

BAB II

GAMBARAN UMUM SARIAYU MARTHA TILAAH DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah PT Martina Berto Tbk

Sariayu Martha Tilaar merupakan *brand* kecantikan yang dikeluarkan oleh PT Martina Berto Tbk. Sejarah PT Martina Berto Tbk bermula pada tahun 1970 saat DR. (H.C.) Martha Tilaar memulai usahanya, yaitu membuka sebuah salon kecantikan di kediaman orang tuanya, Yakob Handana, di Jl. Kusuma Atmajaya No. 47, Menteng, Jakarta Pusat. Pada tahun 1972, DR. (H.C.) Martha Tilaar membuka salon keduanya di daerah Menteng, Jakarta Pusat, dengan nama Martha Griya Salon. Di salon inilah, perawatan kecantikan tradisional berbahan dasar herbal serta bisnis kecantikan pertama kali dimulai. Kecintaannya pada tradisi dan budaya Indonesia mendorong DR. (H.C.) Martha Tilaar untuk membuat *brand* kecantikannya sendiri. Dengan perjalanan yang penuh jatuh bangun, pada tahun 1977 DR. (H.C.) Martha Tilaar bersama dengan rekan usahanya, Pranata Bernard dan Theresia Harsini Setiady, mendirikan PT Martina Berto serta mendirikan Sariayu sebagai *brand* yang menawarkan produk-produk kosmetik kecantikan dan jamu modern.

Pendirian Sariayu diawali dengan riset dari manuskrip-manuskrip kuno Keraton Yogyakarta. DR. (H.C.) Martha Tilaar banyak mempelajari tentang bagaimana perempuan ningrat menjaga dan merawat kecantikannya. Selain riset dan tradisi, DR. (H.C.) Martha Tilaar juga menyadari pentingnya inovasi yang dapat membuat produknya tetap relevan di pasar. Di tahun 1981, PT Martina Berto

membangun pabrik pertamanya yang berlokasi di kawasan industri Pulogadung. Di pabrik itu, PT Martina Berto pertama kali menjalankan produksi kosmetik dan jamu dengan merek “Sariayu Martha Tilaar”. Kemudian di tahun 1983, PT Martina Berto mendirikan PT Sari Ayu Indonesia untuk mendukung pendistribusian produk-produk kosmetiknya. Di tahun itu juga, PT Martina Berto juga membuka pabrik keduanya di Kawasan Pulogadung.

Terinspirasi dari budaya dan tradisi Indonesia, di tahun 1987 PT Martina Berto melakukan inovasi dengan menciptakan koleksi tren warna Sariayu dengan tema-tema yang berbeda di setiap tahunnya. Inovasi ini bertujuan untuk menunjukkan kepada dunia, kecantikan yang dimiliki Indonesia. Di Tahun 1991, PT Martina Berto membuka *one shopping store* pertamanya di Kawasan Blok M yang bernama Puri Ayu Martha Tilaar.

Di tahun 2011, PT Martina Berto merubah statusnya menjadi perusahaan terbuka “PT Martina Berto Tbk” dan menjual sahamnya untuk umum pertama kali di Bursa Efek Indonesia. PT Martina Berto Tbk banyak meraih penghargaan, seperti di tahun 2012 PT Martina Berto Tbk mendapat penghargaan sebagai *Pioneer in Technology* dari Kementerian Industri, yang diserahkan oleh Susilo Bambang Yudhoyono selaku presiden RI saat itu. Di tahun selanjutnya, PT Martina Berto Tbk berhasil mendapatkan *Corporate Image Award* 2013. Memasuki usia 45 tahun, di tahun 2015 PT Martina Berto Tbk berhasil meraih *1st Outstanding Corporate Innovation Award* 2015. Di Tahun 2016, PT Martina Berto Tbk berhasil mendapatkan beberapa penghargaan, yaitu *Sustainable Business Award* 2016, *Family Business Award* 2016, dan Anugerah Abyudaya 2016. Di tahun yang sama,

PT Martina Berto Tbk juga berhasil mendapatkan Tanda Kehormatan Bintang Budaya Parama Dharma dari Pemerintah Republik Indonesia.

2.2 Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan landasan utama yang memandu jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Visi mencerminkan aspirasi yang ingin dicapai dan sumber inspirasi perusahaan untuk terus berkembang dan berinovasi. Sementara itu, misi merupakan panduan dalam setiap langkah, memastikan seluruh kegiatan perusahaan sejalan dengan nilai-nilai inti perusahaan.

2.2.1 Visi

PT Martina Berto memiliki visi untuk menjadi perusahaan kecantikan terkemuka di dunia dengan menciptakan produk yang memiliki nilai-nilai alam dan bernuansa ketimuran, serta melakukan penelitian dan pengembangan dengan teknologi modern dalam memberikan nilai lebih kepada konsumen.

2.2.2 Misi

- a. Merancang, menciptakan, dan mendistribusikan produk kecantikan berbahan dasar alami dengan nuansa ketimuran berstandar internasional, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di berbagai segmen pasar mulai dari premium, menengah atas, menengah, dan menengah bawah dalam suatu portofolio yang sehat dan setiap merek mampu meraih posisi tiga besar di Indonesia dalam setiap segmen pasar yang dimasukinya.
- b. Menyediakan pelayanan yang prima dan seimbang kepada semua pelanggan, termasuk kepada konsumen dan distributor produk.

- c. Mempertahankan pertumbuhan bisnis dan kondisi keuangan yang sehat.
- d. Merekrut, mengembangkan, dan menjaga keberlanjutan tenaga kerja yang berkualitas serta produktif sebagai elemen berharga dalam aset perusahaan.
- e. Memanfaatkan metode operasi, sistem, dan teknologi yang efektif dan efisien di seluruh unit dan fungsi usaha.
- f. Mengimplementasikan prinsi Tata Kelola Perusahaan yang baik secara berkelanjutan demi memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan atau *stakeholders*.
- g. Menyediakan tingkat keuntungan yang proporsional bagi para pemegang saham.
- h. Memperluas pangsa pasar kosmetik dan jamu di tingkat internasional dengan strategi jangka menengah yang berfokus di wilayah Asia Pasifik melalui produk dan merek unggulan, serta menetapkan visi jangka panjang untuk merambah pasar global

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan prinsip dasar yang membentuk budaya kerja dan menjadi panduan dalam pengambilan keputusan. PT Martina Berto memiliki nilai perusahaan yang disebut DJITU, yaitu disiplin, jujur, inovatif, tekun, dan ulet. Nilai ini diterapkan kepada seluruh karyawan untuk mencapai visi dan misi perusahaan.

a. Disiplin

Setiap karyawan harus memiliki komitmen dalam ketepatan waktu untuk memaksimalkan efisiensi perusahaan.

b. Jujur

Setiap karyawan harus memiliki kejujuran agar perusahaan dapat bertumbuh menjadi perusahaan yang sehat dan terus berkembang.

c. Inovatif

Dalam menciptakan terobosan baru, cara berpikir inovatif dan sikap provokatif sangat diperlukan dan merupakan aset berharga bagi perusahaan.

d. Tekun

Ketekunan dapat meningkatkan kualitas karyawan dan memudahkan perusahaan dalam mencapai target melalui pengembangan isu-isu yang berkaitan dengan tanggung jawab.

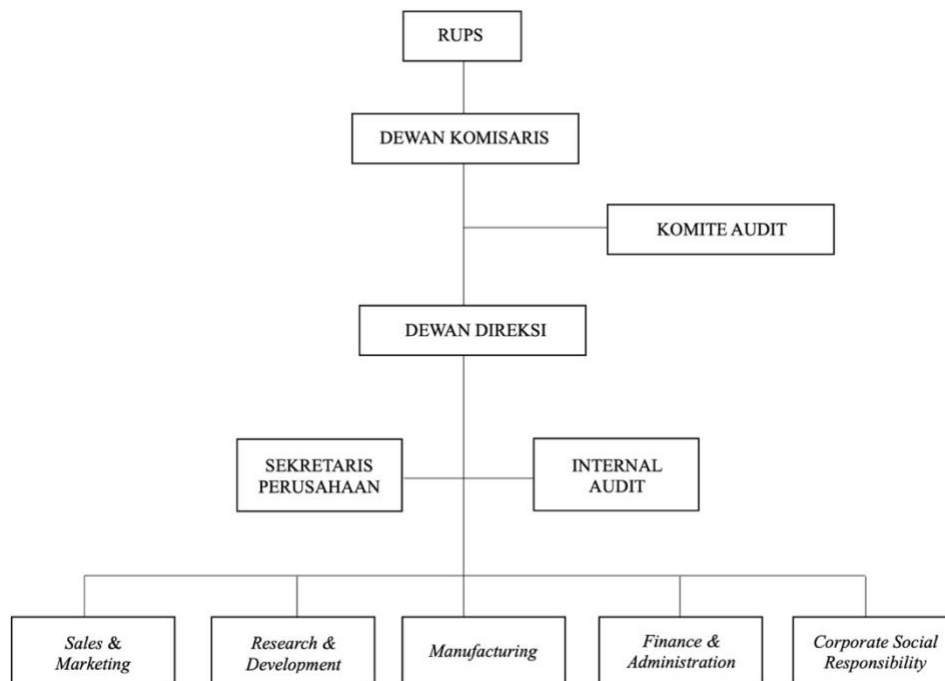
e. Ulet

Karyawan harus memiliki tanggung jawab yang ditunjukkan dengan komitmen, kerja keras, dan sikap tidak mudah menyerah dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan, untuk mendorong kemajuan dan keberlanjutan perusahaan.

2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan PT Martina Berto Tbk

Struktur organisasi merupakan landasan yang mengatur pembagian tugas yang mencakup komunikasi, koordinasi, tanggung jawab, serta aturan kerja yang saling berhubungan dalam menjalankan aktivitas perusahaan (McShane dkk., 2015) PT Martina Berto Tbk adalah salah satu perusahaan kosmetik besar di Indonesia dan

berdiri sejak tahun 1970. Berikut merupakan struktur organisasi PT Martina Berto Tbk:



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Martina Berto Tbk

Sumber: *Annual Report* PT Martina Berto Tbk (2023)

Berikut merupakan deskripsi pekerjaan dari masing-masing jabatan dan di PT Martina Berto Tbk:

a. Dewan Komisaris

- Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas dan tanggung jawab direksi sesuai dengan visi, misi, serta kebijakan strategis perusahaan.
- Memberikan arahan dan nasihat kepada direksi sesuai dengan tujuan perusahaan
- Menjaga kepentingan pemegang saham termasuk mengawasi transparansi laporan keuangan untuk melinfungi kepentingan pemegang saham.

b. Komite Audit

- Melakukan peninjauan terhadap laporan keuangan perusahaan sebelum dikeluarkan oleh perusahaan secara publik dan memastikan akurasi dan kesesuaian dengan standar yang berlaku serta memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris

c. Dewan Direksi

- Menjalankan kebijakan strategis yang sudah disetujui pemegang saham dan memastikan pencapaian visi, misi, serta tujuan perusahaan.
- Melakukan implementasi *Good Corporate Governance* dengan menjamin transparansi, akuntabilitas, dan integritas operasional perusahaan.
- Menyusun dan melaporkan kinerja perusahaan kepada dewan direksi dan pemegang saham.

d. Sekretaris Perusahaan

- Menjadi penghubung antara perusahaan dengan organisasi lain.
- Menyediakan informasi yang tepat dan relevan kepada pemegang saham atau pemangku kepentingan lainnya.
- Mengatur jadwal rapat dan konferensi serta menjadi notulensi,
- mengelola arsip, seperti dokumen penting, proposal, surat masuk dan keluar.

e. Internal Audit

- Mengevaluasi kegiatan operasional perusahaan untuk memastikan efektivitas dan efisiensi terhadap kebijakan perusahaan.
- Menyusun dan melaksanakan program audit tahunan berdasarkan prioritas risiko dan tujuan perusahaan.

- Melakukan pemeriksaan di seluruh bidang kegiatan perusahaan.
- Membuat laporan temuan audit yang rinci dan melaporkan hasil temuan kepada direksi, komite audit, dan pihak lain yang terkait.

f. *Sales & Marketing*

- Menentukan target pasar berdasarkan strategi bisnis perusahaan dan menyusun rencana penjualan.
- Membuat perencanaan strategi pemasaran dan melaksanakan penelitian pasar guna mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen.
- melakukan kerja sama dengan pihak lain untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.
- Menjalin hubungan baik dengan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

g. *Research & Development*

- Melakukan riset yang mendorong pengembangan produk yang inovatif.
- Meneliti tren pasar untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan peluang untuk inovasi.
- Merancang dan menguji produk baru.
- Mengembangkan teknologi baru dalam proses produksi produk.

h. *Manufacturing*

- Mengelola proses produksi dari awal hingga akhir dan memastikan prosesnya berjalan secara efektif dan efisien.
- Membuat rancangan dan mengawasi alur kerja serta memastikan pemanfaatan sumber daya optimal.

- Mengawasi proses produksi dan memastikan efektivitas dan efisiensi.
- Melakukan *quality control* terhadap produk yang dihasilkan dan memastikan kualitasnya memenuhi standar yang sudah ditentukan.

i. *Finance & Administration*

- Menyusun anggaran tahunan perusahaan dan mengawasi penggunaan dana dalam perusahaan.
- Melakukan pencatatan seluruh transaksi keuangan.
- Membuat laporan keuangan secara berkala.
- Memastikan perusahaan sudah mematuhi peraturan pajak, perbankan, dan sebagainya.

j. *Corporate Social Responsibility*

- Merancang dan menjalankan program yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan sekaligus membangun citra positif perusahaan.
- Memastikan kegiatan CSR berjalan sesuai dengan standar etika, hukum, dan prinsip keberlanjutan.

2.5 Produk Sariayu Martha Tilaar

Produk-produk Sariayu Martha Tilaar terinspirasi dari kekayaan alam dan kearifan lokal Indonesia yang kemudian diolah dengan pengetahuan dan teknologi modern. Produk-produk Sariayu Martha Tilaar diciptakan dari bahan-bahan alami khas Indonesia yang memiliki berbagai manfaat. Sariayu Martha Tilaar memiliki rangkaian produk kecantikan, antara lain:

Tabel 2. 1 Produk *Make Up* Sariayu Martha Tilaar

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
1.	Alas Bedak	<i>Gold Tinted Moisturizer</i>		Meratakan warna kulit, melembapkan, dan melindungi kulit dari paparan sinar UV. Mengandung vitamin E dan ekstrak gardenia.
		<i>Liquid Foundation</i>		Meratakan warna dan melembapkan kulit. Mengandung minyak cendana.
		<i>Cream Foundation</i>		Menutup noda di wajah dan memberikan kesan halus pada kulit wajah. Mengandung minyak cendana dan SPF untuk melindungi kulit dari paparan sinar UV.
2.	Bedak Padat	<i>Compact Powder SPF 15</i>		Memberikan kesan wajah halus dan menyempurnakan riasan. Mengandung vitamin E, <i>peppermint oil</i> , dan SPF untuk melindungi kulit dari paparan sinar UV.
3.	Bedak Tabur	<i>Acne Care Oil Control Loose Powder</i>		Memberikan kesan lebih natural dibandingkan dengan bedak padat. Mengandung <i>triclosan</i> dan <i>peppermint oil</i> . Cocok untuk kulit berjerawat.
		<i>Loose Powder</i>		Memberikan kesan lebih natural dibandingkan dengan bedak padat. Mengandung minyak cendana dan SPF untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari.
		<i>Two Way Cake</i>		Gabungan antara bedak dan <i>foundation</i> . Meratakan warna kulit dan tampak alami. Mengandung vitamin e dan ekstrak gardenia serta SPF untuk melindungi kuli dari matahari.
4.	<i>Two Way Cake</i>			

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
		<i>Bright Skin Putih Langsung Two Way Cake</i>		Gabungan antara bedak dan foundation. Meratakan warna kulit dan tampak alami. Mengandung <i>lansium complex</i> .
5.	<i>Blush On</i>	<i>Cheek Palette CT20</i>		Memberikan rona pada pipi dan melengkapi riasan. Mengandung <i>avocado oil</i> , vitamin E, dan <i>amethyst powder</i> .
6.	<i>Eyebrow</i>	<i>Eye Make Up Kit CT20</i>		<i>Pallet</i> e alis untuk memberikan pigmen pada alis. Mengandung vitamin E dan UV filter.
7.	<i>Lip Care</i>	<i>Lip Care</i>		Melembapkan dan menjaga kelembutan bibir. Mengandung minyak zaitun, minyak almond dan castor, vitamin A dan B.
8.	<i>Lipstick</i>	<i>Lipstick</i>		Pewarna bibir yang mengandung vitamin E sebagai antioksidan. Melembapkan dan menjaga kelembutan bibir.
9.	<i>Lip Cream</i>	<i>Lip Cream Colour Matte</i>		Perona bibir berbentuk krim yang diperkaya dengan vitamin E. memberikan hasil <i>matte</i> .

Tabel 2. 2 Produk *Skincare* Sariayu Martha Tilaar

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
1.	Toner	Econature Nutreage Face Toner		Toner tanpa alkohol yang membantu mengecilkan pori-pori dan menyegarkan kulit wajah. Mengandung <i>organic pomegranate extract</i> dan kolagen.
		Mawar <i>Refreshing</i> Toner		Menyegarkan dan menjaga kelembaban kulit wajah serta membantu mengecilkan pori-pori. Mengandung <i>rose</i> dan <i>peppermint oil</i> , serta antioksidan dari ekstrak gardenia.
		Kenanga <i>Refreshing</i> Toner		Menyegarkan dan menjaga kelembaban kulit wajah serta menjaga kelembutan alami kulit. Mengandung minyak kenanga dan <i>peppermint</i> , serta antioksidan dari ekstrak gardenia.
		Jeruk <i>Refreshing</i> Toner		Menyegarkan dan menjaga kelembapan kulit wajah serta mengurangi minyak berlebih pada wajah. Mengandung ekstrak jeruk, <i>peppermint oil</i> , dan ekstrak gardenia sebagai antioksidan.
2.	Serum Wajah	<i>Blemish Control</i> Face Serum		Merawat kulit berminyak dan berjerawat secara intensif, serta menyamarkan noda bekas jerawat. Mengandung ekstrak <i>centella asiatica</i> , <i>niacinamide 5%</i> , <i>tea tree oil</i> , dan BHA.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
3.	Pelembab	<i>Bright Skin Putih Langsung Face Serum</i>		Membantu mengangkat sel kulit mati, melembabkan, dan mencerahkan kulit wajah. Mengandung <i>niacinamide</i> 5%, provitamin B5, ekstrak lantium, dan natural AHA.
		<i>Hydra Glow Face Serum</i>		Membantu mengangkat sel kulit mati, melembabkan, dan mencerahkan kulit wajah serta melembabkan wajah hingga 72 jam. Mengandung natural AHA, <i>niacinamide</i> 5%, <i>pentavitin</i> 5%, vitamin E, ekstrak mawar dan <i>aloe vera</i> .
		<i>Age Defense Face Serum</i>		Membantu menyamakan kerutan dan menjaga kekencangan kulit. Mengandung kolagen natural dan <i>hydrolyzed hyaluronic acid</i> .
		<i>Bright Skin Putih Langsung Night Cream</i>		Meningkatkan elastisitas dan kelembapan kulit, serta membuat kulit terasa kenyal, halus, dan cerah. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak bunga kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.
		<i>Bright Skin Putih Langsung Moisturizer</i>		Membuat kulit terasa kenyal, segar, dan cerah dalam 2 minggu. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
		<i>Econature Nutreage Night Cream</i>		Menjaga kekencangan dan kelembapan kulit, mengurangi kerutan, dan membantu pembentukan sel kulit baru. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.
		<i>Econature Nutreage Moisture Lotion SPF25</i>		Membantu menutrisi dan menjaga kelembapan kulit. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.
		<i>Mawar Moisturizer</i>		Menjaga kelembapan kulit dan melindungi kulit dari paparan sinar UV. Mengandung <i>rose oil</i> , <i>gardenia complex</i> , dan proteksi UV. Cocok untuk kulit normal dan kering.
		<i>Jeruk Moisturizer</i>		Menjaga kelembapan kulit dan melindungi kulit dari paparan sinar UV. Mengandung ekstrak <i>lime</i> , <i>gardenia complex</i> , dan proteksi UV. Cocok untuk kulit normal dan berminyak.
4.	<i>Sunscreen</i>	<i>SPF 50 PA+++ Sunscreen Serum</i>		Memberikan perlindungan terhadap kerusakan karena sinar UV A, UV B, <i>infrared</i> , <i>pollutant</i> , dan <i>blue light</i> . Cocok untuk semua jenis kulit.
5.	<i>Eye Cream</i>	<i>Eye Cream Econature Nutreage</i>		Merawat kulit daerah mata, meenyamarkan lingkaran hitam dan mengurangi kerutan di bawah mata. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
6.	Scrub Wajah	<i>Bright Skin Putih Langsung Face Scrub</i>		Membersihkan kulit dan mengangkat sel kulit mati. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.
		<i>Econature Nutreage Face Scrub</i>		Membersihkan kulit dan mengangkat sel kulit mati. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.
		<i>Bright Skin Putih Langsung Peel of Mask</i>		Masker <i>peel off</i> tanpa bilas dan praktis digunakan. Membantu melembapkan dan mencerahkan kulit wajah. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.
		Masker Ketan Hitam <i>Sachet</i>		Membantu menjaga keremajaan kulit dan mengecilkan pori-pori. Mengandung ketan hitam, madu, vitamin E, ekstrak kemuning, dan <i>lemongrass oil</i> .
7.	Masker Wajah	Masker Kacang Hijau <i>Sachet</i>		Membantu menjaga kekencangan kulit dan regenerasi sel kulit. Mengandung kacang hijau, madu, ekstrak pegagan, dan allantoin.
		Masker Beras Putih <i>Sachet</i>		Menjaga kelembapan dan mencerahkan kulit. Mengandung beras putih dan bengkuang.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
		Masker Beras Merah <i>Sachet</i>		Menjaga kelembapan dan merawat kekencangan kulit wajah. Mengandung beras merah, madu, ekstrak temugiring, panthenol, dan ekstrak kemuning.
		<i>Econature Nutreage Peel Of Mask</i>		Masker <i>peel off</i> tanpa bilas dan praktis digunakan. Mengangkat kotoran dan sel kulit mati. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.
		Masker Jerawat <i>Sachet</i>		Merawat kulit berminyak dan berjerawat. Mengandung pegagan dan jeruk nipis.
		Krem Masker Jerawat		Membantu mengurangi jerawat dan minyak berlebih pada kulit wajah. Mengandung ekstrak pegagan.
8.	Obat jerawat	<i>Acne Care Face and Back Solution</i>		<i>Lotion</i> untuk kulit berjerawat dan berminyak.
		<i>Intensive Acne Serum</i>		Membantu mengurangi jerawat dan minyak berlebih. Mengandung ekstrak <i>centella asiatica</i> dan intensif.
9.	Pembersih Wajah	<i>Econature Nutreage Face Cleanser</i>		Membersihkan wajah dari kotoran dan <i>make up</i> pada wajah. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
		<i>All In One Cleansing Water</i>		Membersihkan dan menjaga kelembapan kulit. Mengandung AHA, <i>rose oil</i> , dan bunga jeruk. Cocok untuk kulit normal-kering.
		<i>White Aromatic Pembersih All In One</i>		Membersihkan dan menjaga kelembapan kulit. Mengandung AHA, <i>rose oil</i> , dan bunga jeruk. Cocok untuk kulit normal-kering.
		<i>All In One Cleansing Water</i>		Membersihkan kulit dan mengurangi minyak berlebih pada wajah. Mengandung AHA, ekstrak jeruk nipis, <i>rose oil</i> , dan bunga jeruk. Cocok untuk kulit normal-berminyak.
		<i>Pembersih All In 1 White Aromatic</i>		Membersihkan kulit dan mengurangi minyak berlebih pada wajah. Mengandung AHA, ekstrak jeruk nipis, <i>rose oil</i> , dan bunga jeruk. Cocok untuk kulit normal-berminyak.
		<i>Mawar Cleansing Milk</i>		Membersihkan sisa debu, kotoran, dan <i>make up</i> di wajah. Mengandung <i>rose</i> dan <i>peppermint oil</i> , dan ekstrak gardenia.
		<i>Kenanga Cleansing Milk</i>		Membersihkan sisa debu, kotoran, dan <i>make up</i> di wajah. Mengandung kenanga dan <i>peppermint oil</i> , dan ekstrak gardenia.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
10.	Sabun Cuci Muka	Jeruk <i>Cleansing Milk</i>		Membersihkan sisa debu, kotoran, dan make up di wajah. Mengandung ekstrak jeruk nipis, <i>peppermint oil</i> , dan ekstrak gardenia.
		<i>Hydra Glow Gel Facial Foam</i>		Membersihkan wajah dan membantu merawat kulit kering dan kusam. Mengandung <i>rose water</i> dan ekstrak <i>aloe vera</i> .
		<i>Bright Skin Putih Langsung Facial Foam</i>		Membersihkan wajah, melembutkan, dan mencerahkan kulit. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.
		<i>Face Wash Econature Nutreage</i>		Membersihkan dan menyegarkan kulit wajah. Mengandung ekstrak <i>organic pomegranate</i> dan kolagen.
		<i>Acne Care Facial Foam</i>		Sabun cuci muka untuk kulit berjerawat tanpa membuat kulit kering. Mengandung ekstrak pegagan dan minyak kenanga.

Tabel 2. 3 Produk Perawatan Tubuh Sariayu Martha Tilaar

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
1.	Body Lotion	<i>Bright Skin Putih Langsung Body Lotion</i>		Mencerahkan dan melembapkan kulit, serta menjaga kulit dari paparan sinar UV. Mengandung AHA, vitamin C, <i>lansium extract complex</i> , provitamin B, dan vitamin E.
		<i>Tanjung Body Lotion</i>		Melembutkan dan melembapkan kulit, serta melindungi dari sinar UV. Mengandung AHA, vitamin

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
				c, ekstrak tanjung, dan minyak zaitun.
2.	Pewangi Badan	Tanjung <i>Body Cologne</i>		Menyegarkan dan memberi keharuman alami pada tubuh. Mengandung ekstrak bunga tanjung.
		Tanjung <i>Body Mist</i>		Mengharumkan tubuh dengan ekstrak bunga tanjung.
3.	Body Oil	<i>Olive Essence Oil</i>		Minyak untuk merawat kulit kering. Mengandung minyak buah zaitun.
		<i>Olive Massage Oil</i>		Minyak pijat dan merawat kelembapan kulit. Mengandung <i>rose oil</i> , neroli, dan minyak zaitun.
4.	Scrub Badan	<i>Bright Skin Putih Langsung Body Scrub</i>		Mengangkat sel kulit mati, melembabkan dan mencerahkan kulit. Mengandung ekstrak buah langsung, ekstrak kembang sepatu, vitamin C, dan provitamin B5.

Tabel 2. 4 Produk Perawatan Rambut Sariayu Martha Tilaar

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
1.	Sampo	<i>Damage Hair Natural Shampoo</i>		Sampo untuk merawat rambut rusak. Mengandung ekstrak wortel.

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
		<i>Black & Shiny Natural Shampoo</i>		Merawat kehitaman dan menjaga kesehatan tiap helai rambut. Mengandung ekstrak urang aring.
		<i>Anti Dandruff Natural Shampoo</i>		Mengurangi minyak berlebih dan rasa gatal akibat ketombe pada kulit kepala. Mengandung ekstrak merang.
		<i>Hair Strenght Natural Shampoo</i>		Mengurangi kerontokan dan merawat kekuatan rambut, mengandung ekstrak lidah buaya.
		<i>Hijab Intense Series Shampoo Hairfall</i>		Mengurangi rambut rontok pada rambut berkerudung. Mengandung ekstrak kedelai, kacang polong, dan <i>mild surfactant</i> .
		<i>Hijab Intense Series Shampoo Anti Dandruff</i>		Mengurangi dan melindungi jamur penyebab ketombe pada kulit kepala. Mengandung ekstrak delima, seledri, dan <i>mild surfactant</i> .
		<i>Hijab Shampoo</i>		Membersihkan dan menutrisi rambut serta memberikan kesegaran pada kulit kepala. Mengandung ekstrak cabe rawit, <i>mint</i> , mangkogan, jeruk purut, dan <i>mild surfactant</i> .

No	Kategori	Nama Produk	Foto Produk	Deskripsi Produk
2.	<i>Conditioner</i>	Hijab <i>Conditioner</i>		Melembutkan, menjaga kekuatan, dan menutrisi rambut. Mengandung ekstrak cabe rawit, <i>peppermint oil</i> , ekstrak urang aring, mangkokaan, dan lidah buaya.
3.	<i>Hair Tonic</i>	Hijab <i>Hair Tonic</i> <i>Lotion</i>		Menjaga kekuatan dan kehitaman rambut serta mengurangi rontok. Mengandung cabe rawit, <i>mint</i> , urang aring, mangkokaan, dan lidah buaya.
4.	<i>Hair Mist</i>	Hijab <i>Hair Mist</i>		Memberikan kesegaran pada rambut berkerudung dan menjadikan rambut sehat. Mengandung cabe rawit, <i>peppermint oil</i> , urang aring, mangkokaan, dan lidah buaya.

2.5 Identitas Responden

Penelitian ini menerapkan teknik pemilihan responden dengan *purposive sampling* dan *accidental sampling* dalam pemilihan responden. Kriteria partisipan yang dapat mengisi kuesioner penelitian ini adalah perempuan dengan usia sekurang-kurangnya 15 tahun, bertempat tinggal di Jakarta, serta merupakan pembeli dan pengguna produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar. Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya di lapangan. Penelitian ini membutuhkan responden sebanyak 100 orang. Pengisian kuesioner sebagian dilakukan saat bertemu responden secara langsung di tempat yang sudah ditentukan dan sebagian lagi dilakukan melalui *Google Form* yang disebar di media sosial.

Identitas responden pada penelitian ini akan diuraikan berdasarkan pengelompokan usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan perbulan, dan frekuensi pembelian dalam dua bulan terakhir.

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Salah satu kriteria dari partisipan dalam penelitian ini adalah perempuan dengan usia sekurang-kurangnya 15 tahun. Pengelompokan rentang usia dilakukan menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes), yaitu masa remaja awal (12-16), masa remaja akhir (17-25), masa dewasa awal (26-35), masa dewasa akhir (36-45), masa lansia awal (46-55), dan masa lansia akhir (56-65).

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15 – 16	0	0
2	17 – 25	76	76
3	26 – 35	16	16
4	36 – 45	4	4
5	46 – 55	2	2
6	56 – 65	2	2
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas responden dari penelitian ini adalah berusia 17 – 25, yaitu sejumlah 76 orang (76%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar berada pada masa remaja akhir, yaitu rentan usia 17 – 25 tahun.

2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jakarta Selatan	38	38
2	Jakarta Timur	21	21
3	Jakarta Barat	18	18
4	Jakarta Pusat	15	15
5	Jakarta Utara	8	8
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.3, dapat diketahui jumlah responden yang berdomisili di Jakarta Pusat sejumlah 15 orang (15%), responden yang berdomisili di Jakarta Selatan sejumlah 38 orang (38%), responden yang berdomisili di Jakarta Timur sejumlah 21 orang (21%), responden yang berdomisili di Jakarta Utara sejumlah 8 orang (8%) dan responden yang berdomisili di Jakarta Barat sejumlah 18 orang (18%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini berdomisili di Jakarta Selatan.

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 2.4 menunjukkan Pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden. Dari 100 responden, mayoritas pendidikan terakhir yang ditempuh responden adalah SMA/SMK, yaitu sejumlah 48 orang (48%). Selanjutnya, pendidikan terakhir Sarjana sejumlah 46 orang (46%), Diploma sejumlah 5 orang (5%) dan SMP 1 sejumlah 1 orang (1%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini menempuh pendidikan terakhir SMA/SMK. Berikut merupakan data jumlah responden sesuai dengan pendidikan terakhir yang ditempuh, yaitu:

Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	1	1
3	SMA/SMK	48	48
4	Diploma	5	5
5	Sarjana	46	46
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seseorang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam membeli suatu produk. Berikut merupakan data jumlah responden sesuai dengan pekerjaannya, yaitu:

Tabel 2. 8 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	63	63
2	Pegawai Swasta	12	12
3	Ibu Rumah Tangga	9	9
4	Pegawai BUMN	6	6
5	Wirausaha	5	5
6	PNS/TNI/Polri	3	3
7	Pensiunan	1	1
8	Ojol	1	1
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 2.5 menunjukkan jenis pekerjaan responden. Dari 100 responden, dapat diketahui jumlah responden yang merupakan pelajar/mahasiswa adalah sejumlah 63 orang (63%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sejumlah 12 orang (12%), responden yang merupakan seorang Ibu Rumah Tangga sejumlah 9 orang (9%), responden yang bekerja sebagai pegawai BUMN sejumlah 6 orang (6%), responden yang bekerja sebagai wirausaha sejumlah 5

orang (5%), responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/Polri sejumlah 3 orang (3%), responden yang merupakan pensiunan sejumlah 1 orang (1%), dan responden yang bekerja sebagai ojol atau ojek *online* sejumlah 1 orang (1%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah seorang pelajar atau mahasiswa.

2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan yang dimiliki seseorang setiap bulannya dapat memengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk. Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diperoleh seseorang baik dari pekerjaan yang mereka lakukan maupun uang saku yang diberikan oleh orang tua, utamanya bagi para pelajar atau mahasiswa. Pengelompokan pendapatan dilakukan berdasarkan Badan Pusat Statistik, yaitu pendapatan rendah ($\leq$ Rp 1.500.000), sedang ($>$ Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000), tinggi ($>$ Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000), dan sangat tinggi ($>$ Rp 3.500.000).

Tabel 2. 9 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

No	Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp 1.500.000	22	22
2	$>$ Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	29	29
3	$>$ Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	12	12
4	$>$ Rp 3.500.000	37	37
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.6, dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian ini memiliki pendapatan $>$ Rp 3.500.000, yaitu sejumlah 37 orang (37%). Selanjutnya, responden dengan pendapatan $>$ Rp Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 sejumlah 12 orang (12%), responden dengan pendapatan $>$ Rp 1.500.000 – Rp

2.500.000 sejumlah 29 orang (29%), dan responden dengan pendapatan $\leq$ Rp 1.500.000 sejumlah 22 orang (22%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pendapatan sangat tinggi, yaitu $>$ Rp 3.500.000.

2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar

Dalam penelitian ini, frekuensi pembelian digunakan untuk mengetahui berapa kali responden membeli produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar dalam 2 bulan terakhir.

Tabel 2.7 menunjukkan jumlah responden sesuai dengan frekuensi pembelian produk dalam 2 bulan terakhir, yaitu periode Oktober – November 2024.

Tabel 2. 10 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Intensitas Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 kali	60	60
2	2 - 5 kali	30	30
3	$>$ 5 kali	10	10
TOTAL		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui dari 100 responden, sejumlah 60 orang (60%) membeli produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar sebanyak 1 kali dalam 2 bulan terakhir. Selanjutnya, responden yang membeli produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar 2 – 5 kali dalam 2 bulan terakhir sejumlah 30 orang (30%) dan responden yang membeli produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar $>$ 5 kali dalam 2 bulan terakhir sejumlah 10 orang (10%). Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas frekuensi responden penelitian ini dalam membeli produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar dalam 2 bulan terakhir adalah sebanyak 1 kali.