

zap Beauty Index 2019



CONTENTS

METHODOLOGY

03

LET'S TALK BEAUTY

04

BEAUTY BEYOND WORDS

15

BEAUTY IN ACTION

21

METHODOLOGY

Survey ini dilakukan pada bulan **Mei-Juni 2018** oleh **MarkPlus, Inc.** yang bekerjasama dengan **ZAP Clinic** melalui metode online survey khusus kepada wanita di seluruh Indonesia.



17.889

Responden

Kriteria Usia
<18 Tahun
> 65 Tahun

Latar Belakang Pekerjaan

Pelajar, Mahasiswi, Karyawati, Guru, Ibu Rumah Tangga,
 Psikolog, Pramugari, Makeup Artist, Arsitek,
 Chef, Hingga Pensiunan

Jumlah sampel serta keberagaman profil responden yang mengikuti survey ini diharapkan dapat mewakili suara wanita Indonesia dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan.

Let's Talk *Beauty*



Pada ***Let's Talk Beauty***, kami bertanya mengenai awal pertemuan para wanita Indonesia dengan beragam perawatan kecantikan yang saat ini mereka gunakan.

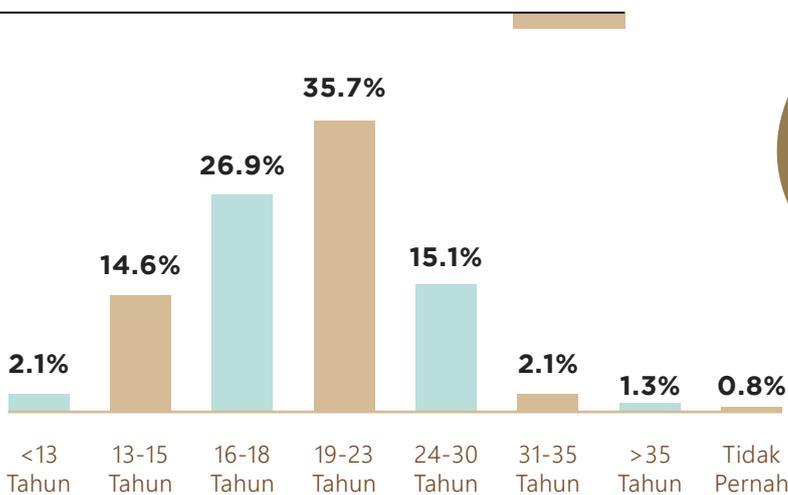
- **Kapan** mereka mulai mengenal produk dan perawatan kecantikan
- **Biaya** yang dikeluarkan untuk merawat kecantikan
- **Tempat favorit** mereka untuk berbelanja produk kecantikan.

Cantik Sejak Usia Dini

Setuju atau tidak, wanita selalu dituntut untuk menjadi cantik. Wanita Indonesia juga menyadari bahwa menjaga kecantikan diri mereka sangat penting, baik itu cantik secara fisik maupun non-fisik. Untuk menjaga dan menunjang kecantikan fisiknya, terutama bagian wajah, wanita Indonesia memilih menggunakan skincare secara rutin, melakukan treatment di klinik kecantikan, serta menggunakan makeup. Lalu, sejak kapan wanita Indonesia mulai sadar untuk menjaga kecantikan mereka? Jawabannya adalah sejak usia dini!

Faktanya, sebagian wanita Indonesia sudah memakai skincare, melakukan treatment di klinik kecantikan dan memakai makeup pada **usia kurang dari 13 tahun**.

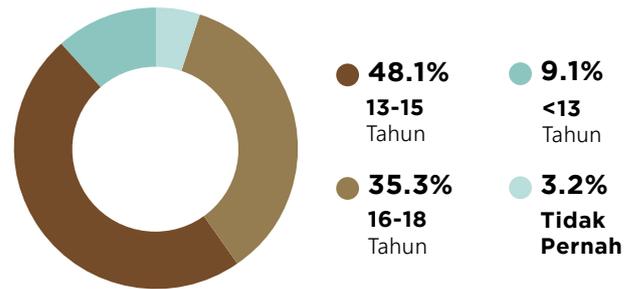
Pertama Kali Menggunakan Skincare



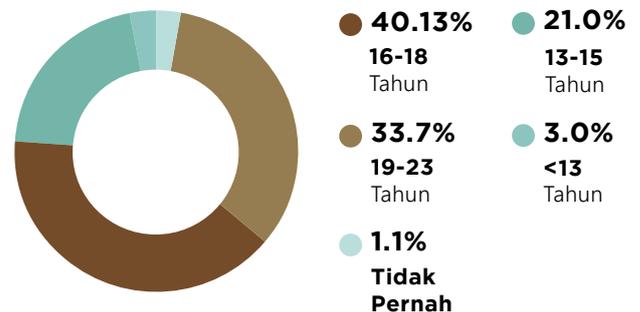
2.1%

Wanita Indonesia sudah mulai merawat kecantikan wajah mereka dengan menggunakan *skincare* sejak berusia **kurang dari 13 tahun**

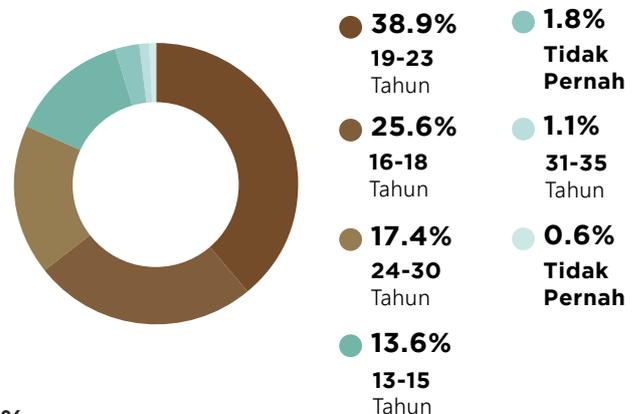
Pertama Kali Menggunakan Skincare Remaja Usia < 18 Tahun



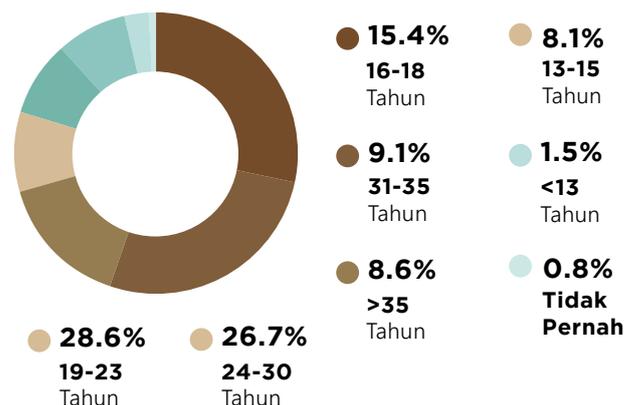
Pertama Kali Menggunakan Skincare Wanita Usia 18-23 Tahun



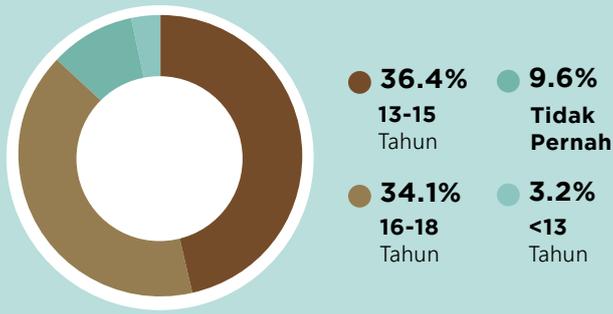
Pertama Kali Menggunakan Skincare: Milenial



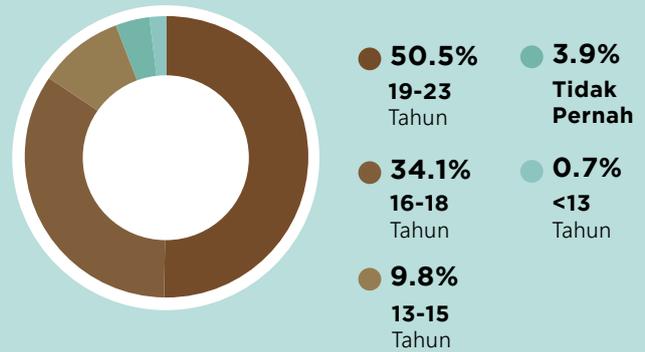
Pertama Kali Menggunakan Skincare: Generasi X



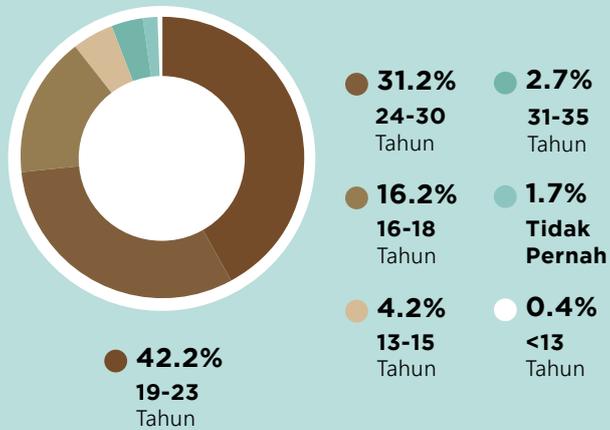
Pertama Kali Melakukan *Treatment* di Klinik Kecantikan: Remaja Usia < 18 Tahun



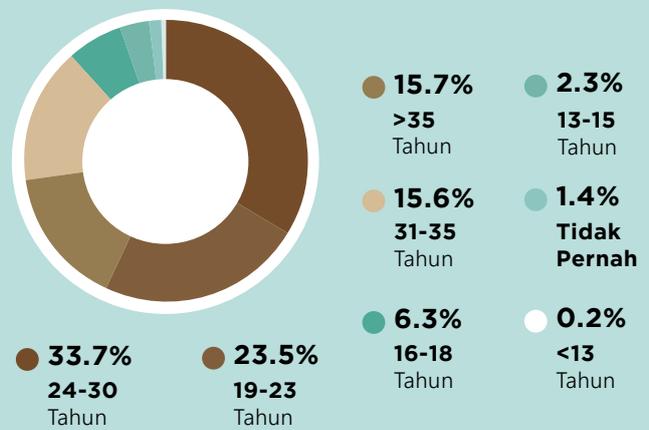
Pertama Kali Melakukan *Treatment* di Klinik Kecantikan: Remaja Usia 18-23 Tahun



Pertama Kali Melakukan *Treatment* di Klinik Kecantikan: Remaja Usia Milenial



Pertama Kali Melakukan *Treatment* di Klinik Kecantikan: Remaja Usia Generasi X



Pertama Kali Melakukan *Treatment* di Klinik Kecantikan

2.2%

Perawatan alami, 2,2%
Wanita Indonesia tidak pernah melakukan treatment di klinik kecantikan.

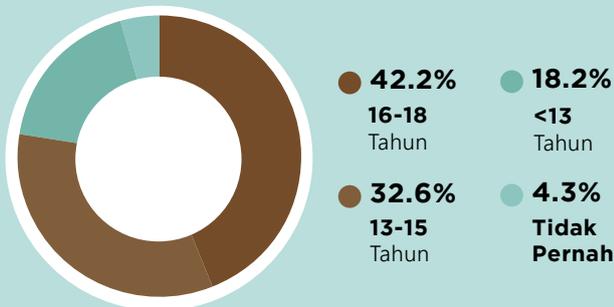


Kapan Wanita Indonesia Menggunakan *Makeup* untuk Pertama Kali?

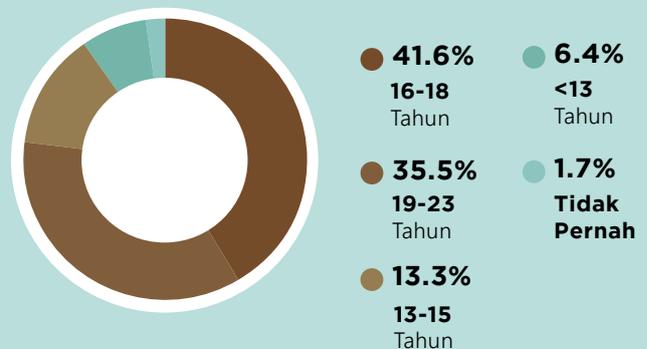
41.9%

Wanita Indonesia mulai menggunakan makeup ketika berusia **19-23 tahun**

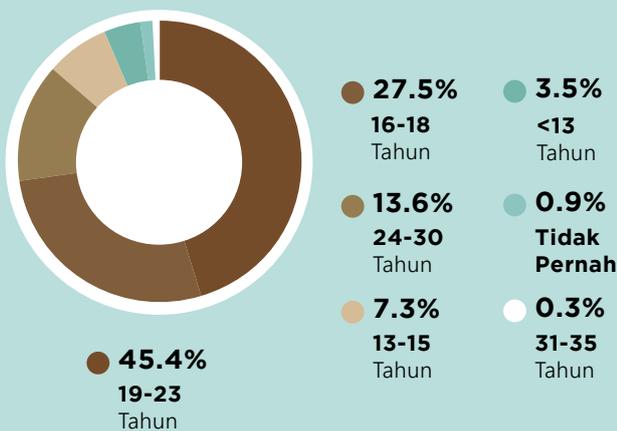
Pertama Kali Menggunakan *Makeup*: Remaja Usia < 18 Tahun



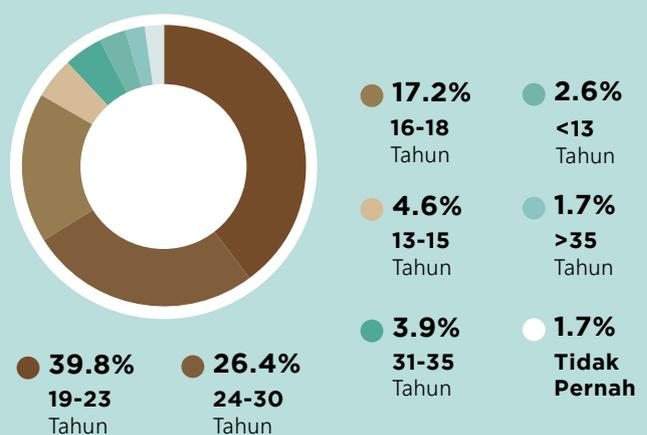
Pertama Kali Menggunakan *Makeup*: Remaja Usia 18-23 Tahun



Pertama Kali Menggunakan *Makeup*: Milenial



Pertama Kali Menggunakan *Makeup*: Generasi X





Perawatan di Klinik Kecantikan Dulu dan Kini

Seiring berjalannya waktu, berbagai macam klinik kecantikan terus bermunculan di Indonesia. Setiap klinik kecantikan menawarkan beragam metode perawatan, mulai dari metode tradisional hingga metode perawatan dengan menggunakan teknologi yang termutakhir.

Jika dahulu **facial tradisional** merupakan perawatan paling populer, **laser wajah** kini menjadi metode perawatan nomor satu yang dipilih wanita ketika berkunjung ke klinik kecantikan.



10 Perawatan yang Dilakukan di Klinik Kecantikan 5 Tahun Lalu VS Saat Ini

5 Tahun Lalu		Saat Ini	
Facial Tradisional	58.6%	Laser Wajah	36.0%
Konsultasi Dokter	40.1%	Konsultasi Dokter	35.5%
<i>Chemical Peel</i>	16.4%	Facial Tradisional	31.1%
Tidak Pernah	10.8%	Menghilangkan Bulu dengan Laser	29.0%
Laser Wajah	10.6%	Mencerahkan Ketiak/Lipatan	15.0%
Suntik Jerawat	8.6%	<i>Chemical Peel</i>	15.0%
Menghilangkan Bulu dengan Laser	8.0%	Mikrodebramasi	9.3%
Suntik Vitamin C	7.9%	Suntik Vitamin C	7.3%
Mikrodermabrasi	7.8%	Suntik Jerawat	6.9%
Mencerahkan Ketiak/Lipatan	4.0%	Meniruskan dan Mengencangkan	5.5%

1,7% ↑↑ 5.5%

Faktanya, 5 tahun lalu hanya 1,7% wanita Indonesia yang melakukan perawatan kecantikan, meniruskan dan mengencangkan wajah.

Saat ini presentasinya meningkat menjadi **5,5%**.

10 Perawatan yang dilakukan di Klinik Kecantikan 5 Tahun Lalu Vs Saat Ini, Berdasarkan Usia

Milenial

5 Tahun Lalu

Facial Tradisional	61.2%
Konsultasi Dokter	41.8%
<i>Chemical Peel</i>	17.7%
Laser Wajah	10.3%
Suntik Jerawat	9.4%
Tidak Pernah	9.2%
Menghilangkan Bulu	8.4%
Suntik Vitamin C	8.2%
Mikrodebramasi	8.0%
Mencerahkan Ketiak/Lipatan	4.3%

Saat Ini

Laser Wajah	36.3%
Konsultasi Dokter	36.0%
Facial Tradisional	32.2%
Menghilangkan Bulu	31.9%
Mencerahkan Ketiak/Lipatan	16.5%
<i>Chemical Peel</i>	16.1%
Mikrodebramasi	9.8%
Suntik Vitamin C	7.8%
Suntik Jerawat	7.6%
Meniruskan	5.5%

5 tahun yang lalu, perawatan laser belum populer bagi kaum milenial (**10.3%**). Saat ini perawatan wajah menggunakan laser diminati (**36,7%**) wanita milenial.

Generasi X

5 Tahun Lalu

Facial Tradisional	62.3%
Konsultasi Dokter	38.1%
<i>Chemical Peel</i>	21.5%
Laser Wajah	15.9%
Mikrodebramasi	14.0%
Suntik Vitamin C	13.0%
Suntik Jerawat	10.9%
Menghilangkan Bulu	10.7%
Tidak Pernah	4.8%
Mencerahkan Ketiak/Lipatan	4.7%

Saat Ini

Laser Wajah	42.7%
Konsultasi Dokter	33.7%
Facial Tradisional	30.5%
Menghilangkan Bulu	24.6%
<i>Chemical Peel</i>	16.0%
Mencerahkan Ketiak/Lipatan	13.2%
Mikrodebramasi	12.2%
Suntik Vitamin C	8.8%
Meniruskan	7.9%
Suntik Jerawat	7.1%

3,4% Wanita Generasi X di Indonesia **belum pernah** mengunjungi klinik kecantikan.

Pengeluaran Bulanan Wanita Indonesia

Bagaimana kebiasaan wanita Indonesia dalam menggunakan uang mereka untuk berbelanja? Menurut hasil survey yang dilakukan, secara keseluruhan para wanita di Indonesia mengeluarkan paling sedikit **20%** dari total uang belanja bulannya untuk **membeli produk fashion dan kecantikan**. Sedangkan jika dibagi berdasarkan usia, pengeluaran wanita **remaja kurang dari 18 tahun** untuk **membeli produk fashion lebih besar dibandingkan untuk membeli produk kecantikan dan melakukan perawatan kecantikan**.

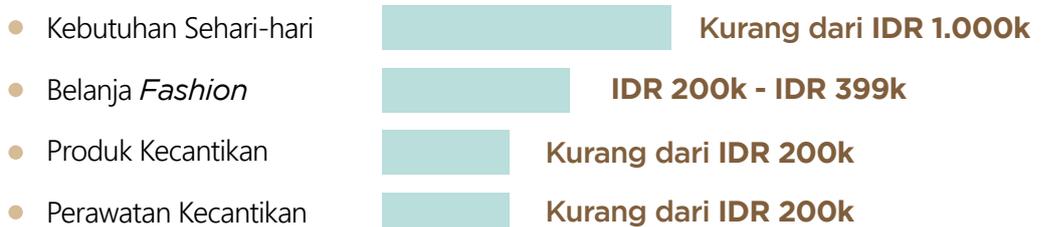
Ketika wanita beranjak memasuki usia 18 tahun, dalam sebulan, mereka mengeluarkan **kurang dari Rp 1.000.000** untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Menariknya, sebanyak **40%** dari uang belanja bulanan tersebut digunakan untuk membeli produk fashion dan kecantikan. Biaya yang mereka habiskan untuk melakukan perawatan kecantikan hanya sebesar **Rp 200.000 - Rp 399.999**.



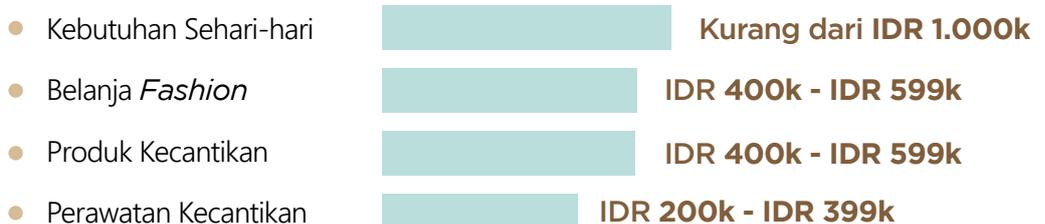
“
Tren *fashion* lebih penting!
- Remaja <18 Tahun ”



Pengeluaran Remaja Kurang dari 18 Tahun



Pengeluaran 18-23 Tahun



Pengeluaran Bulanan Wanita Milenial & Gen X

Jika wanita yang berusia **dibawah 23 tahun** lebih banyak mengeluarkan uang mereka untuk **berbelanja produk fashion dan produk kecantikan**, perilaku berbeda ditunjukkan oleh **wanita milenial** yang mengeluarkan uang lebih banyak untuk **melakukan perawatan di klinik kecantikan (IDR 1.000.000 - IDR 2.999.999)** dibandingkan berbelanja produk fashion ataupun kecantikan. Selanjutnya, bagi wanita indonesia yang

memasuki **usia mapan** atau dapat dikatakan sebagai **generasi X**, biaya yang dialokasikan untuk berbelanja produk fashion, produk kecantikan maupun melakukan treatment di klinik kecantikan sama besarnya. Uang yang mereka keluarkan untuk masing-masing hal tersebut adalah sebesar **IDR 1.000.000 - IDR 2.999.999.**

Pengeluaran Milenial



Pengeluaran Generasi X



Menurut
wanita
gen X,

Berbelanja produk fashion, membeli produk kecantikan maupun melakukan treatment di klinik kecantikan adalah hal yang sama pentingnya.”

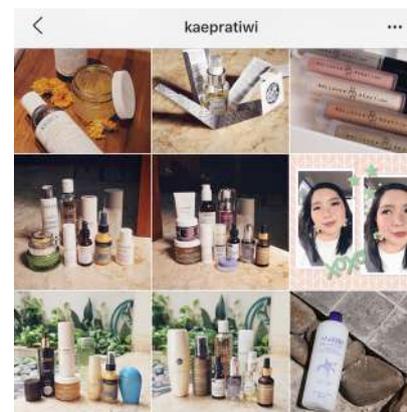
Pentingnya Membaca Sebelum Membeli

Sebelum membeli produk kecantikan secara *online* maupun *offline*, **73,2%** wanita terlebih dulu mencari review produk tersebut secara *online*. **55%** wanita menggunakan Instagram dan **41,6%** menggunakan Youtube untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ingin dibeli. Bahkan wanita Indonesia lebih mempercayai informasi yang diberikan oleh beauty blogger (**40,9%**) dibandingkan teman mereka (**38,1%**).

Meskipun kerap kali mencari informasi mengenai produk kecantikan di Instagram dan Youtube, namun dalam hal pembelian produk, teman (**18,4%**) lebih mempengaruhi keputusan pembelian wanita Indonesia dibandingkan dengan *beauty blogger* (**12,5%**)

Media yang Digunakan untuk Mencari *Review* Produk Kecantikan

	Social Media Instagram	55.0%
	Social Media Youtube	41.6%
	Beauty Blogger	40.9%
	Teman	38.1%
	Brand (Beauty Advisor, Website, dll)	25.7%



cr: Joan Kim, Allysa Hawadi, Kae Pratiwi

Dalam Pemakaian Produk kecantikan
Pengaruh Pasangan (**8.0%**) Lebih Tinggi
dibandingkan dengan pengaruh beauty blogger (**5.5%**)

Cashless Era



Di era modern ini, berbagai metode pembayaran tersedia untuk memudahkan transaksi berbelanja. Kemunculan metode pembayaran elektronik seperti *e-wallet* dan *e-money* tak lantas menggeser pamor metode pembayaran menggunakan kartu. Secara keseluruhan, **63,4%** wanita Indonesia masih menggemari penggunaan kartu debit ketika berbelanja produk-produk kecantikan.

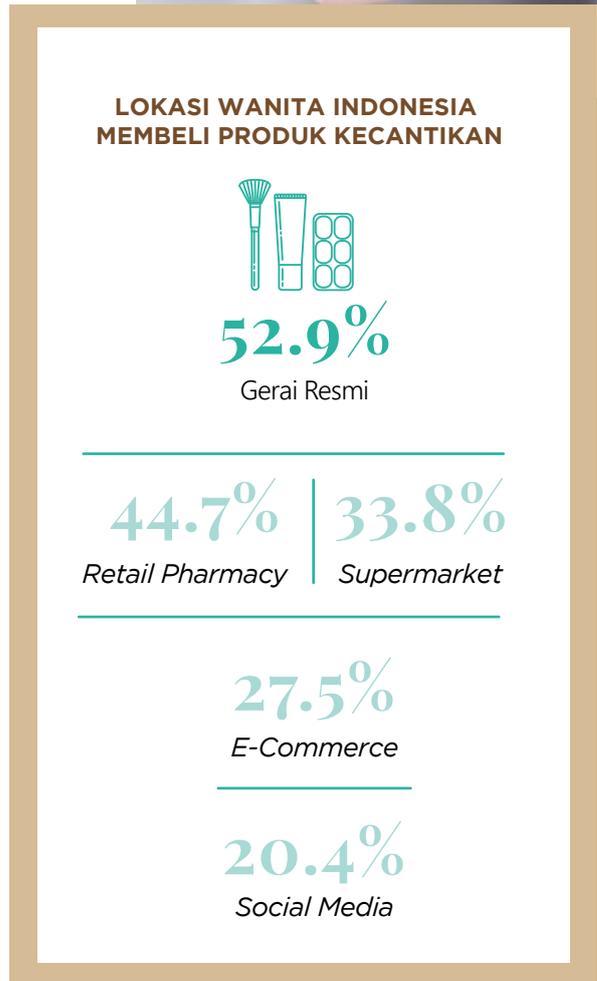
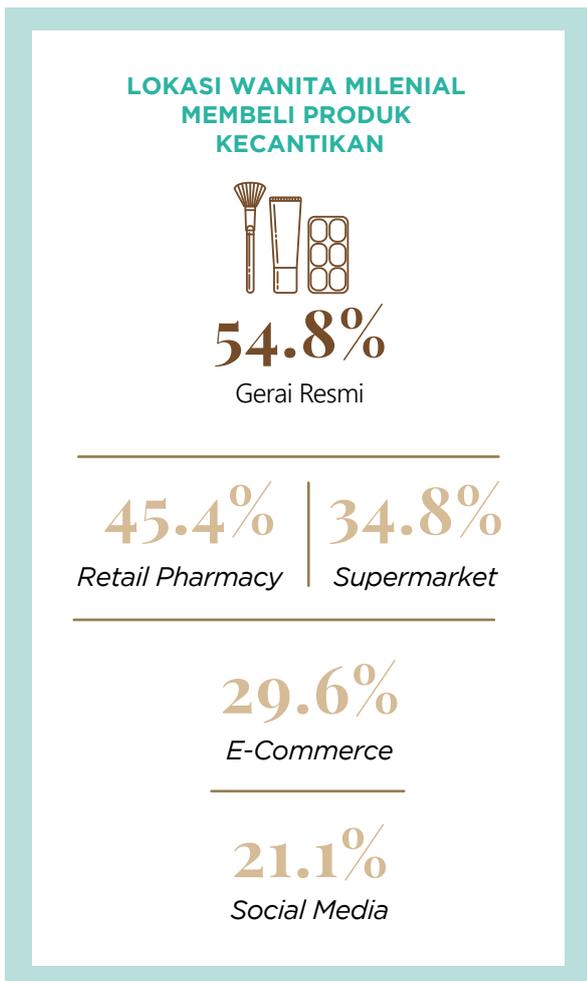
	Tunai	Kartu Debit	Kartu Kredit	Virtual Account	E-Wallet	E-Money
TOTAL	49.1%	63.4%	32.8%	4.2%	1.6%	1.2%
<18 TAHUN	71.1%	36.4%	15.5%	4.3%	3.2%	2.1%
18-23 TAHUN	61.2%	62.4%	12.6%	5.4%	1.8%	1.7%
MILENIAL	47.9%	67.0%	36.2%	4.4%	1.6%	1.1%
GENERASI X	38.6%	53.7%	48.2%	1.5%	1.2%	0.8%

15,5%

Remaja usia kurang dari **18 Tahun** sudah menggunakan **kartu kredit** untuk membayar produk kecantikan yang mereka beli.

Gerai Resmi sebagai Tujuan Utama Saat Membeli Produk Kecantikan

Menjaga kecantikan merupakan hal yang penting bagi setiap wanita. Beberapa diantaranya memilih untuk mendapatkan perawatan di klinik. Lainnya memilih untuk merawat kecantikannya sendiri dengan menggunakan produk – produk kecantikan. Mencari produk kecantikan di zaman modern ini tentunya lebih mudah. Namun nyatanya, hasil riset menunjukkan bahwa sebanyak **52,9%** wanita Indonesia masih memilih gerai resmi sebagai tempat untuk membeli produk kecantikan.



Walaupun hidup di era teknologi yang sudah maju dengan tingkat konektivitas tinggi, **54.8%** milenial memilih untuk berbelanja produk kecantikan di gerai resmi



BEAUTY *Beyond* Words

Bagian ini menjelaskan opini para wanita di Indonesia mengenai arti cantik yang sebenarnya. Apakah mereka sudah merasa percaya diri dengan keadaan dirinya saat ini, hingga permasalahan apa yang dihadapi wanita Indonesia ketika merawat kecantikannya, yang kami fokuskan pada kulit mereka. Selain itu, kami juga akan memaparkan harapan mereka terhadap industri kecantikan saat ini dan jenis produk apa yang sedang mereka gemari.

Kulit *Glowing*. Badan Sehat dan Bugar. Hati Bahagia.

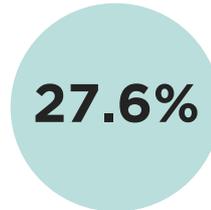
Banyak orang berkata, cantik tidak hanya dilihat dari apa yang ditampilkan di luar tapi juga apa yang memancar dari dalam. Setiap pribadi, apalagi wanita, memiliki pendapatnya masing-masing mengenai definisi kata 'cantik'. Bagi **73,1%** wanita Indonesia, cantik adalah memiliki kulit yang bersih, cerah dan glowing. Tidak melulu memperhatikan penampilan fisik, tubuh yang sehat dan bugar serta perasaan bahagia dianggap dapat memancarkan kecantikan yang alami.



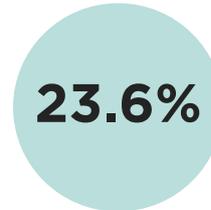
Kulit Bersih, Cerah dan *Glowing*



Bertubuh Sehat dan Bugar



Perasaan Bahagia



Mampu Berpikir Positif

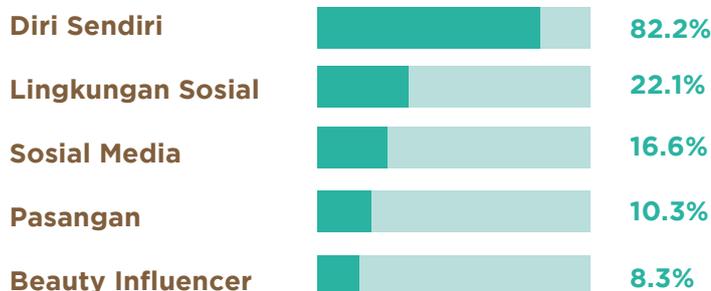


Keseluruhan Penampilan

Apakah Anda Sudah Merasa Percaya Diri dengan Kondisi Fisik Anda Saat Ini?



Siapa yang Menggerakkan Anda untuk Merawat Kecantikan?



Cantik Dimulai dari Diri Sendiri

Dorongan untuk berpenampilan cantik bisa berasal dari siapa saja. Wanita Indonesia telah memiliki pola pikir yang maju dan positif bahwa perasaan cantik dimulai dari diri sendiri. Hal ini dapat dilihat dari tingginya kepercayaan diri dan dorongan dari dalam diri mereka untuk merawat kecantikan. Lingkungan



BEAUTY *and Beyond*

Memiliki tubuh yang langsing maupun dandanan yang stylish ternyata tidak terlalu dianggap penting bagi sebagian besar responden.

76.8%

Wanita merasa **kesehatan** adalah hal yang paling berharga untuk dimiliki

67.5%

Wanita menganggap **kecerdasan** adalah hal yang tidak kalah pentingnya

24.6%

Responden **dibawah 18 Tahun** berpendapat bahwa lebih penting untuk **memiliki kulit yang putih** daripada **memiliki perasaan bahagia**

50.4%

Wanita Indonesia sudah merasa **percaya diri** dengan **kondisi fisiknya saat ini**

53.4%

Wanita yang berusia **dibawah 23 tahun belum percaya diri** dengan kondisi fisik mereka

Baru setelah memasuki usia **24 tahun keatas**, wanita Indonesia lebih **mampu menerima kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya** dan **memiliki kepercayaan diri** yang tinggi atas kondisi fisiknya.





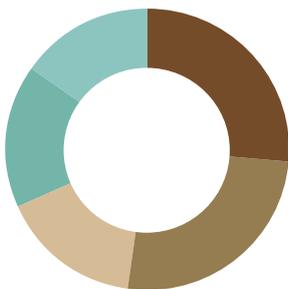
Jerawat dan Bekasnya: Kerisauan Bersama

5 Permasalahan Kulit Wanita Indonesia

1. Flek/Bekas Jerawat
2. Jerawat/Komedo
3. Pori-pori Besar
4. Kulit Kusam
5. Kadar Minyak Berlebih

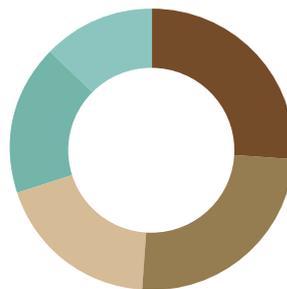
Anggapan bahwa jerawat hanya akan muncul di masa remaja dan akan menghilang dengan sendirinya setelah menginjak usia dewasa, ternyata tidak benar. Melalui survey ini, kami menemukan bahwa permasalahan kulit wanita Indonesia, baik yang masih remaja maupun sudah berusia matang, berkisar pada **jerawat, bekas jerawat, pori-pori besar dan kulit kusam**. Yang berbeda hanyalah faktor yang berkaitan dengan proses penuaan seperti keriput, yang sudah dialami oleh sebagian wanita generasi X.

5 Permasalahan Kulit Wanita 18-23 Tahun



- | | |
|--|--|
| 1. 59.7%
Jerawat/
Komedo | 4. 36.8%
Pori-pori
Besar |
| 2. 57.7%
Flek/Bekas
Jerawat | 5. 34.1%
Kadar
Minyak
Berlebih |
| 3. 36.9%
Kulit Kusam | |

5 Permasalahan Kulit Wanita Milenial



- | | |
|--|--|
| 1. 55.6%
Flek/Bekas
Jerawat | 4. 36.9%
Kulit Kusam |
| 2. 52.9%
Jerawat/
Komedo | 5. 26.5%
Kadar
Minyak
Berlebih |
| 3. 39.6%
Pori-pori
besar | |

5 Permasalahan Kulit Generasi X



- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. 53.6%
Flek/Bekas
Jerawat | 4. 35.2%
Kulit Kusam |
| 2. 40.0%
Jerawat/
Komedo | 5. 26.5%
Keriput |
| 3. 39.0%
Pori-pori
besar | |

Ingin Kulit yang Cerah

Memiliki bermacam-macam masalah kulit membuat setiap wanita memiliki kondisi ideal wajah masing-masing. Berbagai upaya mereka lakukan untuk mencapainya. Cara yang paling mudah adalah dengan melakukan perawatan wajah dengan menggunakan produk **skincare** yang dijual bebas di pasaran.

Berikut adalah hal yang paling dicari wanita ketika mempertimbangkan untuk membeli sebuah produk **skincare**.

Yang diinginkan dari Produk Skincare

- Mencerahkan Kulit **59.6%**
- Mengecilkan Pori-pori **53.1%**
- Menghilangkan Bekas Jerawat **52.7%**
- Mengencangkan Kulit **43.4%**
- Menghaluskan Tekstur Wajah **41.8%**
- Melembabkan Kulit **41.2%**
- Mengobati Jerawat **37.0%**
- Meratakan Warna Kulit **33.1%**
- Menyeimbangkan Produksi Minyak **31.6%**
- Mencegah Keriput **29.8%**



Meskipun sebagian besar memiliki masalah jerawat dan bekasnya, produk yang dapat mencerahkan kulit tetap menjadi yang paling diminati wanita Indonesia.



Para Wanita *Bersuara*

Wanita usia

36 - 65

Tahun

paling

mempertimbangkan

reputasi brand

ketika membeli

sebuah **produk**

kecantikan

“

64,3%

Wanita Indonesia lebih mementingkan keamanan produk & harga

“

27.0%

Wanita usia **36-55 tahun** berharap agar pelaku industri kecantikan untuk memberi **label halal** pada produknya

Berbanding terbalik dengan fakta tersebut, remaja usia kurang dari 18 tahun lebih memperhatikan harga dibandingkan keamanan produk

40,6%

Wanita usia

36-55 tahun

memilih perawatan di klinik daripada menggunakan *skincare*

19,2%

Millennials lebih memilih untuk menggunakan **makeup** daripada berinvestasi pada **skincare** yang tepat

46,2%

Wanita Indonesia memilih untuk berinvestasi pada *skincare* yang bagus daripada menggunakan makeup untuk menutupi masalah pada kulit wajahnya

“

38,6%

Millennial menginginkan agar produsen membuat **produk yang mudah dicari** dimana-mana daripada menggunakan **bahan dan proses yang canggih** (18,6%)

Maintenance atau Sekedar Rutinitas?

Ketika mendambakan untuk memiliki kulit wajah yang bersih, cerah dan *glowing*, para wanita tentu tahu perjuangan untuk mendapatkannya. Sehingga, menggunakan berbagai macam *skincare* untuk merawat kulit dianggap sebagai sesuatu yang lebih penting dibandingkan dengan sekedar mengaplikasikan makeup. Para wanita setuju bahwa *skincare* memiliki banyak manfaat penting untuk merawat dan melindungi kesehatan kulit, sehingga **78,1%** menggunakan *facial wash* untuk membersihkan wajah setiap harinya.

Namun ternyata, wanita Indonesia memiliki rutinitas harian yang cukup sederhana untuk merawat kulitnya. Terbukti hanya ada sejumlah **47,6%** wanita yang selalu menggunakan *moisturizer* dan hanya **41,6%** yang menggunakan *toner*. Bahkan, hanya **3,8%** wanita yang menggunakan SPF setiap hari.

Produk *skincare* yang paling sering digunakan setiap hari



78.1%
Facial Wash



47.6%
Moisturizer



41.6%
Toner



31.1%
Serum



16.7%
Eye Cream

Produk *skincare* yang paling jarang digunakan setiap hari



0.1%
Facial Scrub



0.3%
Acne Cream



3.8%
Sunscreen



6.3%
Face Oil



9.9%
Treatment
(Booster, Ampoule)

Demam Asia Timur yang Berlanjut

Produk *skincare* buatan Asia dianggap lebih cocok bagi kulit wanita Indonesia meskipun iklim di beberapa daerah di Asia seperti Korea Selatan dan Jepang berbeda dengan iklim tropis di Indonesia. Namun nyatanya, produk-produk dari Asia Timur dan buatan lokal Indonesia lebih digemari wanita Indonesia daripada produk buatan Amerika Serikat, Eropa dan Australia.

Pada grafik di sebelah kanan, terlihat bahwa **6 besar produk *skincare*** yang paling sering digunakan oleh wanita Indonesia.

3 brand yang berasal dari **Korea Selatan**:

- Laneige
- Innisfree
- Nature Republic

Negara Asal *Brand Skincare* favorit Wanita Indonesia



Korea Selatan

46.6%



Indonesia

34.1%



Jepang

21.1%



- SK II : 8.9
- Laneige : 7.7
- The Body Shop : 5.5
- Innisfree : 4.6
- Nature Republic : 4.2
- Wardah : 4.1

Produk *Skincare* yang Paling Sering Digunakan Setiap Hari



Siapa yang Peduli dengan “Label”?

Hanya sekitar **16.7%** wanita Indonesia yang memperhatikan label *“alcohol free”* atau “bebas alkohol” pada produk perawatan wajah yang mereka beli. Disisi lain, **13.1%** konsumen justru tidak terlalu memperhatikan label apapun yang tertera pada produk kecantikan. Sebagian konsumen ini lebih memilih untuk membaca logo *brand*, khasiat produk, ataupun promosi yang sedang berjalan, sehingga tidak menaruh perhatian lebih pada komposisi bahan yang terkandung didalamnya.



Label yang Diperhatikan Ketika Membeli Produk Kecantikan

Free Alkohol	16.7
Non Mercury	15.5
Mencegah Jerawat	13.4
Tidak Memperhatikan	13.1
Untuk Kulit Sangat Kering	9.8
Halal	6.9

Hanya 0.1% wanita milenial yang mengecek label/informasi komposisi produk kecantikan yang mereka beli





“Senjata” Wajib Setiap Hari

Setiap wanita memiliki rutinitas makeup yang berbeda-beda. Sebagian wanita menganggap bahwa makeupnya cukup dengan menggunakan bedak dan lipstick. Sebagian yang lain membutuhkan lebih banyak produk dari itu untuk merasa “sudah makeup-an”. Meskipun memiliki pendapat yang berbeda, ternyata **5 produk makeup** ini dianggap ‘wajib’ untuk selalu berada di dalam tas para wanita Indonesia.



● Lipstick	66.3%
● Compact Powder	36.2%
● Lipbalm	26.4%
● Eyebrow Pencil	22.0%
● Oil Control Paper	21.0%

MAYBELLINE
NEW YORK

Dari sekian banyaknya *brand makeup* di Indonesia, para wanita memilih **Maybelline** sebagai brand favorit mereka untuk **eye-liner, mascara, blush on** dan juga **foundation**

22%

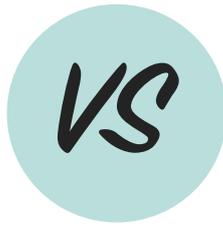
Wanita Indonesia lebih memilih untuk membawa pensil alis didalam tasnya daripada membawa *sunblock*



Sedangkan untuk *lipstick*, wanita Indonesia lebih sering menggunakan brand **Wardah** dan **Nyx**,

Wardah cosmetic NYX PROFESSIONAL MAKEUP

Makeup
"Mahal"



Makeup
"Murah"

Makeup "mahal" vs Makeup "murah" tergantung usia pemakainya

Murah atau mahalnya suatu produk makeup sangat bergantung pada kebutuhan dan kemampuan finansial seorang wanita. Pada survey ini, kami berhasil menemukan bahwa usia juga memiliki pengaruh penting terkait pilihan produk makeup wanita Indonesia. Semakin dewasa dan mapan seorang wanita, jenis makeup yang digunakan semakin beragam. Mereka juga lebih mampu untuk membeli produk kecantikan dengan harga yang lebih tinggi

Jenis Makeup yang Paling Sering dibeli

32%

Drugstore

26.1%

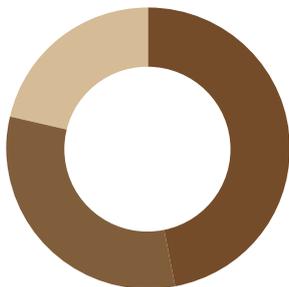
High End

17.9%

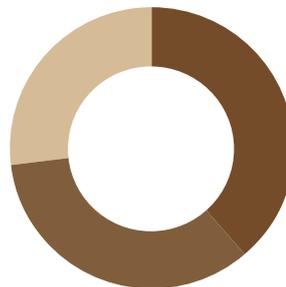
Keluaran Klinik
Kecantikan

Produk *Skincare* yang **Paling Sering Digunakan** Setiap Hari:
Usia Kurang dari 31 Tahun

Produk *Skincare* yang **Paling Sering Digunakan** Setiap Hari:
Usia Lebih dari 31 Tahun



- **37.1%**
Drugstore
- **25.1%**
High-End
- **16.8%**
Keluaran Klinik
Kecantikan

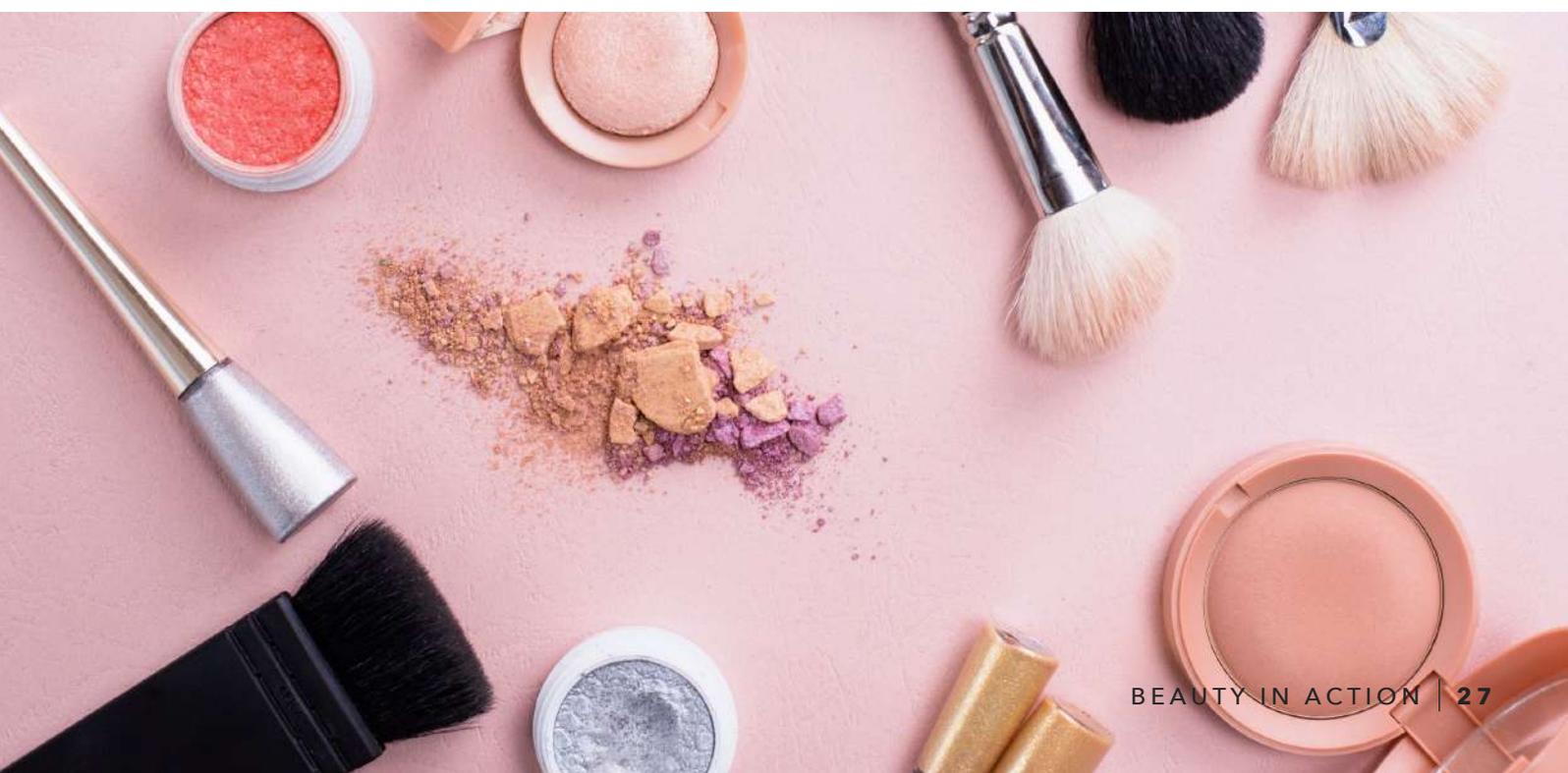


- **26.1%**
High-End
- **23.1%**
Keluaran Klinik
Kecantikan
- **18.1%**
Drugstore

Berdandan Tidak Memakan Waktu Lama, Kok..



"Wanita di Indonesia menghabiskan lebih banyak waktu untuk mengaplikasikan make up dibandingkan untuk menata rambut"



Perawatan Kecantikan diluar Rumah



2 dari 5 milenial di Indonesia berkenan untuk menghabiskan waktu **1-2 jam** selama sebulan untuk menjalani perawatan di klinik kecantikan

Selain perawatan menggunakan produk *skincare*, perawatan klinik juga tengah digemari saat ini. Faktanya, **37.6%** wanita di Indonesia memilih menghabiskan **1-2 jam per bulan** untuk **perawatan wajah di klinik**. Alasan umum memilih perawatan wajah di klinik adalah karena ditangani langsung oleh ahli, ditambah lagi beberapa klinik menyediakan layanan konsultasi dokter sehingga perawatan dan obat yang didapat sesuai kondisi kulit masing-masing.

Outlet Kecantikan yang Paling Sering Dikunjungi

66.9%
43.1%

66.9% **Klinik Kecantikan**
43.1% **Hair Salon**

41.7%

Wanita Usia 36-55 Tahun
Mendatangi Hair salon >
Merawat diri di Spa

11.1%

Millenials
Mendatangi Waxing Parlor >
Mempercantik Kuku (Nail Studio)

9.1%

Remaja < 18 Tahun
Rutin mengunjungi
nail studio

Key Insights

Let's Talk Beauty	<18 tahun	18-23	Milenial	Gen X	Findings
Pertama kali menggunakan skincare	13-15 tahun (48.1%)	16-18 tahun (40.13%)	19-23 tahun (38.9%)	19-23 tahun (28.6%)	Usia paling dini dimana wanita Indonesia mulai menggunakan skincare adalah 13 tahun
Pertama kali melakukan treatment di klinik kecantikan	13-15 tahun (36.4%)	19-23 tahun (50.5%)	19-23 tahun (42.2%)	24-30 tahun (33.7%)	Di zaman yang semakin modern, 36.4% remaja yang saat ini berusia dibawah 18 tahun telah melakukan treatment di klinik kecantikan di usia mereka yang masih belia yaitu 13-15 tahun
Pertama kali menggunakan makeup	16-18 tahun (42.2%)	16-18 tahun (41.6%)	19-23 tahun (45.4%)	19-23 tahun (39.8%)	Usia paling muda dimana wanita Indonesia mulai menggunakan makeup adalah 16 tahun dan usia paling tua adalah 23 tahun
Perawatan kecantikan 5 tahun lalu	—	—	Facial tradisional (61.2%)	Facial tradisional (62.3%)	Facial tradisional merupakan perawatan kecantikan favorit wanita Indonesia 5 tahun lalu
Perawatan kecantikan saat ini	Konsultasi dokter (33.2%)	Konsultasi dokter (36.7%)	Laser wajah (36.3%)	Laser wajah (42.7%)	Seiring perkembangan teknologi di dunia kecantikan, laser wajah menjadi favorit perawatan kecantikan di klinik saat ini

Key Insights

Let's Talk Beauty	<18 tahun	18-23	Milenial	Gen X	Findings
Pengeluaran wanita Indonesia	a. Kebutuhan sehari-hari IDR 1.000k b. Belanja fashion IDR 200k – 399k c. Produk kecantikan IDR 200k d. Perawatan kecantikan IDR 200k	a. Kebutuhan sehari-hari IDR 1.000k b. Belanja fashion IDR 400k-599k c. Produk kecantikan IDR 400k-599k d. Perawatan kecantikan IDR 200k-399k	a. Kebutuhan sehari-hari IDR 3.000k-4.999k b. Belanja fashion IDR 600k – 999k c. Produk kecantikan IDR 600k – 999k d. Perawatan kecantikan IDR 1.000k – 2.999k	a. Kebutuhan sehari-hari IDR 8.000k – 29.999k b. Belanja fashion IDR 1.000k – 2.999k c. Produk kecantikan IDR 1.000k – 2.999k d. Perawatan kecantikan IDR 1.000k – 2.999k	Semakin matang usia dan semakin mapan wanita Indonesia, belanja fashion, membeli produk kecantikan serta melakukan perawatan kecantikan akan memiliki besaran pengeluaran yang seimbang. Sedangkan yang berada dibawah usia 35 tahun akan memprioritaskan di salah satu aspek
Cashless era	Tunai (71.1%)	Kartu debit (62.4%)	Kartu debit (67.0%)	Kartu debit (53.7%)	Kartu debit menjadi metode pembayaran yang digemari wanita Indonesia yang telah berusia 18 tahun keatas
Lokasi membeli produk kecantikan	Retail Pharmacy (47.6%)	Retail Pharmacy (52.4%)	Gerai resmi (54.8%)	Gerai resmi (57.8%)	Walaupun milenial lahir pada masa perkembangan teknologi dan e-commerce, gerai resmi masih menjadi tempat favorit bagi mereka untuk berbelanja produk kecantikan
Pertama kali menggunakan makeup	16-18 tahun (42.2%)	16-18 tahun (41.6%)	19-23 tahun (45.4%)	19-23 tahun (39.8%)	Usia paling muda dimana wanita Indonesia mulai menggunakan makeup adalah 16 tahun dan usia paling tua adalah 23 tahun

Key Insights

Beauty Beyond Words	<18 tahun	18-23	Milenial	Gen X	Findings
Definisi cantik	Memiliki kulit bersih, cerah, dan glowing (71,1%)	Memiliki kulit bersih, cerah, dan glowing (73,7%)	Memiliki kulit bersih, cerah, dan glowing (74,7%)	Memiliki kulit bersih, cerah, dan glowing (68,3%)	Cantik bagi wanita Indonesia masih dilihat dari fisik: kulit (wajah) yang bersih, cerah dan glowing
Kepercayaan diri terhadap kondisi fisik	Sudah: 29,9% Belum: 57,8%	Sudah: 39,5% Belum: 48,9%	Sudah: 53,3% Belum: 35,9%	Sudah: 58,5% Belum: 28,1%	Semakin dewasa, tingkat kepercayaan diri wanita Indonesia semakin tinggi. Usia dibawah 18 tahun adalah saat dimana para wanita memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah.
Permasalahan kulit	Jerawat/komedo (65,2%)	Jerawat/komedo (59,7%)	Flek/bekas jerawat (55,6%)	Flek/bekas jerawat (51,4%)	Masalah jerawat dan bekasnya adalah hal yang paling mengganggu kulit wajah wanita Indonesia. Bahkan setelah menginjak usia matang, mereka cenderung lebih mempermasalahkan flek/bekas jerawat dibandingkan masalah lain seperti keriput/kantung mata
Yang diinginkan dari produk skincare	Mencerahkan kulit (55,1%)	Menghilangkan bekas jerawat (61,3%)	Mencerahkan kulit (60,5%)	Mencerahkan kulit (59,5%)	Terlepas dari permasalahan yang ada pada kulitnya, wanita Indonesia lebih memilih skincare yang dapat mencerahkan kulit lebih diminati daripada yang dapat mengobati jerawat/komedo dan menghilangkan bekas jerawat.

Key Insights

Let's Talk Beauty	<18 tahun	18-23	Milenial	Gen X	Findings
Produk skincare yang digunakan setiap hari	Facial wash (79,7%), moisturizer (38,0%), toner (37,4%), sheet mask (17,6%)	Facial wash (80,8%), moisturizer (42,5%), toner (42,1%), serum (26,1%)	Facial wash (79,1%), moisturizer (49,0%), toner (42,2%), serum (32,0%)	Facial wash (73,4%), moisturizer (51,1%), toner (40,6%), serum (36,4%)	Selain facial wash, moisturizer dan toner, remaja Indonesia gemar menggunakan sheet mask. Setelah menginjak usia yang lebih dewasa, wanita Indonesia menambahkan rutinitas perawatan wajahnya dengan serum.
Negara asal produk skincare yang paling digemari	Korea Selatan (62,6%), Indonesia (34,1%)	Korea Selatan (53,2%), Indonesia (37,5%)	Korea Selatan (48,3%), Indonesia (33,5%)	Indonesia (33,8%), Korea Selatan (31,3%)	Generasi milenial kebawah lebih gemar produk skincare yang berasal dari Korea Selatan. Sebaliknya, wanita dari generasi X lebih menyukai produk buatan lokal, termasuk didalamnya produk buatan klinik kecantikan Indonesia.
Label yang diperhatikan ketika membeli produk kecantikan	Non mercury (15,5%)	Non mercury (16,7%)	Alcohol free (17,2%)	Alcohol free (17,4%)	Kandungan merkuri dan alkohol adalah yang paling menjadi perhatian wanita Indonesia
Produk makeup yang selalu dibawa kemanapun	Lipbalm (46,0%), lipstik (42,8%), kertas minyak (29,4%), bedak (25,7%) dan bb cream (12,3%)	Lipstik (68,3%), bedak (37,3%), lipbalm (27,6%), kertas minyak (25,9%) dan pensil alis (17,2%)	Lipstik (67,5%), bedak (35,9%), lipbalm (26,3%), pensil alis (23,2%) dan kertas minyak (20,4%)	Lipstik (62,7%), bedak (37,9%), lipbalm (25,1%), pensil alis (25,1%) dan kertas minyak (17,2%)	Menurut wanita Indonesia, makeup basic yang harus selalu dibawa bersama mereka adalah lipstik, bedak, lipbalm dan kertas minyak. Remaja dibawah 18 tahun juga selalu membawa bb cream kemanamana
Waktu yang tepat untuk menggunakan makeup	Saat pergi ke pesta (72,2%), saat hangout dengan teman (36,4%)	Saat pergi ke pesta (75,1%), saat kencan dengan pasangan (44,0%)	Saat pergi ke pesta (73,9%), saat bekerja/kuliah (40,0%)	Saat pergi ke pesta (66,8%), saat bekerja/kuliah (32,3%)	Selain untuk pergi ke pesta dan acara formal lainnya, kebutuhan wanita untuk memakai makeup tergantung pada usia

zap



MARKPLUS.INC
THE LEADING MARKETING CONSULTING IN INDONESIA