

BAB I

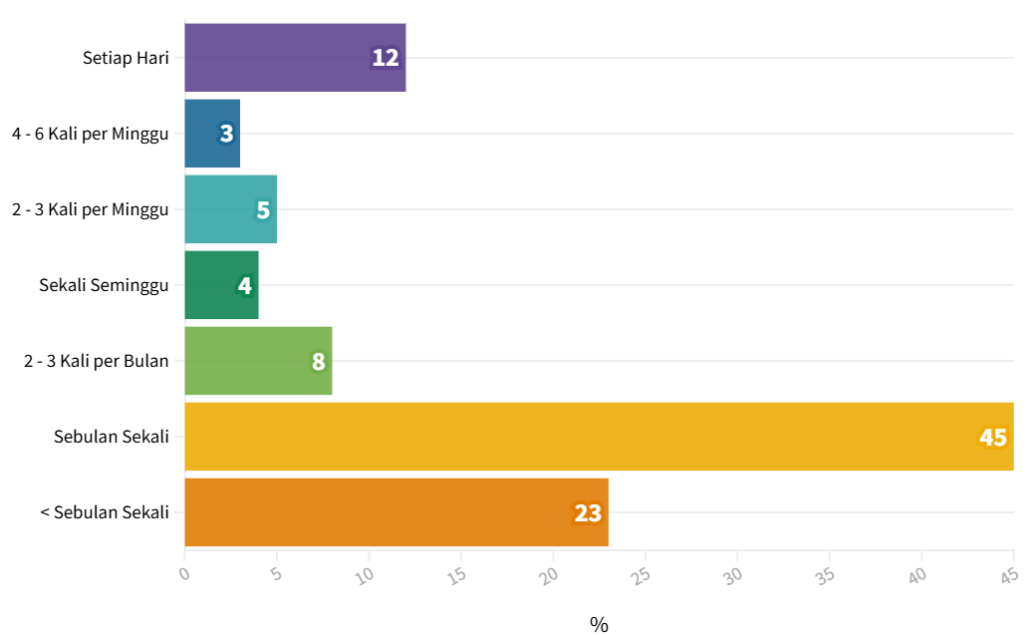
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia usaha *skincare* saat ini tengah mengalami sebuah perkembangan yang sangat pesat dan dinamis di Indonesia, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit, baik pria maupun wanita. Fenomena ini tercermin dari menjamurnya berbagai merek *skincare*, baik lokal maupun internasional, yang menawarkan beragam produk dengan inovasi formula, kandungan, dan teknologi yang menarik perhatian konsumen. Disamping itu Kulit merupakan organ terluar dari manusia yang menutupi seluruh tubuh manusia yang mempengaruhi kecantikan dan penampilan seseorang (Salma Nuraini et al., 2024). Membahas tentang kecantikan dan kesehatan kulit kini menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat, baik itu orang dewasa maupun remaja milenial. Produk perawatan kecantikan dan kulit seolah menjadi kebutuhan utama yang harus dipenuhi. Tidak hanya remaja perempuan saja yang menggunakan produk perawatan kulit, tetapi remaja laki-laki pun menggunakannya agar terlihat lebih menarik. (Cahya Purnomo et al., 2021).

Berdasarkan hasil survei Populix, produk kosmetik dari merek lokal menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia. Dari jumlah responden yang tercatat, sebanyak 54% memilih kosmetik dengan merek dalam negeri. Sementara itu, 11% responden lebih menyukai produk kosmetik dari merek internasional. Ada juga 35% responden yang tidak memiliki preferensi khusus saat memilih kosmetik. Untuk lebih jelasnya

dapat dilihat dari grafik frekuensi pembelian produk perawatan kulit perhari, perminggu dan perbulan oleh survei populix di tahun 2022 -2024.



Gambar 1.1 Data Frekuensi Pembelian Skincare DiIndonesia

Sumber: Dataindonesia.Id 2024

Dengan melihat grafik diatas jelaslah bahwa produk *skincare* ini sudah ditetapkan menjadi salah satu kebutuhan pokok saat ini, sehingga para pengusaha bidang kecantikan ini pastinya akan berlomba-lomba untuk memenuhi permintaan pasar yang saat ini dinamis sesuai dengan perubahan keinginan konsumen. Persaingan di dunia perskincarean saat ini sangatlah sengit, melibatkan pemain lokal dan internasional yang berlomba-lomba untuk merebut hati konsumen Indonesia.

Dengan adanya persaingan ini merek-merek lokal harus memiliki keunggulan dalam memahami karakteristik kulit dan preferensi konsumen Indonesia yang unik,

termasuk iklim tropis dan masalah kulit yang umum terjadi. disamping harga yang lebih kompetitif karena biaya produksi dan distribusi yang lebih rendah dibandingkan merek impor. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, baik merek lokal maupun internasional perlu fokus pada inovasi produk yang berkelanjutan, membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui komunikasi yang efektif dan personalisasi, serta memanfaatkan platform digital secara optimal. Transparansi mengenai kandungan produk, praktik bisnis yang etis, dan perhatian terhadap isu-isu keberlanjutan juga menjadi faktor penting dalam membangun suatu citra sebuah merek yang positif di mata konsumen yang semakin cerdas dan peduli. Salah satunya produk lokal yang mampu bersaing saat ini adalah merek lokal Somethinc. Somethinc adalah sebuah merek kecantikan dan perawatan kulit asli Indonesia yang didirikan pada bulan Mei 2019 oleh seseorang yang bernama Irene Ursula.

Produk perawatan yang ditawarkan oleh Somethinc terbagi ke dalam beberapa kategori utama, yaitu *Skincare* (perawatan kulit), *Haircare* (perawatan rambut), *Bodycare* (perawatan tubuh), *Lipcare* (perawatan bibir), dan *Eyecare* (perawatan mata). Pada kategori *Skincare*, produk yang tersedia meliputi pembersih wajah (*cleanser*), toner, serum, pelembab (*moisturizer*), *sunscreen* (anti-UV), dan masker wajah (*sleeping mask*). Sementara itu, kategori *Haircare* mencakup produk *hair treatment* dan *hair rinsing*. Untuk kategori *Bodycare*, Somethinc menyediakan berbagai produk seperti *waxing kit*, *acne body soap*, *body firming crème*, *R-Cover firming body crème*, dan *hair reducer cream*. Di sisi lain, kategori *Lipcare* terdiri atas produk *tinted lip balm*

dengan SPF, lip serum, dan lip scrub. Adapun untuk kategori Eyecare, Somethinc memiliki satu produk unggulan, yaitu *Tripeptide Eye Concentrate Gel*.

Dari berbagai kategori produk Somethinc, penulis memfokuskan analisis pada salah satu produk dalam kategori Skincare, yaitu pelembab (*moisturizer*). Produk pelembab dari Somethinc memiliki variasi yang telah diformulasikan untuk berbagai jenis kulit manusia, mulai dari kulit kering, sensitif, berminyak, hingga kombinasi. Beberapa jenis pelembab yang tersedia dari merk Somethinc yaitu *Supple Power Gel Moisturizer*, *Acnedot Treatment Gel Moisturizer*, *Ceramic Skin Saviour Gel Moisturizer*, *Calm Down Moisturizer*, dan *Skin Goals Moisture Silk Crème*.

Studi ini dimotivasi oleh urgensi yang memberikan rekomendasi memilih produk perawatan kulit yang tepat dan penting untuk menjaga kulit terutama untuk jenis kulit yang rentan terhadap produksi sebum yang berlebihan. Permasalahan yang sering muncul saat ini di masyarakat berdasarkan survey kasar dan awal penulis lakukan ke pada teman-teman terdekat bahwasanya memilih pelembab yang sesuai seringkali menjadi tantangan karena beragamnya jenis kulit dan formula produk yang tersedia. Kulit kering membutuhkan pelembab yang kaya dan oklusif untuk mengunci kelembapan, sementara kulit berminyak justru memerlukan formula ringan dan tidak menyumbat pori-pori. Kulit sensitif, di sisi lain, rentan terhadap bahan-bahan iritan seperti pewangi dan pewarna, sehingga memerlukan produk yang hipoalergenik dan minim kandungan. Selain itu, kondisi kulit yang berubah-ubah akibat faktor lingkungan, hormon, atau stres juga mempersulit pemilihan pelembab yang konsisten efektif. Informasi yang menyesatkan atau kurang jelas pada label produk juga dapat

menyebabkan konsumen salah memilih, yang berpotensi menimbulkan masalah kulit baru seperti jerawat, iritasi, atau bahkan reaksi alergi. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang jenis kulit sendiri dan kandungan dalam produk pelembap menjadi kunci untuk menjaga kesehatan kulit secara optimal. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menerapkan metode penyesuaian profil sebagai sistem keputusan saat menentukan produk kelembaban optimal berdasarkan sifat kulit normal dan kebutuhan spesifik.

Penelitian ini akan menerapkan sebuah metode pengambilan keputusan yang bekerja dengan cara membandingkan antara profil ideal yang diharapkan dengan profil aktual dari setiap alternatif yang ada yaitu *profile Matching*. Metode *Profile Matching* adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Metode ini berfungsi untuk membandingkan nilai nyata dari suatu profil yang dimiliki dengan nilai profil yang diinginkan. (Putu & Suarnatha, 2023). Pemaparan terkait permasalahan diatas, berikut beberapa hasil penelitian yang menjadi pendukung penelitian ini yaitu dilakukan oleh (Siahaan & Lubis, 2025) menunjukkan bahwa dengan metode *profile matching*, pengambilan keputusan menjadi lebih efektif, menghemat waktu, dan mengurangi biaya yang mungkin dikeluarkan untuk produk yang tidak cocok. Hasil penelitian berikutnya oleh (R. Setiawan, 2023) menunjukkan hasil *e-wallet ShopeePay* terpilih sebagai *e-wallet* terbaik yang berdasarkan kriteria keamanan dan kemudahan dengan sub kriteria masing- masing berupa tampilan, transfer, pin, penyimpanan, topup, pembayaran dan riwayat.

Berdasarkan pada permasalahan pada latar belakang yang telah terurai diatas,

peneliti sangat tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang metode *profile matching* dan mengambil judul “**Penerapan Metode *Profile Matching* dalam Pemilihan Produk Pelembab Somethinc yang Optimal untuk Kondisi Kulit Normal to Oily**”

1.2 Identifikasi Permasalahan

Adapun identifikasi permasalahan yang akan di analisis guna mencari solusi sesuai dengan metode yang telah dipilih oleh peneliti yaitu:

1. Kesulitan dalam Memilih Pelembap yang Sesuai karena konsumen seringkali menghadapi tantangan dalam memilih pelembap yang tepat karena adanya keragaman jenis kulit (kering, berminyak, sensitif) dan banyaknya formula produk yang tersedia. Perubahan kondisi kulit akibat faktor eksternal dan internal semakin memperumit proses pemilihan ini.
2. Kurangnya Informasi yang Jelas dan Berpotensi Menyesatkan disebabkan Informasi produk yang tidak jelas atau bahkan menyesatkan pada label dapat menyebabkan konsumen salah memilih pelembap. Kesalahan pemilihan ini berpotensi menimbulkan masalah kulit baru seperti jerawat, iritasi, atau reaksi alergi, alih-alih memberikan manfaat yang diharapkan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini bisa terarah maka penulis akan fokus kajian penelitian ini kepada:

1. Penelitian ini akan dibatasi pada perbandingan antara profil ideal (kriteria atau persyaratan yang telah ditentukan) dengan profil aktual (karakteristik atau atribut dari objek yang dianalisis). Data di peroleh dari hasil kuisisioner yang disebar

kepada masyarakat Kota Batam dimana terkhusus pengguna skincare Somethinc. Aspek-aspek lain di luar pembentukan dan perbandingan kedua jenis profil ini, seperti metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyusun profil aktual secara mendalam, tidak menjadi fokus utama dalam batasan masalah ini.

2. Analisis *profile matching* dalam penelitian ini akan difokuskan pada perhitungan kesenjangan (gap) antara profil ideal dan profil aktual untuk mengidentifikasi tingkat kesesuaian.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian adalah:

1. Bagaimana perhitungan kesenjangan (gap) antara profil ideal dan profil aktual dapat mengidentifikasi tingkat kesesuaian objek yang dianalisis berdasarkan kriteria atau persyaratan yang telah ditentukan?
2. Aspek-aspek karakteristik atau atribut apa saja yang relevan dalam pembentukan profil ideal dan profil aktual untuk dapat dibandingkan dan dianalisis kesenjangannya menggunakan metode *profile matching*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk menghitung kesenjangan (gap) antara profil ideal dan profil aktual dapat mengidentifikasi tingkat kesesuaian objek yang dianalisis berdasarkan kriteria atau persyaratan yang telah ditentukan.
2. Untuk mengetahui Aspek-aspek karakteristik atau atribut apa saja yang relevan dalam pembentukan profil ideal dan profil aktual untuk dapat

dibandingkan dan dianalisis kesenjangannya menggunakan metode *profile matching*?

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian berikut yaitu diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam bagi pembelajaran pribadi, universitas dan komunitas akademik bahwasanya penerapan salah satu keilmuan dari bidang sistem informasi yaitu sistem pendukung keputusan dengan metode *profile matching* seperti pada kasus seperti penelitian ini

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian berikut yaitu:

1. Bagi penulis dan masyarakat, bertambahnya pengetahuan serta wawasan lebih secara mendalam terhadap produk *skincare* yang cocok dengan kondisi kulit masing-masing. Memberikan kemudahan dalam pemilihan produk yang cocok bagi kondisi kulit dengan informasi yang sejelas-jelasnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi.