menghasilkan keuntungan sesuai dengan fakta dan pernyataan tersebut. laba. Namun, gaya promosi ini berhasil mencapai tujuan strategi pemasaran. Hal ini menandakan bahwa rencana pemasaran toko primaderma skincare dan kosmetik sudah baik terkait dengan target pasar, sehingga meningkatkan

efektifitas metode periklanan yang digunakan oleh toko kosmetik ini. Penjualan terkadang mengungguli perkiraan dan meningkat. Berikut data penjualan dari Prima Derma Rd Glowskin Cosmetics Skincare Shop menunjukkan hal tersebut:

Tabel 1
Target dan Omset Kosmetik Skincare Primaderma dan Rdglow Periode
Tahun 2020-2021

No.	Bulan	Target	Tahun 2020		Tahun2021		Kenaikan/Pe nurunan pendapatan
			Omset	%	Omset	%	
1	Januari	6.000.000	3.200.000	53	4.000.000	67	+8%
2	Februari	6.000.000	4.150.000	69	5.750.000	95	+26%
3	Maret	6.000.000	2.700.000	45	2.000.000	33	-12%
4	April	6.000.000	3.500.000	58	4.500.000	75	+17%
5	Mei	6.000.000	2.850.000	47	4.130.000	68	+21%
6	Juni	6.000.000	5.100.000	85	5.600.000	93	+8%
7	Juli	6.000.000	4.300.000	71	5.000.000	83	+12%
8	Agustus	6.000.000	3.550.000	59	4.500.000	75	+16%
9	Septembe	6.000.000	2.000.000	33	5.000.000	83	+50%
10	Oktober	6.000.000	4.200.000	70	5.500.000	91	+21%
11	November	6.000.000	3.620.000	60	4.000.000	67	+7%
12	Desember	6.000.000	5.500.000	91	5.700.000	95	+4%

Tabel 1 menunjukkan pendapatan Primaderma Skincare Cosmetics dan Rd Glowskin mengalami peningkatan sebesar 5,14% pada tahun 2021 dibandingkan dengan tahun 2020. Peningkatan Penjualan kosmetik perawatan kulit menghasilkan layanan dan produk perawatan kulit berkualitas tinggi yang disarankan dan cocok untuk pelanggan dengan semua jenis kulit.

Pemilik bisnis mungkin berpikir tentang bagaimana mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk perawatan kulit Primaderma dan Rd Glowskin mengingat latar belakang yang diberikan di atas.

Supplier yang memudahkan para pemilik Primaderma dan Rdglowskin Cosmetics memberi mereka kesempatan untuk berkolaborasi dengan baik dan menghasilkan barang-barang berkualitas tinggi yang disukai wanita modern. Makalah penulis, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Primaderma Kosmetik dan Rd Glowskin", tentang isu yang sangat menggelitik ini didukung dengan peningkatan penjualan.

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pemilik bisnis Primaderma Skincare dan Rd Glowskin menggunakan pemasaran untuk mendongkrak penjualan?
2. Elemen apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran Skincare Primaderma dan Rd Glowskin untuk mendongkrak penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang teknik pemasaran yang digunakan Rd Glowskin dan Skincare Primaderma untuk mendongkrak penjualan.
2. Mengidentifikasi aspek-aspek marketing plan yang berdampak pada pertumbuhan penjualan Rd Glowskin dan Skincare Primaderma.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Pertimbangan akademik

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di kalangan akademisi, khususnya dalam bidang strategi pemasaran pendongkrak penjualan.

- b. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi melalui membaca buku dan berfungsi sebagai sumber lebih lanjut untuk penelitian mahasiswa masa depan.
- b. Aspek penerapan
 - a. Menawarkan keuntungan kepada para pemilik primaderma skincare dan Rd glowskin di masa mendatang dengan memanfaatkan teknik marketing untuk mendongkrak omzet penjualan.
 - b. Keputusan tentang kemandirian teknik pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan dapat diinformasikan oleh temuan penelitian.
- c. Aspek pengembangan keilmuan
 - a. Untuk mendapatkan pengalaman, mengembangkan soft skill, dan mendapatkan pelatihan dalam pemecahan masalah untuk dunia bisnis sambil terlibat langsung dengan keadaan tempat kerja.
 - b. Memperluas perspektif penelitian, khususnya yang terkait dengan disiplin ilmu yang tercakup dalam perkuliahan.