

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Glad2Glow

2.1.1 Sejarah Glad2Glow

Glad2Glow adalah salah satu merek yang bergerak di industri kecantikan, khususnya pada produk *skincare* dan makeup. Merek ini pertama kali didirikan pada tahun 2022 oleh PT Suntone Wisdom Indonesia, yang berada di bawah naungan GuangZhou DAAI Cosmetics Manufacture Co., Ltd dari China. Di pasar Indonesia, Glad2Glow hadir sebagai produk impor yang distribusinya dikelola secara resmi oleh PT Suntone Wisdom Indonesia.

Sejak kemunculannya di Indonesia, Glad2Glow konsisten menghadirkan rangkaian produk perawatan kulit yang memadukan inovasi teknologi dengan bahan aktif berkualitas. Tujuannya menjawab beragam kebutuhan konsumen, khususnya masyarakat Indonesia. Setiap produk dirancang untuk membantu mengatasi berbagai masalah kulit, tanpa mengesampingkan aspek keamanan dan kenyamanan pemakaian.

Memasuki awal tahun 2023, nama Glad2Glow mulai ramai diperbincangkan di kalangan masyarakat Indonesia. Produknya banyak diminati oleh pemula *skincare*, terutama kalangan remaja yang mencari produk dengan klaim aman dan efektif untuk kulit sensitif. Hal ini didukung oleh formulasi yang memadukan bahan aktif dan bahan alami sehingga cocok digunakan pada berbagai jenis serta kondisi kulit, termasuk kulit sensitif.

Sejalan dengan perkembangan industri kecantikan di Indonesia, Glad2Glow juga terus memperkuat daya saingnya melalui inovasi produk dan strategi

pemasaran digital. Promosi dilakukan secara masif di berbagai kanal media sosial, seperti TikTok dan Instagram, maupun platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Pemanfaatan beragam kanal tersebut turut membantu meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperluas jangkauan pasar Glad2Glow secara signifikan.

Salah satu keunggulan Glad2Glow adalah penerapan konsep *1+1 Technology Formulation*, yakni perpaduan antara bahan aktif (*active ingredients*) dan bahan alami (*natural ingredients*). Pendekatan ini menghasilkan produk yang efektif, nyaman digunakan, dan sesuai untuk berbagai jenis kulit, termasuk kulit sensitif. Selain itu, Glad2Glow juga menetapkan harga yang relatif terjangkau sehingga dapat menjangkau konsumen dari berbagai segmen. Kombinasi strategi-strategi tersebut mendorong Glad2Glow untuk terus berkembang di pasar *skincare* Indonesia. Hal ini tercermin dari meningkatnya *brand awareness*, tingginya angka penjualan pada sejumlah varian produk, serta semakin besarnya minat konsumen terhadap merek ini secara keseluruhan.

2.1.2 Visi dan Misi Glad2Glow

2.1.2.1 Visi

Memberikan akses yang luas bagi masyarakat terhadap produk perawatan kulit (*skincare*) berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

2.1.2.2 Misi

1. Memproduksi dan terus mengembangkan varian lini produk baru (*product line*) untuk menjawab segala jenis permasalahan kulit.

2. Menggunakan inovasi teknologi yang menggabungkan bahan aktif dan bahan alami (seperti ekstrak buah dan tumbuhan) yang ringan, aman, serta efektif untuk semua jenis kulit.
3. Memaksimalkan distribusi produk agar mudah dijangkau oleh berbagai kalangan di seluruh wilayah.

2.1.3 Logo Glad2Glow

Logo Glad2Glow menjadi salah satu identitas merek yang dipakai pada produk maupun media promosi perusahaan, sebagaimana terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

2.1.4 Serum Glad2Glow



Gambar 2.2 Varian Serum Glad2Glow
Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Glad2Glow menghadirkan beberapa varian serum yang masing-masing diformulasikan untuk mengatasi berbagai permasalahan kulit. Setiap varian mengandung kombinasi bahan aktif yang berbeda, sehingga memiliki manfaat yang disesuaikan dengan kebutuhan kulit konsumen. Berikut enam varian serum Glad2Glow, yaitu:

1. Centella Salicylic Acid Power Clear Acne Serum



Gambar 2.3 Centella Salicylic Acid Power Clear Acne Serum

Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Centella 2% Salicylic Acid Power Clear Acne Serum merupakan produk yang diformulasikan khusus untuk kulit berjerawat. Produk ini mengandung kombinasi 2% *Salicylic Acid*, *Centella Asiatica*, *Niacinamide*, dan *Hyaluronic Acid*. Kombinasi tersebut digunakan untuk membantu mengatasi jerawat aktif sekaligus menjaga kelembapan kulit. Kandungan *Salicylic Acid* dalam produk menggunakan sistem pelepasan bertahap (*encapsulated salicylic acid*) sehingga bekerja secara lebih lembut dalam membantu membersihkan pori-pori yang tersumbat. Serum ini cocok untuk kulit berminyak, kombinasi, serta kulit yang rentan berjerawat. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu mengurangi jerawat aktif.

- b. Membantu membersihkan pori-pori yang tersumbat.
- c. Membantu mengontrol minyak berlebih.
- d. Membantu menyamarkan bekas jerawat.
- e. Membantu meredakan kemerahan akibat peradangan.
- f. Membantu menjaga dan memperkuat skin barrier.

2. Pomegranate 10% Niacinamide Power Bright Serum



Gambar 2.4 Pomegranate 10% Niacinamide Power Bright Serum

Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Pomegranate 10% Niacinamide Power Bright Serum merupakan produk yang diformulasikan untuk membantu mengatasi masalah kulit kusam, warna kulit tidak merata, dan hiperpigmentasi ringan. Produk ini mengandung 10% Niacinamide yang dipadukan dengan ekstrak Pomegranate atau buah delima yang kaya antioksidan. Serum ini cocok untuk berbagai jenis kulit, terutama kulit kusam dan memiliki bekas jerawat. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu mencerahkan kulit wajah.
- b. Membantu menyamarkan bekas jerawat.
- c. Membantu meratakan warna kulit.
- d. Membantu mengurangi tampilan kulit kusam.

- e. Membantu menjaga kelembapan kulit.
- f. Membantu menjaga lapisan pelindung kulit.

3. AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution



Gambar 2.5 AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution

Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution merupakan produk eksfoliasi kimia (chemical exfoliant) yang dirancang untuk membantu mengangkat sel kulit mati dan mendukung proses regenerasi kulit. Produk ini memadukan tiga jenis bahan eksfoliasi, yaitu Alpha Hydroxy Acid (AHA), Beta Hydroxy Acid (BHA), dan Polyhydroxy Acid (PHA). Serum ini tidak digunakan setiap hari, melainkan sekitar 1–2 kali dalam seminggu dan kemudian dibilas sesuai petunjuk penggunaan. Apabila digunakan pada siang hari, disarankan menggunakan sunscreen karena setelah proses eksfoliasi, kulit dapat menjadi lebih sensitif terhadap paparan sinar ultraviolet. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu mengangkat sel kulit mati.
- b. Membantu menghaluskan tekstur kulit.
- c. Membantu menyamarkan tampilan pori-pori.
- d. Membantu mengurangi komedo hitam.

- e. Membantu mencerahkan kulit wajah.
- f. Membantu mendukung proses regenerasi kulit.

4. Yuja Symwhite 377 Dark Spot Serum



Gambar 2.6 Yuja Symwhite 377 Dark Spot Serum

Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Yuja Symwhite 377 Dark Spot Serum merupakan produk yang diformulasikan untuk membantu mengatasi hiperpigmentasi, flek hitam, dan bekas jerawat. Produk ini mengombinasikan Yuja Extract (Jeruk Yuja) dengan Symwhite® 377. Kombinasi tersebut bekerja membantu mencegah pembentukan melanin sehingga noda hitam pada kulit dapat tersamarkan. Serum ini cocok untuk kulit yang memiliki masalah flek hitam, hiperpigmentasi, maupun warna kulit yang tidak merata. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu memudahkan *dark spot*.
- b. Membantu mengurangi bekas jerawat.
- c. Membantu mencerahkan kulit.
- d. Membantu meratakan warna kulit.
- e. Membantu menjaga kondisi kulit tetap sehat dari paparan radikal bebas.

5. Peach Retinol Serum



Gambar 2.7 Peach Retinol Serum
Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Peach Retinol Serum merupakan serum yang dirancang khusus untuk perawatan anti-aging. Produk ini membantu mendukung regenerasi kulit dan mengurangi tanda-tanda penuaan dini. Kandungan produk ini terdiri atas Retinol yang dikombinasikan dengan ekstrak Peach (buah Persik) yang mengandung vitamin dan antioksidan. Penggunaan serum ini dianjurkan pada malam hari, dimulai secara bertahap yaitu 2–3 kali seminggu, dan menyesuaikan frekuensi penggunaan berdasarkan toleransi kulit. Pada siang hari, penggunaan sunscreen diperlukan. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu mengurangi garis-garis halus.
- b. Membantu mengurangi kerutan.
- c. Membantu memperbaiki tekstur kulit.
- d. Membantu mengatasi bekas jerawat.
- e. Membuat permukaan kulit tampak lebih halus.
- f. Membantu menjaga elastisitas kulit.

6. Jeju Tangerine Vita C Power Bright Glow Serum



Gambar 2.8 Jeju Tangerine Vita C Power Bright Glow Serum

Sumber: Instagram Glad2Glow (2026)

Jeju Tangerine Vita C Power Bright Glow Serum merupakan serum yang diformulasikan untuk membantu mencerahkan kulit. Produk ini memanfaatkan ekstrak Jeju Tangerine sebagai sumber Vitamin C alami yang ditujukan untuk membantu meningkatkan tampilan kulit agar terlihat lebih cerah dan bercahaya. Serum ini cocok digunakan pada kulit normal, kering, kombinasi, maupun kulit kusam yang membutuhkan perawatan kulit untuk meningkatkan tampilan cerah dan *glowing*. Manfaat serum ini meliputi:

- a. Membantu mencerahkan wajah.
- b. Membantu memberikan tampilan kulit yang lebih *glowing*.
- c. Membantu mengurangi tampilan kulit kusam.
- d. Membantu menyamarkan noda hitam.
- e. Membantu menjaga elastisitas kulit.
- f. Membantu melindungi kulit dari paparan radikal bebas.

2.2 Gambaran Identitas Responden

Penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*, yang dipilih karena cara memilih sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian. Responden yang terlibat adalah konsumen yang pernah membeli serum Glad2Glow melalui Shopee, menggunakan produk tersebut dalam 3 (tiga) bulan terakhir, serta berdomisili di Kota Semarang. Secara keseluruhan, penelitian ini melibatkan 100 responden.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut. Tujuan ini adalah untuk mengetahui karakteristik responden sekaligus mendukung proses analisis selanjutnya. Karakteristik responden kemudian dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendapatan atau uang saku, frekuensi pembelian ulang, serta varian serum Glad2Glow yang paling sering dibeli.

2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokkan berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk melihat komposisi responden penelitian.

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	82	82%
Laki-laki	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.1 memperlihatkan bahwa dari keseluruhan 100 responden, sebanyak 82 responden (82%) adalah perempuan, sementara 18 responden (18%) adalah laki-laki. Komposisi tersebut menandakan bahwa responden penelitian didominasi oleh kelompok perempuan.

2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan berdasarkan usia dilakukan untuk melihat distribusi umur responden dalam penelitian.

Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
17-20 tahun	20	20%
21-25 tahun	72	72%
26-30 tahun	6	6%
> 31 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.2 memperlihatkan bahwa kelompok berusia 21–25 tahun menjadi kelompok terbesar dengan jumlah 72 responden (72%). Selanjutnya, kelompok berusia 17–20 tahun berjumlah 20 responden (20%), usia 26–30 tahun berjumlah 6 responden (6%), serta usia di atas 31 tahun berjumlah 2 responden (2%). Data tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden berada dalam usia 21–25 tahun, yang tergolong usia dewasa muda atau usia produktif.

2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Pengelompokan berdasarkan domisili bertujuan melihat persebaran responden di wilayah Kota Semarang.

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Presentase (%)
Semarang Barat	18	18%
Semarang Selatan	13	13%
Semarang Tengah	5	5%
Semarang Timur	2	2%
Semarang Utara	0	0%
Banyumanik	8	8%
Candisari	3	3%
Gajahmungkur	7	7%
Genuk	2	2%
Gunungpati	25	25%
Mijen	1	1%
Ngaliyan	2	2%
Pedurungan	1	1%
Tembalang	9	9%
Gayamsari	2	2%
Tugu	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.3 memperlihatkan responden yang tersebar di berbagai kecamatan Kota Semarang, dengan Kecamatan Gunungpati mencatatkan jumlah terbanyak, yaitu 25 responden (25%). Selanjutnya, Semarang Barat terdapat 18 responden (18%), Semarang Selatan 13 responden (13%), Tembalang 9 responden (9%),

Banyumanik 8 responden (8%), Gajahmungkur 7 responden (7%), Semarang Tengah 5 responden (5%), dan Candisari 3 responden (3%).

Sementara itu, Semarang Timur, Genuk, Ngaliyan, Gayamsari, dan Tugu masing-masing terdapat 2 responden (2%). Mijen dan Pedurungan masing-masing terdapat 1 responden (1%), dan tidak ada satu pun responden berasal dari Kecamatan Semarang Utara. Dengan demikian, konsentrasi responden terbesar berasal dari Kecamatan Gunungpati.

2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Klasifikasi berdasarkan pekerjaan dilakukan guna melihat latar belakang pekerjaan responden penelitian.

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	62	62%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	1	1%
Pegawai Swasta	23	23%
Ibu Rumah Tangga	4	4%
Wirausaha	4	4%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.4, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa, yakni 62 responden (62%). Selanjutnya, pegawai swasta terdapat 23 responden dan pekerjaan lainnya terdapat 6 responden (6%). Ibu rumah tangga dan wirausaha masing-masing terdapat 4 responden (4%). Pegawai Negeri Sipil

(PNS) terdapat 1 responden (1%). Data ini menegaskan bahwa responden penelitian didominasi kalangan pelajar atau mahasiswa.

2.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

Pengelompokkan berdasarkan pendapatan atau uang saku bertujuan untuk melihat kondisi ekonomi responden dalam penelitian.

Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

Pendapatan/Uang Saku	Jumlah	Presentase (%)
< 1.000.000	37	37%
Rp1.000.000 – Rp3.000.000	48	48%
Rp3.000.001 – Rp5.000.000	12	12%
Rp5.000.001 – Rp7.000.000	3	3%
> Rp7.000.001	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.5, kelompok pendapatan atau uang saku Rp1.000.000–Rp3.000.000 menjadi kelompok terbesar, dengan 48 responden (48%). Berikutnya, pendapatan atau uang saku kurang dari Rp1.000.000 terdapat 37 responden (37%), pendapatan Rp3.000.001–Rp5.000.000 terdapat 12 responden (12%), dan pendapatan Rp5.000.001–Rp7.000.000 terdapat 3 responden (3%). Sementara itu, tidak terdapat responden dengan pendapatan lebih dari Rp7.000.001. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan atau uang saku Rp1.000.000–Rp3.000.000.

2.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ulang Serum Glad2Glow melalui Shopee

Pengelompokkan berdasarkan frekuensi pembelian ulang serum Glad2Glow melalui Shopee oleh responden dalam penelitian.

Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ulang Serum Glad2Glow melalui Shopee

Frekuensi Pembelian Ulang	Jumlah	Presentase (%)
1 kali	30	30%
2-3 kali	47	47%
4-5 kali	13	13%
> 5 kali	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.6 memperlihatkan bahwa mayoritas responden membeli kembali serum Glad2Glow sebanyak 2-3 kali, yaitu 47% responden (47%), Selanjutnya, responden yang baru membeli 1 kali terdapat 30 orang (30%), responden dengan frekuensi pembelian 4-5 kali terdapat 13 orang (13%), dan responden yang membeli lebih dari 5 kali terdapat 10 orang (10%).

Sementara itu, frekuensi pembelian lebih dari 5 kali menjadi kelompok dengan jumlah responden paling sedikit, yakni hanya 10 responden (10%). Dengan demikian, mayoritas responden tergolong konsumen yang sudah melakukan pembelian ulang, namun sebagian besar masih berada pada tahap awal loyalitas dengan frekuensi pembelian 2-3 kali, belum banyak yang menjadi pembeli sangat rutin dengan frekuensi di atas 5 kali.

2.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Varian yang Sering Dibeli

Pengelompokkan berdasarkan varian serum dilakukan untuk melihat varian serum Glad2Glow yang sering dibeli oleh responden dalam penelitian.

Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Varian Serum yang Sering Dibeli

Varian Serum yang Sering Dibeli	Jumlah	Presentase (%)
Centella Salicylic Acid Power Clear Acne Serum	10	10%
Pomegranate 10% Niacinamide Power Bright Serum	28	28%
AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution	35	35%
Yuja Symwhite 377 Dark Spot Serum	6	6%
Peach Retinol Serum	17	17%
Jeju Tangerine Vita C Power Bright Glow Serum	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Tabel 2.6 memperlihatkan bahwa AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution menjadi varian yang paling banyak dibeli responden, yaitu 35 orang (35%). Selanjutnya, Pomegranate 10% Niacinamide Power Bright Serum terdapat 28 responden (28%), Peach Retinol Serum terdapat 17 responden (17%), Centella Salicylic Acid Power Clear Acne Serum terdapat 10 responden (10%), dan Yuja Symwhite 377 Dark Spot Serum dipilih oleh 6 responden (6%).

Sementara itu, Jeju Tangerine Vita C Power Bright Glow Serum menjadi varian dengan jumlah pembelian terendah, yakni hanya 4 responden (4%). Dengan demikian, varian yang paling sering dibeli responden adalah AHA BHA PHA Intensive Peeling Solution.