BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya guna memperoleh keuntungan. Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran dapat diartikan sebagai "*meeting needs profitably"* yang artinya perusahaan dapat melayani konsumen dengan cara saling menguntungkan. Seperti saat ini, dengan adanya pemasaran secara *online* penjualan bisa dilakukan dengan cara *online* dan pembelian juga dapat dilakukan secara *online* tanpa harus datang ke toko secara langsung.[1]

Seperti halnya Produk Kecantikan Saestusae melakukan kegiatan dalam mempromosikan produk dengan cara *online.* Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mempromosikan produk serta memasarkan produk. Oleh karena itu, Produk Kecantikan Saestusae layak untuk diteliti karena produk tersebut dapat dengan mudah menguasai pasar. Produk kecantikan ini banyak diminati oleh kalangan remaja hingga dewasa di berbagai kota seperti Kediri, Tulungagung, Trenggalek, Blitar, dan lain sebagainya.

[1] Rahmawati, *Manajemen Pemasaran,* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), hal. 3

Selain itu banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi reseller dari produk kecantikan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan Produk Kecantikan Saestusae 2019-2021, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan Produk Kecantikan Saestusae

Tahun	Pengeluaran	Pendapatan
2019 (Januari-Desember)	Rp 36.000.000	Rp 96.000.000
2020 (Januari-Desember)	Rp 42.000.000	Rp 102.000.000
2021 (Januari-September)	Rp 36.000.000	Rp 81.000.000

Sumber Data: *Usaha Dagang Produk Kecantikan Saestusae*

Saestusae merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan yang sudah berdiri sejak 2016 dan didirikan oleh Mbak Irene Fauziah Putri. Saestusae menjual produk masker wajah dengan berbagai macam varian yang dapat digunakan oleh kalangan remaja hingga dewasa laki-laki dan perempuan. Saestusae memasarkan produknya secara *online* dengan aktif mempromosikan produk melalui media sosial seperti, *facebook, instagram, whatsaap* dan juga *tiktok*. Dalam menjalankan promosi Produk Kecantikan Saestusaemenggunakan konsep promosi konvensional dimana cenderung bebas nilai dan tujuan utama dalam penjualan adalah dapat memperoleh laba yang sebesar-besarnya.

Bentuk promosi yang dilakukan pada pemasaran *online* Produk Kecantikan Saestusaeyaitu dengan memberikan hadiah *(reward)* kepada reseller berupa mini gold dengan ketentuan minimal belanja produk sebesar Rp 1.000.000, jika mini gold terkumpul hingga 20pcs maka dapat

ditukarkan dengan emas antam kepada produk kecantikan saestusae. Selain itu saestusae juga sering mengadakan promosi musiman seperti saat hari kemerdekaan, hari pahlawan, ramadhan, dan hari sepesial lainnya dengan memberikan diskon secara cuma-cuma. Produk Kecantikan Saestusae juga memfasilitasi gratis ongkos kirim pada pembelian secara *online* kepada konsumen, seperti konsumen sekarisidenan Kediri dengan minimal pembelian Rp 40.000, sedangkan konsumen diluar karisidenan Kediri dengan minimal pembelian Rp 40.000 hanya mendapatkan potongan biaya pengiriman.

Owner Produk Kecantikan Saestusae memiliki potensi usaha dagang supaya lebih maju dan berkembang dengan cara bekerja keras serta disiplin dalam manajemen usaha, menjual kelebihan dan kualitas produk, merekrut karyawan yang baik dan berkualitas, serta memperlakukan pelanggan maupun calon pelanggan dengan baik. Produk Kecantikan Saestusaememiliki 5 karyawan tetap untuk membantu dalam proses pembuatan produk, pengemasan produk serta pengiriman produk. Produk Kecantikan Saestusae menggunakan jaringan wifi untuk memasarkan produknya secara *online* dengan menggunakan media sosial, seperti *whatsaap, instagram, facebook,* dan juga *tiktok.*

Pemasaran produk melalui media sosial juga bisa disebut dengan *online* shop, dimana *online* shop merupakan gaya berbelanja modern saat ini. Dengan adanya *online* shop memudahkan seseorang dalam berbelanja seperti mudah dalam pencarian produk, tidak perlu datang ke *store,* serta

tidak perlu membuang waktu dan tenaga untuk berbelanja. Penjualan secara *online* dilakukan dengan cara memfoto produk untuk dijadikan katalog dan diunggah di media sosial serta tidak lupa memberi keterangan pada deskripsi produk. Ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan yaitu dengan menerapkan strategi pemasarannya dengan cara mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang berminat untuk membeli sebuah produk maka perusahaan berhasil menjalankan strategi permasarannya. Dengan begitu perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan usahanya.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan penulis menemukan bahwa persaingan antar usaha sejenis semakin banyak, dilihat dari semakin bertambahnya usaha produk kecantikan masker wajah. Oleh karena itu, menuntut pelaku usaha Produk Kecantikan Saestusae untuk menentukan manajemen pemasaran yang tepat agar usaha yang dilakukan dapat bertahan dan produk tetap eksis di pasaran. Adanya manajemen pemasaran akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya tujuan yang ingin dicapai, jika dalam langkah pemasarannya tidak tepat maka akan mengakibatkan kerugian dalam sebuah usaha. Maka dari itu, Produk Kecantikan Saestusae perlu meningkatkan kualitas pemasarannya guna untuk meningkatkan pendapatan produk.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin melaksanakan penelitian untuk mengetahui bagaimana perencanaan, jenis pemasaran, dan pengawasan pemasaran Produk Kecantikan Saestusae dalam meningkatkan

pendapatan dengan judul **"Manajemen Pemasaran Produk Kecantikan Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Usaha Dagang Produk Kecantikan Saestusae di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)".**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari uraian konteks penelitian diatas maka fokus penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pemasaran produk kecantikan dalam meningkatkan pendapatan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana jenis pemasaran produk kecantikan dalam meningkatkan pendapatan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana pengawasan pemasaran produk kecantikan dalam meningkatkan pendapatan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang ingin diteliti oleh penulis, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan pemasaran produk kecantikan dalam meningkatkan pendapatan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

2. Untuk mengetahui bagaimana jenis pemasaran dalam meningkatkan pendapatan produk kecantikan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengawasan pemasaran produk kecantikan dalam meningkatkan pendapatan di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan ilmu pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah bagi penulis maupun pembaca tentang pemasaran produk guna untuk meningkatkan pendapatan.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Usaha Dagang Produk Kecantikan Saestusae, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan masukan bagi Produk Kecantikan Saestusaedalam upaya untuk mengembangkan usahahanya.
   b. Bagi akademisi, diharapkan mampu memberikan sumbangsih kebendaan kepustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tentang ilmu pemasaran.
   c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan untuk penelitian tentang pemasaran produk guna

untuk meningkatkan pendapatan. Sehingga dapat memaksimalkan karya ilmiah serta dapat melakukan kajian yang lebih mendalam.

E. Penegasan Istilah

Berkaitan dengan judul penelitian ”Manajemen Pemasaran Produk Kecantikan Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Produk Kecantikan Saestusaedi Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)” diperlukan penjelasan lebih lanjut. Hal ini untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, sehingga perlu diuraikan terlebih dahulu tentang istilah dalam judul skripsi ini sebagai berikut:

1. Konseptual

a. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk merencankan, mengimplementasikan dan mengawasi atau mengendalikan suatu kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi dengan tujuan untuk mencapai sebuah organisasi yang lebih efektif dan efisien.[2]

b. Produk Kecantikan

Produk kecantikan merupakan salah satu kebutuhan yang paling utama bagi kaum hawa. Tampil cantik merupakan sebuah tuntutan untuk menunjang sikap percaya diri bagi kaum hawa, karena kaum hawa menganggap bahwa kecantikan adalah suatu

[2] Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hal. 2

barang mewah yang harus dimiliki. Kecantikan pada dasarnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu: kecantikan yang bersumber dari dalam dan kecantikan yang bersumber dari bentuk fisik. Kecantikan dari bentuk fisik saat ini menjadi populer di kalangan masyarakat sehingga menjadikan banyak orang untuk menciptakan alternatif agar bisa mendapatkannya.[3]

c. Pendapatan

Pendapatan adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan. Pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar bagi sebuah perusahaan, karena perusahaan sebagai suatu organisasi yang berorientasi untuk mendapatkan keuntungan. Semakin besar pendapatan yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran serta kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

d. Usaha Dagang

Usaha dagang adalah suatu bentuk usaha yang tidak berbadan hukum dengan kegiatan utamanya adalah membeli barang serta menjual barangnya kembali tanpa merubah kondisi barang yang dijual dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah keuntungan.

[3] Ni Luh Ratnasih, "Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Produk Kecantikan Berbasis Web", Konferensi Nasional Sistem dan Informatika, 525 – 538, (Bali: STMIK STIKOM, 2015), hal. 532

Keuntungan dari penjualan dapat dipergunakan lagi sebagai modal, biaya distribusi, dan biaya operasional.[4]

2. Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas yang dimaksud "Manajemen Pemasaran Produk Kecantikan Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Usaha Dagang Produk Kecantikan Saestusae di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri" meliputi perencanaan pemasaran produk, jenis pemasaran produk serta pengawasan pemasaran produk dalam meningkatkan pendapatan Produk Kecantikan Saestusae di Desa Purwokerto Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman, penjelasan, dan penelaahan bahasan pokok permasalahan yang akan dibahas maka skripsi disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, pada bab pertama berisi tentang sebuah gambaran pengantar dan gambaran umum mengenai konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan laporan skripsi.

BAB II Kajian Pustaka, Pada bab kedua menjelaskan mengenai kajian atau landasan teori guna acuan sebelum penelitian langsung

[4] Ahmad, "Usaha Perdagangan", dalam https://www.gramedia.com/literasi/usaha-perdagangan/, diakses 18 November 2021

dilapangan yang berisikan teori dari strategi pemasaran, pemasaran *online*, media sosial.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ketiga ini menjelaskan akan metode dari penelitian yang digunakan agar data yang diperoleh bisa akurat dan tepat dengan tujuan untuk mencapai hasil yang maksimal, terdiri dari data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan dari data, serta tahap-tahap dalam penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab keempat ini menjelaskan tentang data akurat yang sudah diperoleh dari hasil observasi langsung dilapangan dengan melihat kenyataan yang sebenarnya terjadi melalui proses wawancara yang di telah didokumentasikan. Selanjutnya peneliti menjelaskan dalam bentuk deskripsi tentnag analisisnya terhadap temuan dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V Pembahasan, pada bab kelima ini akan dijelaskan untuk hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan lalu dikaitkan dengan teori yang sudah ada untuk selanjutnya dibuat sebuah kesimpulan.

BAB VI Penutup, pada bab keenam ini memaparkan mengenai rangkuman dari seluruh pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam fokus penelitian serta memberi saran atas dasar penelitian.