

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Profil The Originote

The Originote merupakan sebuah merek produk perawatan kulit yang fokus pada upaya menjaga kesehatan dan penampilan kulit secara menyeluruh. Merek ini merupakan entitas yang baru berdiri sejak tahun 2022 dan diproduksi oleh PT 4 Ayara Beauty Indonesia. Produk The Originote dibuat di pabrik yang berlokasi di Padurenan, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat dan lokasi kantor pusat di Jakarta, Indonesia.

Produk The Originote hadir dalam berbagai varian yang memenuhi kebutuhan perawatan kulit. Produk The Originote diantaranya *moisturizer, sunscreen, face wash, micelar water, face serum, lip spf, toner, dan chusion*. Produk ini aman digunakan oleh individu mulai dari usia 13 tahun, sehingga cocok untuk konsumen remaja hingga dewasa.

Produk The Originote diformulasikan dengan bahan aktif yang berperan penting dalam menjaga kesehatan kulit. Bahan dengan *hyaluronic acid* membantu mempertahankan kelembapan dan elastisitas kulit. Kemudian *ceramide* yang memiliki fungsi dalam melindungi kulit dari kekeringan. Serta ekstrak *chlorella* dan spirulina yang kaya akan nutrisi dan vitamin, sehingga memberikan manfaat melindungi kulit dari kerusakan akibat faktor lingkungan.

Penggunaan produk The Originote mencakup serangkaian tahapan perawatan kulit dasar yang terstruktur, mulai dari pembersih wajah seperti *micelar*

water dan sabun muka, pelembab wajah, dan diakhiri dengan produk perlindungan terhadap paparan sinar ultraviolet yang dapat menyebabkan kerusakan kulit jangka panjang. Rangkaian perawatan ini dirancang secara terpadu dan sistematis guna memastikan kesehatan kulit tetap terjaga dalam kondisi optimal. Selain itu juga mendukung penampilan kulit agar tetap tampak segar, lembab, dan bercahaya secara alami.

Tidak hanya mementingkan aspek perawatan saja, The Originote telah melalui proses pengujian dan sertifikasi resmi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh produk yang dipasarkan telah memenuhi standar keamanan penggunaan, sehingga dapat dipakai secara rutin. Merek ini juga memberikan klaim bahwa produk-produknya bebas dari efek samping negatif seperti iritasi, alergi, atau reaksi merugikan lainnya pada kulit yang seringkali menjadi kekhawatiran dalam penggunaan produk perawatan.

Secara keseluruhan, The Originote hadir sebagai solusi perawatan kulit yang tidak hanya praktis dan mudah digunakan, tetapi juga efektif dalam memenuhi kebutuhan berbagai kelompok usia dan jenis kulit. Produk merek ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek keamanan, kemudahan akses, serta kualitas bahan aktif yang digunakan, sehingga dapat memberikan manfaat optimal bagi konsumen yang menginginkan perawatan kulit yang aman, terpercaya, dan terjangkau dalam aktivitas sehari-hari mereka.

2.2 Visi dan Misi The Originote

2.2.1 Visi The Originote

Visi The Originote adalah "*Affordable Skincare for All*" atau "Perawatan Kulit Terjangkau untuk Semua". Visi ini mencerminkan komitmen merek untuk menyediakan produk perawatan kulit yang berkualitas, aman, dan efektif. Produk tersebut ditawarkan dengan harga terjangkau dan ditujukan untuk seluruh kalangan, tanpa membatasi usia maupun jenis kulit. The Originote berupaya menghadirkan solusi perawatan kulit yang inklusif dan relevan dengan kebutuhan konsumen di berbagai segmen, khususnya di Indonesia.

2.2.2 Misi The Originote

Misi The Originote dirumuskan untuk mendukung visi merek dalam menyediakan perawatan kulit yang terjangkau dan berkualitas bagi semua kalangan. Misi The Originote sebagai berikut:

- a. Menghadirkan produk perawatan kulit yang aman, efektif, dan cocok untuk berbagai jenis kulit.
- b. Menggabungkan bahan aktif berkualitas dengan formulasi yang sesuai untuk iklim tropis, khususnya di Indonesia.
- c. Menawarkan harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas produk.
- d. Meningkatkan kepercayaan konsumen melalui transparansi bahan dan edukasi seputar perawatan kulit.
- e. Melakukan inovasi berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

2.3 Logo The Originote

THE ORIGINOTE

Gambar 2. 1 Logo The Originote

Sumber: Theoriginote.id (2025)

Logo The Originote menggunakan tipografi huruf kapital dengan jenis huruf tebal berwarna hitam, yang secara visual merepresentasikan citra merek yang kuat, profesional, dan mudah dikenali. Penggunaan desain yang sederhana tanpa elemen grafis tambahan mencerminkan prinsip merek yang menjunjung tinggi kesederhanaan, kejujuran, serta keterjangkauan. Warna hitam dalam logo memberikan kesan netral dan elegan, sekaligus mempertegas identitas The Originote sebagai merek perawatan kulit yang mengedepankan efektivitas dan kredibilitas. Keseluruhan tampilan logo ini selaras dengan nilai inti perusahaan, yaitu menyediakan produk yang fungsional, inklusif, dan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

2.4 Jenis Produk *Moisturizer* The Originote

The Originote merupakan salah satu merek perawatan kulit lokal yang telah memperoleh perhatian luas di Indonesia berkat komitmennya dalam menghadirkan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau. Merek ini memproduksi berbagai jenis produk perawatan kulit, di antaranya pembersih wajah, toner, serum, tabir surya, dan *moisturizer* yang diformulasikan untuk berbagai jenis kulit dan kebutuhan pengguna.

Tabel 2.1 Produk *Moisturizer* The Originote

No	Nama Produk	Kandungan Utama	Fungsi Produk	Gambar Produk
1	Hyalucera Moisturizer Gel	<i>Hyaluronic Acid, Ceramide, Chlorelina</i>	Menjaga skin barrier, melembapkan, meredakan breakout, antioksidan, oil control	
2	Cica-B5 Soothing Moisturizer	<i>Centella Asiatica, Panthenol</i>	Menenangkan kulit berjerawat/iritasi, melembapkan, menjaga elastisitas	
3	Brightening Moisturizer	<i>Niacinamide, Tranexamic Acid, Ekstrak buah</i>	Mencerahkan, meratakan warna kulit, melembapkan, menjaga keremajaan kulit	
4	The Originote 24k Symwhite Jelly Booster	<i>Symwhite 377, Glutathione, 24K Gold & Diamond</i>	Mencerahkan, menyamarkan noda hitam, menghaluskan, meningkatkan efek skincare	

Sumber: Theoriginote.id (2025)

Salah satu produk unggulan dari The Originote adalah *moisturizer*, yang tersedia dalam beberapa varian dengan kandungan aktif yang berbeda-beda. Masing-masing *moisturizer* ini memiliki fungsi spesifik sesuai dengan kondisi kulit konsumen. Sehubungan dengan fokus penelitian ini yang mengkaji produk

moisturizer dari The Originote, maka tabel diatas memaparkan beberapa varian produk *moisturizer* beserta fungsinya yang disesuaikan dengan kebutuhan kulit pengguna.

2.5 Karakteristik Responden

Sub bab ini menguraikan profil responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, dengan fokus pada berbagai demografis dan perilaku relevan. Jumlah responden sebanyak 96 orang yang memenuhi kriteria, seperti berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Semarang, aktif menggunakan TikTok, pernah mengakses *content marketing moisturizer* The Originote di TikTok, dan telah melakukan pembelian produk tersebut minimal satu kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang disebarakan menggunakan *Google Form*. Seluruh data yang terkumpul kemudian diorganisir berdasarkan kategori, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan bulanan, lama menggunakan aplikasi TikTok, serta lokasi domisili di Kota Semarang.

2.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan perbandingan jumlah antara responden perempuan dan laki-laki yang telah melakukan pembelian produk *moisturizer* The Originote. Data frekuensi jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut sebagai gambaran proporsi pengguna produk tersebut.

Merujuk data pada Tabel 2.2 yang menguraikan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden penelitian adalah perempuan. Frekuensi responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau

berkisar 67.6% dari total 96 responden, sementara jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang atau berkisar 32.3% dari total 96 responden. Keterwakilan perempuan yang dominan ini sesuai dengan segmentasi pasar produk The Originote, khususnya pada produk *Moisturizer* yang menargetkan pada konsumen dengan kepedulian tinggi terhadap perawatan dan kesehatan kulit *skin barrier*.

Tabel 2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Perempuan	65	67.7
2	Laki-Laki	31	32.3
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Secara umum, produk *skincare* lebih banyak digunakan oleh perempuan sebab kategori jenis kelamin ini cenderung lebih aktif dalam mencari dan menggunakan produk perawatan kulit dibanding laki-laki. Meskipun demikian, keberadaan 32.3% responden laki-laki menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mengenai pentingnya perawatan kulit di kalangan laki-laki.

2.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Distribusi responden berdasarkan usia menjadi salah satu variabel penting yang menggambarkan tingkat kedewasaan responden dalam memberikan jawaban pada kuesioner penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik konsumen yang dijadikan sebagai responden adalah konsumen berusia 17 hingga 35 tahun. Data frekuensi usia responden dapat dilihat pada tabel berikut sebagai gambaran yang lebih terperinci mengenai penyebaran usia dalam sampel penelitian.

Tabel 2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	17-20	39	40.6
2	21-24	41	42.7
3	25-28	8	8.3
4	29-32	6	6.3
5	32-35	2	2.1
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Merujuk data pada Tabel 2.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang membeli dan menggunakan produk Moisturizer di Kota Semarang berada pada rentang usia 21 hingga 24 tahun, sebanyak 41 orang atau sekitar 42.7% dari total 96 responden. Sementara minoritas responden berentang pada kelompok usia 32-35 tahun dengan sebanyak 2 orang atau sekitar 2.1%. Hal ini menandakan bahwa pengguna utama produk ini adalah generasi muda yang aktif mengakses platform digital, khususnya TikTok, sebagai sumber informasi sebelum melakukan pembelian. Generasi ini sangat mudah terpengaruh oleh strategi *content marketing* serta ulasan konsumen lain di media sosial, yang membentuk persepsi positif terhadap brand The Originote. Dengan demikian, citra merek yang dibangun melalui konten dan testimoni online memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan konsumen muda ini.

2.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Distribusi responden berdasarkan pekerjaan menggambarkan jenis pekerjaan konsumen produk *moisturizer* The Originote. Data terkait distribusi pekerjaan responden disajikan pada tabel berikut sebagai gambaran keseluruhan karakteristik profesi dalam sampel penelitian.

Tabel 2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	55	57.3
2	PNS/TNI/POLRI/Karyawan BUMN	2	2.1
3	Karyawan Swasta	37	38.5
4	Ibu Rumah Tangga	1	1
5	Lain-Lain	1	1
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Merujuk data pada Tabel 2.4, kelompok Pelajar/Mahasiswa sebanyak 55 orang atau mencakup 57.3% dari total responden merupakan mayoritas responden penelitian ini. Diposisi kedua oleh karyawan swasta yang mencapai 37 orang atau 38.5%. Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai PNS/TNI/POLRI/Karyawan BUMN sebanyak 2 orang atau 2.1%, diikuti oleh Ibu Rumah Tangga dan kelompok lainnya dengan masing di 1 orang atau 1%.

Keberadaan pelajar dan mahasiswa sebagai mayoritas responden mengindikasikan bahwa produk *Moisturizer* The Originote banyak menarik perhatian konsumen muda yang cenderung aktif mencari informasi serta bereksperimen dengan berbagai produk perawatan kulit. Tren penggunaan *skincare* di kalangan pelajar dan mahasiswa terus meningkat, yang dipengaruhi oleh pengaruh media sosial serta kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan kulit dalam rutinitas sehari-hari.

2.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan

Distribusi responden berdasarkan pendapatan bulanan menggambarkan tingkat penghasilan konsumen produk *moisturizer* The Originote. Data mengenai

komposisi pendapatan responden disajikan pada tabel berikut sebagai representasi keseluruhan profil ekonomi dari sampel penelitian.

Tabel 2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Per-Bulan

No	Pendapatan Per-Bulan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	$\leq$ Rp1.500.000	56	58.3
2	> Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000	14	14.6
3	> Rp 3.000.000 - Rp 4.500.000	20	20.8
4	> Rp 4.500.000 – Rp 6.000.000	6	6.3
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Merujuk data pada Tabel 2.5, sebagian besar responden memiliki pendapatan bulanan berkisar kurang dari sama dengan Rp1.500.000, dengan sebanyak 56 orang atau 58.3%. Kelompok dengan penghasilan antara Rp 3.000.000 hingga Rp 4.500.000 menempati posisi kedua sebesar 20 orang atau 20.8%, diikuti responden oleh responden yang berpenghasilan antara Rp 1.500.000 sampai Rp3.000.000 sebesar 14 orang atau 14.6%, dan dan kelompok dengan pendapatan antara Rp 4.500.000 sampai Rp6.000.000 sebesar 6 orang atau 6.3%.

Rentang pendapatan pada penelitian ini disusun secara bertahap dengan interval sebesar Rp1.500.000. Rentang terendah dimulai dari $\leq$ Rp1.500.000 untuk mengakomodasi responden yang belum memiliki penghasilan tetap, seperti pelajar atau mahasiswa. Kategori ini mencerminkan daya beli yang terbatas, yang umum dijumpai pada segmen usia muda sebagai target pasar produk skincare. Sementara itu, rentang tertinggi dibatasi hingga > Rp4.500.000 – Rp6.000.000 karena tidak terdapat responden dengan pendapatan di atas Rp6.000.000. Dengan demikian, seluruh data responden sudah terwakili secara menyeluruh dalam batasan tersebut.

Dengan mayoritas responden berpenghasilan di bawah Rp1.500.000, harga produk menjadi salah satu faktor krusial dalam pengambilan keputusan pembelian. *Moisturizer The Originote* tersedia dalam satu ukuran 50 ml dan dijual di TikTok Shop dengan harga yang relatif terjangkau, berkisar antara Rp36.400 hingga Rp46.550. Harga ini memberikan kemudahan akses bagi konsumen dengan pendapatan menengah ke bawah yang tetap ingin memperoleh produk skincare berkualitas. Sementara itu, konsumen dengan penghasilan di antara Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000, yang mencapai sekitar 20.8%, cenderung memiliki kemampuan finansial yang lebih baik sehingga lebih fleksibel dalam memilih produk perawatan kulit. Oleh karena itu, rentang harga *Moisturizer The Originote* tersebut dianggap sesuai dengan daya beli mayoritas responden, menjadikannya pilihan menarik di pasar skincare yang kompetitif.

2.5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan TikTok

Distribusi responden berdasarkan durasi penggunaan aplikasi TikTok menggambarkan tingkat keterlibatan konsumen *Moisturizer The Originote* dengan platform digital tersebut. Data mengenai lama penggunaan TikTok oleh responden disajikan dalam tabel berikut sebagai representasi profil kebiasaan digital dalam sampel penelitian.

Tabel 2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menggunakan TikTok

No	Lama Waktu (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	< 1	8	8.3
2	1 - 2	48	50
3	> 2	40	41.7
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Merujuk data pada Tabel 2.6, frekuensi dan persentase menunjukkan durasi penggunaan aplikasi TikTok oleh para responden. Sebagian besar, yakni 48 orang atau sekitar 50%, telah menggunakan TikTok selama satu sampai dua tahun. Kelompok berikutnya adalah pengguna TikTok dengan masa penggunaan lebih dari dua tahun berjumlah 40 orang atau 41.7%. Sedangkan kelompok pengguna yang baru memakai TikTok kurang dari satu tahun merupakan minoritas, yaitu sebanyak 8 orang atau 8.3%.

Mayoritas responden yang telah menggunakan aplikasi TikTok selama satu hingga dua tahun menunjukkan bahwa produk *Moisturizer The Originote* banyak menarik perhatian pengguna yang sudah cukup lama aktif di platform digital ini. Pengguna dengan durasi penggunaan TikTok lebih dari dua tahun juga masih signifikan. Tren penggunaan TikTok yang terus meningkat di kalangan responden ini didukung oleh pengaruh konten digital dan interaksi sosial yang mendorong kesadaran mereka akan pentingnya produk perawatan kulit sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari.

2.5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili

Distribusi responden berdasarkan wilayah domisili di Kota Semarang menggambarkan persebaran geografis konsumen produk *Moisturizer The Originote*. Informasi terkait distribusi responden berdasarkan kecamatan atau wilayah tempat tinggal disajikan pada tabel berikut, sebagai gambaran representasi wilayah dalam sampel penelitian.

Tabel 2.7 Karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Domisili

No	Kecamatan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Tembalang	23	24
2	Banyumanik	20	20.8
3	Gunungpati	4	4.2
4	Candisari	4	4.2
5	Gajahmungkur	3	3.1
6	Gayamsari	4	4.2
7	Genuk	4	4.2
8	Mijen	3	3.1
9	Ngaliyan	3	3.1
10	Pedurungan	4	4.2
11	Semarang Barat	4	4.2
12	Semarang Selatan	4	4.2
13	Semarang Tengah	4	4.2
14	Semarang Timur	4	4.2
15	Semarang Utara	4	4.2
16	Tugu	4	4.2
Total		96	100

Sumber: Data hasil kuesioner (2025)

Merujuk data pada Tabel 2.7, frekuensi dan distribusi responden berdasarkan domisili di wilayah Kota Semarang menggambarkan sebaran tempat tinggal konsumen yang telah melakukan pembelian, baik secara offline maupun online, dalam tiga bulan terakhir sesuai dengan kriteria penelitian. Responden berasal dari berbagai kecamatan. Sebagian besar responden tercatat berdomisili di Kecamatan Tembalang sebanyak 23 orang atau 24%. Di posisi kedua ada Kecamatan Banyumanik dengan jumlah sebanyak 20 orang atau 20.8%. Sementara itu, jumlah responden dari 14 Kecamatan lainnya, masing-masing dengan proporsi antara 3 hingga 4 orang atau 3.1% hingga 4.2%. Berdasarkan pola penyebaran ini, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian tersebar secara merata dan mewakili berbagai wilayah di Kota Semarang.