

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum PT Sido Muncul Tbk

Sido Muncul (IDX: SIDO) merupakan perusahaan jamu tradisional dan farmasi yang memanfaatkan teknologi mesin modern. Berawal pada tahun 1940 di Yogyakarta, perusahaan ini didirikan dan dikelola oleh Ny. Rahkmat Sulistio sebagai industri rumahan. Secara bertahap, Sido Muncul berkembang menjadi salah satu perusahaan besar yang dikenal luas seperti sekarang. Pada tahun 1951, keluarga Nyonya Rahmat pindah ke Semarang, mereka mendirikan pabrik jamu sederhana. Perusahaan sederhana itu dinamai Sido Muncul, artinya 'impian yang terwujud'. Lokasi pabrik di Jalan Mlaten Trenggulun, Semarang. Selanjutnya pada tahun 1970 bertransformasi menjadi persekutuan komanditer dengan nama CV Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul. Kemudian, pada 1975, statusnya diubah menjadi perseroan terbatas, yang bertahan hingga saat ini. Di tengah persaingan yang semakin intens di sektor industri jamu, Sido Muncul berhasil meraih pangsa pasar terbesar dan membangun reputasi yang solid sebagai industri jamu terbesar di Indonesia. Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari kontribusi besar para pendirinya.

Dalam persaingan ketat di sektor industri jamu, Sido Muncul berhasil meraih pangsa pasar terbesar dan reputasi yang kuat sebagai industri jamu terkemuka di Indonesia. Keberhasilan ini tidak terlepas dari peran pendirinya yang memulai perjalanan panjang perusahaan ini. Sido Muncul, yang resmi melantai di

Bursa Efek Indonesia sejak Desember 2013, bermula dari usaha pasangan suami istri Siem Thiam Hie, lahir 28 Januari 1897 (wafat 12 April 1976), dan Go Djing Nio (nama lahir Rakhmat Sulistio), lahir 13 Agustus 1897 (wafat 14 Februari 1983). Mereka memulai usaha pertama dengan mendirikan Melkrey, sebuah usaha pemerahan susu di Ambarawa. Namun, akibat krisis Depresi Besar pada 1928, usaha tersebut gulung tikar, memaksa mereka pindah ke Solo pada 1930.

Tidak menyerah, mereka memulai usaha baru dengan membuka toko roti bernama Roti Muncul. Pada 1935, berbekal keahlian Go Djing Nio dalam mengolah jamu dan rempah-rempah, mereka beralih ke bisnis jamu di Yogyakarta. Pada 1941, pasangan ini menciptakan Jamu Tolak Angin, yang awalnya dikenal sebagai Jamu Tujuh Angin. Selama perang kolonial Belanda kedua pada 1949, mereka pindah ke Semarang dan mendirikan usaha jamu bernama Sido Muncul, yang berarti "impian yang terwujud." Usaha ini dimulai di Jalan Mlaten Trenggulun No. 104 dengan tiga karyawan.

Pada 1951, keluarga Go Djing Nio pindah sepenuhnya ke Semarang dan mendirikan pabrik jamu sederhana. Produk mereka diterima luas oleh masyarakat, sehingga modernisasi pabrik menjadi kebutuhan mendesak. Pada 1984, Sido Muncul memulai modernisasi dengan memindahkan pabriknya ke fasilitas baru yang dilengkapi mesin-mesin modern.

Kemajuan signifikan terjadi pada 11 November 2000, ketika Sido Muncul meresmikan pabrik modern di Ungaran dengan fasilitas lebih luas. Pabrik ini diresmikan oleh Menteri Kesehatan saat itu, sekaligus memperoleh sertifikasi CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik) dan CPOB (Cara

Pembuatan Obat yang Baik), setara dengan standar farmasi. Pabrik ini mencakup area produksi seluas 7 hektare, lahan agrowisata 1,5 hektare, dan area pendukung lainnya. Pada 18 Agustus 2005, Sido Muncul menerima hibah lahan seluas 7,5 hektare di Jonggol, Bogor, dari Bob Hasan untuk dijadikan apotek hidup terbesar. Bersama Bob Hasan, mereka juga memberdayakan penyandang disabilitas melalui pengelolaan perkebunan. Pada 10 Februari 2010, Sido Muncul memulai pembangunan pabrik bahan baku herbal seluas 3.000 m², menandai langkah maju dalam pengembangan bisnis mereka.

2.2.1 Logo dan Arti Logo PT Sido Muncul Tbk



Gambar 2.1 Logo Sido Muncul

Sebagai perusahaan yang dikelola secara profesional, Sido Muncul menggunakan logo pada setiap kemasan produknya. Logo tersebut menampilkan gambar seorang wanita menggendong anak kecil, dilengkapi alat pembuat jamu tradisional. Sosok wanita dalam logo itu adalah Ny. Rahmat Sulistyو bersama cucu kesayangannya, Irwan Hidayat, yang saat ini menjabat sebagai Direktur PT Sido Muncul dan merupakan generasi ketiga penerus perusahaan tersebut.

Ada cerita menarik di balik pemilihan gambar ini. Awalnya, Ny. Rahmat berniat menggunakan foto dirinya bersama sang suami, tetapi merasa hasilnya kurang sesuai. Akhirnya, ia memilih foto bersama Irwan, cucu yang paling ia sayangi, sebagai pendamping di logo Sido Muncul. Hingga kini, gambar Ny. Rahmat bersama Irwan tetap menjadi bagian tak terpisahkan dari logo perusahaan. Irwan kecil dikenal sangat dekat dengan neneknya dan sering kali hanya bisa berhenti menangis saat ditimang oleh Ny. Rahmat. Sebagai anak sulung dari lima bersaudara, kedekatan Irwan dengan neneknya lebih menonjol dibandingkan dengan adik-adiknya.

Pada era 1950-an, penggunaan foto pendiri sebagai logo perusahaan memang menjadi tren. Beberapa perusahaan jamu lain, seperti Jamu Nyonya Item, Nyonya Kembar, dan Nyonya Meneer, juga memakai konsep serupa dengan menampilkan foto pendirinya. Saat ini, Sido Muncul telah berkembang menjadi salah satu perusahaan jamu terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 150 produk, baik bermerek maupun generik. Produk andalan mereka meliputi Tolak Angin, Kuku Bima, Kunyit Asem, Jamu Komplit, Jamu Instan, STMJ, dan Anak Sehat.

2.2.2 Visi dan Misi PT Sido Muncul Tbk

Visi

Menjadi perusahaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, kosmetik dan pengolahan bahan herbal yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Misi

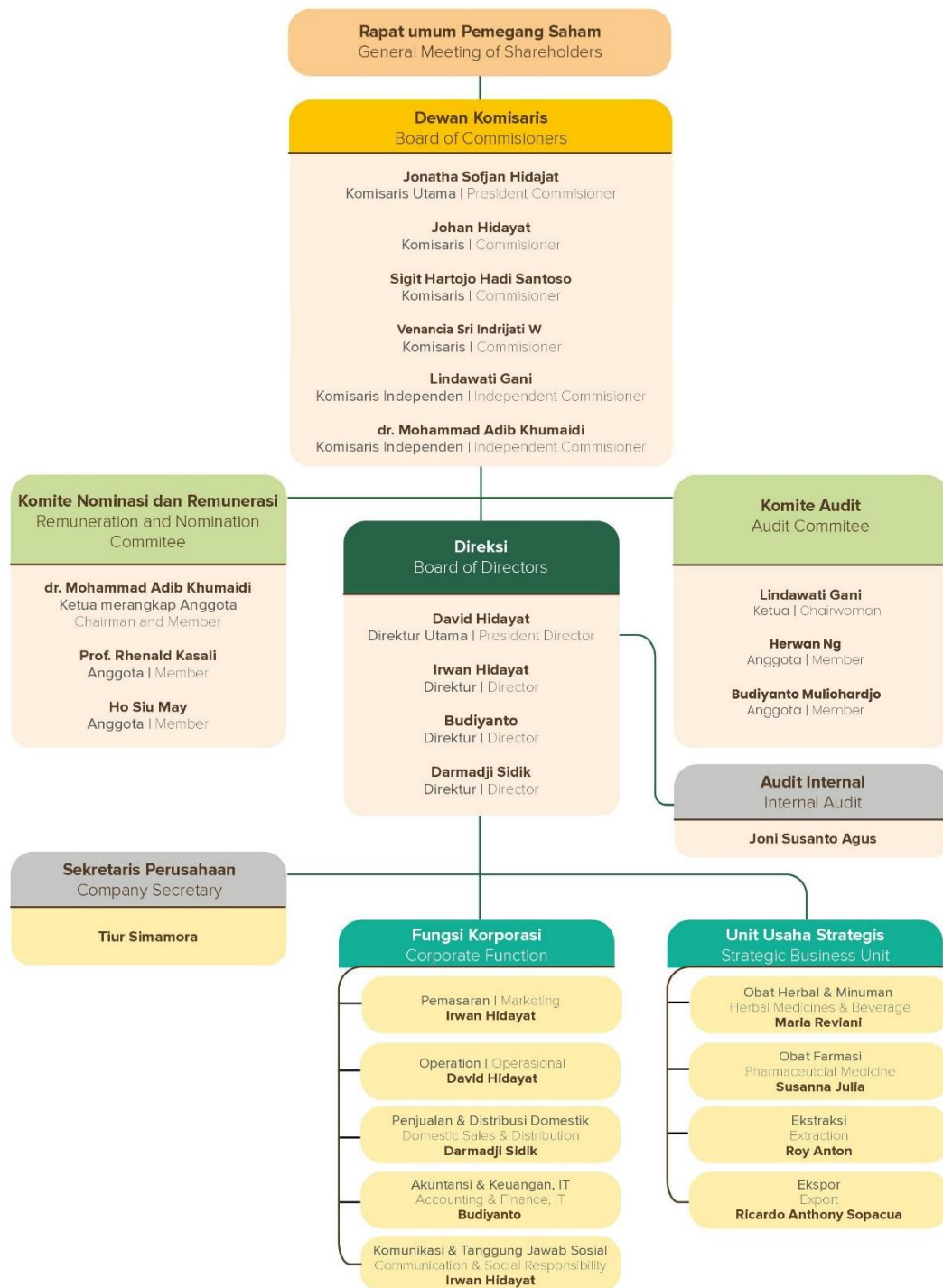
1. Mengembangkan produk-produk berbahan baku herbal dalam bentuk sediaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, dan kosmetik berdasarkan penelitian yang rasional, aman, dan jujur.
2. Mengembangkan penelitian obat-obat herbal secara berkesinambungan.
3. Membantu dan mendorong pemerintah, institusi pendidikan, dunia kedokteran agar lebih berperan dalam penelitian dan pengembangan obat dan pengobatan herbal.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membina kesehatan melalui pola hidup sehat, pemakaian bahan- bahan alami, dan pengobatan secara *naturopathy*.
5. Melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang intensif.
6. Mengelola perusahaan yang berorientasi ramah lingkungan.
7. Menjadi perusahaan obat herbal yang mendunia.

2.2.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan PT Sido Muncul Tbk

Organisasi adalah suatu kelompok atau kesatuan yang terdiri dari dua orang atau lebih yang bekerja sama secara terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi biasanya memiliki tujuan yang jelas, struktur yang sistematis, pembagian tugas, dan aturan yang mengatur anggotanya. Dalam sebuah organisasi, terdapat elemen-elemen seperti visi, misi, sumber daya, kepemimpinan, serta mekanisme koordinasi dan komunikasi untuk memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai rencana. Organisasi dapat berbentuk formal atau informal, dan

cakupannya bervariasi, mulai dari skala kecil seperti komunitas lokal hingga skala besar.

Struktur organisasi adalah susunan atau tata cara pengelompokan dan pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab di dalam sebuah organisasi. Struktur ini menggambarkan bagaimana hubungan antara posisi atau jabatan dalam organisasi, bagaimana alur komunikasi dan koordinasi antar bagian, serta bagaimana keputusan dibuat dan dilaksanakan. Struktur organisasi membantu untuk memastikan bahwa setiap anggota atau unit dalam organisasi mengetahui peran mereka dan bagaimana mereka berkontribusi terhadap tujuan organisasi secara keseluruhan. Adapun struktur organisasi yang ada di PT Sido Muncul Tbk dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sido Muncul Tbk

1. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris PT Sidomuncul memiliki tugas dan tanggung jawab yang penting dalam menjalankan fungsi pengawasan, penasehat, dan jaminan kepatuhan terhadap peraturan serta kebijakan perusahaan. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris PT Sidomuncul:

- a. Pengawasan: Dewan Komisaris bertugas untuk mengawasi kegiatan operasional perusahaan dan memastikan bahwa kegiatan tersebut berjalan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, kebijakan perusahaan, dan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).
- b. Penasehat: Dewan Komisaris berfungsi sebagai penasihat bagi Direksi, memberikan pandangan, saran, dan arahan yang relevan terkait dengan strategi bisnis, kebijakan keuangan, dan pengembangan usaha perusahaan. Dewan Komisaris dapat memberikan masukan yang berharga dalam mengambil keputusan bisnis yang penting.
- c. Evaluasi: Melakukan evaluasi terhadap kinerja Direksi dan memberikan masukan untuk perbaikan. Dewan Komisaris memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan yang telah ditetapkan oleh Direksi serta kinerja keseluruhan perusahaan.
- d. Jaminan Kepatuhan: Menjaga agar perusahaan mematuhi peraturan perundang-undangan, baik yang berlaku secara umum maupun yang spesifik terkait dengan industri jamu dan farmasi. Dewan Komisaris juga memastikan perusahaan mematuhi standar dan praktik yang baik

dalam bidang tata kelola perusahaan, serta melaporkan secara transparan mengenai kinerja dan kondisi perusahaan.

- e. Pengawasan Keuangan: Mengawasi aspek keuangan perusahaan untuk memastikan transparansi, akurasi, dan ketaatan terhadap prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku. Dewan Komisaris juga bertanggung jawab atas proses audit internal dan eksternal untuk memastikan laporan keuangan perusahaan sesuai dengan standar yang berlaku.
- f. Tanggung Jawab Etika: Menjaga integritas dan etika perusahaan, termasuk memastikan bahwa kebijakan etika perusahaan diterapkan dengan baik, serta menanggapi dan menangani pelanggaran yang mungkin terjadi.
- g. Menilai Kinerja Manajemen: Dewan Komisaris juga bertugas untuk menilai kinerja Direksi dan memberikan rekomendasi mengenai evaluasi tersebut kepada para pemegang saham atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

2. Dewan Direksi

Dewan Direksi PT Sidomuncul memiliki peran penting dalam menjalankan operasional perusahaan sehari-hari. Tugas dan tanggung jawab Dewan Direksi meliputi:

- a. Mengelola Operasional Perusahaan: Dewan Direksi bertanggung jawab langsung atas pengelolaan dan operasional perusahaan. Mereka memimpin berbagai divisi dan memastikan semua aspek operasional

berjalan efisien dan efektif sesuai dengan tujuan dan strategi perusahaan.

- b. Pengambilan Keputusan Strategis: Dewan Direksi membuat keputusan strategis untuk arah dan pengembangan perusahaan. Mereka bertanggung jawab dalam merumuskan visi, misi, dan tujuan perusahaan, serta menentukan langkah-langkah kebijakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut.
- c. Perencanaan Bisnis: Direksi bertugas untuk merencanakan kegiatan bisnis perusahaan, termasuk perencanaan jangka panjang dan jangka pendek. Mereka juga mengatur pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mendukung rencana bisnis tersebut.
- d. Pelaksanaan Kebijakan: Dewan Direksi bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijakan yang telah disetujui oleh Dewan Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Hal ini mencakup implementasi rencana bisnis dan strategi yang telah ditetapkan.
- e. Pengelolaan Keuangan: Dewan Direksi bertanggung jawab untuk pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk penyusunan laporan keuangan yang akurat dan transparan. Mereka juga memastikan bahwa keuangan perusahaan dikelola dengan baik, termasuk dalam hal pengendalian anggaran dan perencanaan investasi.
- f. Manajemen Sumber Daya Manusia: Dewan Direksi bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) perusahaan, termasuk

rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan. Mereka juga menetapkan kebijakan terkait penggajian dan kesejahteraan karyawan.

- g. Inovasi dan Pengembangan Produk: Direksi bertugas untuk mendorong inovasi dalam pengembangan produk, termasuk riset dan pengembangan produk baru, serta memperkenalkan produk ke pasar. Mereka harus memastikan bahwa perusahaan terus berinovasi agar tetap kompetitif di pasar.
 - h. Menjaga Hubungan dengan Pemangku Kepentingan: Dewan Direksi juga bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, karyawan, serta pemerintah dan masyarakat.
 - i. Tanggung Jawab terhadap Kepatuhan: Dewan Direksi memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, baik itu dalam industri jamu, farmasi, maupun hukum perusahaan secara umum. Mereka juga bertanggung jawab untuk memastikan perusahaan mengikuti standar dan kebijakan internal yang berlaku.
 - j. Pelaporan kepada Dewan Komisaris: Direksi wajib memberikan laporan kinerja secara berkala kepada Dewan Komisaris, termasuk informasi terkait kinerja keuangan, operasional, dan pencapaian perusahaan.
3. Komite Nominasi dan Remunerasi
- Komite Nominasi dan Remunerasi PT Sidomuncul memiliki tugas dan tanggung jawab utama yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya

manusia, khususnya dalam hal penunjukan jabatan, penilaian kinerja, serta pemberian kompensasi dan insentif kepada manajemen perusahaan. Komite Nominasi dan Remunerasi PT Sidomuncul memiliki peran penting dalam memastikan bahwa manajemen perusahaan terdiri dari individu yang berkualitas dan berkompeten, serta mendapatkan penghargaan yang adil sesuai dengan kontribusi mereka terhadap perusahaan.

4. Komite Audit

Komite Audit PT Sidomuncul memiliki tugas dan tanggung jawab yang penting dalam memastikan transparansi, akuntabilitas, dan tata kelola perusahaan yang baik, serta melindungi kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya melalui pengawasan yang efektif terhadap laporan keuangan dan sistem pengendalian internal perusahaan.

5. Sekretaris Perusahaan

Sekretaris PT Sidomuncul memiliki tugas dan tanggung jawab yang mendukung kelancaran operasional perusahaan, memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku, serta membantu manajemen dalam pengelolaan administrasi dan komunikasi internal perusahaan.

6. Fungsi Korporasi

Fungsi korporasi di PT Sidomuncul mencakup berbagai departemen yang berperan penting dalam mendukung operasi perusahaan secara keseluruhan. Setiap fungsi memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing untuk memastikan perusahaan berjalan dengan efisien dan efektif, serta dapat

memenuhi kebutuhan pasar. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab untuk masing-masing fungsi korporasi di PT Sidomuncul:

a. Pemasaran

Fungsi pemasaran memiliki tugas dan tanggung jawab untuk Riset Pasar, Pengembangan Produk, Perencanaan Strategis, Branding dan Posisi Pasar, serta Komunikasi Pemasaran.

b. Operasi

Fungsi operasi memiliki tugas dan tanggung jawab untuk Pengelolaan Produksi, Manajemen Rantai Pasokan, Pengendalian Kualitas, serta Efisiensi Operasional.

c. Penjualan dan Distribusi Domestik

Fungsi penjualan dan distribusi domestik memiliki tugas dan tanggung jawab untuk Penjualan Produk, Manajemen Distribusi, Negosiasi dan Hubungan Pelanggan, serta Strategi Penjualan.

d. Akuntansi, Keuangan dan IT

Fungsi Akuntansi, Keuangan dan IT memiliki tugas dan tanggung jawab untuk Mengelola pembukuan perusahaan, menyiapkan laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu untuk kebutuhan internal dan eksternal, serta memastikan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan dan akuntansi; Perencanaan Keuangan; Pengelolaan Kas dan Likuiditas; serta Menyediakan dukungan teknis untuk pengelolaan data dan informasi perusahaan dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan data.

e. Komunikasi dan Tanggung Jawab Sosial

Komunikasi dan Tanggung Jawab Sosial memiliki tugas dan tanggung jawab untuk Mengelola komunikasi di dalam perusahaan untuk memastikan informasi yang relevan dapat disampaikan dengan jelas kepada seluruh karyawan; Bertanggung jawab atas komunikasi perusahaan dengan publik, media, dan stakeholder lainnya untuk membangun citra positif perusahaan; Mengelola program CSR perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, termasuk kegiatan yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, dan pengembangan sosial-ekonomi.; Mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan dan praktek bisnis yang mendukung keberlanjutan dan ramah lingkungan; serta Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, komunitas, dan organisasi sosial untuk memperkuat posisi perusahaan di mata publik.

7. Unit Usaha Strategis

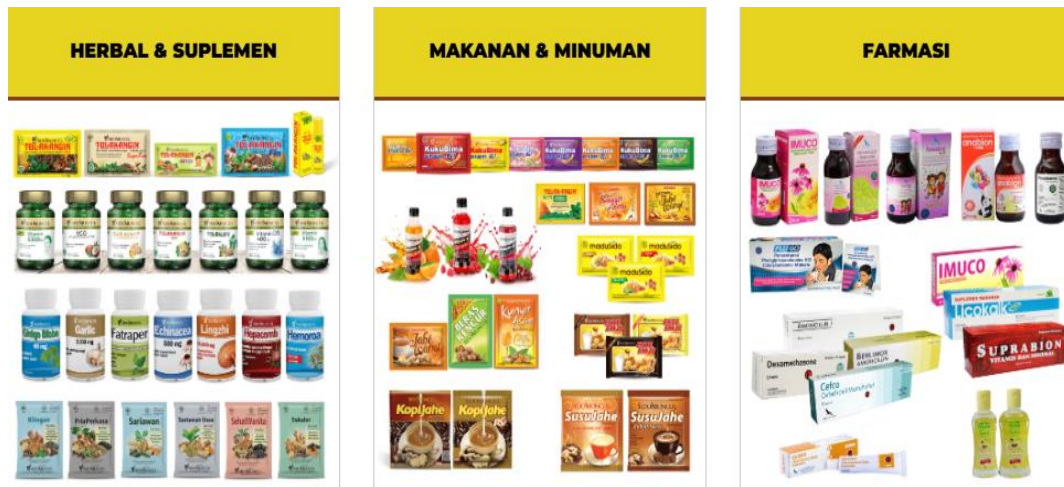
Fungsi Unit Usaha Strategis di PT Sidomuncul mencakup beberapa bagian yang memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan dalam industri jamu, farmasi, serta ekspor. Setiap unit usaha bertanggung jawab untuk mengembangkan produk dan strategi yang mendukung tujuan perusahaan dalam pasar domestik dan internasional. Fungsi Unit Usaha Strategis di PT Sidomuncul bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan produk-produk penting perusahaan, baik yang bersifat domestik maupun internasional. Melalui inovasi, kualitas produk, dan

manajemen pasar yang efektif, setiap unit usaha berkontribusi dalam menjaga daya saing perusahaan di industri jamu dan farmasi.

2.2.4 Produk PT Sido Muncul Tbk

Sido Muncul (SIDO) adalah produsen jamu terbesar dan termutakhir di Indonesia dengan pangsa pasar dominan dalam kategori jamu tradisional. Perusahaan ini menawarkan lebih dari 300 jenis produk yang sudah akrab di kalangan konsumen Indonesia. Di antara produk unggulannya, *Tolak Angin* dan *Kuku Bima Ener-G!* telah dikenal luas selama bertahun-tahun. Sido Muncul berkomitmen untuk tumbuh dengan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan berbasis manusia, lingkungan, dan keuntungan untuk menciptakan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologis.

Sido Muncul mengutamakan inovasi sebagai kekuatan utama. Setiap produk dikembangkan melalui penelitian mendalam untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus meningkatkan kualitas hidup mereka. Portofolio produknya mencakup tiga kategori utama yaitu Herbal dan Suplemen, Makanan dan Minuman, serta Farmasi. Sido Muncul telah memodernisasi jamu tradisional agar sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern, tetap mempertahankan keaslian bahan seperti rempah-rempah dan tanaman obat khas Indonesia yang khasiatnya telah terbukti selama bertahun-tahun.



Gambar 2.3 Produk PT Sido Muncul Tbk

Tolak Angin adalah produk herbal unggulan dari PT Sido Muncul yang dirancang untuk meredakan gejala masuk angin sekaligus meningkatkan daya tahan tubuh. Produk ini merupakan pionir dalam kategori jamu cair siap minum di Indonesia, memadukan tradisi pengobatan herbal dengan inovasi modern. Formulanya mengandung bahan-bahan alami seperti jahe, daun mint, madu, dan berbagai rempah lainnya yang telah dikenal secara turun-temurun memiliki khasiat bagi kesehatan. Adapun manfaat utama dari Tolak Angin diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mengatasi Gejala Masuk Angin

Membantu meredakan rasa mual, kembung, pusing, dan lelah akibat masuk angin.

2. Meningkatkan Imunitas

Dengan kandungan herbal yang kaya antioksidan, Tolak Angin membantu memperkuat sistem kekebalan tubuh.

3. Meningkatkan Stamina

Memberikan efek segar dan meningkatkan energi, cocok untuk aktivitas sehari-hari.

Adapun varian Produk Tolak Angin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tolak Angin Cair

Format cair praktis untuk dikonsumsi kapan saja tanpa perlu persiapan tambahan.

2. Tolak Angin Anak

Varian khusus anak dengan rasa lebih lembut dan formula yang aman bagi tubuh anak.

3. Tolak Angin Flu

Dirancang untuk membantu meredakan gejala flu ringan seperti hidung tersumbat dan sakit tenggorokan.

4. Tolak Angin Permen

Alternatif dalam bentuk permen untuk membantu menjaga kesegaran nafas dan meredakan gejala ringan.

Adapun keunggulan Produk Tolak Angin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Inovasi Modern: Dikemas secara higienis dengan teknologi canggih, memastikan keamanan dan kualitas.
2. Bahan Alami: Menggunakan bahan herbal asli Indonesia yang teruji manfaatnya.
3. Mudah Dikonsumsi: Format siap minum memberikan kemudahan dan fleksibilitas untuk dikonsumsi kapan saja.

Tolak Angin telah menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia selama puluhan tahun, tidak hanya sebagai solusi untuk masuk angin tetapi juga sebagai simbol modernisasi jamu tradisional. Dengan pendekatan yang menyelaraskan tradisi dan inovasi, Tolak Angin terus menjaga relevansi dan kepercayaan konsumen di era modern.

2.2 Gambaran Responden

Adapun gambaran umum responden penelitian ini dapat dikelompokkan dengan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Dalam studi ini, 100 responden penelitian merupakan konsumen yang memiliki pengalaman melakukan pembelian produk Tolak Angin di Kota Semarang.

Kuesioner disebarkan mulai tanggal 10 Oktober 2024 hingga 20 Oktober 2024, yang terdiri dari 3 pertanyaan yang berkaitan dengan profil responden dan 22 pertanyaan yang mencakup topik penelitian mengenai Kualitas Produk, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen. Karakteristik gambaran umum responden pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

2.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	38	38%
Perempuan	62	62%
Total	100	100%

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil di atas dapat diuraikan bahwa jumlah responden Laki-Laki berjumlah 38 orang (38%), sedangkan responden wanita berjumlah 62 orang (62%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh responden Wanita. Artinya, ada kebiasaan pembelian produk Tolak Angin dipengaruhi oleh perilaku konsumen Perempuan.

2.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital responden penelitian ini terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2 Status Marital Responden

Status Marital	Jumlah Responden	Presentase (%)
Menikah	35	35
Belum Menikah	59	59
Duda/Janda	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam kategori yang belum menikah sebanyak 59 orang (59%) dan kategori responden yang sudah menikah sebanyak 35 orang (35%). Sedangkan sisanya yaitu kategori responden yang pernah menikah atau berstatus duda atau janda berjumlah 6 orang (6%). Ini menunjukkan bahwa responden yang melakukan pembelian produk tolak angin kebanyakan adalah mereka yang masih lajang.

2.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun hasil deskripsi responden berdasarkan umur responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
17-20 tahun	1	1
21-30 tahun	71	71
31-40 tahun	23	23
>40 tahun	5	5
Total	100	100

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil di atas, dapat diuraikan bahwa jumlah responden yang berumur 18-20 tahun berjumlah 1 orang (1%), berumur 21-30 tahun berjumlah 71 orang (71%), berumur 31-40 tahun berjumlah 23 orang (23%) dan yang berumur >40 tahun berjumlah 5 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner penelitian ini didominasi oleh responden berumur 21-30 tahun.

2.3.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut terdapat data pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Tamat SD	-	-
Tamat SMP	-	-
SMA/SMK atau Sederajat	58	58
Perguruan Tinggi/Akademi	42	42
Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden di tingkat SMA/SMK yaitu sebanyak 58 orang (58%), diikuti dengan pendidikan terakhir yang tamat Pendidikan Perguruan Tinggi/Akademi sebanyak 42 orang (42%). Ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden adalah mereka yang pendidikan terakhirnya SMA/SMK atau sederajat.

2.3.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun hasil deskripsi responden berdasarkan pekerjaan responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	1	1
Swasta	45	45
PNS/TNI/POLRI	20	20
Lainnya	39	39
Total	100	100,00

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil di atas, dapat diuraikan bahwa jumlah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 1 orang (1%), swasta berjumlah 45 orang (45%), PNS/TNI/POLRI berjumlah 20 orang (20%) dan pekerjaan lainnya berjumlah 39 orang (39%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner penelitian ini didominasi oleh responden mempunyai pekerjaan sebagai Swasta.

2.3.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Berikut terdapat data mengenai penghasilan responden setiap bulan pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.6 Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan (per bulan)	Jumlah Responden	Presentase (%)
≤ Rp 1.000.000	9	9
> Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	31	31
> Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	47	47
> Rp 4.000.000	13	13
Jumlah	100	100

Sumber : Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas responden dalam penelitian ini berpenghasilan $> \text{Rp } 2.500.000 - \text{Rp } 4.000.000$ sebanyak 47% dan untuk jumlah responden dalam penelitian ini paling sedikit adalah responden dengan penghasilan $\leq \text{Rp } 1.000.000$ yaitu sebanyak 9%. Ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden sekaligus konsumen Tolak Angin adalah mereka yang memiliki penghasilan $> \text{Rp } 2.500.000 - \text{Rp } 4.000.000$ atau kurang lebih berada di kisaran Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Kota Semarang.