

BAB II

GAMBARAN KONDISI PERUSAHAAN DAN UPAYA MARINA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Bab ini menguraikan objek penelitian yang dapat menjelaskan gambaran umum terkait kondisi perusahaan dan upaya Marina dalam mempertahankan loyalitas konsumennya.

2.1. PT Tempo Scan Pacific Tbk (Tempo Scan Group)

Informasi umum terkait PT Tempo Scan Pacific

PT Tempo Scan Pacific Tbk merupakan grup BUMS nasional sejak tahun 1953 yang bergelut dibidang farmasi, konsumen dan kosmetik, manufaktur, dan distribusi serta penunjang.

Misi Tempo Scan

Tempo Scan merupakan organisasi yang dinamis di mana di dalamnya terdiri dari profesional yang memiliki komitmen dan dipandu oleh *leadership* yang bertujuan untuk menjadikan Tempo Scan sebagai *market leader* dalam 4 kegiatan usahanya.

Tempo Scan memiliki nilai *brand* yang memiliki produk dengan kualitas tinggi yang selalu berinovasi, dan mendistribusikan produk tersebut. *Corporate governance* dan misi menciptakan *position* keuangan sehat serta menaikkan *value stakeholders* dalam jangka waktu panjang dan dihargai masyarakat.

Nilai Inti Tempo Scan

1. Kejujuran

Nilai inti kejujuran merupakan petunjuk dasar etika dan moral yang dapat menciptakan *corporate culture*.

2. Kesetaraan

Tempo Scan memiliki nilai inti kesetaraan yaitu memberikan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dalam karir karyawan secara adil dan setara tanpa melihat jenis kelamin, agama, dan suku bangsa.

3. Bermanfaat

Tempo Scan memiliki nilai inti bermanfaat yaitu produk yang diberikan memiliki kualitas tinggi yang dibentuk melalui inovasi berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan konsumen. Kombinasi kualitas produk yang tinggi dengan harga terjangkau, serta produk tersebut didistribusikan.

4. Tanggung Jawab

Nilai inti tanggung jawab terletak dalam seluruh kegiatan yang ada dibawah kepemimpinan kuat dan kerja tim profesional, dengan tujuan agar berada dalam posisi *market leader* dalam 4 usaha inti.

5. Kerja Keras

Tempo Scan memiliki nilai inti kerja keras yaitu untuk mewujudkan visi misi Tempo Scan membutuhkan keinginan kuat dan

hard work untuk dapat menempatkan sikap pantang menyerah sebagai *key success factor*.

PT Barclay Products (BCL)

PT Barclay Products merupakan perusahaan yang memasarkan produk *body and face care, household care, oral care*, dan *baby and child care*, seperti *brand* unggulannya adalah MY BABY dan Marina yang berada di posisi utama pada kategori produk itu tersendiri yang dipengaruhi oleh inovasi produk dan harga yang terjangkau. Produk PT Barclay Products didistribusikan dengan cara modern dan tradisional di Indonesia hingga mancanegara.

Profil *Brand* Marina

Marina merupakan *brand* lokal asli Indonesia pertama di Indonesia pada tahun 1982 yang diproduksi oleh perusahaan Indonesia yaitu PT Barclay Products. Marina merupakan kategori produk tubuh yang memiliki formula yang sudah teruji secara klinis dan menggunakan bahan natural. Marina merupakan sahabat bagi perempuan muda di Indonesia yang terwujud dalam berbagai kategori produk seperti *hand and body lotion* yang diformulasikan secara khusus dengan inspirasi dari alam dan memiliki tekstur lembut dan wangi yang memiliki manfaat untuk merawat, melindungi dan mempercantik kulit perempuan Indonesia.

Gambar 2.1. Logo Marina



Marina memiliki berbagai jenis produk yang terbagi menjadi 4 yaitu *body care*, *face care*, *fragrance*, dan *personal hygiene*. Marina memiliki visi untuk dapat mengeluarkan potensi yang dimiliki oleh perempuan Indonesia agar percaya diri dan semakin bersinar (SahabatMarina). Marina turut menyempurnakan kandungan dan komposisi serta berinovasi dengan tujuan untuk mengembangkan produk yang memiliki manfaat lebih baik untuk konsumen.

2.2. Permasalahan

Marina menawarkan berbagai jenis produk dimulai dari *hand and body lotion*, *make up*, *perfume*, dan lainnya, dan banyak digunakan oleh perempuan muda di Indonesia. Marina sudah menjadi *brand* terpercaya sejak lama terutama pada produk *hand and body lotion*, yang dibuktikan dalam Laporan Tahunan Laporan Berkelanjutan 2022 PT Tempo Scan Pacific Tbk. yang menyebutkan bahwa pada Top Brand Award, Marina telah meraih penghargaan untuk kategori *Hand and body lotion* dari tahun 2022 - 2022 secara berturut-turut. Marina juga meraih penghargaan untuk kategori *Hand and body lotion* di tahun 2022 pada Top

Brand Gen Z Awards. Data dibawah menunjukkan bahwa dari 2017-2022, Marina berada dalam top 3 Top Brand Award dalam waktu yang tergolong lama.

Table 2.1. Data Peringkat Top Brand Award Kategori *Hand and body lotion*

Brand	Peringkat							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Citra	1	1	1	1	1	1	1	1
Marina	2	2	2	2	3	2	2	3
Vaseline	3	3	3	3	2	3	3	2
Nivea	4	4	4	4	4	4	4	4

Sumber: Top Brand Award

Loyalitas Konsumen Marina *Hand and body lotion*

Posisi Marina mulai menurun dikarenakan persaingan industri kecantikan terkhusus di bidang *hand and body lotion*. Terhitung sejak 2021 pada Top Brand Award kategori *Hand and body lotion*, walau pada 2021 secara peringkat Marina berada di posisi 2 dalam Top Brand Award, secara Top Brand Index Marina mengalami penurunan Top Brand Index dan diikuti dengan tahun selanjutnya. Pada tahun 2022, Marina mengalami penurunan peringkat, dari peringkat 2 ke peringkat 3, dan mengalami penurunan Top Brand Index, dari 16.2% menjadi 13.6%, di mana Marina belum pernah memiliki Top Brand Index dibawah 15%.

Top Brand Award merupakan ajang penghargaan yang didasari oleh analisa performa *brand* yang diukur dalam *mind share*, *market share*, dan *commitment share* yang dilaksanakan oleh Frontier Research. Top Brand Award menggunakan parameter yang dapat mengukur *Top of Mind (Brand Image)*, *Last Usage*, dan *Future Intentions* (Loyalitas Konsumen) suatu *brand*.

Tabel 2.2. Top Brand Index *Hand and body lotion* 2015 – 2022

BRAND	TBI							
	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Citra	29.6%	29.1%	31.5%	38.3%	42.9%	50.1%	49.9%	34.5%
Marina	13.6%	16.2%	22.4%	17.8%	20.7%	17.0%	16.8%	15.9%
Vaseline	16.5%	14.8%	11.8%	19.7%	12.3%	13.4%	13.4%	15%
Nivea	8.9%	8.8%	5.4%	6.2%	4.8%	3.3%	3.6%	5.5%

Sumber: Top Brand Award

Top Brand Index yang dibentuk melalui 3 parameter *mind share*, *market share*, dan *commitment share*. *Commitment share* yang dapat mengukur loyalitas konsumen, memiliki arti bahwa penurunan Top Brand Index pada Marina sama dengan penurunan loyalitas konsumen Marina. Penurunan Top Brand Index pada tahun 2022 menjadi 13.6% merupakan satu-satunya Top Brand Index terendah sejak tahun 2015, dikarenakan Marina belum pernah menyentuh dibawah 15%. Data Top Brand Award 2021 - 2022, menunjukkan bahwa hanya Marina yang mengalami penurunan Top Brand Index. Kompetitor Marina yaitu Citra, Vaseline, dan Nivea mengalami kenaikan Top Brand Index pada tahun 2022.

Data penunjang lainnya menunjukkan bahwa terjadi penurunan pembelian produk Marina *hand and body lotion*, yaitu pada hasil riset yang dilakukan oleh Kompas periode 17 - 31 Januari 2022 mengenai Top Brand pada kategori body lotion yang banyak dibeli oleh konsumen di *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, dan

Blibli). Top *Brand* menurut Kompas yaitu Vaseline, Scarlett, Nivea, Precious Skin, Citra, Brighty, dan Herborist.

Gambar 2.2. Top *Brand* Body Lotion Terlaris Kompas

Top Brand Body Lotion di *Marketplace* Terlaris di Shopee, Tokopedia, dan Blibli Periode 17–31 Januari 2022



Sumber: Kompas 2022

Data tersebut menunjukkan bahwa produk Marina tidak masuk dalam Top Brand Kompas. Data tersebut menunjukkan bahwa kompetitor Marina pada Top Brand Award yaitu Vaseline, Citra, dan Nivea, berada dalam hasil riset tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan loyalitas konsumen terhadap produk Marina *hand and body lotion*.

2.3. Strategi Marina dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Industri Kecantikan

Dewasa ini perempuan Indonesia berusaha untuk mempercantik diri mereka dengan menggunakan produk kecantikan terutama perawatan kulit. Kebutuhan tersebut membuat bisnis produk kecantikan di Indonesia semakin

berkembang pesat dan bersaing untuk dapat membuat produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Beragamnya produk kecantikan di Indonesia dan persaingan di industri kecantikan membuat perusahaan untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap *brand*, sehingga konsumen melakukan pembelian kembali dan setia terhadap *brand* tersebut. Perusahaan membentuk strategi dengan membangun *brand image* yang unik dan memiliki ciri khasnya tersendiri melalui media komunikasi pemasaran *online* yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun loyalitas. Hal tersebut dilakukan oleh PT Tempo Scan Pacific Tbk, PT Barclay Products, serta Marina yang merupakan perusahaan yang sudah lama berada di bidang produk kecantikan di Indonesia. Marina memiliki fokus untuk mencari *consumer insight* sehingga Marina dapat memberikan kualitas dan manfaat yang selalu terbaru dan dapat memenuhi kebutuhan dari perempuan Indonesia yang memiliki beragam jenis kulit, usia, serta aktivitas yang dijalannya. Marina sebagai *brand* kecantikan memiliki visi untuk dapat mengeluarkan potensi yang dimiliki oleh perempuan Indonesia agar percaya diri dan semakin bersinar. Visi tersebut menunjukkan bahwa Marina ingin menjadi sahabat perempuan muda Indonesia dan berupaya untuk membentuk citra positif melalui media komunikasi pemasaran *online* kepada konsumen.

Marina melakukan *social media marketing* melalui akun media sosial yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram dengan nama akun SahabatMarina (SahabatMarina). Upaya Marina dalam membentuk citra *brand* yang positif bertujuan agar konsumen memiliki persepsi positif *brand* Marina, sehingga

konsumen melakukan pembelian produk *brand* Marina hingga melakukan pembelian ulang dan menjadi setia terhadap *brand* Marina.

Konten yang disebarakan melalui *social media marketing* pada akun Facebook, Twitter, dan Instagram, yang dilakukan oleh Marina serta pembentukan citra positif di dalam konten tersebut yang berbentuk kuis, Marina Beauty Journey, *tips* kulit sehat, informasi produk Marina *hand and body lotion*, *games*, dan konten Ramadhan. Unggahan tersebut berisikan informasi mengenai produk Marina *hand and body lotion*, seperti mengenai manfaat dan kandungan produk bagi kulit. Konten tersebut tidak hanya berbentuk informasi mengenai manfaat dan kandungan Marina *hand and body lotion* saja, namun juga dikemas dalam bentuk seperti kuis, *games*, dan *tips* untuk mendapatkan kulit yang sehat dengan menggunakan produk Marina. Hal ini dilakukan agar Marina dapat dekat dengan konsumen, sehingga konsumen melakukan *engagement* dan mengingat isi konten tersebut. Setiap unggahan media sosial *marketing* Marina, selalu diakhiri dengan *tagline* Marina yaitu #SemakinBersinar.

Gambar 2.3. Beberapa Konten Social media marketing



Sumber: Media Sosial @SahabatMarina

Unggahan media sosial *marketing* yang dilakukan oleh SahabatMarina juga mengajak perempuan untuk menciptakan kebiasaan sehat dengan merawat kulit dan menggunakan produk Marina *Hand and body lotion* sehingga konsumen dapat melakukan aktivitas mereka dan mencapai impiannya dan semakin bersinar. Hal ini sesuai dengan visi Marina yaitu mengeluarkan potensi yang dimiliki oleh perempuan Indonesia sehingga mereka percaya diri dan semakin bersinar.

Marina dalam membangun *brand image* yang positif dan mendekatkan diri dengan konsumen melakukan serangkaian aktivitas yang juga diunggah melalui media sosial SahabatMarina yaitu Marina Beauty Journey. Marina Beauty Journey merupakan acara pengembangan diri untuk mendorong perempuan Indonesia mengembangkan potensi yang dimilikinya sehingga mereka dapat memberikan dampak positif kepada lingkungan sekitarnya. Marina Beauty Journey memiliki tema “*Make Your Own Impact*” dan dilaksanakan secara *offline* di Bali pada 18-20 Januari 2023. Marina Beauty Journey memiliki serangkaian acara yang berisikan *workshop* dan *mentoring*, yaitu *mentoring* tersebut bernama *impactivity beauty class*, *impactivity content creator class*, dan *impactivity glow class*.

Gambar 2.4. Social media marketing Marina Beauty Journey



Sumber: Media Sosial @SahabatMarina

Marina menggunakan media sosial untuk membagikan informasi mengenai Marina Beauty Journey, dimulai dari informasi secara umum Marina Beauty Journey, pendaftaran Marina Beauty Journey dengan menjadi Bintang Marina, konten ucapan terima kasih kepada pendaftar Marina Beauty Journey, pengumuman pendaftar yang terpilih sebagai Bintang Marina, Foto *Recap Moment* Marina Beauty Journey.