

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wajah merupakan suatu bagian tubuh pada manusia, yang meliputi dahi hingga dagu. Selain itu, wajah merupakan salah satu bagian pusat perhatian bagi setiap orang dalam berkomunikasi. Oleh karenanya, bagi setiap orang harus peduli atau merawatnya. Salah satu cara untuk merawat wajah yaitu dengan menggunakan produk *skincare*.

Seiring perkembangan zaman, produk *skincare* semakin banyak jenisnya seperti *facial wash* (sabun pembersih wajah), *toner*, masker, serum, *essence*, pelembab hingga perawatan pada kulit yang bermasalah atau memiliki penyakit kulit, sehingga dalam menentukan produk yang hendak digunakan sangat sulit. Oleh karena jumlah dan jenis *skincare* yang banyak dan variatif sehingga sangat penting untuk memahami betul apa yang terkandung di dalamnya, apakah itu dalam hal penggunaan produk *skincare* dapat memberikan hasil yang maksimal bagi kulit, atau malah sebaliknya. Karena produk perawatan wajah bagi setiap orang tidak semuanya sama, produk *skincare* tersebut harus menyesuaikan dengan jenis kulit konsumen, sehingga menggunakan produk yang tidak tepat dapat lebih memperbanyak masalah pada kulit wajah. [1]

Produk *skincare* dapat menjadi kebutuhan sekunder bagi banyak wanita, begitupun dengan pria. Kulit wajah antara wanita dan pria memiliki jenis kulit yang sama, seperti kulit wajah yang normal, kering, berminyak, sensitif dan kulit wajah kombinasi. Namun yang membedakan antara keduanya yaitu seperti rambut pada wajah (kumis dan janggut), ketebalan kulit, kolagen, sebum, hingga pada tekstur wajah. Oleh karenanya, pria lebih membutuhkan jenis produk *skincare* yang khusus bagi pria, bukan *skincare* pada umumnya.

Meskipun pasar kosmetik di Indonesia masih didominasi perempuan, akan tetapi jika diperhatikan lebih dalam, pola merawat dan memperhatikan urusan diri (fashion dan fisik) bukan lagi hanya urusan wanita semata. Saat ini kecenderungan pola tersebut kini mulai bergeser pula pada pria. [2]

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang informasi global serta media riset penelitian Nielsen Indonesia 2013, menyatakan bahwa produk perawatan pria semakin meningkat, hal tersebut dibuktikan dengan penjualan perawatan pria naik signifikan sebesar 23% pria dari kalangan atas yang berdomisili di kota-kota besar [3]. Di sisi lain, jika ditinjau dari belanja iklan produk *face care* yang naik signifikan dari Rp.114 miliar tumbuh 134% menjadi Rp.266 miliar [3]. Lebih lagi, dibuktikan dengan munculnya berbagai variasi jenis merek dari Unilever Indonesia seperti, Pond's Men, Vaseline Men, Men's Biore, L'oreal Men Expert, Garnier Men hingga Nivea for Men.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal I-2020 pertumbuhan pasar kosmetik tumbuh 5,59%. Di tahun 2021 pertumbuhan pasar kosmetik ini juga, diproyeksikan dapat naik sebesar 7% [4]. Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan oleh MarkPlus & Co, bertajuk *Future of Men, Study in Indonesia*, memaparkan bahwa bagi pria sudah umum untuk memperbaiki dan perawatan terhadap diri mereka. Sebanyak 36.67% pria menghabiskan rata-rata Rp 1,1 – 2 juta per bulan untuk membeli produk-produk perawatan, bahkan sekitar 3,3% diantaranya ada yang menghabiskan lebih dari Rp 5 juta [5].

Hasil survei Maxus 3D tahun 2011 menunjukkan bahwa pada 5.000 pria Indonesia di lima kota besar, 41% pria Indonesia masih menggunakan produk perawatan wanita untuk merawat kesehatan wajahnya. Kebanyakan dari pria hanya menggunakan sabun pembersih wajah saja, bahkan kaum pria belum begitu paham tentang pentingnya pelembab dan perawatan wajah serta cara memilih perawatan wajah yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi kulitnya. Pada dasarnya perawatan kulit untuk wanita dan pria sangatlah berbeda. Pria cenderung menghasilkan banyak keringat karena cenderung lebih sering beraktivitas di dalam maupun di luar ruangan, sehingga memerlukan perawatan wajah lebih khusus terutama pembersih wajah yang diciptakan untuk kulit pria. [6]

Berbagai jenis produk sabun pembersih wajah mengalami perkembangan yang pesat, banyak dari jenis sabun pembersih wajah bermunculan dengan variasi merek dan harga yang berbeda-beda tergantung dari manfaat dan kegunaan produk itu, seperti digunakan untuk menghilangkan jerawat, mengangkat sel kulit mati,

mencerahkan kulit, mengangkat minyak yang berlebih hingga melembutkan kulit wajah. Selama ini, pasar kosmetik pria jauh lebih kompetitif dibandingkan wanita. Dimana Senior Brand Manager PT Beiersdorf Indonesia (produsen Nivea For men), Pratitis Adi Nugraha, mengatakan bahwa kaum pria di Indonesia sudah mulai peduli dengan penampilan, dalam hal ini mau merawat tubuh mereka demi meningkatkan kepercayaan diri. [7]

Berdasarkan berbagai data-data tersebut, maka tentunya pria cenderung membutuhkan produk perawatan wajah berupa sabun pembersih wajah. Hal tersebut didasarkan dengan tumbuhnya pasar kosmetik pria juga data penjualan produk pembersih wajah pria hingga munculnya berbagai variasi jenis merek dari sabun pembersih wajah pria yang beredar di pasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dr. Hari Darmawan Sp.KK melalui website SehatQ mengatakan bahwa sebelum memilih produk sabun pembersih wajah, faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis kulit, tipe sabun, manfaat & kegunaan, tekstur serta harga. Pemilihan jenis sabun pembersih wajah yang tidak sesuai dengan jenis kulit, dapat menimbulkan masalah kesehatan kulit wajah atau bisa berdampak buruk seperti iritasi, alergi, jerawat, hingga kerusakan pada kulit wajah. Agar dapat membantu konsumen pria dalam menyelesaikan setiap masalah yang dialami dan memberikan suatu rekomendasi pilihan yang tepat sesuai dengan jenis kulit, maka diperlukannya suatu sistem rekomendasi [8].

Penelitian yang telah dilakukan tentang analisa perbandingan metode *Multi-Objective Optimization on the basis of Ratio Analysis* (MOORA) dan *Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation* (PROMETHEE) dalam penentuan lokasi usaha. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa metode *Weighted Product* (WP) merupakan metode yang paling efektif dibandingkan metode MOORA dan PROMETHEE. Hal ini dikarenakan perhitungan metode WP jauh lebih mudah dan efektif dalam implementasinya serta mendapatkan hasil akurasi yang lebih tinggi diantara kedua metode tersebut. Metode WP mendapatkan nilai akurasi sebesar 99.99857%, yang disusul oleh metode MOORA dengan nilai 99.99779% dan diakhiri oleh metode PROMETHEE dengan nilai 99.99679%. [9]

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka metode WP dapat digunakan sebagai metode Sistem Pendukung Keputusan (SPK) untuk merekomendasikan sabun pembersih wajah pria. Agar sistem ini dapat bermanfaat bagi umum, maka sistem ini berbasis web dengan menggunakan alat bantu Ms. Visual Studio, teknologi ASP.NET MVC, bahasa pemrograman C#, dan basis data SQL Server. Sedangkan untuk menguji kinerja dari sistem ini, maka digunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan menggunakan perhitungan skala *likert* untuk memperoleh tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana cara membangun sebuah sistem rekomendasi sabun pembersih wajah pria berbasis web dengan metode *Weighted Product* yang tepat?
2. Bagaimana cara menentukan seberapa besar nilai tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem berdasarkan *Model End-User Computing Satisfaction* (EUCS)?

1.3 Batasan Masalah

Dalam memberikan suatu batasan agar tidak membuat penyimpangan dari rumusan ini, maka dilakukan pembatasan kasus ini, dengan membuat sistem rekomendasi produk sabun pembersih wajah pria berbasis web dengan metode *Weighted Product* yang terdiri dari:

1. Sistem ini akan merekomendasikan produk sabun pembersih wajah pria yang digunakan untuk menghilangkan jerawat, mengangkat sel kulit mati, mencerahkan kulit, mengangkat minyak yang berlebih hingga melembutkan wajah.
2. Sistem ini akan memberikan rekomendasi produk sabun pembersih wajah pria dari merek Pond's, Garnier, Clean & Clear, Nivea, Clorismen, MS Glow, Vaseline, L'Oreal, Acnes, Cetaphil, Himalaya, Erha, Kahf, dan Nu Amoorea. Data tersebut diambil dari situs Iprice, berikut merupakan tautan link <https://iprice.co.id/perawatan-kulit/pria/wajah/pembersih/?show-filter=1>.

3. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan produk sabun pembersih wajah pria adalah jenis kulit, tipe sabun, manfaat & kegunaan, tekstur serta harga. Data kriteria tersebut didapatkan berdasarkan hasil wawancara pakar dr. Hari Darmawan, Sp.KK juga melalui situs Iprice yang merupakan situs pembanding harga belanja produk *e-commerce* terpercaya di Indonesia yang berbasis di Malaysia dengan cakupan wilayah internasional.
4. Dalam penggunaan sistem, *user* dapat memasukkan data kriteria berupa jenis kulit, tipe sabun, manfaat & kegunaan, tekstur atau harga, untuk mendapatkan rekomendasi produk sabun pembersih wajah yang sesuai.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membangun sebuah sistem rekomendasi sabun pembersih wajah pria berbasis web dengan metode *Weighted Product* untuk memberikan pengetahuan serta merekomendasikan produk yang tepat bagi kulit wajah konsumen.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem rekomendasi sabun pembersih wajah pria berbasis web dengan metode *Weighted Product*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dampak yang diharapkan apabila tujuan penelitian ini tercapai adalah:

1. Untuk masyarakat, yaitu mempermudah pengguna dalam pemilihan produk sabun pembersih wajah pria yang sesuai dengan kebutuhan dan kulit wajah mereka masing-masing.
2. Untuk akademik, yaitu sebagai konstrubisi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya di bidang Informatika dalam mengimplementasikan salah satu metode SPK *Multi Criteria Decision Making*, yaitu *Weighted Product* untuk merekomendasikan produk sabun pembersih wajah pria dan mengembangkan alat bantu nya berupa aplikasi web.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terbagi menjadi 5 bagian, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang terkait dengan penelitian ini, seperti produk sabun pembersih wajah pria, sistem rekomendasi, metode *Weighted Product*, dan metode pengujian sistem yang digunakan.

Bab III Metodologi dan Perancangan

Bab ini berisi tentang metode penelitian, gambaran umum sistem yang diusulkan, metode pengumpulan data, dan perancangan sistem atau analisis dan desain sistem.

Bab IV Hasil dan Diskusi

Bab ini berisi tentang spesifikasi kebutuhan sistem, hasil implementasi sistem, dan pengujian sistem.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini.

