

PENGARUH DESAIN DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING

**Dian Sudiantini¹, Amir Nur Hasan², Hanifah Adilla Putri³, Lathiffah Alya Fikri⁴,
Revilia Nur Vardania Putri⁵, Valentino Juliano Jawa Napa⁶**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya¹²³⁴⁵⁶

Email: dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id , amirnurhasan20@gmail.com ,
adillaputri.2004@gmail.com , lathiffahalya@gmail.com , revilianvp@gmail.com ,
valentinojuliano58@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menginvestigasi cara desain dan strategi pemasaran memengaruhi konsumen dalam mendalami produk-produk yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening melalui kunjungan ke situs web mereka di scarlettwhitening.com. Saat ini, konsumen tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga memberikan perhatian khusus pada aspek perawatan kulit dan wajah untuk meningkatkan penampilan fisik mereka. Penemuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh desain dan strategi pemasaran pada Scarlett Whitening, serta memberikan wawasan yang berharga bagi para pakar di bidang ini. Selain itu, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan sumbangan yang signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian oleh masyarakat Indonesia, terutama dalam konteks Scarlett Whitening.

Abstract

The aim of this research is to investigate how designs and marketing strategies influence consumers in deepening the products offered by Scarlett Whitening through visits to their website at scarlettwhitening.com. Today, consumers not only meet basic needs, but also pay special attention to skin and face care aspects to improve their physical appearance. The findings in this study are expected to provide a deeper understanding of the impact of design and marketing strategy on Scarlett Whitening, as well as provide valuable insights for experts in this field.

Kata Kunci : Scarlett Whitening, Desain, Strategi Pemasaran, Keputusan Pembelian

1. 1 Latar Belakang

Setiap Perusahaan tentunya menginginkan bisnis-nya mengalami kemajuan disetiap tahunnya. Beberapa Perusahaan pasti memiliki rencana untuk mengembangkan dan menerapkan beberapa strategi tindakan untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya, Termasuk desain dan strategi pemasarannya.

Scarlett Whitening merupakan produk perawatan kulit yang saat ini dipercaya banyak wanita dan kawan-kawan, inovasi pemasaran yang dilakukan oleh Scarlett White menggunakan bintang iklan dan dukungan selebriti membantu lebih banyak konsumen mengetahui tentang produk ini. Strategi pemasaran tercapainya akan tercipta kesadaran merek yang tercipta karena produk semakin dikenal konsumen, Selain itu gaya hidup konsumen juga selalu diperhatikan sehingga produk selalu diproduksi beradaptasi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini, biarkan mereka yang memutuskan mengambil keputusan pembelian produk.

Scarlett Whitening adalah salah satu merek perawatan kecantikan yang berakar di Indonesia. Merek ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2017 oleh Felicya Angelista, seorang tokoh publik yang terkenal dalam dunia hiburan Indonesia, baik melalui film maupun serial televisi. Sebelum meluncurkan Scarlett Whitening, Felicya Angelista awalnya mengenalkan produknya yang disebut Feli Skin, yaitu sebuah produk masker wajah yang tersedia dalam bentuk paket. Produk Feli Skin ini cepat menarik perhatian banyak konsumen dan mendapat dukungan positif. Berkat respons positif dari para konsumen yang puas dengan Feli Skin, Felicya Angelista kemudian memutuskan untuk mengembangkan lini produk perawatan kulit yang lebih luas dan memberinya nama Scarlett Whitening.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh antara desain dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian Produk Scarlett ?
2. Apa saja Jenis-Jenis Produk Scarlett Whitening?

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Penggunaan desain produk yang menarik dan inovatif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Proses desain produk melibatkan penciptaan

barang atau layanan yang memiliki daya tahan seiring waktu dan sulit untuk disalin oleh pesaing. Untuk mencapai kualitas desain produk yang tinggi, diperlukan kolaborasi yang mendalam, diskusi, dan koordinasi di seluruh departemen. Selain itu, desain produk dianggap sebagai fitur yang memberikan keuntungan bagi pelanggan, baik dalam hal estetika, fungsionalitas, maupun aspek-aspek lainnya.

2.2 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap atau proses ketika pembeli secara tegas menentukan untuk membeli produk atau layanan tertentu. Beberapa indikator yang terkait dengan langkah-langkah dalam proses perolehan pembelian adalah sebagai berikut: Pertama, pengidentifikasian masalah, tahap pembelian dimulai dengan mengidentifikasi masalah atau kebutuhan oleh konsumen. Kebutuhan ini bisa muncul akibat faktor internal dan eksternal. Kemudian, langkah mencari informasi, di mana konsumen mencari informasi mengenai kebutuhan mereka dari berbagai sumber seperti iklan, rekomendasi teman, dan lain sebagainya. Selanjutnya, tahap evaluasi alternatif, setelah menghimpun informasi dari berbagai sumber, konsumen memiliki beberapa opsi produk atau layanan yang harus mereka pertimbangkan. Dalam proses pembelian ini, konsumen dapat mengekspresikan preferensi mereka untuk produk tertentu. Terakhir, perilaku pasca pembelian, yang sangat dipengaruhi oleh keadaan mental konsumen saat pembelian dilakukan.

2.3 Strategi Pemasaran

Strategi merujuk pada serangkaian langkah yang diterapkan untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari pekerja dalam suatu organisasi melalui proses perencanaan dan pelaksanaan yang disengaja. Strategi pemasaran, di sisi lain, dapat dijelaskan sebagai penilaian dari berbagai perspektif termasuk biaya

pemasaran, campuran pemasaran, alokasi sumber daya pemasaran, dan faktor-faktor lingkungan yang memengaruhi strategi tersebut. Sasaran dari strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan metode yang terbukti efektif, baik itu dalam menjual satu produk atau menjalankan perusahaan secara keseluruhan.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam pembuatan jurnal ini, digunakan metode Kualitatif Descriptive Method. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menganalisis objek yang ada dalam konteks alamiahnya. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini didasarkan pada analisis literatur yang ada. Pemakaian teknologi pengumpulan data digunakan untuk menghimpun dan menyimpan berbagai informasi dan data yang relevan dengan topik penelitian. Informasi ini dapat diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, maupun sumber-sumber online.

BAB 4 PEMBAHASAN

Scarlett Whitening merupakan perusahaan kosmetik yang beroperasi di Indonesia. Scarlett Whitening pertama kali didirikan pada tahun 2017 oleh Felicya Angelista, seorang tokoh publik yang telah aktif dalam mempromosikan budaya Indonesia melalui peran-perannya di dunia film dan televisi. Sebelum kemunculan Scarlett Whitening, Felicya Angelista lebih banyak fokus memasarkan produk Feli Skin, terutama produk masker wajah yang dijual dalam bentuk paket. Feli Skin telah mendapatkan perhatian yang signifikan dari para konsumen. Hal ini telah membantu

Scarlett Whitening untuk membangun pangsa pasar yang antusias terhadap produk mereka.

Feli Skin, yang dibuat oleh Felicya Angelista, merupakan rangkaian produk. Scarlett Whitening adalah merek yang sejajar dengan Scarlett. Scarlett Whitening telah mendapatkan persetujuan dan pengawasan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan fokus pada tiga kategori perawatan: perawatan tubuh, perawatan wajah, dan perawatan rambut. Setiap kategori ini memiliki berbagai variasi produk yang tersedia untuk konsumen berdasarkan kebutuhan dan preferensi individu mereka. Scarlett Whitening menyediakan produk tidak hanya untuk mereka yang memiliki kulit dan rambut normal, tetapi juga untuk mereka yang menghadapi masalah kulit seperti jerawat, kulit kering, atau tanda-tanda penuaan. Scarlett Whitening telah mengurangi penggunaan bahan kimia dalam produk-produknya.

4.1 Pengaruh desain & strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk Scarlett

Desain dan strategi pemasaran memiliki dampak yang signifikan pada penjualan Scarlett. Berikut adalah beberapa cara yang masing-masing dapat membantu meningkatkan status petisi:

- **Desain Produk:** Desain produk yang menarik dan menarik dapat meningkatkan minat konsumen dan membuat produk terlihat lebih menarik. Jika desain Scarlett menarik, pelanggan mungkin lebih tertarik untuk membelinya.

- **Kualitas dan Fungsi Produk:** Desain yang baik dapat meningkatkan kualitas dan fungsionalitas produk. Jika desain produk Scarlett menunjukkan kualitas tinggi dan fungsionalitas yang diinginkan oleh pelanggan, ini akan membantu dalam penyelesaian keluhan pelanggan.
- **Branding & Merek Identitas:** Strategi pemasaran dapat meningkatkan persepsi konsumen tentang Scarlett. Jika strategi pemasaran berhasil membangun merek positif, konsumen mungkin lebih cenderung memilih Scarlett di atas merek lain.
- **Strategi Pemasaran:** Strategi pemasaran yang efektif untuk mengkomunikasikan informasi produk Scarlett kepada pelanggan. Jika konsumen percaya bahwa produk tersebut memberikan nilai yang mereka inginkan, mereka akan lebih cenderung membelinya.
- **Pemasaran dan Distribusi:** Strategi pemasaran dan distribusi dapat meningkatkan ketersediaan dan aksesibilitas produk. Jika produk mudah ditemukan dan tersedia di lokasi strategis, konsumen akan merasa lebih mudah untuk membelinya.

Penting untuk dicatat bahwa hasil dari pembelian adalah hasil dari berbagai faktor, termasuk harga, kualitas, kuantitas, preferensi pribadi, dan keberhasilan sebelumnya. Desain dan strategi pemasaran hanyalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan nilai yang dirasakan Scarlett, tetapi mereka bukan satu-satunya.

4.2 Jenis-Jenis Produk Scarlett Whitening

Scarlett Whitening memiliki 3 jenis perawatan yaitu perawatan tubuh, perawatan wajah, dan perawatan rambut yang ditawarkan kepada para konsumennya. Produk-produk sebagai berikut.

1. Perawatan Tubuh

Body Care adalah kategori produk yang dikhususkan untuk menjaga kesehatan tubuh. Dalam kategori ini terdapat beberapa produk yang termasuk di antaranya:

- a. **Body lotion**, merupakan bagian dari serangkaian produk perawatan kulit yang disediakan oleh Scarlett Whitening. Produk ini diciptakan untuk merawat dan memberikan kelembaban pada kulit tubuh. Terdapat beragam varian body lotion Scarlett dengan formulasi yang berbeda, yang ditargetkan untuk berbagai jenis perawatan kulit.



Sumber: scarlettwhitening.com

- b. **Body scrub**, adalah produk yang dirancang khusus dengan butiran scrub halus untuk membantu mengangkat kotoran dan sel kulit mati dari kulit dengan efisien, tanpa menyebabkan iritasi. yang bekerja untuk meregenerasi, melembutkan, dan merawat kulit dengan cara yang serupa dengan penggunaan masker. Scarlett Whitening menyediakan tiga variasi produk Body Scrub, termasuk Body Scrub Coffee, Body

Scrub Pomegranate, dan Body Scrub Romansa. Anda dapat melihat gambar produk ini dalam ilustrasi di bawah ini..



Sumber: scarlettwhitening.com

- c. **Shower scrub**, adalah produk perawatan kulit yang sangat diminati, dengan beragam desain dan strategi aplikasi yang dapat meningkatkan pengalaman dan pemakaian produk oleh konsumen. Faktor-faktor yang berkontribusi pada cara shower scrub dinilai oleh konsumen dan tingkat keberhasilannya dalam menarik perhatian produk ini menjadi aspek penting. Produk Shower Scrub tersedia dalam berbagai varian Scarlett Whitening, seperti Coffee, Cucumber, Freshy, Jolly, Mango, Pomegranate, dan Charming.



Sumber: scarlettwhitening.com

2. Perawatan Wajah

Face care atau perawatan wajah adalah kategori produk yang dirancang khusus untuk mengobati permasalahan pada wajah. Kategori ini memiliki beberapa produk yang tercantum di bawah ini..

a. Face Mask

- Masker – Herbalism Mugwort Mask, merupakan masker yang dirancang khusus untuk perawatan kulit berminyak, berpori-pori besar, dan berjerawat. Komponen-komponen pada ingredients ini memiliki sifat anti-penuaan dan berkontribusi dalam meningkatkan produksi kolagen. Semua bahan tersebut bekerja secara bersama-sama untuk merawat dan menenangkan kulit..
- Masker – Seriously Soothing & Hydrating Gel, yaitu produk yang diformulasikan untuk memberikan efek menenangkan dan kelembapan pada kulit yang sensitif serta berkontribusi dalam merangsang produksi kolagen..



Sumber: scarlettwhitening.com

b. Facial Cream

Keempat varian tersebut mengandung berbagai bahan dengan manfaat berikut:

- Acne Cream Day, yang memuat salicylic acid yang sangat berperan untuk mengatasi jerawat yang meradang, gatal, dan memerah.
- Acne Cream Night, berfungsi untuk mengobati jerawat yang rentan terhadap pecah dan bekas luka, sambil memperbaiki kesehatan dan kecerahan kulit.
- Brightly Ever After Cream Day, berperan dalam meningkatkan elastisitas dan ketegangan kulit, mengurangi kerutan dan garis-garis halus, mencegah munculnya tanda-tanda penuaan, menghadirkan kulit yang lebih bersinar, melindungi dari sinar UV, dan menjaga kulit dari kerusakan selular yang disebabkan oleh radikal bebas.
- Cream Brightly, Fungsinya adalah untuk meningkatkan elastisitas dan kekenyalan kulit, mengurangi tanda-tanda keriput, serta mencegah munculnya bekas jerawat..



Sumber: scarlettwhitening.com

c. Facial Essence Toner,

Kedua varian yang dapat dilihat berikut ini :

- Essence Toner Acne berisi Phyto Squalane, yang membantu mengurangi pembengkakan dan kemerahan, serta Green Tea Water dan Tea Tree Water, yang berfungsi menenangkan dan merawat kulit yang sedang berjerawat, dan Mugwort Hydrosol, yang memberikan nutrisi, kelembaban, dan perlindungan untuk kulit wajah.
- Essence Toner Brightly memuat Vitamin C, yang merangsang produksi kolagen, serta Glutathione, yang mendorong produksi kolagen juga. Toner ini juga mengandung Witch Hazel Extract yang meningkatkan produksi kolesterol, Jeju Propolis Extract, Allantoin yang memfasilitasi produksi kolagen, Niacinamide.



Sumber: scarlettwhitening.com

d. Facial Serum

Berikut adalah kandungan dan manfaat dari kelima varian serum ini:

- Serum – Acne, yang berfungsi untuk mengobati jerawat yang meradang, mengurangi kemerahan dan iritasi kulit, merangsang regenerasi kulit, menghaluskan kulit, dan menghilangkan bekas jerawat.
- Serum - Brightly Ever After, berperan dalam mencerahkan kulit, mengurangi noda pada wajah, mengendalikan produksi minyak berlebih, mengecilkan pori-pori, meningkatkan warna kulit, menghaluskan kerutan dan garis halus, memberikan nutrisi dan kelembapan, merelaksasi kulit, serta memberikan perlindungan antioksidan dan anti-polutan.
- Serum – Glowtening, berperan dalam mencerahkan kulit, memberikan kilau pada wajah, dan menghilangkan bekas jerawat.
- Serum - Niacinamide 5% Beta Glucan 7 Phyto Extract digunakan untuk melindungi kulit dari radikal bebas, mengurangi hiperpigmentasi dan menghilangkan bintik hitam, memperbaiki penghalang kulit, memberikan kelembapan dan mencerahkan kulit.
- Serum - Skin Smoothing Retinol Serum memiliki manfaat untuk memperbaiki tekstur kulit, mencegah tanda-tanda penuaan, dan mengatasi kulit berjerawat. Kandungan dalam serum ini mencakup retinol yang dienkapsulasi, ekstrak delima, hexapeptide-8, allantoin, dan vitamin C.



Sumber: scarlettwhitening.com

e. Facial Wash

Kedua varian tersebut memiliki kandungan dan manfaat sebagai berikut

1. Acne Facial Wash - Oily Skin Type, Kandungan pada Facial Wash ini dilakukan untuk melawan bakteri penyebab jerawat, merawat kulit yang sedang berjerawat, serta meredakan peradangan pada kulit. Maka dari itu, jangan lupa untuk mengkonsumsinya secara bertahap.
2. Brightening Facial Wash - All Skin Type, berguna untuk memberi makan wajah, menghilangkan kotoran, membersihkan pori-pori, meningkatkan produksi lebih banyak susu, mengobati kondisi kulit seperti rosacea, dan meregenerasi sel-sel kulit sehingga kulit tampak lebih berkilau.



Sumber: scarlettwhitening.com

3. Perawatan Rambut

Perawatan rambut, yang dikenal juga dengan sebutan hair care, merupakan kategori produk yang dirancang secara khusus untuk merawat dan menjaga kesehatan rambut. Di dalam kategori perawatan rambut ini, terdapat produk Sea Salt Shampoo & Conditioner yang memiliki berbagai kandungan dan manfaat sebagai berikut :

- Garam Laut Yordania Shampoo, yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan minyak ekstra di rambut di mahkota, mengurangi ketombe, mendorong pertumbuhan rambut, mengurangi rambut folikel, dan meningkatkan volume rambut.
- Jordan Sea Salt Kondisioner, yang memiliki manfaat untuk detangling rambut, merangsang pertumbuhan rambut, melembabkan rambut, dan memberikan rambut lebih banyak volume dan kemudahan styling.



Sumber: scarlettwhitening.com

KESIMPULAN

Berdasarkan data analisis penelitian judul pengaruh Desain dan Strategi Pemasaran terhadap keputusan pembelian, dapat dicapai sebagai berikut:

- Kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan pada pembelian Scarlett Whitening oleh konsumen.
- Promosi pada scarlett saat ini berbentuk promosi digital yang termaksud ke dalam startegi pemasaran yang memiliki dampak positif dan signifikan pada proses peningkatan pada penjualan.
- Persepsi desain yang positif terhadap desain adalah hal yang menarik. Untuk menciptakan produk dengan desain yang berkualitas, diperlukan proses yang melibatkan pemikiran, diskusi, riset, dan kerja sama yang erat antara semua departemen dalam perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2010). Manajmen Pemasaran. *PT Raja Grafindo Persada*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing Pemasaran. *Klaten : Macana Jaya Cemerlang*, Jilid 1 dan 2.
- Peng, J. (2012). Design and Promotion Strategy of Marketing Platform of Aquatic Auctionbasedon Internet. *Physics Procedia*, hal 1269-1274.
- S, S. (Mei 2014). Marketing Strategy of Seagram (Thailand) Limited. *Procedia Economics*, 872-877.
- Whitening, S. (2020). Deskripsi Scarlett Whitening. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1-22.