

BAB II

PROFIL DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SKINTIFIC

2.1 Profil Perusahaan Skintific

Skintific merupakan *brand* produk kecantikan yang baru masuk ke pasar Indonesia yang pada awalnya dikembangkan dan diformulasikan di Kanada. *Brand* yang memiliki kepanjangan *Skin* dan *Scientific* ini awal mula didirikan oleh Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke yang pertama kali dipasarkan di Oslo, Norwegia pada tahun 1957. Skintific dikenal sebagai *brand* yang berfokus pada produk kecantikan yang dapat memperbaiki *skin barrier* atau struktur kulit terluar.

Sesuai dengan klaimnya, produk-produk perawatan kulit dari Skintific diformulasikan menggunakan bahan-bahan aktif murni seperti *ceramide* dan bahan aktif lain yang baik dan aman digunakan untuk semua jenis kulit sampai dengan jenis kulit sensitif. Pemilik dari *brand* Skintific ini memiliki tujuan untuk bisa menciptakan produk perawatan kulit yang pintar dan diformulasikan secara cerdas oleh ilmuwan-ilmuwan dari Kanada dengan menggunakan teknologi yang canggih yaitu teknologi TTE atau *Trilogy Triangle Effect*. Setelah terus mengembangkan formulasi untuk produk perawatan kulit dengan perjalanan bertahun-tahun, Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke pada akhirnya berhasil meraih keuntungan yang besar dari bisnis tersebut. Keduanya berhasil meraih omzet yang jumlahnya mencapai EUR 13 juta atau jika dirupiahkan senilai Rp. 216 milyar.

Dengan pencapaian yang besar tersebut, pada akhirnya kedua pemilik Skintific ini memutuskan untuk melebarkan bisnisnya hingga dipasarkan ke luar negeri termasuk ke Indonesia. *Brand* Skintific ini pertama kali mulai dipasarkan di Indonesia pada bulan Agustus 2021 lalu. Pada awal kemunculannya di Indonesia, Skintific hanya memasarkan beberapa

produknya seperti toner wajah, pembersih wajah, pelembab, masker wajah, dan serum. Namun, seiring dengan terus meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap produk kecantikan dari Skintific hingga saat ini, produk-produk yang dipasarkan oleh *brand* ini pun semakin beragam.

Meski harga dari setiap produk brand Skintific cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan produk-produk kecantikan lokal di Indonesia, yaitu berkisar antara Rp. 80.000 sampai dengan Rp. 300.000, namun peminat dari *brand* Skintific tetap selalu mengalami peningkatan karena manfaat dan keuntungan yang ditawarkan oleh *brand* ini. Keuntungan-keuntungan dari produk Skintific yang bisa didapatkan oleh konsumen berdasarkan klaim dan ulasan dari pengguna produk Skintific di internet yaitu mampu mengatasi permasalahan kulit dengan cara memperbaiki dan melindungi *skin barrier* pada kulit wajah secara efektif. Beberapa produknya bahkan berfungsi untuk mencerahkan kulit wajah dan juga memperbaiki tekstur kulit wajah.

2.2 Strategi Pemasaran

Skintific yang termasuk pendatang baru dalam industri produk kecantikan di Indonesia tentu saja harus aktif dalam menerapkan strategi pemasaran. Mengikuti perkembangan jaman dan persaingan dalam memasarkan produk kecantikan, Skintific pada akhirnya menggunakan strategi pemasaran yang berbasis pada *digital marketing* untuk memasarkan produknya. Beberapa *platform* yang digunakan oleh Skintific dalam melakukan kegiatan *digital marketing* adalah sebagai berikut:

2.2.1 Media Sosial

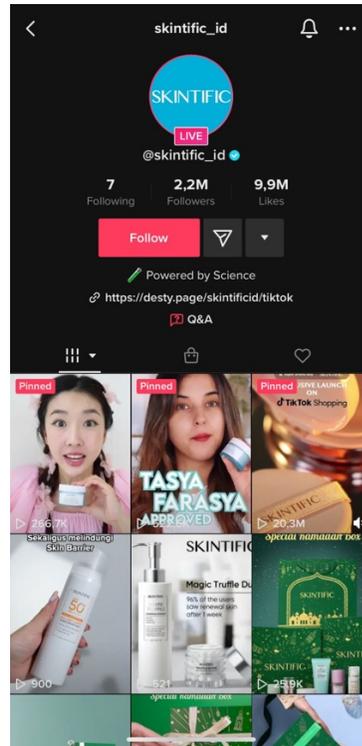
Saat ini media sosial tentunya telah menjadi media *online* yang paling banyak dituju oleh pebisnis dan perusahaan untuk memasarkan produknya. Hal tersebut dikarenakan oleh semakin meningkatnya pengguna dari media sosial itu sendiri dari berbagai kalangan. Beberapa media sosial yang dimanfaatkan oleh Skintific untuk memasarkan produknya yaitu:

- TikTok

Media sosial yang paling aktif digunakan oleh Skintific yaitu TikTok, dikarenakan media sosial ini dinilai mampu menyebarkan informasi lebih cepat dari media sosial lain dan juga memiliki tingkat penyebaran iklan yang tinggi dan lebih luas. Saat ini akun TikTok dari Skintific, @skintific_id memiliki pengikut sebesar 2,2 Juta pengikut. Melalui media sosial TikTokia, Skintific telah berhasil memperkenalkan produk-produknya sebagai *brand* produk kecantikan pendatang baru kepada masyarakat Indonesia. Bahkan, salah satu produknya yaitu 5x Ceramide Moisturizer sempat viral di media sosial TikTok yang pada akhirnya mendapatkan penghargaan sebagai “*Moisturizer Terbaik*” pada event TikTok Live Awards 2022. Selain penghargaan tersebut, Skintific juga meraih penghargaan sebagai “*Brand Pendatang Baru Terbaik 2022*” pada TikTok Live Awards 2022.

Melalui salah satu fitur dari media sosial TikTok yaitu TikTok *shop*, Skintific aktif memasarkan produknya dengan berbagai promosi penjualan yang diberikan. Hal tersebut membuahkan hasil yang pada akhirnya membuat salah satu produk dari Skintific meraih penjualan terbesar pada TikTok *shop* pada tahun 2022.

Gambar 2.1
Akun Media Sosial TikTok dari Skintific



Sumber:

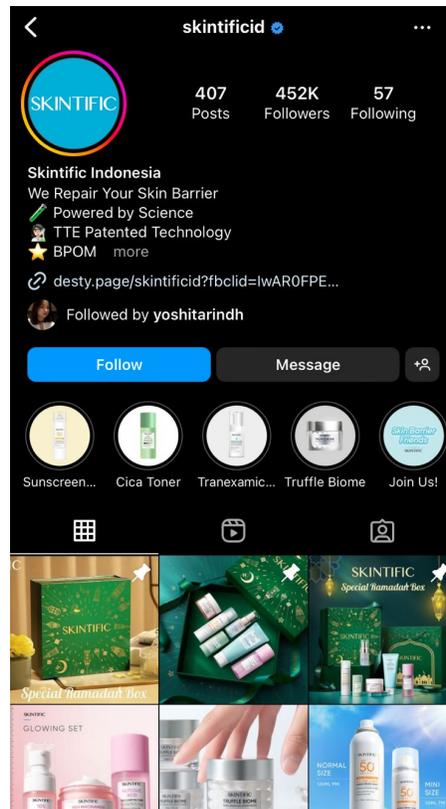
https://www.tiktok.com/@skintific_id? t=8byamwnICyA& r=1

- Instagram

Selain melalui TikTok, media sosial lain yang digunakan oleh Skintific yaitu media sosial Instagram. Skintific memanfaatkan akun media sosial Instagramnya @skintificid untuk memberikan informasi mengenai produk-produknya, mulai dari informasi mengenai manfaat dan keunggulan dari setiap produknya hingga promo-promo yang bisa didapatkan oleh khalayak melalui *platform* seperti TikTok *shop* ataupun *e-commerce* lain. Saat ini, pengikut dari akun media sosial Instagram Skintific mencapai 452 ribu pengikut.

Gambar 2.2

Akun Media Sosial Instagram dari Skintific



Sumber:

<https://instagram.com/skintificid?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

2.2.2 E-commerce

E-commerce merupakan *platform* yang pasti digunakan oleh segala macam *brand* dalam memasarkan produknya di era *digital* seperti saat ini. Di Indonesia sendiri terdapat dua *e-commerce* besar yang menguasai pasar, yaitu Shopee dan Tokopedia. Tak terkecuali, Skintific tentunya juga memiliki akun yang digunakan untuk memasarkan produk-produknya pada dua *e-commerce* tersebut.

- Shopee

Shopee yang termasuk *e-commerce* terbesar di Asia tentu saja digunakan oleh Skintific sebagai platform untuk memasarkan produk-produknya dengan berbagai macam bentuk promo yang ditawarkan. Melalui Shopee, Skintific telah berhasil membuat produk-produknya meraih penghargaan TOP 1 Beauty Category dengan penjualan produk kecantikan terbanyak. Pada *platform* Shopee, Skintific memiliki sebanyak 3,2 juta pengikut dan penilaian yang tinggi dengan bintang 4.9/5.0.

Gambar 2.3

Akun *e-commerce* Shopee dari Skintific



Sumber: <https://shp.ee/jymvbkp>

- Tokopedia

Selain Shopee, Tokopedia yang juga merupakan *e-commerce* terbesar di Indonesia digunakan oleh Skintific untuk memasarkan produk-produknya sama seperti di platform lain. Bahkan, penghargaan yang berhasil didapatkan oleh Skintific pada *platform* Tokopedia pun sama seperti yang telah didapatkan pada *platform* Shopee, yaitu TOP 1 Beauty Category dengan penjualan produk kecantikan terbanyak. Pada *platform* Tokopedia, Skintific memiliki peringkat *rating* yang sempurna yaitu 5.0/5.0 dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi sebesar 99%.

Gambar 2.4

Akun *e-commerce* Tokopedia dari Skintific



Sumber: <https://tokopedia.link/9PpuWx15szb>