

zap

BEAUTY

I N D E X

2021



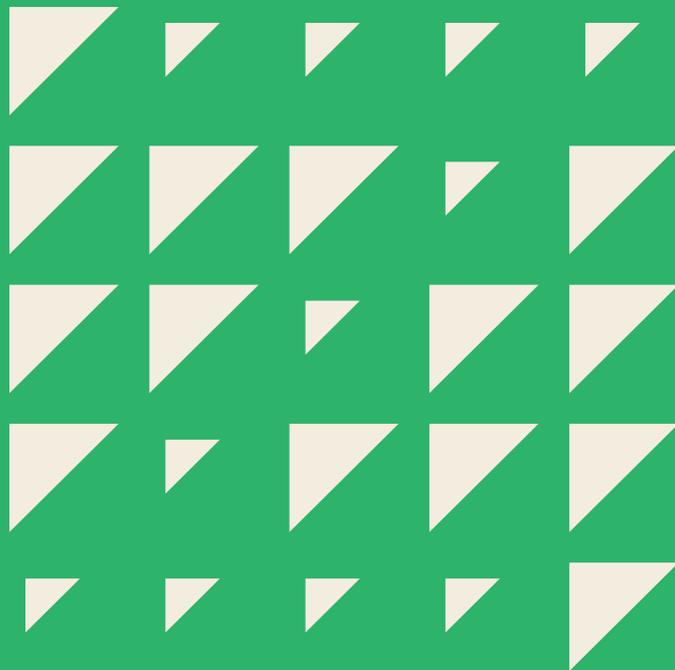


Table of Contents

3 TENTANG ZAP BEAUTY INDEX

4 METHODOLOGY

5 CHAPTER 1 MIND (THOUGHTS & PERCEPTION)

1.1 Apa arti cantik bagi wanita Indonesia?

Apa kegiatan yang membuat wanita Indonesia merasa cantik & percaya diri?

1.2 Bagaimana kepedulian wanita Indonesia pada mental health?

1.3 Bagaimana pentingnya produk yang eco-friendly bagi wanita Indonesia?

1.4 Apa pandangan wanita Indonesia terhadap treatment koreksi wajah?

16 CHAPTER 2 PHYSICAL (FACE & BODY)

2.1 Apa saja pertimbangan wanita Indonesia dalam memilih produk kecantikan?

2.2 Manfaat apa yang dicari wanita Indonesia pada skincare?

Seperti apa kandungan skincare yang dicari?

2.3 Seberapa peduli wanita terhadap area intim/pribadinya?

2.4 Pria perlu perawatan, benarkah?

24 CHAPTER 3 BEHAVIOR (USAGE & ACTION)

3.1 Bagaimana cara wanita Indonesia melakukan perawatan kulit?

3.2 Berapa jumlah skincare yang digunakan wanita Indonesia?

3.3 Dimana wanita Indonesia membeli produk kecantikan?

32 KEY INSIGHTS

Tentang ZAP BEAUTY INDEX



Zap Beauty Index merupakan sebuah publikasi riset tahunan yang dikeluarkan oleh ZAP berdasarkan survei terhadap ribuan wanita yang merupakan konsumen dari industri kecantikan Indonesia.

Survei ini memotret perilaku wanita dalam mempercantik diri, mulai dari aspek mind, seperti persepsi wanita Indonesia terhadap definisi cantik, aspek physical, seperti kepedulian wanita terhadap area intim, hingga aspek behavior, seperti cara wanita Indonesia merawat kulit.

Survei kecantikan ini yang pertama dan terlengkap di Indonesia, menghasilkan ratusan temuan penting sebagai potret dari wanita Indonesia dalam mempercantik diri setiap tahunnya.

Sebagai bentuk kontribusi terhadap komunitas dan dunia kecantikan Indonesia, ZAP Beauty Index diharapkan mampu membantu perkembangan industri kecantikan di Indonesia dan secara berkala akan terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan lingkungan dan industri kecantikan di Indonesia.

Methodology

zap



Survey ini dilakukan pada bulan Juni-Juli 2021 oleh **MarkPlus, Inc.** yang bekerjasama dengan **ZAP Clinic** melalui metode *online survey* khusus kepada wanita Indonesia.

+/- 6.000

RESPONDEN

Kriteria usia responden pada survey ini adalah

USIA **15-65** TAHUN



Responden berdomisili di DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Banten, Sumatra Utara, DI Yogyakarta, Sulawesi Selatan, Bali, Kepulauan Riau, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Barat, hingga Papua

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

Chapter 1



MIND (THOUGHTS & PERCEPTION)

Sudut pandang dan pemikiran setiap wanita Indonesia pastinya beragam dan unik antara satu sama lain. Namun dengan adanya keberagaman, tentunya terdapat berbagai insight menarik yang bisa kita dapatkan dan menambah pemahaman kita mengenai wanita Indonesia! Nah, pada segmen Mind (Thoughts & Perception) ini, kita akan membahas mengenai bagaimana pendapat wanita Indonesia mengenai berbagai hal seperti:

- Kecantikan
- Kepercayaan diri
- Kesehatan mental
- Treatment dan produk kecantikan

Let's dive in!

1. *Apa arti cantik bagi wanita Indonesia?*

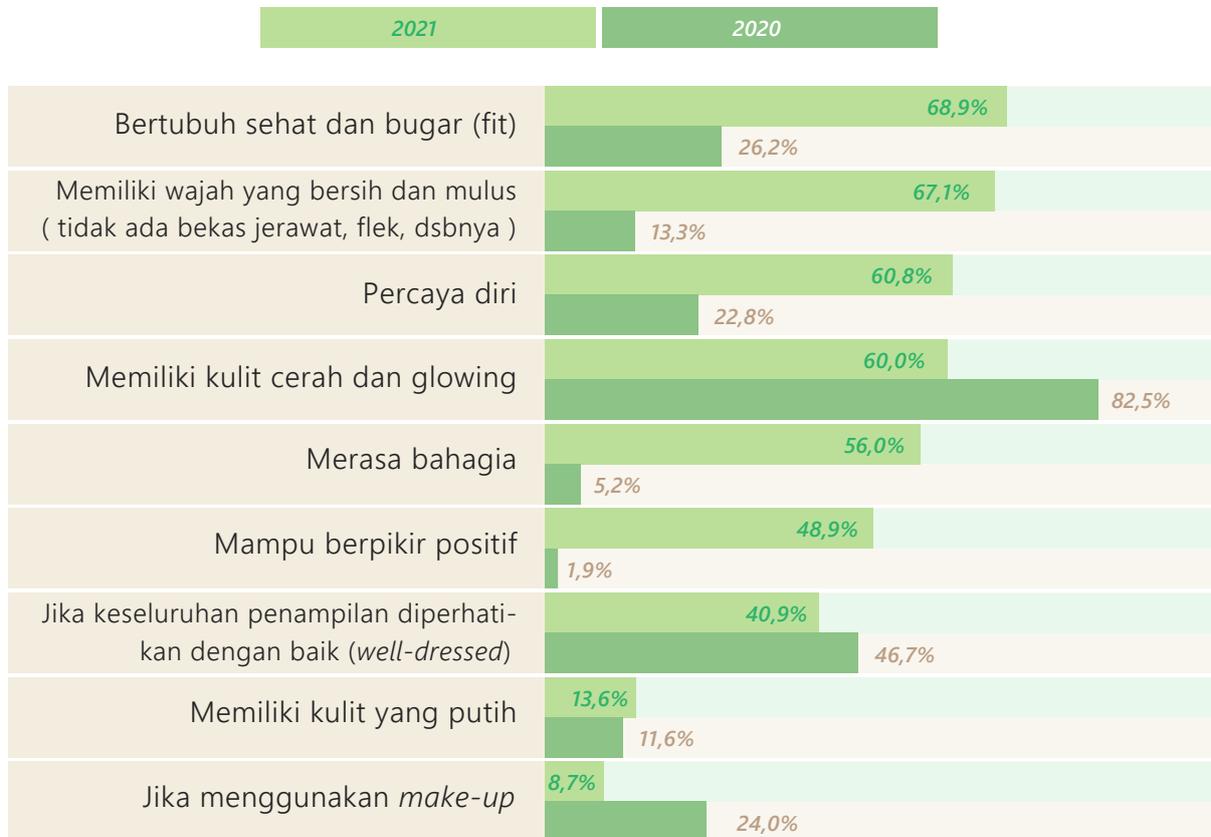
Cantik menjadi salah satu kata yang berkaitan erat dengan wanita. Menjadi cantik merupakan sesuatu yang diinginkan, baik kecantikan dari dalam maupun dari luar. Namun, kecantikan ternyata memiliki arti yang bervariasi bagi wanita Indonesia. Bagaimana ya pendapat wanita Indonesia tentang arti kecantikan?

“*Lebih dari 50% wanita Indonesia berpendapat bahwa cantik adalah positive thinking & merasa bahagia*”

Ternyata, kecantikan dari dalam tidak kalah penting dibandingkan dengan kecantikan yang terlihat oleh mata bagi wanita Indonesia. Di tahun ini, 3 arti cantik bagi mayoritas wanita Indonesia ternyata adalah memiliki tubuh yang sehat & bugar, memiliki wajah yang bersih dan mulus, serta percaya diri. Selain itu, **hasil survey ternyata menunjukkan bahwa wanita Indonesia merasa cantik ketika merasa bahagia (56,0%) dan berpikir positif (48,9%).**



Hal yang membuat wanita merasa cantik



1.1a Apa yang membuat wanita Indonesia merasa cantik? (2021 vs 2020)

Di samping itu, makeup yang merupakan salah satu cara untuk mempercantik diri, ternyata menjadi tidak terlalu penting bagi wanita Indonesia saat ini. Jika di tahun 2020 terdapat 24,0% orang yang merasa cantik ketika menggunakan make up, ternyata hanya 8,7% responden yang berpendapat hal serupa di tahun 2021. Bahkan, tidak ada responden di atas umur 56 tahun yang mengartikan cantik ketika menggunakan makeup.

“Jumlah wanita Indonesia yang menganggap bahwa makeup itu penting turun lebih dari setengah dibandingkan dengan tahun sebelumnya



“*Bahkan untuk wanita diatas 56 tahun, makeup dianggap tidak penting lagi*”

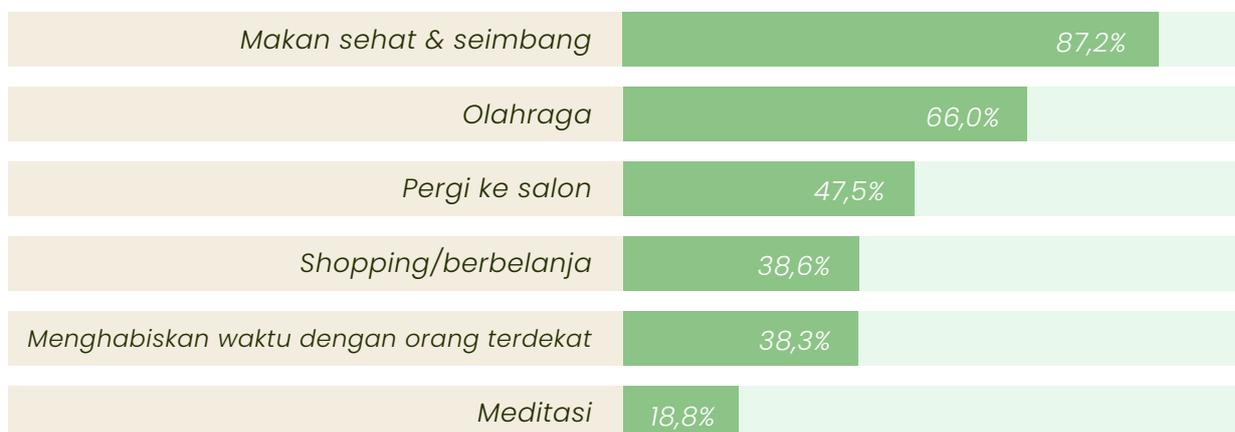
Kegiatan apa yang dilakukan wanita Indonesia untuk merasa cantik dan percaya diri?

Nah, setelah kita mengetahui apa arti kata cantik bagi wanita Indonesia, selanjutnya kita akan membahas mengenai kegiatan yang membuat mereka percaya diri, dan bahkan merasa cantik! Kira-kira apa saja ya kegiatan tersebut? ***Yuk kita bahas!***

“*Wanita Indonesia lebih merasa cantik & percaya diri karena makan sehat dan seimbang dibandingkan pergi ke salon*”

Sejalan dengan *mindset* bahwa kecantikan dari dalam tidak kalah penting, ternyata **87,2%** wanita Indonesia memilih makan sehat & seimbang, **66,0%** memilih olahraga dan **47,5%** memilih pergi ke salon sebagai kegiatan yang membuat mereka merasa cantik dan percaya diri.

Kegiatan yang membuat merasa cantik & percaya diri



1.1b Kegiatan yang membuat wanita Indonesia merasa cantik & percaya diri

“*Makin sering kumpul, makin percaya diri*”

Selain itu, berkumpul bersama orang terdekat dan bersosialisasi juga banyak dipilih oleh wanita Indonesia! Survey menunjukkan bahwa **38,3%** wanita Indonesia mengakui bahwa berkumpul dengan orang terdekat dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka, bahkan membuat mereka merasa lebih cantik.

“*Shopping dapat membuat 38,6% wanita Indonesia merasa cantik & percaya diri*”

Ada juga kegiatan yang sepertinya memang tidak pernah lepas dari wanita, yaitu *shopping!* *Shopping* menjadi pilihan 38,6% wanita Indonesia sebagai kegiatan yang membuat mereka merasa lebih cantik dan percaya diri.



“*1 dari 5 wanita Indonesia memilih meditasi untuk merasa lebih cantik dan percaya diri*”





Kemudian, ternyata kegiatan yang berhubungan dengan ketenangan pikiran seperti meditasi juga menjadi pilihan wanita Indonesia. Survey menunjukkan 18,8% wanita Indonesia memilih meditasi sebagai kegiatan yang membuat mereka merasa cantik dan percaya diri.

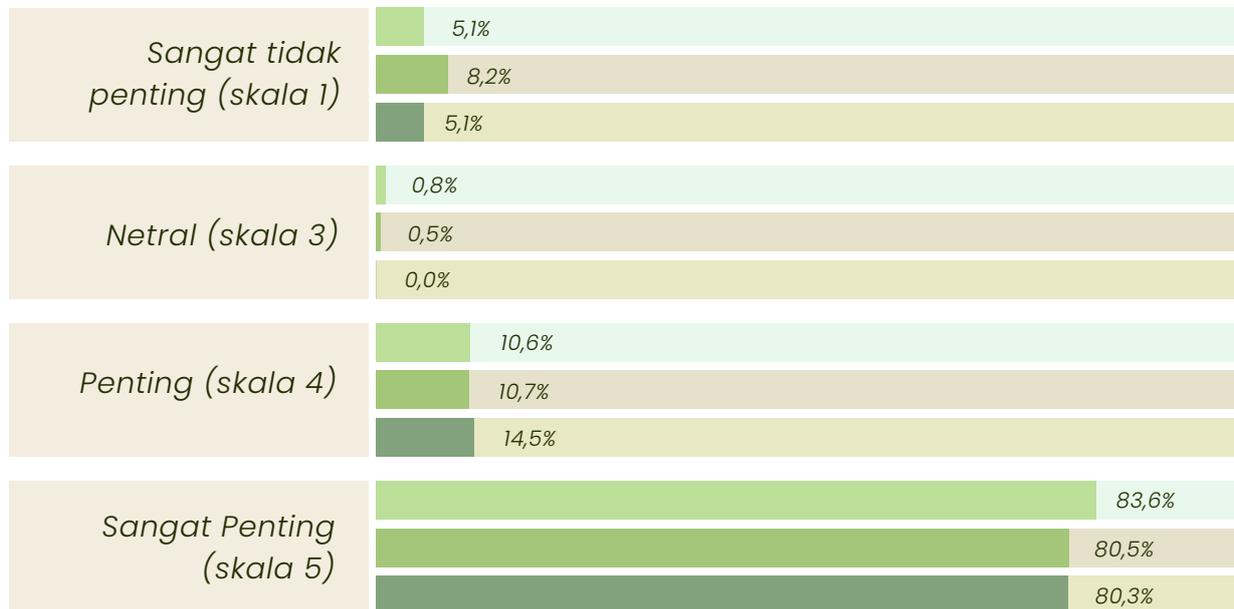
2. *Seberapa penting kesehatan mental bagi wanita Indonesia?*

Selain kesehatan fisik yang dapat ditingkatkan dengan olahraga dan makan sehat, ada juga kesehatan lain yang perlu diperhatikan, yaitu kesehatan mental. Kesehatan mental ini meliputi kesehatan seseorang dalam aspek psikologis dan emosional. Tentunya, kesehatan mental juga akan mempengaruhi cara seseorang berpikir dan mengambil keputusan.

“*Wanita dibawah 25 tahun paling peduli terhadap mental health*”

Berdasarkan survei yang dilakukan, mayoritas wanita Indonesia menganggap bahwa kesehatan mental adalah sesuatu yang penting bagi mereka. Namun, wanita berusia muda (dibawah 25 tahun) ternyata paling peduli terhadap *mental health* dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Survey menunjukkan bahwa 83,6% wanita dari gen Z menyatakan bahwa mental health sangat penting bagi mereka. Persentase dari gen Z paling tinggi dibandingkan generasi lainnya, dimana terdapat 80,5% gen Y dan 80,3% gen X yang juga merasa bahwa mental health sangat penting.

Kepedulian terhadap mental health



| Generasi | Gen Z | Gen Y | Gen X |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| | (15-24 tahun) | (25-40 tahun) | (41-56 tahun) |
| Nilai Rata Rata | 4,68 | 4,55 | 4,65 |

1.2 Kepedulian wanita Indonesia terhadap mental health (berdasarkan generasi)

3. Apakah wanita Indonesia memprioritaskan produk yang eco-friendly?

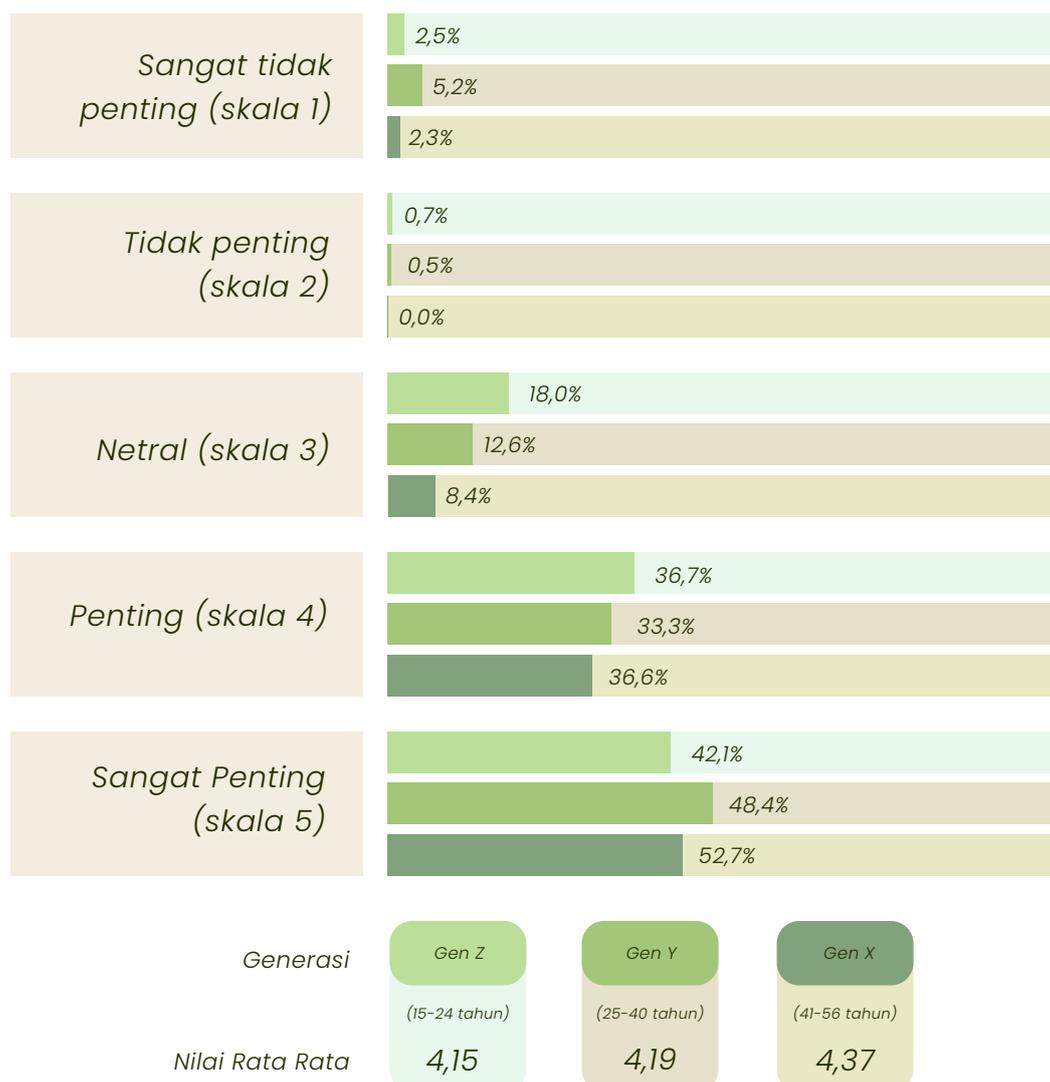
Produk yang eco-friendly sudah banyak tersedia di berbagai macam industri, khususnya industri kecantikan. *Eco-friendly* yang dimaksud adalah produk yang ramah lingkungan dan mudah terurai sehingga tidak menyebabkan kerusakan terhadap lingkungan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kira-kira bagaimana ya pentingnya produk *eco-friendly* bagi wanita Indonesia?



“Wanita diatas 40 tahun memilih produk kecantikan yang memiliki social responsibility

Sebagian besar wanita Indonesia dari berbagai generasi memilih produk kecantikan dengan label *eco-friendly*. Jika membandingkan per generasi, semakin tinggi umur responden maka semakin banyak yang memilih produk yang *eco-friendly*. Secara spesifik, terdapat **52,7% Gen X**, **48,4% Gen Y**, serta **42,1% Gen Z** yang menyatakan bahwa produk yang *eco-friendly & environmentally conscious* sangat penting.

Kepentingan produk yang eco-friendly



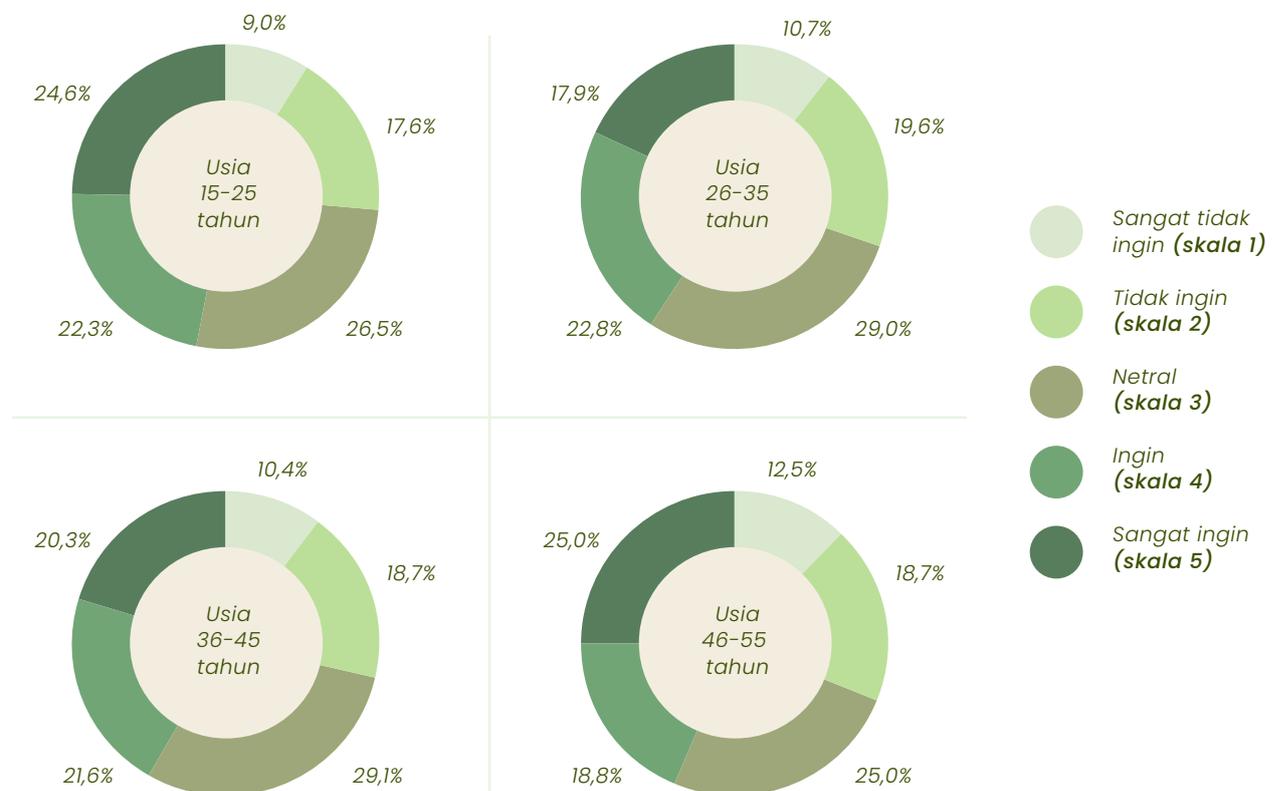
1.3 Seberapa penting produk eco-friendly menurut wanita Indonesia (berdasarkan generasi)

4. Bagaimana pendapat wanita Indonesia terkait treatment koreksi wajah?

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, *treatment* koreksi wajah sudah tersedia di berbagai tempat perawatan kecantikan. Beberapa contoh *treatment* yang biasanya ditawarkan berupa *fillers*, *injection*, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, *treatment* koreksi wajah menjadi lebih mudah dilakukan bagi mereka yang tertarik.

“25% wanita dibawah 25 tahun ingin melakukan *treatment* koreksi wajah, dan alasan utamanya adalah agar awet muda

Keinginan melakukan *treatment* koreksi wajah



1.4a Keinginan wanita Indonesia melakukan *treatment* koreksi wajah (berdasarkan kelompok usia)

Chapter 1

Ternyata sejak usia muda, wanita Indonesia sudah memiliki keinginan untuk melakukan *treatment* koreksi wajah, dimana 24,6% wanita Indonesia berusia 15-25 tahun sudah memiliki keinginan kuat untuk melakukan *treatment* tersebut. Bahkan, 43,2% wanita Indonesia dengan kelompok usia yang sama memilih agar tetap awet muda sebagai alasan untuk melakukan *treatment* koreksi wajah.

“12% wanita Indonesia melakukan *treatment* koreksi wajah untuk meningkatkan status sosial & mengikuti tren selebritis

Walaupun sebagian besar wanita berpendapat bahwa alasan seseorang melakukan *treatment* koreksi wajah adalah untuk memperbaiki kekurangan (71,6%), meningkatkan percaya diri (68,5%), dan menjaga penampilan (56,3%). Namun, 12,4% wanita Indonesia mengakui bahwa meningkatkan status sosial juga menjadi salah satu alasan untuk melakukan *treatment* koreksi wajah. Sementara, 19,4% juga mengakui bahwa mengikuti tren/selebriti yang disukai dapat menjadi alasan lainnya.



Alasan melakukan treatment koreksi wajah

| Alasan | Total | 15-25 tahun | 26-35 tahun | 36-45 tahun | 46-55 tahun |
|--|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Memperbaiki kekurangan pada wajah/tubuh | 71,6% | 70,0% | 73,1% | 74,7% | 66,7% |
| Untuk meningkatkan kepercayaan diri | 68,5% | 70,2% | 67,6% | 65,1% | 54,2% |
| Menjaga penampilan | 56,3% | 57,7% | 54,8% | 57,1% | 52,1% |
| Agar tetap awet muda | 45,6% | 43,2% | 46,7% | 52,8% | 58,3% |
| Menyeimbangkan bentuk wajah/tubuh | 31,6% | 33,9% | 29,6% | 29,6% | 31,3% |
| Enhance bagian wajah/ tubuh yang disukai | 30,3% | 33,0% | 28,5% | 25,1% | 25,0% |
| Mengikuti trend/orang lain/ selebriti yang digemari | 19,4% | 19,2% | 19,9% | 19,2% | 8,3% |
| Meningkatkan simbol status sosial | 12,4% | 12,5% | 12,1% | 14,7% | 8,3% |
| Mengikuti pendapat dari orang yang terdekat (teman, keluarga, dsb) | 7,5% | 8,3% | 7,1% | 5,6% | 2,1% |

1.4b Alasan wanita Indonesia melakukan treatment koreksi wajah (berdasarkan kelompok usia)



Chapter 2

PHYSICAL

(FACE & BODY)



Penampilan seseorang tentu merupakan hal yang penting bukan? Walaupun ada pepatah yang mengatakan ***Don't judge the book by its cover***, namun tidak dapat dipungkiri bahwa penampilan menjadi hal pertama yang kita lihat saat pertama kali bertemu dengan seseorang. Kenapa? Karena hanya itulah yang bisa kita nilai sebelum kita berbicara dan menjadi lebih dekat dengan mereka. Tapi jangan menilai orang hanya dari penampilannya saja ya!

Pada Segmen *Physical (face & body)* ini, kita akan membahas mengenai pendapat wanita Indonesia terkait perawatan kecantikan, seperti:

- Pertimbangan dalam memilih produk kecantikan
- Manfaat dan kandungan *skincare* yang dicari
- Kecantikan di area intim
- Perawatan untuk pria

Yuk kita bahas!



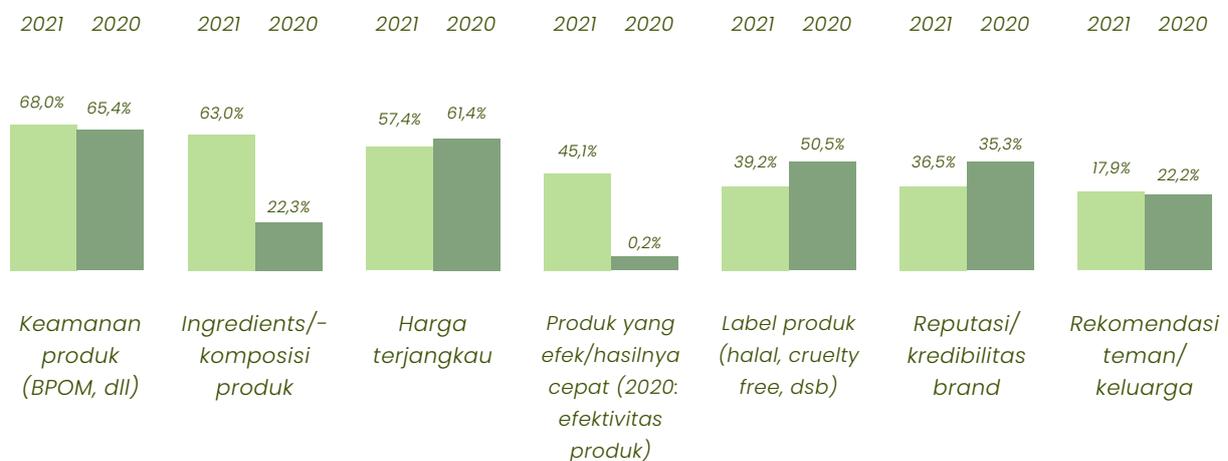
1. Apa saja pertimbangan wanita Indonesia dalam memilih produk kecantikan?

Saat ini, produk kecantikan tersedia dalam berbagai variasi. Tapi, apa saja yang wanita Indonesia pertimbangkan dalam memilih produk kecantikan mereka?

“Wanita Indonesia yang peduli terhadap komposisi produk kecantikan naik 3x lipat dibanding tahun sebelumnya

Di tahun ini, keamanan produk, komposisi produk, serta harga yang terjangkau kembali menjadi *top 3* pertimbangan wanita Indonesia dalam memilih produk kecantikan. Namun, kepedulian wanita Indonesia terhadap komposisi produk yang mereka gunakan ternyata meningkat hingga 3x lipat. Pada tahun 2020, hanya 22,3% wanita Indonesia yang mempertimbangkan komposisi produk dalam memilih produk kecantikan. Namun angka tersebut meningkat hingga 63,0% di tahun 2021. Wah sangat meningkat ya!

Pertimbangan dalam memilih produk kecantikan



2.1 Pertimbangan wanita Indonesia dalam memilih produk kecantikan (2021 vs 2020)

Chapter 2

2. Manfaat apa yang dicari wanita Indonesia pada skincare?

Semakin beragam produk kecantikan yang tersedia, semakin banyak juga manfaat yang dapat diberikan oleh produk kecantikan tersebut. Namun, setiap jenis produk kecantikan pastinya memiliki manfaat yang berbeda-beda. Bagi wanita Indonesia, manfaat apa yang mereka cari di produk skincare mereka?

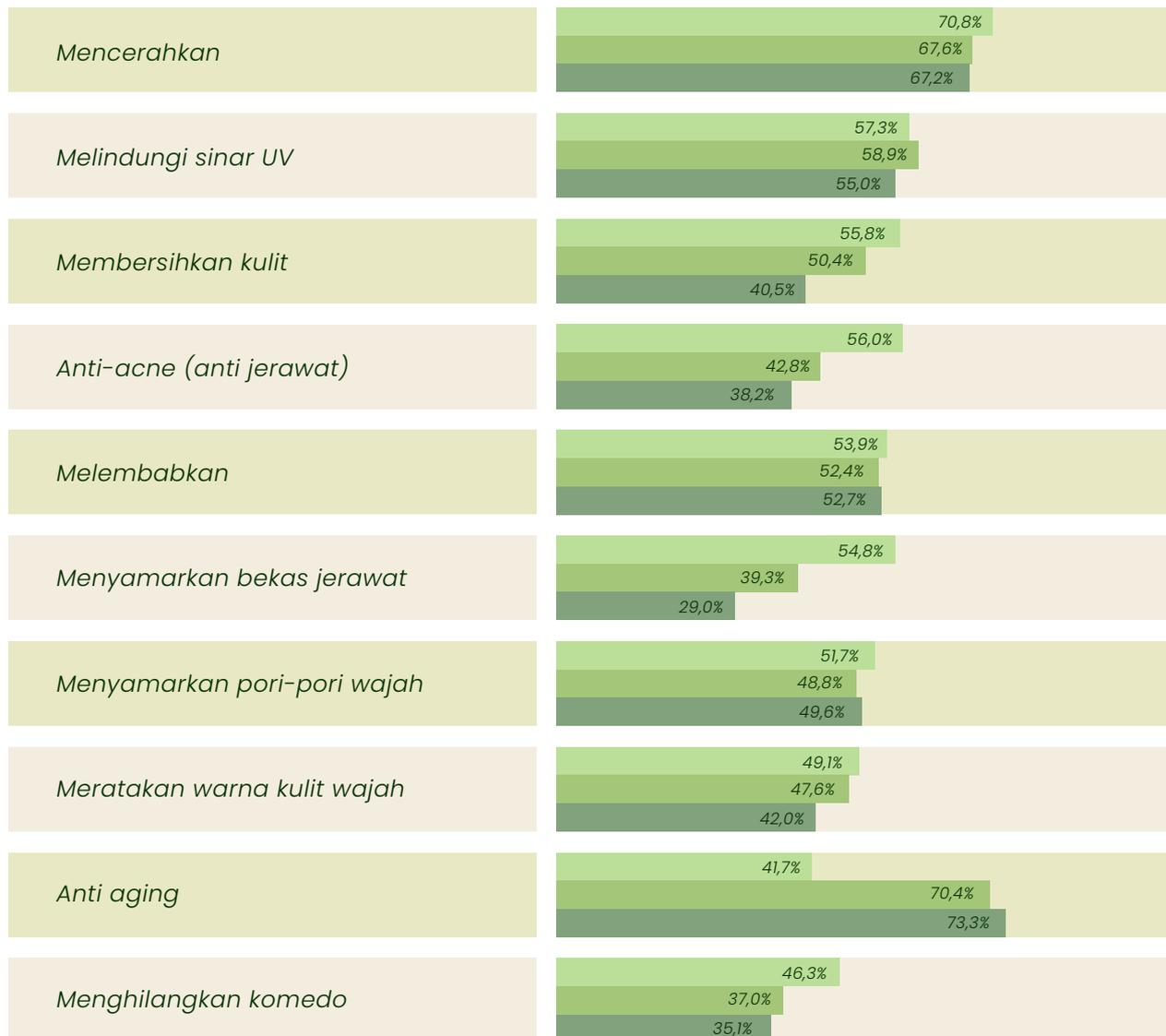


“Setengah dari wanita dibawah 25 tahun mencari skincare yang dapat menyamarkan bekas jerawat

Secara keseluruhan, manfaat yang banyak dicari oleh wanita Indonesia adalah mencerahkan, melindungi dari sinar UV, serta membersihkan kulit. Tidak hanya itu, bekas jerawat ternyata masih menjadi masalah kulit yang banyak dialami oleh wanita Indonesia, khususnya bagi mereka yang berusia muda. Sekitar setengah dari Gen Z, yaitu 54,8%, mencari produk *skincare* yang dapat menyamarkan bekas jerawat mereka. Yang menarik, survey juga menunjukkan bahwa 41,7% wanita Indonesia dari gen Z, bahkan sudah mencari produk *anti-aging* di *skincare* mereka. Hal ini menunjukkan bahwa cukup banyak wanita Indonesia yang sudah menjaga kemudaan kulitnya dari usia dini.

“41,7% wanita dibawah 25 tahun sudah mulai mencari produk anti-aging

Manfaat yang dicari pada produk kecantikan



Gen Z (15-24 tahun)

Gen Y (25-40 tahun)

Gen X (41-56 tahun)

2.2a Manfaat yang dicari wanita Indonesia pada produk kecantikan (berdasarkan generasi)

“Hampir 40% wanita di atas 40 tahun masih mencari produk skincare untuk masalah jerawat”

Chapter 2

Selain gen Z, ternyata masalah jerawat masih dialami oleh generasi yang lebih tua seperti gen X. Masih ada wanita Indonesia berusia diatas 40 tahun, yaitu 38,2%, yang mencari produk skincare untuk masalah jerawat.

“**Wanita Indonesia yang mencari perlindungan terhadap sinar UV meningkat hampir 2x lipat dibanding tahun sebelumnya**”

Jika membandingkan hasil survey antara tahun 2021 dengan tahun sebelumnya, ternyata wanita Indonesia sekarang lebih banyak mencari *skincare* dengan manfaat perlindungan sinar UV. Dimana wanita Indonesia yang mencari *skincare* yang dapat melindungi kulit dari sinar UV pada tahun 2021 persentasenya mencapai 57,4%, dibandingkan dengan 38,5% di tahun sebelumnya.

Manfaat yang dicari pada produk kecantikan

| | 2021 | 2020 |
|-----------------------------|--------------|--------------|
| Mencerahkan | 70,3% | 69,6% |
| Melindungi sinar UV | 57,4% | 38,5% |
| Membersihkan kulit | 54,6% | 39,6% |
| Anti acne (anti jerawat) | 53,8% | 50,4% |
| Melembabkan | 53,6% | 39,3% |
| Menyamarkan bekas jerawat | 52,0% | 44,3% |
| Menyamarkan pori-pori wajah | 51,3% | 53,5% |
| Meratakan warna kulit | 48,7% | 39,2% |
| Anti-aging | 46,4% | 48,1% |
| Menghilangkan komedo | 44,8% | 48,0% |

2.2b Manfaat yang dicari wanita Indonesia pada produk kecantikan (2021 vs 2020)

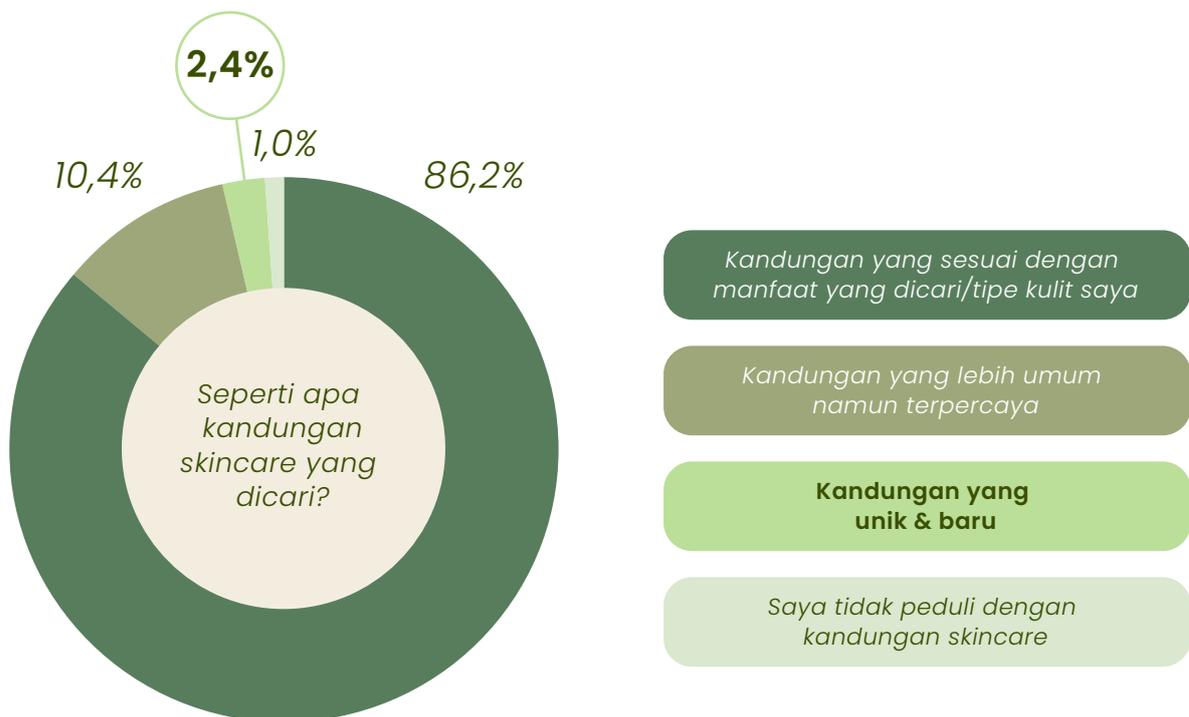


Seperti apa kandungan skincare yang dicari?

“2,4% wanita Indonesia berani mencoba skincare dengan kandungan yang totally new

Ternyata, mayoritas wanita Indonesia sudah mencari kandungan yang manfaatnya sesuai dengan tipe kulit mereka. Namun demikian, terdapat **2,4%** wanita Indonesia yang berani untuk menggunakan *skincare* dengan kandungan yang sangat baru.

Kandungan skincare yang dicari



2.2c Kandungan skincare yang dicari wanita Indonesia

3. Seberapa peduli wanita terhadap area intim/pribadinya?

Selain kecantikan wajah dan penampilan yang terlihat oleh orang banyak, ada hal lain yang perlu diperhatikan seperti area intim atau pribadi.

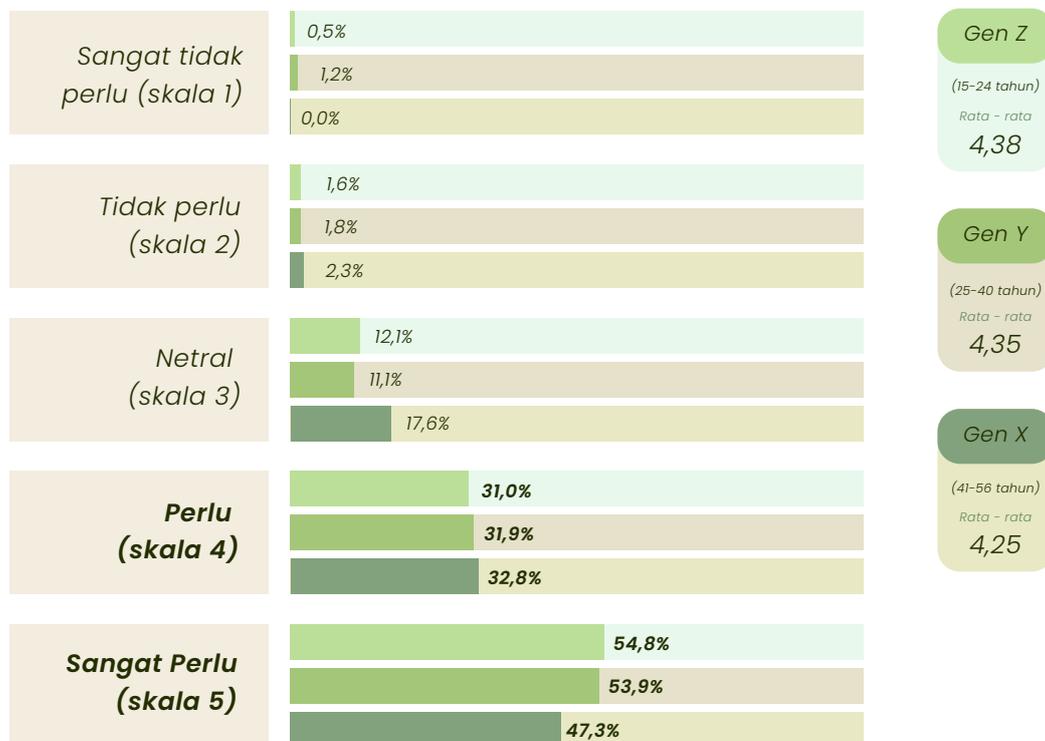
Chapter 2

Tentunya, area intim perlu dijaga kebersihannya. Namun selain kebersihan, bagaimana dengan kecantikannya? Apakah *treatment* kecantikan area intim diperlukan?

“80,1% wanita diatas 40 tahun sangat peduli terhadap kecantikan area intim

Ternyata, tidak hanya mereka yang berusia muda merasa bahwa area intim perlu dibuat cantik. Mayoritas wanita Indonesia berusia diatas 40 tahun (gen X), yaitu sebesar 80,1%, menyatakan bahwa area intim wanita juga perlu/sangat perlu dibuat terlihat cantik.

Kebutuhan untuk treatment kecantikan area intim



2.3 Seberapa perlu area intim dibuat cantik (berdasarkan generasi)

4. Pria perlu perawatan, benarkah?

Istilah “perawatan kulit” cenderung melekat pada wanita, dimana pelanggan *treatment* perawatan kulit di salon atau klinik kecantikan umumnya mayoritas wanita. Namun, apakah pria juga perlu melakukan perawatan kulit?

“98,8% wanita Indonesia setuju bahwa pria memerlukan perawatan kulit

Jawabannya adalah **YA**, pria perlu melakukan perawatan kulit! Survey menunjukkan bahwa hampir seluruh wanita Indonesia (98,8%) setuju bahwa pria juga memerlukan perawatan dan menggunakan *skincare*.

Kebutuhan pria untuk melakukan perawatan kulit



2.4 Persepsi wanita Indonesia terkait kebutuhan pria untuk melakukan perawatan kulit

Chapter 3



BEHAVIOR

(USAGE & ACTION)

Rutinitas dan kegiatan masing-masing orang tentunya berbeda-beda, karena rutinitas tersebut terbentuk dari kebiasaan seseorang. Nah, setelah kita membahas sudut pandang wanita Indonesia tentang perawatan kecantikan, sekarang saatnya kita membahas kebiasaan mereka terkait produk kecantikan yang mereka gunakan.

Pada Segmen Behavior (Usage & Action) ini, kita akan membahas mengenai bagaimana perilaku dan rutinitas wanita Indonesia terkait perawatan kecantikan, seperti:

- Cara melakukan perawatan kulit
- Jumlah skincare yang digunakan
- Tempat membeli produk kecantikan

Yuk kita lihat selengkapnya!

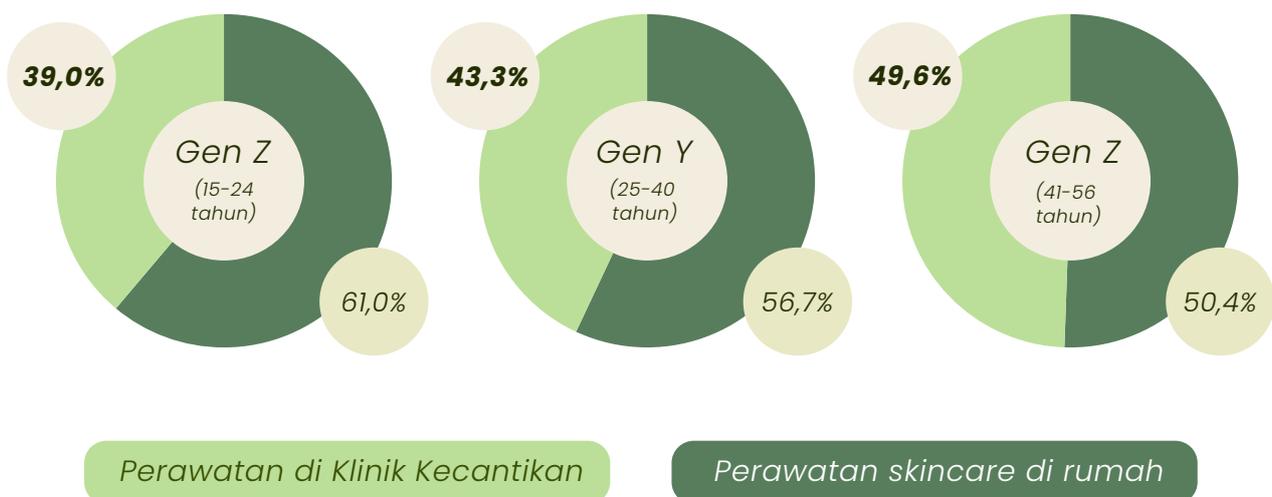
1. Bagaimana cara wanita Indonesia melakukan perawatan kulit?

Untuk merawat kecantikan dan penampilan, wanita memiliki berbagai opsi yang dapat mereka lakukan. Mereka dapat melakukan perawatan kulit sendiri di rumah, namun bisa juga melakukan perawatan di klinik kecantikan. Nah bagaimana dengan wanita Indonesia?

“Hampir 40% wanita dibawah 25 tahun mempercayakan perawatannya ke klinik kecantikan

Walaupun mayoritas masih memilih untuk melakukan perawatan kulit dengan menggunakan skincare di rumah. Namun hasil survey menunjukkan bahwa 39,0% wanita Gen Z, 43,3% wanita Gen Y dan 49,6% wanita Gen X memilih untuk pergi ke klinik kecantikan.

Cara wanita Indonesia melakukan perawatan kulit

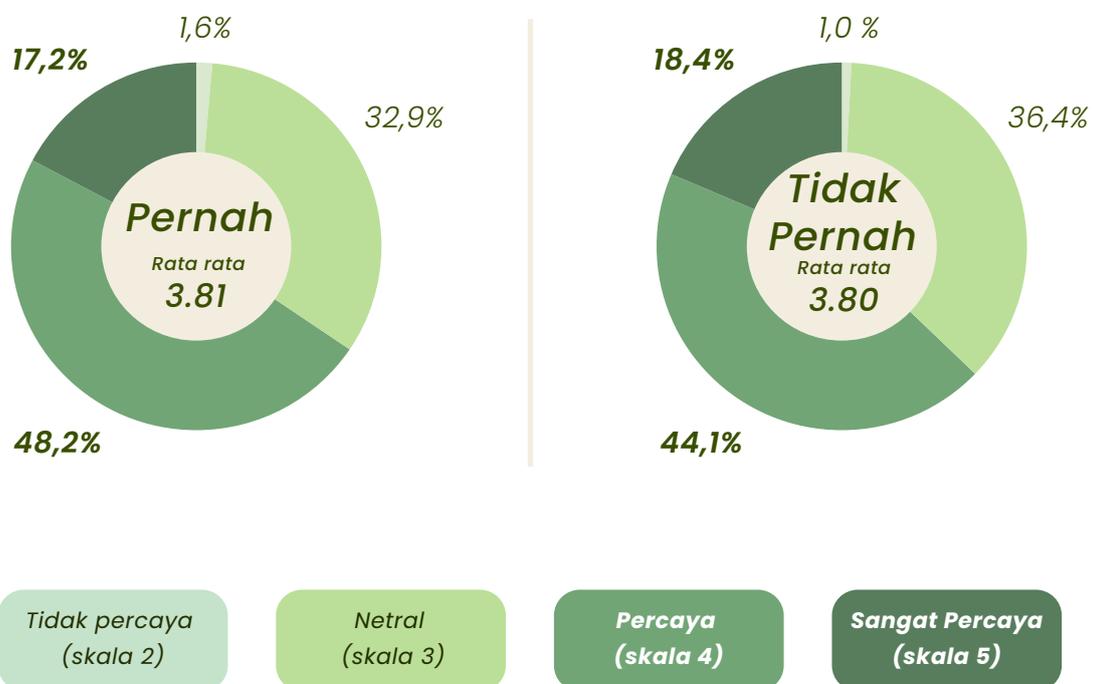


3.1a Preferensi wanita Indonesia dalam melakukan perawatan kulit (berdasarkan generasi)

“Walaupun belum pernah datang, 62,5% wanita Indonesia tertarik membeli produk dari klinik kecantikan

Selain itu, ternyata kepercayaan wanita Indonesia terhadap produk dari klinik kecantikan cukup tinggi. Sebesar 62,5% wanita Indonesia menyatakan bahwa mereka percaya ataupun sangat percaya terhadap produk dari klinik kecantikan, walaupun belum pernah ke klinik kecantikan tersebut. Bahkan, angka ini tidak berbeda jauh dengan wanita Indonesia yang pernah datang ke klinik kecantikan, yaitu 65,4%.

Kepercayaan terhadap produk klinik kecantikan



3.1b Kepercayaan wanita Indonesia terhadap produk dari klinik kecantikan (berdasarkan pernah/tidak ke klinik kecantikan)

2.
*Berapa jumlah
skincare yang
digunakan
wanita
Indonesia?*

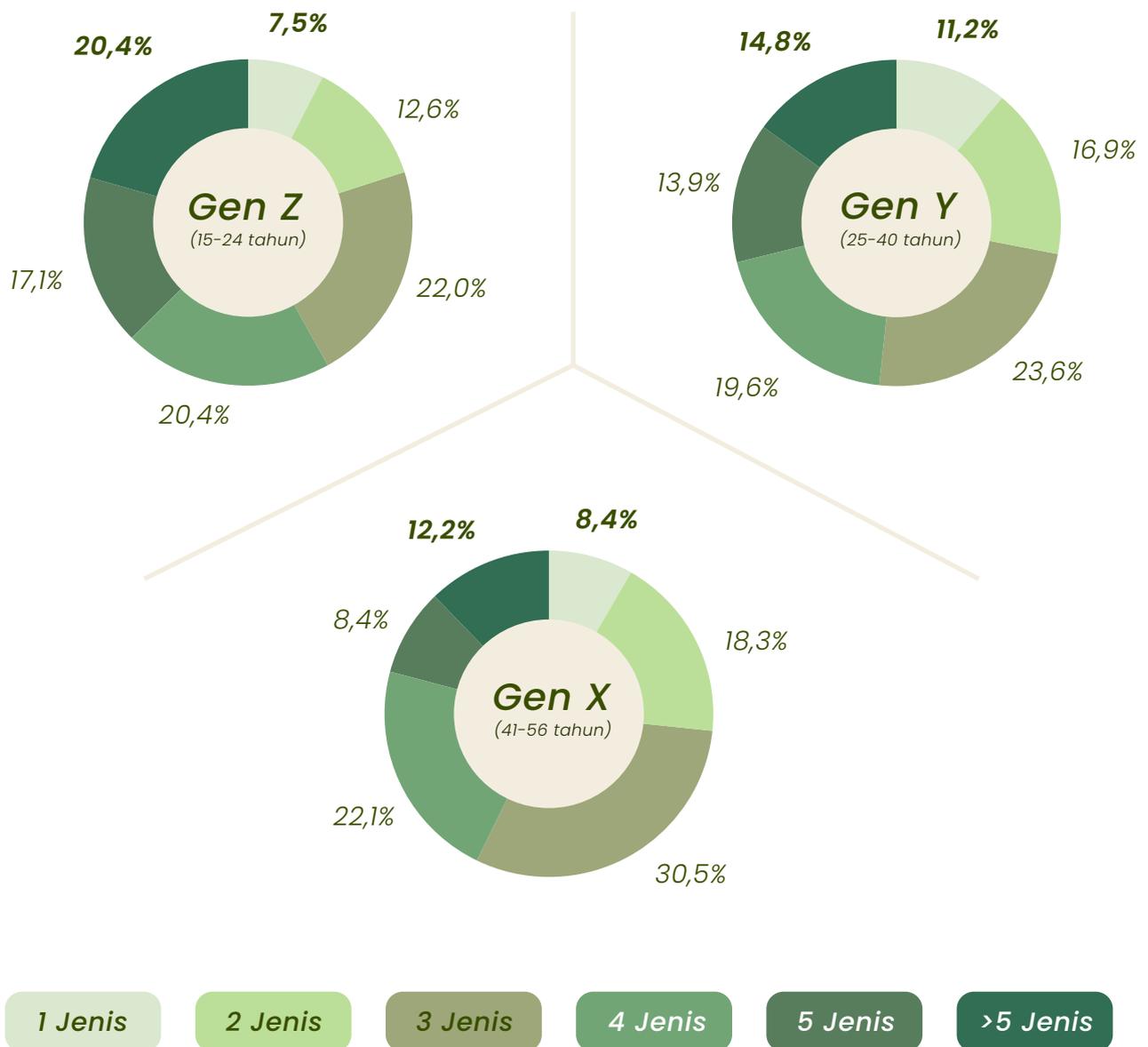


Dalam menggunakan skincare, lebih baik memakai beberapa jenis atau satu jenis saja ya? Selain preferensi dari masing-masing orang, jumlah *skincare* yang digunakan juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan kulit kita. Yuk kita cari tahu berapa jumlah *skincare* yang digunakan wanita Indonesia!

“1 dari 5 gen Z menggunakan > 5 produk
skincare setiap harinya

Secara keseluruhan, wanita Indonesia dari berbagai generasi rata-rata menggunakan 3 jenis *skincare* (Gen Z = 22,0%, Gen Y = 23,6%, Gen X = 30,5%). Namun, ternyata ada 20,4% wanita Indonesia berusia muda (Gen Z) yang menggunakan lebih dari 5 jenis produk *skincare* setiap harinya. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan Gen Y (14,8%) dan Gen X (12,2%).

Jumlah produk skincare yang digunakan



3.2 Jumlah produk yang digunakan wanita Indonesia dalam sehari (berdasarkan generasi)

“Ada 11,2% generasi milenial yang hanya menggunakan 1 produk skincare setiap harinya”

Di lain sisi, ternyata masih ada 11,2% wanita Indonesia Gen Y yang hanya menggunakan 1 jenis produk *skincare* setiap harinya. Dimana persentase dari Gen Y tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan Gen Z (7,5%) dan Gen X (8,4%).

3. *Dimana wanita Indonesia membeli produk kecantikan?*

Pada masa sekarang, membeli produk kecantikan dapat dikatakan cukup mudah. Wanita Indonesia dapat dengan bebas memilih cara mereka membeli produk kecantikannya, baik secara *online* maupun *offline*. Namun diantara pilihan tersebut, manakah yang menjadi pilihan wanita Indonesia?

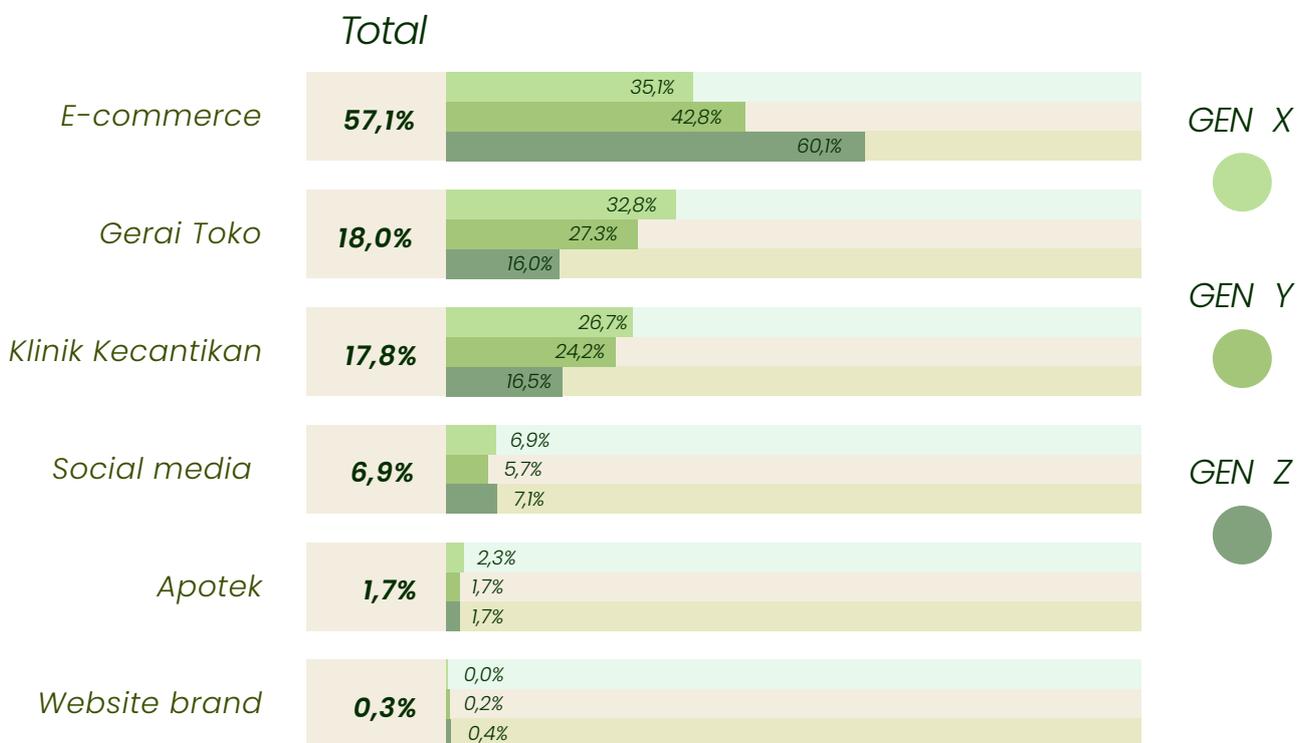
“*Hanya 7,1% gen Z yang membeli skincare di platform sosial media*”

Secara keseluruhan, mayoritas wanita Indonesia memilih *E-commerce* (57,1%) sebagai channel untuk membeli *skincare*. Namun demikian, ternyata tidak semua *platform online* menjadi pilihan konsumen. Hasil survey menunjukkan bahwa hanya 7,1% wanita Gen Z yang membeli *skincare* di sosial media mereka, walaupun sudah menjadi informasi umum bahwa sosial media sangat banyak digunakan oleh mereka yang berusia muda.

Selain itu, terdapat platform lain yang tidak terlalu digemari oleh wanita Indonesia dalam membeli produk kecantikan mereka. *Platform* tersebut adalah *website* dari brand *skincare* itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey, dimana hanya 0,3% wanita Indonesia yang membeli produk kecantikan mereka melalui *website brand*.

“Hanya 0,3% wanita Indonesia yang membeli produk kecantikan melalui website brand

Tempat wanita membeli produk kecantikan



3.3a Tempat wanita Indonesia membeli produk kecantikan (berdasarkan generasi)

Selain peningkatan pembelian *skincare* di *E-commerce*, dari 55,8% di tahun 2020 menjadi 57,1% di tahun 2021. Ternyata, pembelian di klinik kecantikan juga meningkat dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun sebelumnya, hanya 0,3% wanita Indonesia yang memilih klinik kecantikan sebagai tempat mereka membeli *skincare*. Namun, pada tahun 2021 angka tersebut meningkat menjadi 17,8%.

“Pembelian skincare melalui klinik kecantikan naik 20x lipat dibanding tahun sebelumnya

Tempat wanita membeli produk kecantikan



3.3b Tempat wanita Indonesia membeli produk kecantikan (2021 vs 2020)

Key Insights

| Chapter 1 | Total | Gen X (41-56 tahun) | Gen Y (25-40 tahun) | Gen Z (15-24 tahun) | Findings |
|---|---|--|---|--|--|
| Definisi cantik | <p>Bertubuh sehat & bugar (68,9%)</p> <p>Wajah bersih & mulus (67,1%)</p> <p>Percaya diri (60,8%)</p> | <p>Bertubuh sehat & bugar (75,6%)</p> <p>Wajah bersih & mulus (56,5%)</p> <p>Kulit cerah & glowing (55,7%)</p> | <p>Bertubuh sehat & bugar (78,3%)</p> <p>Wajah bersih & mulus (63,6%)</p> <p>Merasa bahagia (60,6%)</p> | <p>Wajah bersih & mulus (68,0%)</p> <p>Tubuh sehat & bugar (67,2%)</p> <p>Percaya diri (61,6%)</p> | <p>Arti cantik bagi sebagian besar wanita adalah bertubuh sehat & bugar. Namun Gen Z masih lebih mengutamakan wajah bersih & mulus (68,0%)</p> |
| Kegiatan yang membuat percaya diri & merasa cantik | <p>Makan sehat & seimbang (87,2%)</p> <p>Olahraga (66,0%)</p> <p>Pergi ke salon (47,5%)</p> | <p>Makan sehat & seimbang (83,2%)</p> <p>Olahraga (70,2%)</p> <p>Pergi ke salon (46,6%)</p> | <p>Makan sehat & seimbang (91,5%)</p> <p>Olahraga (69,3%)</p> <p>Pergi ke salon (48,7%)</p> | <p>Makan sehat & seimbang (86,7%)</p> <p>Olahraga (65,3%)</p> <p>Pergi ke salon (47,3%)</p> | <p>Sejalan dengan 'definisi cantik', kegiatan yang dapat mendukung mayoritas wanita Indonesia supaya makin merasa cantik & percaya diri adalah dengan makan sehat & seimbang</p> |
| Kepedulian mental health | <p>Yang memilih sangat penting = 83,1%</p> | <p>Yang memilih sangat penting = 80,3%</p> | <p>Yang memilih sangat penting = 80,5%</p> | <p>Yang memilih sangat penting = 83,6%</p> | <p>Secara umum, mayoritas wanita Indonesia merasa mental health merupakan hal yang sangat penting</p> |



Key Insights

| Chapter 1 | Total | Gen X (41-56 tahun) | Gen Y (25-40 tahun) | Gen Z (15-24 tahun) | Findings |
|--|--|--|--|--|---|
| Pentingnya produk eco-friendly (nilai dari skala 5) | Yang memilih sangat penting = 43,2% | Yang memilih sangat penting = 52,7% | Yang memilih sangat penting = 48,4% | Yang memilih sangat penting = 42,1% | Produk yang menekankan eco friendly/ environmentally conscious merupakan hal yang penting bagi sebagian besar wanita Indonesia, khususnya wanita dari Gen X |
| Keinginan melakukan treatment koreksi wajah | Sangat ingin (21,4%) Ingin (22,4%) | Sangat ingin (22,9%) Ingin (19,1%) | Sangat ingin (19,1%) Ingin (23,0%) | Sangat ingin (21,7%) Ingin (22,5%) | Hampir separuh wanita (43,8%) memiliki keinginan untuk melakukan treatment koreksi wajah |
| Alasan melakukan treatment koreksi wajah | Memperbaiki kekurangan pada wajah/tubuh (71,6%) Meningkatkan percaya diri (68,5%) Menjaga penampilan (56,3%) | Memperbaiki kekurangan pada wajah/tubuh (73,3%) Meningkatkan percaya diri (52,7%) Supaya awet muda (51,9%) | Memperbaiki kekurangan pada wajah/tubuh (73,5%) Meningkatkan percaya diri (67,8%) Menjaga penampilan (58,9%) | Memperbaiki kekurangan pada wajah/tubuh (71,3%) Meningkatkan percaya diri (69,1%) Menjaga penampilan (56,1%) | Alasan seseorang melakukan treatment koreksi wajah adalah untuk memperbaiki kekurangan pada wajah/ tubuh, meningkatkan kepercayaan diri, serta menjaga penampilan |



Key Insights

| Chapter 2 | Total | Gen X (41-56 tahun) | Gen Y (25-40 tahun) | Gen Z (15-24 tahun) | Findings |
|---|--|--|---|--|---|
| Pertimbangan memilih produk kecantikan | Keamanan produk (68,0%) Komposisi produk (63,0%) Harga terjangkau (57,4%)" | Harga terjangkau (59,5%) Keamanan produk (55,0%) Komposisi produk (49,6%)" | Keamanan produk (66,9%) Harga terjangkau (59,5%) Komposisi produk (58,4%)" | Keamanan produk (68,6%) Komposisi produk (64,2%) Harga terjangkau (57,1%)" | Secara keseluruhan, 3 pertimbangan utama ketika memilih produk kecantikan adalah keamanan produk, komposisi produk, serta harga yang terjangkau |
| Manfaat skincare yang dicari | Mencerahkan (70,3%) Melindungi sinar UV (57,4%) Membersihkan kulit (54,6%)" | Anti-aging (73,3%) Mencerahkan (67,2%) Melindungi sinar UV (55,0%)" | Anti-aging (70,4%) Mencerahkan (67,6%) Melindungi sinar UV (58,9%) | Mencerahkan (70,8%) Melindungi sinar UV (57,3%) Anti-acne (56,0%) | Manfaat utama skincare yang dicari oleh Gen Y & Gen X adalah anti-aging, namun Gen Z mencari yang dapat mencerahkan kulit |
| Kandungan skincare yang dicari | Yang sesuai tipe kulit (86,2%) Yang umum namun terpercaya (10,4%) Yang unik & baru (2,4%)" | Yang sesuai tipe kulit (85,5%) Yang umum namun terpercaya (11,5%) Yang unik & baru (1,5%)" | Yang sesuai tipe kulit (88,9%) Yang umum namun terpercaya (8,2%) Yang unik & baru (2,0%)" | Yang sesuai tipe kulit (85,8%) Yang umum namun terpercaya (10,7%) Yang unik & baru (2,5%)" | Ketika ditanyakan terkait kandungan, mayoritas wanita Indonesia cukup mencari skincare yang sesuai dengan tipe kulit mereka |
| Pentingnya area intim dibuat cantik | Sangat perlu (54,4%) Perlu (31,2%)" | Sangat perlu (47,3%) Perlu (32,8%)" | Sangat perlu (53,9%) Perlu (31,9%)" | Sangat perlu (54,8%) Perlu (31,0%)" | Sebagian besar wanita Indonesia merasa bahwa area intim penting untuk dibuat cantik |
| Apakah pria butuh perawatan? | Ya (98,8%) Tidak (1,2%) | Ya (98,5%) Tidak (1,5%)" | Ya (97,8%) Tidak (2,2%)" | Ya (98,9%) Tidak (1,1%)" | Hampir seluruh wanita Indonesia merasa bahwa pria butuh perawatan & menggunakan skincare |

Key Insights

| Chapter 3 | Total | Gen X (41-56 tahun) | Gen Y (25-40 tahun) | Gen Z (15-24 tahun) | Findings |
|--|--|--|--|--|--|
| Cara wanita melakukan perawatan | Skincare-an di rumah (60,1%) Perawatan di klinik kecantikan (39,9%) | Skincare-an di rumah (50,4%) Perawatan di klinik kecantikan (49,6%) | Skincare-an di rumah (56,7%) Perawatan di klinik kecantikan (43,3%) | Skincare-an di rumah (61,0%) Perawatan di klinik kecantikan (39,0%) | Secara umum, mayoritas wanita Indonesia lebih memilih menggunakan skincare di rumah |
| Jumlah skincare yang digunakan | 3 jenis (22,5%) | 3 jenis (30,5%) | 3 jenis (23,6%) | 3 jenis (22,0%) | Secara umum, sebagian besar wanita Indonesia menggunakan 3 jenis skincare setiap harinya untuk merawat kulit |
| Tempat membeli skincare | E-commerce (57,1%) | E-commerce (35,1%) | E-commerce (42,8%) | E-commerce (60,1%) | Berbeda dengan tahun 2020 dimana mayoritas membeli skincare secara offline. Di tahun ini, lebih dari separuh (57,1%) wanita membeli skincare melalui E-commerce. |



zap
BEAUTY
INDEX
2021



MARKPLUS.INC
Knowledge | Insight | Solution