

BAB II

GAMBARAN UMUM COSRX

Pada bab ini, akan dijabarkan penjelasan mengenai gambaran umum *brand* COSRX dan indentifikasi responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, lama pemakaian produk COSRX.

2.1 Sejarah Perkembangan COSRX

COSRX merupakan salah satu merek *skincare* yang berasal dari Korea Selatan yang didirikan pada tahun 2013. Nama COSRX sendiri merupakan singkatan dari “*Cosmetics + RX*” dimana RX memiliki arti *Prescriptions*, dimana mereka dengan cepat mendapatkan reputasi sebagai salah satu pelopor dalam industri kecantikan berkat pendekatan inovatifnya terhadap perawatan kulit. COSRX sendiri memiliki fokus pada pengembangan produk yang berbasis dermatologis dan penggunaan bahan aktif yang terbukti efektif. Sejak awal didirikan, COSRX berkomitmen untuk memberikan solusi permasalahan kulit dengan sederhana namun efektif, dengan cara mengutamakan transparansi dalam tiap produk yang diluncurkan. Slogan yang digunakan COSRX yakni “*Expecting Tomorrow*” dimana COSRX berkomitmen untuk menghadirkan transformasi kulit yang lebih baik di esok hari bagi penggunanya. COSRX juga berfokus dalam penggunaan bahan-bahan esensial pada produknya, dengan tujuan agar dapat bekerja secara efektif dan memberikan hasil yang optimal.

Dalam keberjalanannya COSRX membawa tiga konsep. Pertama, konsep *Soft Skin* yang dimana produk COSRX dibuat dengan bahan-bahan yang lembut

sehingga aman untuk berbagai jenis kulit. Kedua, konsep *Fashion/Fabric Feeling* yang menunjukkan bahwa tekstur dari produk COSRX aman dan ramah terhadap kulit. Ketiga, T.P.O/R(X) atau *solution* dimana COSRX dapat dikombinasikan untuk menyelesaikan permasalahan kulit. Dalam perkembangannya COSRX banyak menciptakan berbagai macam produk, bermula dari Mr. Jun sang CEO COSRX, yang memiliki permasalahan kulit yang sensitif dan sering mengalami masalah kulit seperti *breakout* dan ruam sehingga terciptalah produk *BHA Black Power Liquid*, sebagai produk pertama COSRX sebagai salah satu solusi memenuhi kebutuhan kulitnya sendiri.

COSRX dikenal karena kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam, terutama dalam mengatasi permasalahan kulit seperti jerawat, kulit sensitif, dan penuaan dini. COSRX berhasil mengabungkan penelitian ilmiah dan umpan balik dari pengguna sehingga menghasilkan produk yang tidak hanya aman tetapi memberikan hasil nyata. Produk ikonik yang dihasilkan seperti Low pH Good Morning Gel Cleanser dan Acne Pimple Master Patch menjadi favorit di kalangan pengguna *skincare*.

2.2 Visi Misi

CORSX memiliki komitmen untuk memenuhi kebutuhan kulit konsumen dan menawarkan solusi berupa produk-produk yang efektif dan terjangkau untuk mengatasi dan memenuhi kebutuhan kulit mereka.

2.3 Logo

Logo perusahaan merupakan salah satu element yang penting dalam sebuah identitas visual sebuah *brand* /produk. Sebagai simbol yang mewakili citra dan

nilai perusahaan, logo tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenalan, tetapi juga sebagai representasi dari filosofi dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Dalam konteks industri kecantikan, logo berperan penting dalam menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan pertama yang kuat.



Gambar 2. 1 Logo CORSX

Logo yang dipakai oleh CORSX yang digambarkan secara minimalis dan modern mencerminkan identitas merek *skincare* Korea tersebut. Logo tersebut menampilkan kata “CORSX” yang dituliskan dalam huruf kapital dengan font yang tegas dan bersih. Tampilan pada logo didominasi oleh penggunaan warna hitam pada font dan latar belakang putih yang memberikan kesan profesional dan klinis, sesuai dengan *positioning* merek mereka yang berfokus pada formulasi bahan aktif dan menggunakan pendekatan ilmiah. Mereka juga menekankan filosofi merek yang mengutamakan efektivitas formula melalui logo yang sederhana dan mencerminkan transparansi merek dalam menjelaskan bahan-bahan yang digunakan.

2.4 Produk CORSX

CORSX memiliki citra merek *skincare* asal Korea yang cukup populer di kalangan pengguna *skincare* di Indonesia. CORSX dikenal dengan produk-produk yang efektif dalam mengatasi kulit sensitif dan berjerawat, selain itu merek tersebut dikenal karena menggunakan bahan alami yang aman dan efektif. Berikut ini berbagai jenis produk CORSX yang dapat memenuhi kebutuhan kulit.

Dalam menjalankan usahanya, COSRX terus menghasilkan produk-produk yang dapat memenuhi permintaan pasar. COSRX telah menghasilkan lebih dari 50 produk *skincare* hingga tahun 2024. Terdapat beberapa produk perawatan kulit (*skincare*) COSRX yaitu :

Tabel 2. 1 Produk-produk *Skincare* COSRX

Jenis Produk	Nama Produk	Kegunaan Produk	Gambar Produk
Pembersih Wajah	Low pH Good Morning Gel Cleanser	Membersihkan wajah dengan lembut, menjaga keseimbangan pH kulit, mengontrol minyak terkhusus untuk kulit sensitif tanpa membuat kering	
	Salicylic Acid Daily Gentle Cleanser.	Membersihkan wajah dan mengurangi produksi minyak di wajah yang cocok untuk kulit sensitif dan berjerawat.	
Toner dan Eksfoliator	AHA/BHA Clarifying Treatment Toner	Mengangkat sel kulit mati, mencegah komedo dan menjaga tekstur kulit tetap halus	
	Hydrium Moist Full Fit Propolis Synergy Toner	Melembapkan dan menenangkan kulit dengan kandungan propolis yang kaya antioksidan	
	Centella Water Alcohol-Free Toner	Menenangkan kulit sensitif dan meredakan kemerahan dengan ekstrak centella asiatica tanpa kandungan alkohol	

Jenis Produk	Nama Produk	Kegunaan Produk	Gambar Produk
	One Step Original Clear Pad	Mengontrol minyak, membersihkan pori-pori, dan merawat kulit berjerawat dengan kandungan BHA dalam bentuk pad praktis	
Essence dan Serum	Advanced Snail 96 Mucin Power	Menutrisi, memperbaiki, dan meningkatkan elastisitas kulit dengan lendir siput	
	COSRX The Vitamin C 23% Serum	Membantu memudahkan bekas jerawat dan mencerahkan untuk revitalisasi kulit kusam dan kering	
	COSRX Full Fit Propolis Synergy Serum	Memberikan hidrasi mendalam, menenangkan kulit iritasi, dan meningkatkan kecerahan alami kulit dengan propolis kaya antioksidan	
Moisturizer	COSRX Advanced Snail 92 All in One Cream	Krim pelembab yang mengandung 92% snail mucin yang berfungsi untuk mempercepat regenerasi kulit, menghidrasi, dan meningkatkan elastisitas kulit	
	COSRX Hyaluronic Acid Intensive Cream	Pelembab yang kaya akan asam hialuronat, memberikan hidrasi intensif dan membantu menjaga kelembapan kulit sepanjang hari dan cocok untuk kulit kering	

Jenis Produk	Nama Produk	Kegunaan Produk	Gambar Produk
	COSRX Oil-Free Ultra-Moisturizing Lotion with Birch Sap	Mengandung 70% getah pohon birch, berfungsi untuk menghidrasi tanpa rasa lengket, menenangkan kulit dan cocok untuk semua jenis kulit, termasuk kulit sensitif dan berminyak.	
Masker	Hydrogel Very Simple Pack	Memberikan hidrasi instan, menenangkan kulit, dan mengurangi kemerahan atau iritasi	
	Ultimate Nourishing Rice Overnight Spa Mask	Masker tidur dengan kandungan ekstrak beras yang mencerahkan, melembapkan, dan menutrisi kulit agar tampak lebih sehat dan glowing.	
Spot Treatment	Pimple Master Patch	Patch jerawat yang membantu menyerap nanah, melindungi jerawat dari bakteri, dan mempercepat proses penyembuhan tanpa meninggalkan bekas	
	Centella Blemish Cream	Mengandung ekstrak Centella Asiatica, berfungsi untuk menenangkan kulit iritasi, mengurangi kemerahan, dan membantu mempercepat penyembuhan noda bekas jerawat	

Jenis Produk	Nama Produk	Kegunaan Produk	Gambar Produk
Sunscreen	Aloe Soothing Sun Cream	Tabir surya dengan SPF 50+ P+++ yang melindungi kulit dari sinar UV sekaligus memberikan hidrasi dan menangkan kulit dengan kandungan ekstrak lidah buaya	
Makeup Remover	COSRX Low pH Niacinamide Micellar Cleansing Water	Pembersih wajah tanpa bilas untuk kulit sensitif. Efektif mengangkat kotoran, minyak berlebih tanpa menyebabkan iritasi dan dapat membantu mengontrol produksi sebum dan menjaga pori-pori tetap bersih	

Sumber : *Website COSRX* (2025)

2.5 Komposisi Responden

Komposisi responden berisi mengenai informasi mengenai latar belakang responden yang digunakan menjadi sampel pada penelitian. Komposisi responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, Pekerjaan, pendapatan atau uang saku per-bulan, lama pemakaian produk, tempat dilakukannya pembelian produk COSRX. Responden pada penelitian ini merupakan perempuan yang berdomisili Semarang yang berusia diatas 17 tahun.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 2 Maret 2025 – 5 Maret 2025 dengan membuat kuesioner yang disebarakan secara Offline. Responden mengisi yang mengisi merupakan responden yang sesuai dengan kriteria yang diperlukan. Pengisian kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara offline ke beberapa tempat seperti, mall dan toko *skincare*.

2.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menggambarkan perbandingan dari distribusi jenis kelamin responden antara perempuan dan laki-laki yang menggunakan produk *skincare* COSRX di Kota Semarang. Responden dalam penelitian ini merupakan perempuan, dengan frekuensi sebanyak 100%, yang berarti mengindikasikan bahwa data yang diperoleh sepenuhnya berasal dari jenis kelamin perempuan, tanpa ada partisipasi dari laki-laki.

2.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah usia minimal 17 tahun. Karakteristik responden berdasarkan usia menggambarkan perbandingan dari distribusi usia responden yang memiliki pengalaman dalam pembelian produk COSRX di Kota Semarang. Dalam klasifikasi responden, digunakan perhitungan dengan menggunakan rumus Sturges. Berikut tabel yang memuat data responden berdasarkan rentang usia sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 – 21 Tahun	44	44
2	22 – 26 Tahun	45	45
3	27 – 31 Tahun	9	9
4	32 – 37 Tahun	2	2
Total		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.1, responden COSRX di Kota Semarang memiliki usia yang beragam dan mayoritas responden yang mengisi kuesioner berada pada usia 17-21 tahun dan 22-26 tahun dengan besar presentase masing masing sebesar 44% dan 45%. Dan sisanya sebanyak 11% terdiri dar usia >27 tahun. Hal ini

membuktikan bahwa mayoritas responden merupakan kalangan anak muda menuju dewasa muda yang mengetahui tren dan memiliki preferensi khusus dalam penggunaan *skincare* dari Korea.

2.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

Karakteristik responden berdasarkan domisili tempat memberikan gambaran perbandingan sebaran domisili tempat responden yang memiliki pengalaman pembelian produk COSRX di Kota Semarang. Karakteristik responden dibagi menjadi lima wilayah sebagai berikut.

Tabel 2. 3 Domisili Tempat Tinggal Responden

No	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semarang Barat	12	12
2	Semarang Timur	10	10
3	Semarang Utara	6	6
4	Semarang Selatan	34	34
5	Semarang Tengah	38	38
Total		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 2.2 memperlihatkan bahwa pengisian kuesioner banyak dilakukan oleh responden yang berdomisili di Semarang Tengah sebanyak 38 responden atau 38% dan disusul oleh Semarang Selatan sebanyak 34 responden atau 38% dari total responden penelitian. Penelitian ini didominasi oleh responden yang berasal atau berdomisili tempat tinggal di wilayah Semarang Tengah.

2.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir menggambarkan sebaran pendidikan terakhir responden yang memiliki pengalaman melakukan pembelian produk *skincare* COSRX di Kota Semarang. Berikut data yang memuat pendidikan terakhir responden.

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	2	2
2	SMA	50	50
3	Diploma/Sarjana	47	47
4	Pasca Sarjana	1	1
Total		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden berada pada tingkat SMA yakni sebesar 50%, selanjutnya yaitu dengan pendidikan terakhir D-4 atau S-1 sebesar 47%. Responden dengan pendidikan terakhir SMP dan S-2 masing-masing berkontribusi sebesar 2% dan 1% saja. Maka, peserta penelitian ini didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir yaitu SMA.

2.5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan menggambarkan sebaran pekerjaan responden yang memiliki pengalaman melakukan pembelian produk *skincare* COSRX di Kota Semarang. Berikut data yang memuat pendidikan terakhir responden.

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	59	59
2	Karyawan Swasta	23	23
3	TNI/Polri/PNS	9	9
4	Ibu Rumah Tangga	7	7
5	Lainnya	2	2
Total		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.4, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelajar dan mahasiswa yaitu sebesar 59% dari total responden. Selanjutnya diikuti oleh karyawan swasta sebesar 23% sedangkan TNI/Polri/PNS berkontribusi sebesar 9%, serta ibu rumah tangga sebanyak 7%, pada kategori lainnya terdapat 2% atau 2

responden, dimana terdiri dari 1 orang responden yang belum bekerja dan 1 orang responden dengan pekerjaan sebagai pekerja magang atau *internship*.

2.5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku menggambarkan besaran pendapatan responden yang memiliki pengalaman dalam pembelian produk *skincare* COSRX di Kota Semarang. Berikut data yang memuat pendapatan per bulan dari responden.

Tabel 2. 6 Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp2.000.000	40	40
2	Rp2.000.001 s/d Rp3.000.000	26	26
3	Rp3.000.001 s/d Rp4.000.000	12	12
4	$>$ Rp4.000.001	22	22
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.5 menunjukkan bahwa kontribusi responden paling banyak berada pada range penghasilan $\leq$ Rp2.000.000, dengan total presentase sebesar 40% dari total keseluruhan. Pada range penghasilan Rp2.000.001 s/d Rp3.000.000 responden berkontribusi sebagai posisi kedua tertinggi dengan jumlah responden sebesar 26%. Pada range penghasilan $>$ Rp4.000.001 berkontribusi sebesar 22% dan range Rp3.000.001 s/d Rp4.000.000 sebesar 12%. Persebaran ini menunjukkan mayoritas responden dalam kategori pendapatan perbulan berada pada range pendapatan $\leq$ Rp2.000.000 dan range Rp2.000.001 s/d Rp3.000.000.

2.5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk

Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan produk COSRX terbagi menjadi empat kategori, yaitu $<$ 1 bulan, 1-3 bulan, 3-6 bulan, dan $>$ 6 bulan. Berikut data yang memuat lama penggunaan produk COSRX.

Tabel 2. 7 Lama Pemakaian Produk

No	Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	<1 bulan	0	0
2	1-3 bulan	10	10
3	4-6 bulan	51	51
4	> 6 bulan	39	39
Total		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Data pada tabel 2.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan produk COSRX pada 4 – 6 bulan, hal ini ditunjukkan dengan besarnya kontribusi responden yaitu sebanyak 51%. Pada posisi kedua terbanyak, responden banyak menggunakan produk lebih dari 6 bulan dengan frekuensi sebanyak 39%. Selanjutnya responden dengan penggunaan produk selama 1-3 bulan sebanyak 10%. Persebaran ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan produk COSRX selama 4-6 bulan. Lama penggunaan produk dapat menunjukkan bahwa responden masih menggunakan produk COSRX.