

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran umum perusahaan PT Tempo Scan Pacific, Tbk.

Marina merupakan salah satu *brand* kecantikan yang diproduksi oleh PT Tempo Scan Pacific Tbk. PT Tempo Scan Pacific Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi, produk konsumen, dan kosmetik. Perusahaan ini dan entitas anaknya merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional grup tempo yang sudah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT Tempo Scan Pacific Tbk berkantor pusat di Jl. HR Rasuna Said Kav. 3-4, Mega Kuningan, Jakarta.

PT Tempo Scan Pacific Tbk didirikan melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan awalnya bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala yang besar. Seiring dengan berjalannya waktu perseroan melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetik dan produk konsumen sejak tahun 1977. Anak perusahaan PT Tempo Scan Pacific Tbk yaitu PT Barclay Products yang meluncurkan produk marina tahun 1982. Marina merupakan brand kosmetik lokal asli dari Indonesia yang memiliki slogan “Semakin bersinar” dan mengklaim dirinya sebagai produk pilihan No.1 di Indonesia. Marina merupakan produk sahabat perempuan di Indonesia dalam berbagai kategori produk tubuh dengan formulasi yang teruji klinis dan mengandung bahan natural. Marina terdiri dari rangkaian produk yang terdiri dari *body care, face care, fragrance,*

dan *personal hygiene*. Marina selalu melakukan inovasi untuk mengembangkan produk-produknya dengan formulasi bahan yang khusus untuk merawat, melindungi, dan mempercantik kulit Wanita. Selain itu marina juga melakukan inovasi pada manfaat produk dan desain kemasan yang beragam.

Sebagai produk yang sudah berdiri sejak lama marina beberapa kali memperoleh penghargaan seperti top brand yaitu untuk kategori *hand and body lotion* selama 20 tahun berturut-turut, *best brand index*, *indonesia women brand champion*, dan lain-lain. Marina selalu melakukan penyempurnaan terhadap komposisi dan berinovasi untuk mengembangkan produk yang menawarkan manfaat lebih baik. Fokus marina dalam mencari *consumer insight* agar apa yang diberikan secara kualitas dan manfaat selalu up-to-date dan dapat benar-benar memenuhi kebutuhan perempuan dengan beragam jenis kulit, usia, dan aktivitas yang dilakukannya. Promosi yang dilakukan marina sangat gencar dilakukan melalui pengiklanan di TV dan media digital untuk meningkatkan *awareness* sepanjang tahun. Selain itu upaya yang dilakukan marina untuk mendekatkan diri dengan konsumennya untuk menciptakan *brand engagement* melalui websitenya yaitu www.sahabatmarina.com dan akun sosial media sahabat marina yaitu Instagram, youtube, facebook, tiktok, dan twitter. Marina juga gencar melakukan event-event seperti marina *beauty journey*, marina *beauty roadshow* dan *community gathering* yang bekerjasama dengan media-media dan yang lainnya. Produk dari marina didistribusikan secara luas dengan berbagai saluran pemasaran di indonesia sehingga mudah dijumpai seperti di toko

kosmetik, minimarket, toko kelontong, supermarket, swalayan, dan *e-commerce* bahkan produk marina juga sudah didistribusikan sampai kemana negara.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Suatu perusahaan sangat penting untuk memiliki visi dan misi untuk mengembangkan suatu usahanya. Adanya visi dan misi pada suatu perusahaan memiliki fungsi seperti memberikan standar kerja, meningkatkan motivasi kerja, meningkatkan produktivitas dan kinerja, serta menjadi landasan yang jelas untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Menurut Wibisono (2006) visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian dari sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapainya di masa depan. Sedangkan misi menurut Akdon (2006) merupakan pernyataan berisi tentang hal-hal yang harus dicapai organisasi di masa yang akan datang bagi pihak-pihak yang berkepentingan. PT Tempo Scan Pasific, Tbk. memiliki visi dan misi perusahaan seperti berikut:

Visi:

PT Tempo Scan Pasific, Tbk. memiliki visi sebagai berikut:

Untuk menjadi pemimpin pasar dalam industri farmasi, produk konsumen, dan kosmetik melalui kompetensi di bidang manufaktur, pemasaran, dan distribusi, serta meningkatkan nilai bagi para pemangku kepentingan dalam jangka panjang serta dihormati oleh masyarakat.

Misi:

PT Tempo Scan Pasific, Tbk memiliki misi sebagai berikut:

1. Kami adalah organisasi yang dinamis dari para profesional handal dan berkomitmen di bawah kepemimpinan yang kuat dengan tujuan utama

menjadi pemimpin pasar farmasi, produk konsumen dan kosmetik melalui kompetensi di bidang manufaktur, pemasaran, dan distribusi.

2. Ekuitas merek kami menawarkan produk berkualitas dan berinovasi dengan proposisi nilai yang menarik dan didistribusikan melalui penjualan multi-jalur yang efektif yang difasilitasi oleh jaringan rantai pasokan yang handal.
3. Dipandu oleh prinsip tata kelola perusahaan yang baik dengan tujuan untuk membangun posisi keuangan yang sehat dan untuk meningkatkan nilai bagi para pemangku kepentingan kami dalam jangka panjang serta dihormati oleh masyarakat.

2.3 Logo marina

Menurut Sularko, dkk (2008: 6) mendefinisikan logo adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual akan tetapi sebagai identitas yang digunakan sebagai alat pemasaran yang signifikan, logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari para kompetitornya. Logo dapat berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Berikut merupakan logo dari produk Marina:



Gambar 2. 1: Logo marina

Sumber: www.Sahabatmarina.com, 2024

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi berfungsi untuk pembagian tugas, tanggung jawab serta wewenang seseorang di dalam perusahaan agar berjalan dengan jelas. Struktur

organisasi yang dibentuk oleh PT Tempo Scan Pasific, Tbk. memiliki acuan yang berbentuk fungsional yaitu *design organitational*, pengelompokan pekerjaan sejenis atau mirip serta berhubungan. Di bawah ini merupakan struktur organisasi perusahaan PT Tempo Scan Pasific, Tbk:



Gambar 2. 2: Struktur perusahaan PT Tempo Scan Pacific Tbk

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

Berdasarkan struktur organisasi diatas uraian tugas dapat dijelaskan seperti berikut:

1. *President director*

President director adalah pimpinan tertinggi dalam suatu perusahaan. presiden direktur memiliki tanggung jawab untuk memberikan arahan perkembangan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, kebijakan, anggaran, rencana operasional dari perusahaan, mengawasi interpretasi yang konsisten dan penerapannya serta rencana pencapaiannya.

2. *Vice president director*

Vice president director direktur memiliki tugas pokok dalam melaksanakan sebagian tugas pokok dari presiden direktur. Wewenang dan tanggung jawab wakil presiden direktur adalah sebagai berikut:

1. Memimpin direktoran dibawahnya, pengembangan, pelaksanaan, serta pengendalian untuk meningkatkan kinerja dari perusahaan.
2. Membantu presiden direktur dalam menetapkan acuan sistem dan mekanisme seluruh departemen atau divisi yang disusun berdasarkan sistem manajemen umum yang terus berkembang sebagai suatu kontribusi terhadap kelancaran seluruh departemen atau divisi yang terkait.

3. *Pharma & CPC division*

Divisi farmasi memiliki tugas yang fokus pada pemasaran produk-produk kesehatan. Sebagai salah satu pemimpin dalam industri farmasi di Indonesia, tempo scan bekerjasama sepenuh hati untuk menghasilkan

produk-produk yang berkualitas dengan harga terjangkau dan didukung dengan inovasi secara berkesinambungan sehingga menjadi produk pilihan utama masyarakat. Selain itu Divisi *cosmetic and produk consumer* ini juga memasarkan dan mendistribusikan rangkaian produk konsumen dan kosmetik yang berkualitas tinggi, baik yang merupakan produk merek sendiri maupun produk kosmetik dibawah lisensi.

4. *Research & Development*

Divisi ini memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan riset dan pengembangan untuk produk bisnis di PT Tempo Scan Pasific, Tbk.

5. *Manufacturing division*

Divisi manufaktur pada PT Tempo Scan pacific Tbk memiliki tugas untuk mengoperasikan beberapa pabrik yang letaknya berbeda-beda seperti PT Tempo Nagadi, PT Rudy Soetadi, PT Tempo Utama Sejahtera, dan lain-lain.

6. *Distribution division*

Divisi distribusi merupakan unit usaha yang memegang peran penting dalam mendistribusikan produk-produk Tempo Scan Group, yang memerlukan keterkaitan sangat erat dalam rencana jangka panjang dengan divisi manufaktur dan *marketing*, sekaligus dalam mendistribusikan produk-produk dari *principal* eksternal, mempertimbangkan tataran distribusi dan logistic di Indonesia yang kompleks.

7. *Strategic business unit*

Perseroan juga memiliki bisnis unit strategis untuk menciptakan sinergi internal dan menghindari duplikasi pada alokasi investasi dan sumber daya manusia untuk mendukung unit-unit usaha tempo scan group.

8. *Information & communication technology (ICT)*

Divisi *Information and communication technology* memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengembangan, pengelolaan, dan pelayanan teknologi informasi dan komunikasi serta pengelolaan sistem informasi dan jaringan pada perusahaan.

9. *Corporate finance & treasury*

Divisi ini memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola aktivitas keuangan dan keuangan perusahaan seperti mengelola kas perusahaan, mengelola transaksi keuangan, mengelola risiko keuangan, mengkoordinasi dengan bank dan lembaga keuangan eksternal, dan menyediakan dukungan administrative kepada tim keuangan.

10. *Human resources*

Divisi *human resources* memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia yaitu seperti mengurus proses rekrutmen karyawan dan *onboarding* karyawan, memberikan pelatihan kerja terhadap karyawan, mengelola berbagai kebijakan perusahaan seperti tunjangan kesehatan, benefit karyawan, gaji, dan lain-lain.

11. *Legal & corporate secretary*

Divisi ini memiliki tugas dan tanggung jawab dalam membantu kelancaran fungsi administratif legal departemen terkait dengan pihak internal dan eksternal, mengatur jadwal meeting & menyiapkan kebutuhan meeting untuk legal departemen, meregistrasi & mendistribusikan surat masuk serta surat keluar, dan lain-lain.

2. 5 Bidang Usaha dan Produk Marina

2.5.1 Bidang Usaha

PT Tempo Scan Pasific, Tbk. bergerak pada bidang industri farmasi, produk konsumen, dan kosmetik. Perusahaan ini memproduksi berbagai produk termasuk analgesic, cough & cold, general pain relief, dan laxative serta vitamin, kosmetik, dan produk perawatan pribadi. PT Tempo Scan Pasific, Tbk. juga memiliki jaringan penjualan dan distribusi yang luas di seluruh Indonesia yang mana hal ini memungkinkan untuk menjangkau pelanggannya dengan lebih cepat dan efisien.

2.5.2 Produk Marina

1. Body care

Body care merupakan rangkaian produk untuk perawatan tubuh, marina memiliki beberapa produk *body care* seperti *hand and body lotion*, *body scrub*, *sunblock*, dan *body serum*.



Gambar 2. 3: Produk body care marina

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

2. Face care

Face care merupakan rangkaian produk yang bermanfaat untuk perawatan wajah yang terdiri dari *healthy skin care*, *two way cake*, *compact powder*, *loose powder*, *micellar water*, dan *face moisturizer*.



Gambar 2. 4: Produk *face care* marina

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

3. *Fragrance*

Fragrance merupakan produk dari marina untuk kategori wewangian yang terdiri dari *eau de parfum*, *eau de toilette*, *hair and body mist*, *perfume body spray*, dan *deodorant*.



Gambar 2. 5: produk fragrance marina

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

4. *Personal hygiene*

Personal hygiene marina terdiri dari *hand sanitizer spray*, *hand cream*, *medical protective mask*, *body wash*, dan *soap*.



Gambar 2. 6: Produk personal hygiene marina

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

5. *Series*

Marina memiliki beberapa produk *series* yang terdiri dari Marina *UV White*, Marina *Natural*, Marina *Face Care*, Marina *Fragrance*, Marina

Natural *Hygiene*, Marina *Glow Ready*, Marina *Expert White & Glow*, dan Marina *Hijab Series*.



Gambar 2. 7: Produk series marina

Sumber: www.sahabatmarina.com, 2024

2. 6 Identitas responden

Identitas responden merupakan keterangan responden yang dijadikan sampel pada penelitian. Responden dari penelitian ini adalah Mahasiswa Program Sarjana Universitas Diponegoro yang menggunakan dan melakukan keputusan pembelian Marina *Hand and body lotion* minimal 1 kali dalam kurun waktu 2 bulan terakhir.

2.6.1 Identitas Responden berdasarkan jenis kelamin

Responden dari penelitian ini dapat berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan karena produk Marina *Hand and Body Lotion* dapat digunakan oleh semua jenis kelamin, dengan jumlahnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. 1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	8	8
2.	Perempuan	88	92
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.1 menampilkan data yang berisi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 8 orang atau 8%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 88 orang atau 92%. Kesimpulannya adalah produk marina *hand and body lotion* adalah produk yang banyak diminati oleh konsumen perempuan dimana hal tersebut sesuai dengan target pasar yang dibidik oleh marina yaitu wanita muda Indonesia.

2.6.2 Identitas responden berdasarkan usia

Dalam penelitian ini, peneliti telah meneliti responden dengan jangkauan usia responden 18-23 Tahun, yang sesuai pada kriteria responden yang telah ditetapkan pada *purposive sampling*. Dibawah ini data identitas responden berdasarkan usia.

Tabel 2. 2: Identitas Responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	18	12	13
2.	19	9	9
3.	20	17	18
4.	21	29	30
5.	22	24	25
6.	23	5	5
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa kelompok usia responden yang paling banyak adalah berusia 21 tahun dengan jumlah 29 responden dan jumlah responden paling sedikit berusia 23 tahun dengan jumlah 5 responden. Keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah berusia produktif dengan usia termuda 18 tahun dan tertua 23 tahun, hal tersebut sesuai dengan segmen yang dibidik oleh marina yaitu konsumen remaja hingga dewasa dengan rentang usia 15 – 25 tahun.

2.6.3 Identitas responden berdasarkan Fakultas

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah Mahasiswa Program Sarjana Universitas Diponegoro yang menggunakan dan melakukan keputusan pembelian Marina *Hand and body lotion*, dengan data seperti berikut:

Tabel 2. 3: Identitas Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	9	9
2.	Ekonomika dan Bisnis	11	11
3.	Hukum	7	7
4.	Ilmu Budaya	8	8
5.	Kedokteran	4	4
6.	Kesehatan Masyarakat	3	3
7.	Perikanan dan Ilmu Kelautan	5	5
8.	Peternakan dan Pertanian	6	6
9.	Psikologi	3	3
10.	Sains dan Matematika	9	9
11.	Teknik	19	20
12.	Sekolah Vokasi	12	13
	Jumlah	96	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.3 dapat dilihat bahwa terdapat 11 fakultas dan 1 Sekolah Vokasi di Universitas Diponegoro. Pengambilan responden di

Universitas Diponegoro pada setiap fakultasnya berbeda-beda jumlahnya, berdasarkan tabel diatas responden terbanyak berasal dari Fakultas Teknik sebanyak 20 responden dan Fakultas Ekonomika dan Bisnis sebanyak 11 responden. Sedangkan untuk responden paling sedikit berasal dari Fakultas Kesehatan Masyarakat sebanyak 3 responden dan Fakultas Psikologi sebanyak 3 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen marina *hand and body lotion* pada Mahasiswa Universitas Diponegoro di dominasi dari Fakultas Teknik.

2.6.4 Identitas responden berdasarkan uang saku

Pada penelitian ini dibutuhkan data uang saku dari responden dengan pertimbangan pengeluaran uang saku untuk kebutuhan produk perawatan tubuh adalah hal yang cukup penting. Di bawah ini merupakan data uang saku perbulan dari responden penelitian ini:

Tabel 2. 4: Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku

No	Uang saku perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ Rp 1.000.000	34	35
2.	> Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	52	54
3.	> Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	9	9
4.	> Rp 4.000.000	1	1
	Jumlah	96	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.4, dapat diketahui bahwa mayoritas pembeli yang melakukan keputusan pembelian dan menggunakan produk Marina *Hand and body lotion* pada penelitian ini memiliki uang saku perbulan sebesar ≤ Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 52 responden (54%) dan yang paling sedikit

adalah responden dengan uang saku > Rp 4.000.000 sebanyak 1 responden (1%), maka dapat disimpulkan bahwa konsumen marina berada pada kalangan menengah sehingga produk ini cocok di kantong mahasiswa.

2.6.5 Identitas responden berdasarkan lama penggunaan produk Marina

Hand and body lotion

Lama penggunaan produk Marina *hand and body lotion* dalam kuisioner ini adalah responden yang merupakan pembeli dan pengguna tetap produk Marina *hand and body lotion* serta melakukan pembelian kembali produk tersebut karena memenuhi kebutuhannya. Dibawah ini merupakan data karakteristik responden berdasarkan lama penggunaanya:

Tabel 2. 5: Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

No	Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 2 Bulan	37	39
2.	≥ 2 Bulan – 6 Bulan	23	24
3.	≥ 6 Bulan – 1 Tahun	11	11
4.	≥ 1 Tahun – 2 Tahun	10	10
5.	≥ 2 Tahun	15	16
	Jumlah	96	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa jangka waktu lama penggunaan produk Marina *Hand and Body Lotion* yang paling dominan yaitu < 2 Bulan dengan banyak responden sebesar 37 responden (39%) dan jangka waktu lama penggunaan paling sedikit yaitu ≥ 1 Tahun – 2 Tahun sebanyak 10 responden (10%). Maka dapat disimpulkan mayoritas responden bukan konsumen tetap dari marina karena kebanyakan dari mereka masih melakukan percobaan dalam menggunakan produk tersebut.

2.6.6 Karakteristik responden berdasarkan produk Marina *Hand and body lotion* yang sering dibeli

Pada penelitian ini responden dikelompokkan berdasarkan jenis Marina *Hand and body lotion* yang sering dibeli. Tujuan dari pengelompokan ini yaitu untuk mengetahui jenis produk Marina *Hand and body lotion* yang sering dibeli oleh responden. Frekuensi adalah jumlah produk yang dibeli. Di bawah ini merupakan data karakteristik responden berdasarkan jenis Marina *Hand and body lotion* yang sering dibeli:

Tabel 2. 6: Identitas responden berdasarkan produk yang sering digunakan

No	Jenis Produk Marina Hand and Body Lotion yang sering dibeli	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Marina Healthy & Glow Body Lotion	53	55
2.	Marina Natural Antibacterial Nutri Serum	4	4
3.	Marina Natural Antibacterial Rich Moisturizing	2	2
4.	Marina UV White Nourish and Bright	13	14
5.	Marina Natural Antibacterial Protects and Cares	1	1
6.	Marina UV White Hydra Bright	3	3
7.	Marina Natural Antibacterial Smooth and Glow	2	2
8.	Marina E Collagen Asta	4	4
9.	Marina Extra SPF 30	14	15
	Jumlah	96	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa responden dalam menggunakan varian produk marina berbeda-beda jenisnya, mereka kebanyakan menggunakan Produk Marina *Hand and body lotion* varian Marina *Healthy &*

Glow Body Lotion dengan frekuensi sebanyak 53 responden, sedangkan pengguna terkecil adalah *Marina Natural Antibacterial protects and cares* dengan frekuensi 1. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengalami permasalahan kulit kusam dan belang sehingga menggunakan varian *marina healthy & glow body lotion* yang memiliki fungsi untuk mencerahkan kulit tubuh.