

BAB II

WHITELAB DAN TARGET KONSUMEN YANG MERUPAKAN GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL

2.1 Whitelab sebagai Perusahaan Skincare di Indonesia

Menurut entrepreneur.bisnis.com Whitelab merupakan salah satu perusahaan perawatan kulit yang terkenal di Indonesia. Fokus utama perusahaan ini yakni menawarkan solusi bagi konsumen yang memiliki permasalahan kulit wajah. Whitelab menjual berbagai macam produk perawatan kulit untuk semua jenis kulit yang dimiliki perempuan Indonesia. Produk yang dijual Whitelab diantaranya ada serum, masker wajah, serum untuk tubuh, sabun cuci muka, sabun jerawat, toner, krim siang, krim malam, dan pelembab. Setiap tahunnya Whitelab terus berupaya memenuhi kebutuhan pasar. Menurut laporan Compass.co pada tahun 2022, pendapatan penjualan yang diperoleh Whitelab adalah sebanyak Rp 25 miliar. Hal ini menjadikan Whitelab sebagai salah satu brand terlaris di Indonesia.

Whitelab menjadi salah satu perusahaan perawatan kulit yang dekat dengan konsumen. Whitelab terus berusaha mendengarkan aspirasi dan masukan dari konsumennya melalui media sosial yang dimiliki. Whitelab memiliki akun media sosial yang berisi informasi mengenai produk. Akun media sosial Whitelab diantaranya ada di Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube. Semua akun dikelola oleh Whitelab sehingga konsumen dapat dengan mudah menjangkau produk Whitelab. Selain dapat menjangkau produk dengan mudah, konsumen juga bisa langsung membeli produk di media sosial, *website*, maupun di *marketplace*.

Sejak awal terbentuknya Whitelab, telah banyak konsumen yang menentukan pilihan kepada produk ini. Terbukti pada penjualan Whitelab yang terus meningkat setiap tahunnya. Untuk terus menjangkau konsumen yang lebih besar, Whitelab menggunakan *brand ambassador* atau duta merek dalam mempromosikan produknya. Pada tahun 2022, Whitelab memilih anggota

boygroup asal Korea Selatan, Sehun sebagai duta merek. Antusias konsumen sangat tinggi sehingga pada tahun itu menurut Kompas.co, penjualan Whitelab naik dari Rp 1,96 miliar menjadi Rp 25 miliar. Keberadaan duta merek tentu menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan, sehingga Whitelab terus berupaya membangun kepercayaan dengan konsumen melalui kerjasama dengan menggandeng duta merek. Selain digemari karena duta mereknya, kualitas produk Whitelab juga tidak bisa ditinggalkan begitu saja. Whitelab terus berupaya berinovasi agar produk Whitelab bisa diterima semua kalangan.

Produk Whitelab berfokus untuk mengatasi berbagai macam permasalahan kulit, seperti kulit kering, berminyak, berjerawat, dan kulit sensitif. Untuk itu Whitelab menggunakan bahan yang sesuai dengan kebutuhan kulit konsumennya. Whitelab menawarkan produk beragam ada yang mencerahkan, menghilangkan jerawat, mengatasi kulit kusam, memperbaiki struktur kulit yang rusak, menyehatkan serta menutrisi kulit. Semua produk dapat dipilih dan digunakan oleh konsumen Whitelab sesuai dengan tipe jenis kulitnya.

Tidak hanya berfokus pada kualitas produk, Whitelab juga sangat peduli dan menjaga hubungan antara perusahaan dengan konsumennya. Whitelab sering mengadakan *event* yang bisa diikuti oleh konsumen. Selain bisa menampung aspirasi konsumen secara langsung, *event* juga dimanfaatkan oleh Whitelab agar bisa lebih dekat lagi dengan konsumennya. Pada tahun 2023, Whitelab mengadakan *event* kelas kecantikan dengan mengundang anak berkebutuhan khusus dan ibunya. *Event* ini sukses digelar dan sangat diapresiasi oleh semua pihak.

2.2 Generasi Z dan Generasi Milenial sebagai Target Market Whitelab

Menurut Investopedia target market merupakan sekelompok orang yang paling memungkinkan untuk membeli produk perusahaan. Target market Whitelab yaitu sekelompok orang yang paling memungkinkan untuk membeli produk Whitelab. Menurut mtarget.co target market Whitelab yakni perempuan berusia 20 hingga 35 tahun. Usia ini termasuk kedalam golongan

Gen Z dan Generasi Milenial. Menurut survei Populix, Gen Z dan Milenial cenderung memiliki kesamaan perilaku, Keduanya sama-sama gemar menghabiskan waktu untuk berbelanja, terutama berbelanja secara daring. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Whitelab untuk melakukan pendekatan kepada Gen Z dan Generasi Milenial.

Salah satu hal yang dapat dilakukan Whitelab yaitu dengan membuka toko daring seperti yang telah dilakukan oleh Whitelab saat ini. Whitelab menjual produknya secara daring melalui media sosial, *website* dan berbagai *marketplace* yang bisa dijangkau oleh Gen Z dan Generasi Milenial kapanpun mereka mau. Perilaku target market Whitelab yang tidak dapat terlepas dari media sosial, dapat dimanfaatkan oleh Whitelab misalnya dengan melakukan iklan di media sosial dan menambah jumlah iklan media sosial untuk menarik target marketnya.

Menurut Brain Academy, Gen Z dikenal sangat menyukai dan dekat dengan teknologi. Pada kegiatan sehari-hari Gen Z tidak jauh dari seputar media sosial. Untuk itu penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan media sosial yang ada demi menarik minat Gen Z. Selain dekat dengan teknologi, Gen Z dikenal sebagai pribadi yang kreatif dan kebanyakan Gen Z bekerja dalam lingkup yang kreatif pula. Untuk itu Whitelab bisa memanfaatkan hal ini dengan melakukan pendekatan secara kreatif misalnya dengan melakukan peluncuran produk sekaligus mengundang orang dari industry kreatif seperti influencer dan pembuat konten, untuk menarik minat Gen Z. Selain itu Gen Z cenderung lebih terbuka dan mau menerima perubahan, hal ini dapat dimanfaatkan Whitelab dengan mengadakan kampanye perubahan atau membuat gerakan perubahan positif sesuai minat gen Z.

Selanjutnya Gen Milenial, gen ini tidak jauh berbeda dengan Gen Z. Milenial dikenal dekat dengan media sosial dan lebih percaya terhadap ulasan yang dibagikan secara publik sehingga Whitelab dapat memperbanyak melakukan kerja sama dengan orang yang berpengaruh di bidang kecantikan untuk melakukan ulasan produk Whitelab kemudian dibagikan di media sosial

agar Generasi Milenial percaya produk Whitelab dan memiliki keinginan untuk membeli produk Whitelab tersebut.