

## PERAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS: STUDI KASUS PADA INDUSTRI KECANTIKAN LIP TINT BARENBLISS

Fany Devi Tania<sup>1</sup>, Fauziah<sup>2</sup>, Ety Zuliawati Zed<sup>3</sup>

[fanydevitania@gmail.com](mailto:fanydevitania@gmail.com)<sup>1</sup>, [fauziah.fzh33@gmail.com](mailto:fauziah.fzh33@gmail.com)<sup>2</sup>, [ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### Abstrak

Inovasi produk memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah ketatnya persaingan industri, termasuk di sektor kecantikan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana inovasi produk dapat membantu perusahaan, dengan studi kasus pada lip tint Barenbliss, sebuah merek kecantikan asal Korea Selatan. Strategi pemasaran digital yang kreatif, termasuk penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan influencer, juga telah membantu membangun kesadaran merek dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan naratif untuk mengeksplorasi pengalaman sekitar melalui cerita yang dibagikan dan maknanya. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi inovasi yang efektif bagi perusahaan untuk memastikan produk mereka berkualitas tinggi dan tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan naratif, peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman dan perspektif terkait dengan inovasi produk. Penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan strategi yang adaptif, investasi berkelanjutan pada inovasi, serta kolaborasi dengan mitra lokal, Barenbliss memiliki potensi besar untuk mempertahankan posisinya di pasar kecantikan Indonesia yang kompetitif. Penelitian ini juga memberikan wawasan praktis bagi perusahaan-perusahaan lain dalam menghadapi tantangan serupa di pasar global.

**Kata Kunci:** Industri Kecantikan, Inovasi Produk, Daya Saing Bisnis.

### Abstract

*Product innovation plays an important role in enhancing a company's competitiveness in the face of intense industrial competition, including in the beauty sector. This study focuses on how product innovation can benefit a company, with a case study of Barenbliss lip tint, a beauty brand from South Korea. Creative digital marketing strategies, including the use of social media and collaborations with influencers, have also helped build brand awareness and consumer loyalty. This research uses a qualitative method with a narrative approach to explore experiences through shared stories and their meanings. The goal is to identify effective innovations for companies to ensure their products are of high quality and remain relevant in an increasingly competitive business environment. Through the narrative approach, the researcher can gain a deep understanding of experiences and perspectives related to product innovation. This study emphasizes the importance of innovation as a key factor in creating competitive advantages. With adaptive strategies, continuous investment in innovation, and collaboration with local partners, Barenbliss has significant potential to maintain its position in Indonesia's competitive beauty market. This research also provides practical insights for other companies facing similar challenges in the global market.*

**Keywords:** Beauty Industry, Product Innovation, Business Competitiveness.

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, persaingan bisnis semakin ketat di berbagai sektor industri, termasuk industri kecantikan. Salah satu faktor yang menjadi penentu keberhasilan perusahaan dalam menghadapi kompetisi tersebut adalah kemampuan untuk berinovasi, terutama dalam hal produk. Inovasi produk merupakan salah satu faktor terpenting bagi pemasar ketika memasarkan produknya, Inovasi meningkatkan nilai tambah produk, dan inovasi menciptakan produk baru yang dapat memberikan solusi lebih baik untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen (Dwi Putra & Ekawati, 2017). Dalam konteks industri kecantikan, di mana tren dan preferensi konsumen seringkali berubah dengan cepat, inovasi produk menjadi kunci penting untuk bertahan dan berkembang.

Trend dalam dunia kecantikan dan kosmetik kerap kali berubah-ubah, dan kaum wanita biasanya mengikuti perkembangan tersebut untuk menegaskan pandangan mereka tentang kecantikan individu. Selain itu, wanita juga memperhatikan ritual perawatan diri mereka demi meningkatkan rasa percaya diri. Hal ini bisa dilihat sebagai bentuk cinta kepada diri sendiri dengan merawat kesehatan kulit (Yosefine & Budiono, 2023) Kecenderungan dalam dunia kecantikan dan semangat masyarakat yang menggebu-gebutkan memicu pertumbuhan pesat sejumlah merek baru di sektor ini. Data dari BPOM mencatat peningkatan signifikan sebesar 20,6% pada industri kecantikan atau kosmetik di Indonesia dari tahun 2021 hingga Juli 2022. (Rifqy, Putri, & Juddi, 2023).

Salah satu contoh inovasi produk yang berhasil dalam industri kecantikan adalah lip tint Barenbliss. Produk lip tint ini tidak hanya menawarkan kualitas yang baik, tetapi juga menghadirkan inovasi dalam hal formula, kemasan, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan. Dengan mengadaptasi teknologi terkini dan memperhatikan kebutuhan konsumen, Barenbliss berhasil memanfaatkan inovasi untuk memperkuat posisinya di pasar kecantikan yang sangat kompetitif.

Berdasarkan survei tren kecantikan Jakarta 2022, lebih dari 50% wanita mengatakan riasan itu sangat penting. Mereka hanya menggunakan beberapa jenis produk riasan untuk merias wajahnya setiap hari. Banyak wanita yang hanya menginginkan tampilan riasan simpel sehingga tak sabar mencari rekomendasi lip tint terbaik untuk menunjang aktivitas sehari-hari.

Menurut riset Kompas mengenai Beauty Trends sendiri menyatakan bahwa industri ini diprediksi terus meningkat hingga tahun 2025 salah satunya ialah brand luar negeri dari korea selatan yaitu Barenbliss yang biasa disingkat BnB



Gambar 1.

Sumber : [Compass.co.id/2022](https://compass.co.id/2022)

Data dashboard Kompas mengungkapkan, Barenbliss memperoleh penghasilan Rp 793,5 juta pada akhir tahun 2022, tepatnya periode 16 Desember hingga 31 Desember 2022. 9969 lip tint laris manis di e-commerce. Merek Korea ini juga memperoleh pangsa 13,9%.

Pada akhir tahun 2023 juga produk Barenbliss menjadi peringkat pertama untuk penjualan terbanyak pada platform e-commerce kategori lip tint sebesar 10.3%, disusul oleh produk luxcrime 3,5% dan ketiga focallure 1.5%. Hal ini menjadi konsen perusahaan dikarenakan produk luar bisa bersaing dengan produk local pada kategori dunia kecantikan



Gambar 2.

Sumber : Compass.co.id/2023

Menurut informasi yang diperoleh dari website resmi Barenbliss mempunyai arti tersendiri dari singkatan BnB atau B+N+B yakni Bare Essentials yaitu sudah teruji dermatologis untuk evaluasi efektivitas dan keamanan semua komposisi produk dengan permukaan kulit, yang kedua yaitu Nature Inspired yakni mengeksplorasi bahan-bahan vegan yang berasal dari alam. Lalu Bliss Moment dimana menciptakan suasana yang menyenangkan ketika merasakan cantik dalam diri sendiri dengan aroma yang segar dan design yang memberikan aura positif.

Namun, pada periode kuartal ke 3 tepatnya pada tanggal 8 - 14 agustus 2024 Barenbliss menempati posisi keempat berdasarkan jumlah produk terjual, dengan pangsa pasar sebesar 7,2% posisi ini dibawah Wardah (33,5%) O.Two.O (19,8%) dan Sea Makeup (19,9%) hal ini menunjukkan bahwa mereka harus menghadapi persaingan ketat untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pangsa pasar.



Gambar 3.

Sumber : *Compass.co.id/2024*

Dengan adanya banyak produk beauty lip tint dari berbagai brand perlu adanya strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan penjualan baik di e-commerce maupun offline store. Selain itu, inovasi produk memainkan peran penting dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, produk yang inovatif tidak hanya membangkitkan minat konsumen namun juga dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan dari produk pesaing.

Banyak perusahaan yang mengalami kesulitan pada menerapkan penemuan secara efektif, baik kurangnya asal daya, budaya organisasi yang mendukung, juga kurangnya pemahaman tentang pasar & kebutuhan konsumen, Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menyelidiki peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing Perusahaan di pasar global. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai inovasi dan daya saing, masih terdapat kekurangan perhatian pada hubungan spesifik antara inovasi produk dan kesuksesan Perusahaan dalam konteks pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi produk dan dampaknya terhadap daya saing, diharapkan penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi Perusahaan untuk meningkatkan daya saing dalam bisnis.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif dengan pendekatan naratif, dimana peneliti berfokus pada pengalaman individu melalui cerita-cerita yang mereka sampaikan. Penelitian naratif merupakan suatu kajian yang mengeksplorasi pengalaman individu melalui narasi yang mereka bagikan, serta makna yang terkandung dalam pengalaman tersebut James Schreiber and Kimberly Asner-Self 2011 (Nugrahani, 2014). Narasi merupakan pendekatan penelitian dalam ilmu sosial yang menekankan pada pemahaman identitas serta pandangan seseorang melalui berbagai kisah yang mereka ceritakan setiap hari. Penelitian ini bertujuan untuk

mengidentifikasi inovasi-inovasi yang dapat membantu perusahaan-perusahaan dalam menjaga kualitas produk mereka agar tetap berdaya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Lawitani dkk, 2024).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis**

Salah satu inovasi utama dari lip tint Barenbliss adalah teksturnya yang ringan dan mudah menyatu dengan bibir, memberikan efek natural yang diinginkan banyak pengguna. Dengan mengutamakan pengalaman pengguna, produk ini berhasil menarik perhatian konsumen yang lebih muda dan sadar akan tren. Penelitian pasar menunjukkan bahwa konsumen semakin mencari produk yang tidak hanya memberikan warna, tetapi juga merawat bibir mereka. Inovasi dalam formulasi lip tint yang mengandung bahan-bahan pelembap menjadi salah satu nilai jual utama produk ini. Inovasi produk memegang peran krusial dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama di industri makanan dan minuman. Dalam konteks yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menghadirkan produk baru, tetapi juga memperbaiki dan memodifikasi produk yang sudah ada. Hal ini memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen yang dinamis. Melalui inovasi, perusahaan dapat memperkenalkan produk-produk yang unik dan menarik, yang memenuhi tren pasar yang terus berkembang.

Kedua, pemasaran yang efektif juga berkontribusi pada keberhasilan inovasi produk ini. Barenbliss memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di platform tersebut. Kampanye pemasaran yang kreatif dan penggunaan influencer telah membantu meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen terhadap produk lip tint mereka. Sebagai hasilnya, Barenbliss mampu membangun komunitas penggemar yang setia dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, meningkatkan loyalitas merek.

Ketiga, pemasaran menggunakan brand ambassador artis-artis atau influencer dapat mempengaruhi penjualan seperti pemilihan Beby Tsabina & Ziva Magnolya, pemilihan brand ambassador juga tidak asal pilih melainkan dilihat dari following Instagram dan kontennya secara aktif membagikan kecintaan dan minatnya pada riasan melalui media social, termasuk saluran YouTube-nya. Di sana mereka sering berbagi tutorial mengenai make-up maupun skincare. Hasilnya, konten mereka sesuai dengan profil dan aktivitasnya. Selain mengajak artis-artis sebagai duta merek, Barenbliss juga memperkenalkan kepada publik salah satu produk bibir terbarunya yang diberi nama Apple Makes Adorable Mousse Tint. Ini adalah lip balm dengan teknologi film berbasis air, bubuk ultra-beludru, dan 8x bahan alami seperti biji apel, shea butter, minyak biji raspberry, dan vitamin E. Dengan kombinasi ini, lip balm ini menjaga bibir Anda tetap lembut dan halus sekaligus memberikan warna cerah (Surianto, 2024). Hal ini diperkuat dengan semakin mudahnya konsumen mengakses informasi tersebut melalui media apapun, tanpa dibatasi oleh batasan ruang dan waktu (Subandi & Sadono, 2018).

### **Strategi Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing pada Industri kecantikan lip tint barenbliss**

Dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks di pasar kecantikan, Barenbliss lip tint Indonesia perlu menerapkan strategi inovasi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saingnya. Pasar lip tint di Indonesia sangat kompetitif dengan banyaknya merek lokal dan internasional yang hadir, sehingga inovasi bukan hanya menjadi pilihan, tetapi sebuah keharusan untuk bertahan dan berkembang.

Salah satu strategi inovasi yang dapat diterapkan oleh Barenbliss adalah pengembangan produk yang berfokus pada kebutuhan konsumen. Dalam konteks ini, penting bagi Barenbliss untuk terus melakukan riset pasar guna memahami preferensi dan keinginan konsumen. Dengan cara ini, Barenbliss dapat menghadirkan varian lip tint yang tidak hanya menawarkan berbagai pilihan warna, tetapi juga memperhatikan aspek fungsional seperti ketahanan, kelembapan, dan keamanan bahan. Misalnya, produk yang mengandung bahan-bahan alami dan bebas dari bahan berbahaya akan menarik perhatian konsumen yang semakin sadar akan kesehatan dan keberlanjutan.



Gambar 4.

Sumber: *Compass.co.id/2024*

Pada gambar 4 infografik menunjukkan bahwa penjualan musim Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) tahun 2024, berdasarkan laporan dari Kompas Market Insight. Data ini memproyeksikan peningkatan signifikan dalam penjualan selama Harbolnas dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Grafik ini juga memperlihatkan nilai penjualan selama Harbolnas 2024 diproyeksi mengalami peningkatan yang lebih signifikan, yaitu sebesar +25,2% dibandingkan tahun sebelumnya.

Maka dari itu Harbolnas dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan penjualan dengan kontribusi besar terhadap kuantitas nilai perusahaan. Hal ini juga menunjukkan potensi besar bagi para pelaku industri untuk memanfaatkan periode Harbolnas guna meningkatkan penjualan.

Strategi pemasaran yang berbasis digital juga sangat penting dalam konteks inovasi. Barenbliss perlu memanfaatkan platform media sosial dan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Dengan menciptakan konten yang kreatif dan menarik, serta berkolaborasi dengan beauty influencer yang memiliki basis pengikut yang signifikan, Barenbliss dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen baru. Pendekatan ini tidak hanya efektif dalam memperkenalkan produk baru, tetapi juga dalam membangun komunitas yang setia di sekitar merek.

Inovasi dalam layanan pelanggan juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Barenbliss bisa mengimplementasikan sistem feedback yang responsif, di mana konsumen dapat memberikan masukan mengenai produk dan layanan. Dengan mendengarkan suara pelanggan, Barenbliss dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk memenuhi ekspektasi mereka. Selain itu, memberikan layanan purna jual yang baik, seperti program loyalitas dan promosi

khusus bagi pelanggan setia, akan membantu mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek.

Dalam hal kolaborasi, Barenbliss dapat menjajaki kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk universitas, lembaga riset, atau bahkan merek lain yang sejalan. Melalui kolaborasi ini, Barenbliss dapat menciptakan inovasi baru dalam produk atau kampanye pemasaran yang lebih menarik. Misalnya, kolaborasi dengan desainer lokal untuk menciptakan kemasan yang unik dan terbatas dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan buzz di media sosial.

Terakhir, peningkatan kualitas sumber daya manusia di dalam perusahaan juga menjadi aspek penting dalam strategi inovasi. Memastikan bahwa tim pemasaran, R&D, dan produksi memiliki keterampilan yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi baru akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan inovasi produk. Pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkala dapat membantu Strategi Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing Barenbliss Lip Tint di Indonesia.

### **Tantangan dalam Meningkatkan Tingkat Inovasi pada Industri kecantikan lip tint barenblis**

Sebagai merek luar yang beroperasi di pasar Indonesia, Barenbliss menghadapi berbagai tantangan dalam upayanya untuk meningkatkan tingkat inovasi dan daya saing produknya. Tantangan ini tidak hanya berasal dari lingkungan eksternal, tetapi juga dari faktor internal yang mempengaruhi kemampuan merek untuk beradaptasi dan berkembang di pasar yang dinamis.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi Barenbliss adalah perbedaan budaya dan preferensi konsumen. Setiap pasar memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi pilihan produk. Di Indonesia, konsumen cenderung lebih menyukai produk yang tidak hanya menarik dari segi estetika, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai lokal. Oleh karena itu, Barenbliss perlu melakukan riset mendalam untuk memahami selera dan kebutuhan pasar lokal. Meskipun produk Barenbliss mungkin telah sukses di pasar asalnya, adaptasi terhadap preferensi konsumen Indonesia menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing. Hal ini berarti mengembangkan produk yang tidak hanya inovatif, tetapi juga relevan dengan budaya dan kebiasaan konsumen Indonesia.

Tantangan lain yang signifikan adalah tingginya tingkat persaingan di industri kecantikan. Pasar lip tint di Indonesia sudah dikuasai oleh sejumlah merek lokal dan internasional yang menawarkan produk serupa. Dalam kondisi ini, Barenbliss harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang jelas melalui inovasi. Namun, menciptakan produk yang unik dan menonjol di antara banyaknya pilihan yang tersedia bukanlah hal yang mudah. Barenbliss perlu menginvestasikan sumber daya yang cukup untuk penelitian dan pengembangan, serta menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Terakhir, perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat di industri kecantikan juga menjadi tantangan tersendiri. Konsumen saat ini semakin cepat beralih dari satu tren ke tren lainnya, sehingga Barenbliss harus mampu beradaptasi dengan cepat. Inovasi yang lambat dapat membuat produk menjadi kurang relevan, sehingga penting bagi merek untuk tetap berada di garis depan tren dan melakukan inovasi secara berkelanjutan dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Barenbliss perlu mengembangkan strategi yang holistik dan adaptif. Menggali wawasan dari konsumen, berkolaborasi dengan mitra lokal, dan terus berinvestasi dalam inovasi produk akan menjadi langkah kunci untuk meningkatkan daya saing

merek di pasar Indonesia. Dengan pendekatan yang tepat, Barenbliss tidak hanya dapat mengatasi tantangan yang ada, tetapi juga memposisikan dirinya sebagai salah satu pemimpin dalam industri kecantikan di Indonesia.

#### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk memegang peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, khususnya di industri kecantikan. Barenbliss sebagai salah satu merek kecantikan internasional telah membuktikan bahwa melalui inovasi dalam formulasi produk, strategi pemasaran digital, kolaborasi dengan influencer, dan adaptasi terhadap kebutuhan konsumen, mereka mampu bersaing di pasar Indonesia yang kompetitif. Namun, keberhasilan ini tidak terlepas dari tantangan, seperti perbedaan budaya, tingginya persaingan, dan perubahan tren yang cepat.

Untuk terus bertahan dan berkembang, Barenbliss perlu mengembangkan strategi inovasi yang berfokus pada kebutuhan konsumen lokal, meningkatkan investasi pada riset dan pengembangan, serta memperkuat kolaborasi dengan mitra lokal. Dengan pendekatan yang adaptif dan inovatif, Barenbliss memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam industri kecantikan di Indonesia.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dwi Putra, M. C. (2017, Maret). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Penggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3).
- Kafah Dewantara Lawitani \*a, R. K. (2024). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan . *Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia* , Vol. 2, No. 1.
- Rifqy, F. J. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Shenina Cinnamon dan Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Barenbliss (bnb). *EProceedings of Management* , 10(6).
- Subandi, Z. E. (2018). Komoditas, Spasialis, dan Strukturasi Dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Pada Line Webtoon). *E-Jurnal Manajemen*.
- Surianto, M. V. (2024). Pengaruh Beby Tsabina sebagai Brand Ambassador dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Barenbliss.
- Yosefine, C. &. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli produk innisfree pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2) 277-286.