

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN KOMPOSISI RESPONDEN

Pada Bab II akan dijelaskan mengenai sejarah Somethinc, visi dan misi, arti logo, macam-macam produk kosmetik yang ditawarkan oleh Somethinc, dan media sosial resmi Somethinc.

2.1. Sejarah Somethinc

Menurut sumber yang dikutip dari Kumparan Woman (2022), Irene Ursula sebagai pendiri Somethinc menyatakan bahwa Somethinc adalah salah satu merk kosmetika asal Indonesia yang didirikan pada tahun 2019. PT Royal Persona Indonesia (PT Beaute Haul Indonesia) merupakan perusahaan yang memproduksi Somethinc. Somethinc mengeluarkan berbagai skincare dan make up yang halal dan sudah BPOM. Awalnya, Irene Ursula mendirikan platform e-commerce yang menyediakan berbagai produk kecantikan bernama Beauty Haul. Irene Ursula melihat adanya antusias masyarakat Indonesia dalam menggunakan produk kecantikan, tetapi terjadi kesenjangan pasar dan industri antara produk kecantikan lokal dan luar negeri. Hal tersebut yang memotivasi Irene Ursula untuk mendirikan *brand* kecantikan yang kemudian dinamakan Somethinc. Adanya permasalahan kulit yang beragam karena kondisi kulit setiap orang yang berbeda, tidak cukup apabila diselesaikan hanya dengan satu serum. Somethinc kemudian meluncurkan berbagai macam serum dengan beragam kegunaan untuk mengatasi permasalahan kulit masing-masing orang.

Somethinc meluncurkan produk dengan kualitas tinggi dan kandungan yang sesuai dengan kulit orang Indonesia. Penggunaan *ingredients* dengan kualitas terbaik cocok untuk semua jenis kulit. Somethinc juga melakukan uji terhadap

produk sebelum dirilis untuk mengetahui efisiensi untuk mengatasi permasalahan kulit konsumen.

2.2. Visi dan Misi Somethinc

Menurut sumber yang dikutip dari Kontan (2021) menyatakan bahwa visi dan misi Somethinc yaitu untuk membangun start up merk kecantikan yang dapat menjangkau secara global sehingga konsumen dari luar negeri dapat memperoleh produk skincare terbaik pada kelasnya, yaitu produk Somethinc dari Indonesia. Somethinc menggunakan koneksi reseller untuk menyebarkan informasi dan pemasaran produk Somethinc. Tahun 2021, reseller dari Somethinc telah mencapai ratusan orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Somethinc berusaha untuk menyediakan produk kosmetik yang dapat menyelesaikan permasalahan kulit yang beragam sesuai dengan jenis kulit konsumen.

2.3. Logo Somethinc

Gambar 2. 1 Logo Somethinc



Logo Somethinc berbentuk huruf S yang dibawahnya ada kata Somethinc serta filosofi yaitu *"Be you, Be Somethinc"*. Arti dari Somethinc sendiri karena adanya permasalahan yang ingin diselesaikan dengan memberikan sesuatu (dalam bahasa Inggris yaitu something). Somethinc ingin membantu dalam penyelesaian berbagai permasalahan kulit konsumen.

2.4. Produk Somethinc

2.4.1. Skincare

Gambar 2. 2 Produk Skincare Somethinc



Sumber: Somethinc.com

Somethinc terdiri dari berbagai rangkaian *skincare* mulai dari sabun cuci muka, *toner*, *serum*, *eye treatment*, *moistrurizer*, masker, *lip treatment*, hingga *sunscreen*. Soemthinc menciptakan berbagai jenis produk skincare yang dapat menyelesaikan berbagai permasalahan kulit wajah seperti jerawat, kulit berminyak, kulit sensitif, komedo, dan dapat mencerahkan kulit.

2.4.2. Make up

Gambar 2. 3 Produk Make Up Somethinc



Sumber: Somethinc.com

Somethinc meluncurkan berbagai jenis make up yang disesuaikan dengan keunikan kulit orang Indonesia. Make up Somethinc terdiri dari *eye shadow*, *brows*, *mascara*, *eyeliner*, *cushion foundation*, *compact & loose powder*, *countour & bronzer*, *mascara*, *highlighter*, *blush on*, *concealer*, *face pallette*, riasan bibir, dan *setting spray*. Produk make up ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan jenis dan warna kulit.

Gambar 2. 4 Produk Body Care Somethinc



Sumber: Somethinc.com

Body care dari Somethinc terdiri dari *body cream*, *body wash*, *body scrub*, *body serum*, *waxing*, perawatan untuk ketiak dan jerawat punggung. Konsumen dapat meningkatkan kepercayaan diri dengan perawatan tidak hanya pada wajah, melainkan juga tubuh. Rangkaian produk yang ditawarkan Somethinc dapat dijadikan sebagai pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan merawat tubuh.

2.4.3. Hair Care

Gambar 2. 5 Produk Hair Care Somethinc



Sumber: Somethinc.com

Somethinc meluncurkan produk perawatan rambut, yaitu pH Restore Hair Rinsing Vinegar dan No Wonder 8 Seconds Hair Treatment Water. PH Restore Hair Rinsing Vinegar bermanfaat untuk menjaga pH rambut agar seimbang, mencegah permasalahan rambut seperti ketombe, gatal, dan rontok. No Wonder 8 Seconds Hair Treatment Water berguna untuk menghaluskan, melembutkan, menutrisi, dan memperkuat rambut sehingga rambut tidak kusut.

2.4.4. Tools dan Merchandise

Gambar 2. 6 Produk Tools and Merchandise Somethinc



Sumber: Somethinc.com

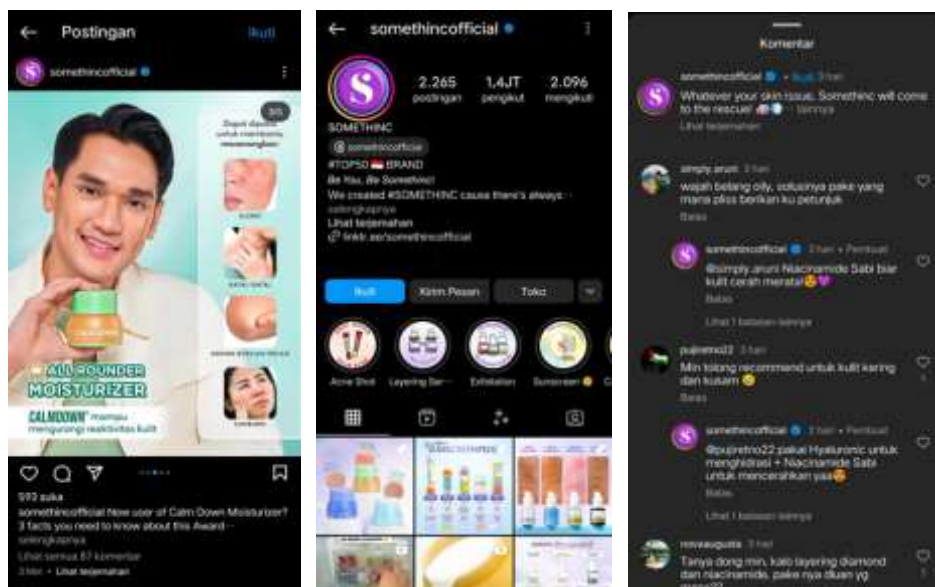
Somethinc menyediakan berbagai alat makeup yang terdiri dari *beauty blender*, *sponge*, dan *brush*. Alat-alat ini dapat membantu konsumen dalam mengaplikasikan make up pada wajah.

2.5. Media Sosial dan E-commerce Somethinc

Somethinc menggunakan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk dan pemasaran. media sosial dapat dijadikan sebagai tempat bagi perusahaan dan konsumen untuk berbagi informasi dan berinteraksi. Berikut ini beberapa media sosial yang dimiliki oleh Somethinc.

2.5.1. Instagram

Gambar 2. 7 Akun Instagram Resmi Somethinc



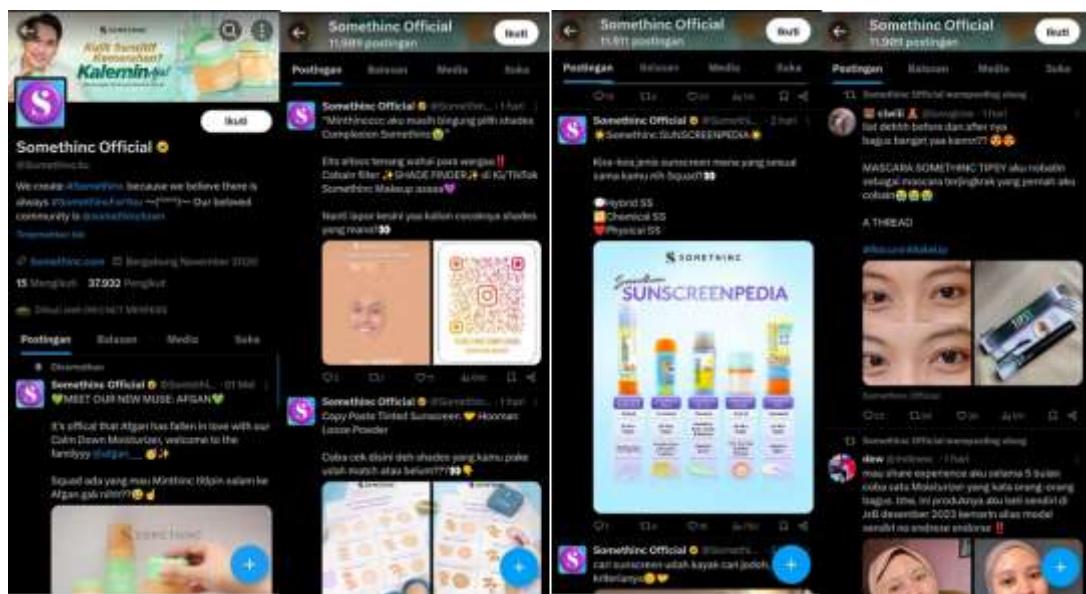
Sumber: instagram.com

Akun instagram resmi dari Somethinc bernama @somethincofficial memiliki 1,4 juta pengikut dan 2.265 unggahan. Somethinc mengunggah foto terkait dengan varian produk, manfaat produk, dan informasi lain mengenai produk

Somethinc. Kolom komentar digunakan sebagai tempat interaksi Somethinc dengan konsumen dan membantu menyelesaikan permasalahan kulit konsumen.

2.5.2. X

Gambar 2. 8 Akun Twitter/X Somethinc

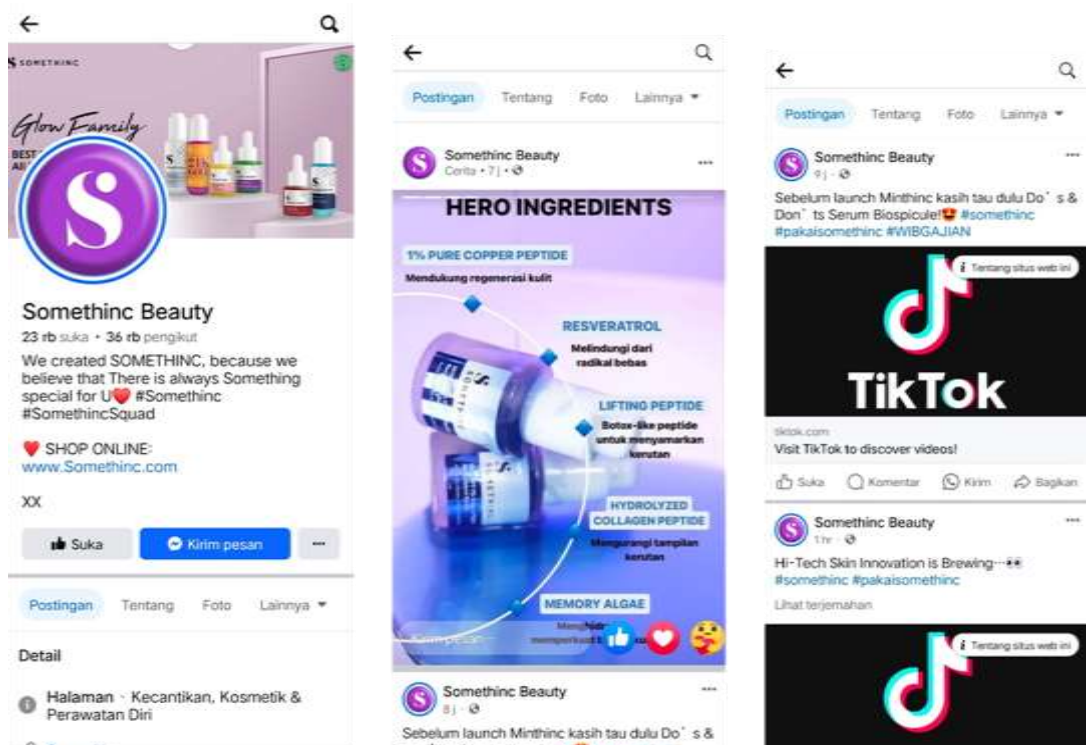


Sumber: X.com

Akun twitter resmi dari Somethinc adalah @Somethinc4u dengan jumlah pengikut 37.932 dan jumlah postingan 11.909. Postingan pada akun twitter Somethinc terdiri dari tips dalam memilih *make up*, memperkenalkan varian produk, dan *repost* konten review dari pengguna twitter yang pernah menggunakan Somethinc.

2.5.3. Facebook

Gambar 2. 9 Akun Facebook Resmi Somethinc

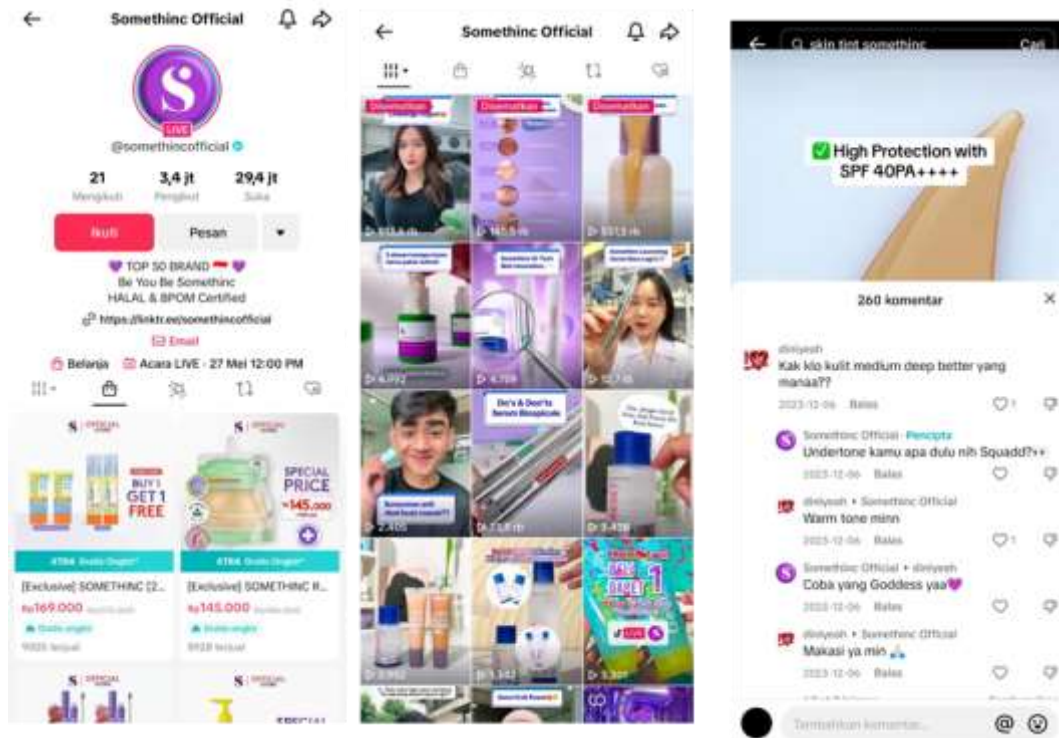


Sumber: facebook.com

Akun resmi Somethinc bernama Somethinc Beauty memiliki 36 ribu pengikut. Somethinc menggunakan fitur “cerita” untuk memperkenalkan produk beserta kandungan yang ada di dalam produk tersebut. Akun Facebook digunakan untuk mempromosikan konten yang diunggah di Tiktok.

2.5.4. Tiktok

Gambar 2. 10 Akun Tiktok Resmi Somethinc



Sumber: tiktok.com

Pengikut dari akun tiktok resmi @somethincofficial adalah 3,4 juta. Somethinc memanfaatkan Tiktok Shop untuk menjual produk mereka. Isi dari konten Tiktok Somethinc mengenai tips menggunakan skincare, memperkenalkan produk baru, dan rekomendasi produk. Somethinc juga menggunakan media tiktok untuk membantu menjawab permasalahan dari konsumen.

2.6. Komposisi Responden

Komposisi responden berkaitan dengan informasi mengenai latar belakang responden yang menjadi sampel pada penelitian. Pengelompokan komposisi

responden berdasarkan jenis kelamin, usia, asal fakultas, pendapatan per bulan, frekuensi pembelian dalam satu tahun terakhir, dan media sosial yang digunakan dalam mencari informasi mengenai serum Somethinc. Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa/mahasiswi Universitas Diponegoro yang berusia diatas 18 tahun.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 6 Juni 2024 – 14 Juni 2024 dengan membuat kuesioner yang disebarakan secara offline dan online. Responden yang mengisi sesuai dengan kriteria yang diperlukan. Pengisian kuesioner dilakukan dengan menyebarkan link kuesioner secara online melalui Whatsapp, Twitter, dan Instagram serta menyebarkan kertas kuesioner dengan menkomposisingi fakultas – fakultas.

2.6.1. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Terdapat dua kategori jenis kelamin yang menjadi komposisi dari responden konsumen serum Somethinc dari mahasiswa/mahasiswi Universitas Diponegoro, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan komposisi responden yang telah didapatkan, mayoritas jenis kelamin responden adalah laki – laki sebanyak 16 orang dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 84 orang. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	16	16
2	Perempuan	84	84
Total		100	100

Sumber: komposisi primer yang diolah (2024)

2.6.2. Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini, diketahui bahwa komposisi responden pengguna serum Somethinc dari mahasiswa/mahasiswi Universitas Diponegoro berdasarkan usia di rentang 19-23 Tahun. Kategori usia responden dibagi menjadi beberapa kriteria seperti pada tabel di bawah ini. Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa usia terbanyak berada pada kategori 21 tahun sebanyak 42 orang. Usia 21 tahun sebagian besar berada pada semester 6. Berikut ini adalah tabel yang berisi komposisi responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	19 tahun	9	9
2	20 tahun	13	13
3	21 tahun	42	42
4	22 tahun	31	31
5	23 tahun	5	5
Total		100	100

Sumber: komposisi primer yang diolah (2024)

2.6.3. Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Serum Somethinc dalam Satu Tahun Terakhir

Kategori frekuensi pembelian serum Somethinc dalam satu tahun terakhir dibagi menjadi tiga, yaitu 1-3 kali, 4-6 kali, dan > 6 kali. Berdasarkan total 100 responden, frekuensi paling banyak konsumen melakukan pembelian serum Somethinc pada satu tahun terakhir berada pada 1-3 kali sebanyak 84 orang. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Satu Tahun Terakhir

No	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase
1	1-3 kali	84	84
2	4-6 kali	10	10
3	>6 kali	6	6
Total		100	100

Sumber: komposisi primer yang diolah (2024)

2.6.4. Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan digunakan responden untuk memenuhi kebutuhan dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kategori pendapatan dibagi menjadi tiga, yaitu < Rp. 2.000.000, Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000, dan > Rp. 4.000.000. Berdasarkan total 100 responden, sebagian besar responden memiliki pendapat sebesar < Rp. 2.000.000 sebanyak 50 orang. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp. 2.000.000	50	50
2	Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000	47	47
3	>Rp. 4.000.000	3	3
Total		100	100

Sumber: komposisi primer yang diolah (2023)

2.6.5. Identitas Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan untuk Memperoleh Informasi mengenai Somethinc

Kategori media sosial yang paling banyak digunakan dibagi menjadi enam, diantaranya Tiktok, Twitter/X, Instagram, Youtube, Female Daily, Sociolla, Shopee. Responden dapat menjawab lebih dari satu media sosial yang biasanya digunakan untuk mencari informasi. Berikut ini tabel komposisi responden berdasarkan media sosial yang digunakan:

Tabel 2. 5 Komposisi Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan

No	Media Sosial	Frekuensi
1	Tiktok	65
2	Twitter/X	35
3	Instagram	48
4	Youtube	10
5	Female Daily	3
6	Sociolla	2
7	Shopee	1

Sumber: komposisi primer yang diolah (2024)

Penggunaan media sosial yang semakin banyak terjadi membuat seseorang tidak hanya memiliki satu media sosial saja, melainkan lebih dari satu. Responden pada penelitian ini dapat mengisi lebih dari satu media sosial yang digunakan untuk mencari informasi dan ulasan mengenai produk serum Somethinc. Pada tabel ditunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah Tiktok sebanyak 65 pengguna.