

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri manufaktur kosmetik dan produk kesehatan herbal di Indonesia terus berkembang dengan cepat sejak tahun 2020. Menurut data dari Kementerian Perindustrian, pendapatan industri kosmetik dalam negeri mengalami peningkatan yang sangat pesat, dari sekitar Rp21,45 triliun pada tahun 2021 menjadi sekitar Rp31,77 triliun pada tahun 2024, dengan pertumbuhan mencapai 48%. Hal ini didukung oleh meningkatnya jumlah pelaku usaha di sektor kecantikan: pada tahun 2024 terdapat lebih dari 1.500 unit usaha kecantikan atau kosmetika. dan khususnya 1.292 pelaku industri kosmetik pada 2024, 89% di antaranya IKM berbasis kearifan local, Sektor kosmetik dan obat tradisional memang sangat penting dalam industri nasional, dan IKM menjadi bagian utama yang mendukungnya (Ferdinand & Ciptono, 2022).

Selain itu, kontribusi sektor manufaktur secara keseluruhan terus bertumbuh. Pada kuartal III tahun 2025, sektor manufaktur tumbuh sebesar 5,58% dibandingkan tahun sebelumnya, dan berkontribusi sebesar 17,39% terhadap PDB nasional, naik 0,47 persen poin dibandingkan triwulan sebelumnya. Artinya, industri manufaktur tetap menjadi penggerak utama perekonomian, menyerap banyak pekerja, dan membantu menjaga kestabilan perekonomian (Hantoro, 2019).

Pertumbuhan sektor kosmetik dan produk herbal juga berubah karena perubahan cara pikir masyarakat setelah masa pandemi. Penelitian menunjukkan bahwa selama masa pandemi, keluarga dari kalangan menengah atas lebih sering membeli suplemen kesehatan, makanan bergizi, dan produk segar untuk menjaga kekuatan tubuh mereka (Muhammad Fauzi et al., 2025). Kesadaran yang tinggi ini mendorong masyarakat mencari cara sendiri untuk menyelesaikan masalah kesehatan, termasuk produk perawatan tubuh yang menggunakan bahan alami. Gabungan tren kecantikan dan kesehatan serta minat masyarakat pada bahan-bahan

lokal sedang mengubah cara pasar bekerja, terutama di platform perdagangan online.

Kesehatan kuku sering kali menjadi tanda dari kondisi kesehatan tubuh secara keseluruhan yang sering diabaikan. Di Indonesia yang iklimnya tropis dan lembap, masalah jamur pada kuku serta infeksi sering terjadi. Kelembapan yang tinggi memfasilitasi pertumbuhan fungi dan bakteri yang bisa menyebabkan onikomikosis, yaitu jamur pada kuku, dan paronikia, yaitu infeksi pada lipatan kuku atau cantengan (Xuan et al., 2025).

Selain masalah di bagian luarnya, gangguan ini juga bersifat dalam: onikomikosis bisa mengganggu kualitas hidup pasien karena penampilan kuku yang buruk membuatnya merasa tertekan secara psikologis, dan rasa sakit di sekitar kuku yang rusak bisa menghambat kegiatan sehari-hari (Minansal et al., 2024). Infeksi kuku yang tidak diatasi bisa menyebabkan masalah tambahan. Dengan banyaknya masalah pada kuku yang terjadi di iklim tropis Indonesia (Zebua, 2021), kebutuhan pengobatan kuku alami kian mendesak.

Pasar produk perawatan kuku di Indonesia saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terutama dengan hadirnya berbagai inovasi yang menggabungkan bahan alami dan teknologi modern. Dalam penelitian ini, produk yang akan diteliti adalah Diacoil Nail Serum, yaitu serum perawatan kuku berbahan alami yang diformulasikan untuk membantu mengatasi berbagai permasalahan kuku seperti jamur kuku, kuku rapuh, serta kuku yang rusak. Produk ini mengandung bahan aktif alami yang aman digunakan, telah terdaftar di BPOM, serta dipasarkan dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan konsumen.

Sebagai pembanding, terdapat beberapa produk serum kuku sejenis yang juga beredar di pasaran, seperti RtopR Ginger Nail Essence, Beate Nail Serum, Super Green Plus JK-7, dan Propolis SM Nail Serum. Produk RtopR Ginger Nail Essence (10 ml), misalnya, mengandung ekstrak jahe dan vitamin C, dikemas dalam bentuk pipet cair, serta dijual dengan harga sekitar Rp41.900. Produk ini diklaim

mampu memperkuat kuku yang rapuh dan membantu mengatasi jamur ringan jika digunakan secara rutin.

Selain itu, produk-produk lain seperti Beate Serum dan Super Green Plus JK-7 umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dengan klaim manfaat yang serupa, yaitu memperbaiki kondisi kuku dan mengatasi infeksi jamur. Sementara itu, Propolis SM memanfaatkan bahan alami berupa propolis yang dikenal memiliki sifat antimikroba.

Jika dibandingkan dari segi harga, Diacoil Nail Serum berada pada kisaran Rp32.999–Rp69.999, yang tergolong lebih ekonomis dibandingkan beberapa produk pesaingnya. Dari segi mutu, produk ini menawarkan manfaat yang sebanding, yaitu membantu memperkuat kuku, mengatasi jamur, serta meningkatkan kesehatan kuku secara keseluruhan. Dengan demikian, Diacoil Nail Serum memiliki potensi daya saing yang cukup baik di pasar, baik dari sisi harga maupun kualitas produk.

Tabel di bawah ini memperbandingkan beberapa produk serum kuku yang mirip berdasarkan harga dan fitur utamanya :

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga dan Kualitas Produk Serupa

Produk	Kisaran Harga (IDR)	Rating / Ulasan	Keterangan Kualitas*
DIACOIL Nail Serum	Rp32.999 - Rp69.999	4,8 (4,5 ribu ulasan)	Serum dasar untuk jamur & cantengan; populer karena harga sangat murah. Umumnya dipakai untuk perawatan ringan.
BEATE Serum	Rp69.000	4,8 (3,2 ribu ulasan)	Serum kuku dengan fokus pada perawatan kuku, jamur & cantengan; harganya lebih tinggi dari Diacoil.
SUPER GREEN PLUS JK-7	Rp24.000	4,8 (1,2 ribu ulasan)	Produk obat cantengan/jamur dengan rating bagus; biasanya alami/ekonomis.
Propolis SM	Rp106.000	4,7 (9,9 ribu ulasan)	Perawatan herbal yang ditujukan khusus untuk cantengan & jamur kuku.
RtopR	Rp47.000 - Rp175.000	4,8 (28,2 ribu ulasan)	Serum kuku dengan fokus pada perawatan kuku, jamur & cantengan; harganya lebih tinggi dari Diacoil.

Sumber: Observasi Penulis di e-commerce (2026)

Berdasarkan tabel perbandingan, DIACOIL Nail Serum berada pada posisi harga yang kompetitif (Rp32.999–Rp69.999), lebih terjangkau dibandingkan Propolis SM dan sebagian varian RtopR, namun sedikit di atas SUPER GREEN. Dari sisi kualitas, DIACOIL memiliki rating tinggi 4,8 dengan 4,5 ribu ulasan, yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang baik dan kepercayaan pasar yang cukup kuat. Meskipun RtopR memiliki jumlah ulasan lebih banyak, harga yang lebih tinggi dapat memengaruhi pertimbangan konsumen yang sensitif terhadap harga. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi harga yang relatif terjangkau dan kualitas yang baik menjadi daya tarik utama DIACOIL.

Tabel tersebut menggambarkan bahwa harga yang kompetitif dan kualitas yang terbukti melalui rating tinggi berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan persepsi nilai terbaik (*value for money*). Selain itu, jumlah ulasan yang cukup besar juga mencerminkan adanya aktivitas promosi dan eksposur pasar yang baik, yang turut memperkuat minat dan keyakinan konsumen untuk membeli Diacoil Nail Serum.

Perbandingan Komposisi Serum Kuku: Berdasarkan data yang diberikan, produk-produk serum kuku tersebut memiliki komposisi yang berbeda-beda tergantung pada kandungan bahan aktif utamanya.

1. Diacoil Nail Serum: Difokuskan pada formulasi bahan alami untuk perawatan dasar. Menurut informasi produk, Diacoil mengandung bahan-bahan alami dengan kandungan komponen antijamur, bahan penumbuh kuku, dan pelindung kuku. Misalnya, kandungan umum seperti vitamin E, minyak kelapa (coconut oil), dan ekstrak ekor kuda (horsetail extract) sering disebutkan dalam promosi sebagai nutrisi utama untuk memperkuat kuku. Dengan komposisi ringan ini, Diacoil menekankan fungsi dasar perawatan kuku dan mencegah infeksi ringan.
2. Beate Nail Serum: Menampilkan formulasi yang lebih spesifik sebagai obat jamur kuku. Produk ini diketahui mengandung sekitar 2% tea tree oil (minyak pohon teh) yang bersifat antimikroba, ditambah asam salisilat sebagai agen pengelupasan (keratolitik), serta ekstrak buah pisang yang

kaya vitamin untuk nutrisi kuku. Kombinasi ini dirancang untuk mengatasi infeksi jamur (onikomikosis) sekaligus memelihara kelembapan kuku.

3. Super Green Plus JK-7: Merupakan serum berbahan herbal dengan komposisi sepenuhnya ekstrak tumbuhan. Komposisinya meliputi ekstrak getah palma, ekstrak *Alstonia scholaris* (pulai), ekstrak daun pepaya (gandapura/andrografis), ekstrak peppermint, ekstrak daun sirih, minyak serai, dan minyak lengkuas . Semua bahan ini bersifat alami, dengan manfaat antijamur, antiseptik, serta mengurangi inflamasi. Dengan begitu, Super Green JK-7 lebih menonjolkan bahan herbal “langsung dari alam” sebagai obat untuk mengobati cantengan dan jamur kuku.
4. Propolis SM: Produk ini murni berisi ekstrak propolis Brazil (tanpa campuran bahan kimia lain). Propolis adalah zat resin alami dari lebah yang dikenal bersifat antimikroba dan anti-inflamasi. Dengan “100% propolis Brazilian” sebagai komposisi utamanya, serum ini diformulasikan khusus untuk melawan infeksi jamur dan memperbaiki kuku rusak melalui khasiat herbal propolis tersebut.
5. RtopR Ginger Nail Essence: Memanfaatkan kandungan ekstrak jahe sebagai bahan antijamur/antiinflamasi utama, tetapi juga mengandung banyak bahan aktif modern. Menurut situs resmi, komposisinya mencakup ekstrak jahe, gliserin, sorbitol, 1,3-propanediol, ekstrak *Buddleja officinalis* (obat gigi *Buddleja*), peptida asam askorbat (vitamin C peptide), sodium hialuronat, dan asam askorbat (vitamin C) .

Formula ini sangat “teknologi tinggi” – jahe memberi nutrisi antijamur, sedangkan peptida dan sodium hialuronat berperan melembapkan dan memperkuat kuku. Oleh karena itu, RtopR ditujukan untuk perbaikan kuku rusak dengan pendekatan nutrisi mendalam.

Kesimpulan Perbandingan: Dengan demikian, Diacoil Nail Serum menonjol pada kesederhanaan komposisi berbahan dasar alami (minyak dan vitamin) untuk perawatan ringan jamur dan cantengan. Sebaliknya, produk pesaing menawarkan varian komposisi berbeda: Beate menambahkan agen kimia spesifik (*tea tree oil*, asam salisilat), Super Green Plus JK-7 sepenuhnya berbahan herbal tradisional,

Propolis SM fokus pada ekstrak propolis tunggal, dan RtopR memadukan ekstrak jahe dengan bahan aktif canggih . Perbedaan komposisi ini mencerminkan posisi pasar masing-masing: Diacoil menekan harga dengan formulasi dasar yang aman dan natural, sedangkan yang lain menonjolkan bahan “unggul” tertentu untuk efek lebih spesifik.

Diacoil Nail Serum diperkenalkan sebagai produk topikal berbahan herbal yang dirancang untuk mengatasi masalah kuku. Produk ini sudah terdaftar di BPOM RI dengan nomor NA18251500344, yang menjadi jaminan keamanan bagi pengguna. Hal ini penting terutama karena banyak produk serupa di marketplace belum memiliki izin resmi. Diacoil direkomendasikan untuk mengatasi masalah seperti kuku berjamur, kuku yang berlubang, dan kuku yang mudah patah tanpa perlu prosedur bedah yang traumatic. Pemasarannya memperhatikan strategi harga yang kompetitif dan promosi melalui media digital, seperti testimoni dari pengguna, video penjelasan, serta diskon dan paket bundling di toko online, agar masyarakat lebih mengenal merek tersebut. Sebab itu, Diacoil berusaha menysasar berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga pekerja profesional, dengan harga yang bisa dibayar oleh semua orang di berbagai platform seperti Shopee dan Tokopedia.

Penjualan adalah salah satu cara penting untuk melihat apakah suatu produk berhasil di pasaran. Namun, di dunia nyata, tidak semua produk bisa menjaga penjualan tetap stabil. Hal ini juga terjadi pada produk Diacoil Nail Serum, di mana penjualan mengalami perubahan fluktuasi dalam beberapa periode terakhir. Kondisi ini menunjukkan adanya masalah dalam penjualan yang harus diperhatikan, karena bisa memengaruhi kelangsungan usaha serta pencapaian target perusahaan.

Berikut adalah data penjualan Diacoil Nail Serum dalam bulan November, Desember, dan Januari:

Tabel 1. 2 Data Penjualan

Bulan	Jumlah Produk yang terjual
November 2025	7.774
Desember 2025	4.914
Januari 2026	5.714

Sumber: Data penjualan Diacoil Nail Serum

Dari sudut pandang pemasaran, keputusan seseorang membeli produk kesehatan seperti serum kuku dipengaruhi oleh hubungan antara rangsangan pemasaran (seperti harga, kualitas, dan promosi) serta faktor psikologis dari konsumen. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa ketiga hal tersebut—harga, kualitas produk, dan promosi—berdampak nyata terhadap pilihan orang dalam membeli kosmetik dan produk perawatan diri. Secara parsial, promosi, persepsi harga, dan persepsi kualitas produk secara positif memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli (Rahman et al., 2023).

Dalam konteks Diacoil, isi iklan seperti ulasan dari pengguna, tawaran diskon, serta harga yang kompetitif dan mudah dibandingkan di pasar online dipercaya bisa membantu mempengaruhi pembelian. Konsumen yang peduli dengan kesehatan kuku biasanya lebih memilih produk yang efektif mengurangi rasa sakit dan infeksi pada kuku, namun mereka juga sangat memperhatikan keamanan dan kenyamanan, terutama bahan alami yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana variabel harga, kualitas produk, dan promosi saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli Diacoil Nail Serum. Dengan memahami preferensi konsumen terhadap produk obat kuku seperti Diacoil, diharapkan strategi pengembangan industri herbal dan kosmetika lokal bisa lebih kuat, sehingga produk yang didasarkan pada kearifan lokal Indonesia bisa ikut berkompetisi di pasar dalam maupun luar negeri.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tingginya Intensitas Persaingan Pasar: Pesatnya pertumbuhan unit usaha kosmetik dan herbal di Indonesia (mencapai lebih dari 1.500 unit pada tahun 2024) menciptakan persaingan yang sangat ketat bagi Diacoil Nail Serum dalam menghadapi kompetitor lokal maupun global yang memiliki klaim manfaat serupa.
2. Sensitivitas Konsumen Terhadap Harga: Adanya variasi harga yang sangat kompetitif di platform *e-commerce*, di mana konsumen cenderung membandingkan harga Diacoil Nail Serum dengan produk sejenis yang lebih ekonomis (seperti Super Green Plus), sehingga dapat memengaruhi persepsi nilai (*value for money*) dan pilihan konsumen.
3. Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Konsumen: Meskipun memiliki rating tinggi, terdapat tantangan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap efektivitas kualitas produk Diacoil dibandingkan merek pesaing yang memiliki jumlah ulasan (*review*) jauh lebih masif (seperti RtopR), terutama dalam mengatasi masalah kuku yang bersifat kronis seperti onikomikosis.
4. Optimalisasi Strategi Promosi Digital: Belum diketahui sejauh mana efektivitas konten promosi digital seperti penggunaan testimoni, video penjelasan, dan paket *bundling* dalam membangun *brand awareness* yang kuat untuk mengonversi minat menjadi tindakan pembelian di tengah gempuran iklan kompetitor.
5. Ambiguitas Legalitas Produk Pesaing: Masih banyaknya produk obat cantengan di *marketplace* yang belum memiliki izin BPOM menciptakan keraguan di sisi konsumen dalam membedakan kualitas produk yang aman (seperti Diacoil yang sudah terdaftar BPOM) dengan produk yang berisiko, sehingga menghambat proses pengambilan keputusan pembelian.
6. Keraguan Konsumen dalam Keputusan Pembelian: Adanya fenomena hambatan psikologis atau keraguan konsumen dalam memilih solusi herbal non-bedah untuk masalah kuku yang menyakitkan, yang dipengaruhi oleh

pertimbangan antara risiko harga, efektivitas kualitas yang dirasakan, dan informasi promosi yang diterima.

1.3 Batasan Masalah

Karena permasalahan yang dibahas cukup luas, peneliti menetapkan batasan agar penelitian ini lebih fokus, mendalam, dan jelas. Berikut penjelasan lengkapnya:

1. Objek Penelitian: Penelitian ini hanya fokus pada produk Diacoil Nail Serum yang telah mendapatkan izin edar dari BPOM dengan nomor NA18251500344, yang digunakan sebagai solusi untuk merawat kuku yang bercantengan dan terkena jamur.
2. Variabel Penelitian: Variabel yang diteliti dibatasi pada tiga hal, yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Promosi (X_3). Sementara itu, variabel yang menjadi hasil penelitian adalah Keputusan Pembelian (Y).
3. Subjek Penelitian: Responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada konsumen di Indonesia yang pernah membeli atau berniat membeli produk Diacoil Nail Serum melalui platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia.
4. Konteks Masalah: Fokus permasalahan kesehatan yang dibahas hanya terbatas pada keluhan paronikia (kuku bercantengan) dan onikomikosis (jamur kuku) yang dikelola sendiri dengan menggunakan serum topikal.
5. Periode Data: Data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada tren pasar dan perilaku konsumen dalam jangka waktu dari tahun 2020 hingga awal tahun 2026.
6. Penelitian ini dibatasi pada periode data penjualan November 2025 hingga Januari 2026.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan kuantitatif sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail

Serum?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum?
3. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum?
4. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan gambaran nyata dan informasi yang tepat tentang cara masyarakat Indonesia membeli dan menggunakan produk kesehatan herbal yang bersifat spesifik atau unik. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangan bagi pengembangan literatur manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan strategi bauran pemasaran produk perawatan kuku medis di era transformasi digital.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian Diacoil Nail Serum.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap isi laporan skripsi ini, pembahasan disusun secara sistematis dan dibagi ke dalam beberapa bab dengan struktur penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini mengkaji landasan teori yang mencakup konsep dan definisi yang bersumber dari buku serta jurnal ilmiah yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, hasil pengolahan serta analisis data, dan pembahasan hasil penelitian yang dihubungkan dengan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan sebagai hasil akhir penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi daftar buku, jurnal, dan sumber rujukan lain yang digunakan secara resmi dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

Bagian instrumen penelitian (kuesioner), bagian lampiran juga memuat tabulasi jawaban dari 100 responden valid (Konsumen Diacoil Nail Serum), rekapitulasi data, hasil pengolahan data menggunakan perangkat lunak statistic SPSS, serta data pendukung lainnya.