

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

Pada bab II ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum perusahaan PT Mustika Ratu Tbk dan identitas responden yang menjadi subjek pada penelitian ini. Gambaran umum perusahaan membahas informasi mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan perusahaan PT Mustika Ratu Tbk sebagai entitas bisnis termasuk tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, logo, penghargaan yang diraih, dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sementara itu, pada identitas responden akan diuraikan informasi tentang karakteristik responden sebagai partisipan yang dikelompokkan berdasarkan usia, fakultas, jumlah uang saku, jenis kelamin, penggunaan media sosial, dan *influencer* yang memengaruhi mereka.

2.1 PT Mustika Ratu Tbk

2.1.1 Sejarah Singkat PT Mustika Ratu Tbk

Sejarah singkat perusahaan PT Mustika Ratu Tbk dikutip dari <https://mustika-ratu.co.id/> (diakses 01 April 2024), bahwa PT Mustika Ratu bergerak di bidang pembuatan jamu dan kosmetik yang didirikan oleh pendirinya Dr. Hj. BRA Mooryati Soedibyo, S.S., M. Hum. dari Keraton Surakarta pada tanggal 14 Maret 1978. Produksi bermula dilakukan di garasi rumah Ibu BRA Mooryati Soedibyo hingga kemudian usaha yang dirintisnya membuahkan hasil dan menerima banyak reaksi positif serta pesanan dari kerabat dan teman-temannya. Mustika Ratu dulunya hanya memproduksi lima jenis jamu, beberapa lulur, dan kosmetik konvensional lainnya seperti lulur, mangir, bedak dingin, dan air mawar.

Namun untuk memenuhi permintaan pelanggan diputuskan bahwa menawarkan lebih banyak pilihan produk akan sangat penting.

Pada tahun 1978, salon-salon kecantikan di Jakarta, Semarang, Surabaya, Bandung, dan Medan menjadi agen untuk mendistribusikan produk Mustika Ratu ke toko-toko ritel. Perusahaan ini telah menjadi perusahaan yang memiliki reputasi dan keahlian yang baik sebagai pengembang produk kecantikan dan jamu tradisional. PT Mustika Ratu Tbk sukses menjadi sebuah Perseroan yang didirikan di Jakarta dengan nama PT Mustika Ratu di Jalan Gatot Subroto Kav.74-75, Jakarta Selatan dan pabrik berlokasi di Jalan Raya Bogor KM 26,4 Ciracas Jakarta Timur. Perusahaan menerima izin dari Badan Pengawas Pasar Modal untuk menjadi perusahaan *go public* pada tahun 1995, dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan tujuan untuk memperkuat struktur permodalan. Pada tahun 1996, PT Mustika Ratu mulai menerapkan sistem manajemen lingkungan *ISO 14001* dan standar internasional sistem manajemen mutu *ISO 9002*. Selain itu, PT Mustika Ratu juga memperoleh sertifikat *Good Manufacturing Process* (GMP) pada tahun 2004, dan sertifikat halal dari MUI dengan predikat A. PT Mustika Ratu secara konsisten mengutamakan kualitas dan keindahan dalam memproduksi setiap produknya untuk memberikan kesan yang mendalam bagi masyarakat, bukan hanya sekedar mengejar target produksi. PT Mustika Ratu meningkatkan upaya pemasarannya untuk memperkuat mereknya. Upaya ini mencakup inisiatif digital seperti berkolaborasi dalam berbagai acara dengan para *beauty blogger* dan *influencer*. Selain itu, acara *offline* meliputi demonstrasi produk di toko dan promosi yang bertujuan untuk mengedukasi konsumen dan calon konsumen tentang

cara menggunakan produk dan *beauty class campus-to-campus* yakni kursus kecantikan yang diadakan di kampus-kampus untuk menarik konsumen remaja. Selain itu, Mustika Ratu secara aktif mendukung sejumlah acara seperti menjadi sponsor Puteri Indonesia. Saat ini, PT Mustika Ratu Tbk menawarkan produk spa dan waralabanya di lebih banyak negara di Asia Tenggara dan Asia Timur. Mustika Ratu melebarkan pasar penjualan internasional dengan menambah negara-negara seperti Kanada, Amerika Serikat, Cina, Irak, Selandia Baru, Bulgaria, dan sebagainya.

2.1.2 Visi dan Misi PT Mustika Ratu Tbk

Visi PT Mustika Ratu Tbk yang dikutip dari <https://mustika-ratu.co.id/> (diakses 02 April 2024), adalah Menjadikan warisan tradisi keluarga leluhur sebagai basis industri perawatan kesehatan kebugaran dan kecantikan penampilan paripurna (*holistic wellness*) melalui proses modernisasi teknologi berkelanjutan namun secara hakiki tetap mengandalkan tumbuh-tumbuhan yang berasal dari alam. Meskipun memegang teguh nilai-nilai tradisional, perusahaan terbuka terhadap inovasi dan teknologi dengan modernisasi pengembangan produk menggunakan teknologi yang berkelanjutan. Memanfaatkan pengetahuan serta praktik tradisional yang diwariskan oleh leluhur sebagai dasar bagi produk dan layanan, Mustika Ratu meyakini pada kekuatan dan khasiat tumbuh-tumbuhan alami sebagai komponen utama produk-produk perawatan.

Sedangkan misi adalah pernyataan tentang hal-hal yang harus dicapai organisasi di masa yang akan datang bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Misi PT Mustika Ratu Tbk dikutip dari <https://mustika-ratu.co.id/> (diakses 02 April

2024), yang dikaji ulang oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyo diwujudkan melalui terciptanya:

1. Melindungi dan mempertahankan kekayaan sumber daya alam dan budaya Indonesia, dan mengangkatnya dengan pengetahuan dan teknologi modern.
2. Memberikan produk dan layanan berkualitas tinggi.
3. Menginspirasi karyawan kami dalam memberikan kepuasan konsumen.

2.1.3 Logo PT Mustika Ratu Tbk

Logo merek menjadi representasi visual dari identitas merek sebuah perusahaan, produk, atau layanan. Simbol, gambar, atau kombinasi dari kedua elemen dirancang untuk mengkomunikasikan nilai-nilai merek, citra, pesan, dan memiliki dampak dalam membangun hubungan dengan konsumen melalui kesan yang tercipta di benak mereka.



Gambar 2.1 Logo PT Mustika Ratu Tbk

Sumber: Kompasiana.com, 2022

Logo Mustika Ratu menjadi simbol dari identitas perusahaan yang berupa gambar sepasang pengantin atau raja dan ratu dari Keraton dalam balutan busana tradisi Jawa yang menggambarkan bahwa Mustika Ratu dalam menggunakan bahan-bahannya berdasarkan pada resep warisan leluhur keluarga Keraton.

Logotype menggunakan perpaduan warna emas yang mencerminkan kemewahan Mustika Ratu sebagai aset berharga karena telah menjaga dan melestarikan tradisi dan budaya Indonesia. Mustika Ratu dalam ungkapan Jawa "*Trahing Kusumo Rembesing Madu, Turuning Sinatryo, Tedak ing Wong Amatopo, Mustikaning Ratu, Mangayu Hayuning Bawono*" menyampaikan makna yang mengacu pada pertempuran seorang ksatria yang bertindak penuh keprihatinan pada akhirnya menciptakan sesuatu yang berharga yaitu Mustika Ratu.

Mustika Ratu lahir untuk mengejar nilai-nilai filosofis yang dibagikan kepada masyarakat dan dibawa sejalan dengan kemajuan teknologi dan zaman. Selain itu, *tagline* "Pusaka Indonesia" mengandung arti memberikan perawatan kecantikan dari luar dan dari dalam secara jasmani dan rohani. Mustika Ratu dalam praktik bisnis dan hasil produknya menggunakan buah pikiran dan buah kerja yang berasal dari tradisi keluarga. Menawarkan produk terbaik dari leluhur Keraton Hadiningrat Surakarta menjadi komitmen Mustika Ratu. Integritas dan kepercayaan adalah kualitas yang harus selalu dijunjung tinggi oleh perusahaan.

2.1.4 Penghargaan PT Mustika Ratu Tbk

PT Mustika Ratu Tbk menyediakan produk dan layanan perawatan kecantikan alami yang halal, aman, dengan sentuhan kemewahan yang secara efektif memenuhi kebutuhan pria dan wanita di zaman modern dengan tetap berpijak pada budaya. PT Mustika Ratu Tbk menggunakan standar ISO di seluruh dunia dalam setiap langkah produksi untuk menyediakan berbagai produk unggulan. Sejak tahun

2004 upaya PT Mustika Ratu Tbk untuk menjunjung tinggi kualitas telah menghasilkan sertifikasi *Good Manufacturing Process* (GMP). Produk-produk PT Mustika Ratu Tbk saat ini telah diekspor ke lebih dari 20 negara dan telah memantapkan diri di pasar global.

Berikut ini adalah penghargaan-penghargaan lain yang telah diraih oleh PT Mustika Ratu Tbk beberapa tahun terakhir:

1. Top Brand Award for Mustika Ratu, tahun 2018.
2. Top Brand Award for Mustika Puteri, tahun 2018.
3. Top Brand Award for Mustika Ratu Slimming Tea, tahun 2018.
4. Top Brand Teens for Mustika Puteri, tahun 2018.
5. Piagam Penghargaan Mustika Ratu Beauty Queen, tahun 2018.
6. Top 3 Social Business Innovation Company, tahun 2019.
7. Superbrands Indonesia Choice for Mustika Ratu, tahun 2019.
8. Top Brand Award for Mustika Ratu, tahun 2019.
9. Sertifikat ISO 9001:Quality Management Systems-Requirements, tahun 2020.
10. Sertifikat ISO 14001:Environmental Management Systems, tahun 2020.
11. The Embassy of The Republic Indonesia in Malaysia, tahun 2021.
12. Indonesia Franchise Forum & Bizfest 2021:The Dynamic Sales, tahun 2021.
13. Kementerian Kesehatan RI atas Penanganan Covid-19 di Indonesia, Tahun 2021.
14. Brand Champion Of the Year, Tahun 2021.

15. Sertifikat ISO 9001:2015, Tahun 2023.

16. Sertifikat ISO 14001:2015, Tahun 2023.

2.1.5 Produk PT Mustika Ratu Tbk

Mustika Ratu merupakan salah satu merek terkenal di Indonesia dalam produk perawatan kecantikan dan kesehatan berbasis tradisional. Mustika Ratu menawarkan berbagai produk perawatan dan kecantikan yang menggunakan bahan-bahan alami dan tradisional Indonesia yang dikutip dari <https://mustika-ratu.co.id/> dan <https://shopee.co.id/ptmustikaratushopCollection> (diakses 02 April 2024), sebagai berikut:

1. *Skincare* Mustika Ratu

Rangkaian produk *skincare* Mustika Ratu menyediakan produk perawatan mulai dari *makeup remover*, *facial wash*, *peeling*, *penyegar*, dan *masker*. Produk perawatan Mustika Ratu disesuaikan dengan kondisi kulit negara tropis dan memiliki berbagai varian sesuai dengan jenis kulit baik *normal skin*, *oily and acne prone*, maupun *dry and sensitive skin*.



Gambar 2.2 *Skincare* Mustika Ratu

Sumber: Shopee Mall Mustika Ratu, 2024

A. Pembersih

Mustika Ratu menawarkan produk pembersih wajah yang digunakan untuk membersihkan wajah dari *makeup*, *sunscreen*, maupun polusi udara akibat aktivitas diluar ruangan. Pembersih wajah varian sekar gambir cocok untuk kulit normal hingga kering karena tetap merawat kelembaban kulit. Pembersih jeruk nipis ditujukan untuk kulit berminyak dan berjerawat. Pembersih varian mawar merah digunakan untuk keadaan kulit yang sensitif cenderung kering.

B. *Facial Wash*

Facial wash bamboo charcoal atau arang bambu baik untuk jenis kulit berminyak karena membantu mengangkat minyak berlebih, polutan, dan kotoran dari wajah, sehingga wajah terasa lebih segar dan bersih. Kandungan zaitun pada seri olive cocok untuk jenis kulit wajah normal hingga kering sebab zaitun mampu membantu melembutkan dan menghidrasi kulit. Produk pembersih wajah baru yang ditawarkan oleh Mustika Ratu yakni *brightening* bengkoang dari ekstrak bengkoang, akar manis, *niacinamide*, *rosehip oil*, dan vitamin C dengan scrub lembut dapat mencerahkan kulit namun tetap memberi kelembapan.

C. *Peeling*

Mustika Ratu menciptakan *peeling* yang dianjurkan penggunaannya setiap seminggu dua kali. *Peeling* mundisari yang terbuat dari daun kemuning yang bermanfaat untuk menipiskan noda hitam pada kulit wajah sehingga

kulit menjadi lebih segar. Selain itu, terdapat *peeling* kulit kerang yang ditujukan untuk kulit kusam agar lebih bersih dan halus.

D. Penyegar

Mustika Ratu memiliki empat varian penyegar yakni penyegar ketimun, jeruk nipis, mawar merah, mawar putih, dan sekar gambir sebagai berikut:

1. Penyegar ketimun mengandung ekstrak mentimun dengan vitamin A, E, F dan H (vitamin kompleks). Membantu mengembalikan kelembapan kulit wajah dan leher sehingga cocok untuk kulit berminyak.
2. Penyegar jeruk nipis membantu merawat kelembaban kulit karena kandungan *Aromatic Essential Lime Oil* dengan Vitamin A, E, F. Penyegar jeruk nipis ditujukan untuk kulit berminyak dan berjerawat.
3. Penyegar mawar merah mengandung *Aromatic Essential Rose Water* serta diperkaya Vitamin A, E, dan F untuk menyejukkan dan menyegarkan kulit kering dan sensitif.
4. Penyegar mawar putih mengandung *Aromatic Essential White Rose Oil* serta diperkaya Vitamin A, E, dan F untuk kulit kering dan sensitif. Membantu menyegarkan, mencerahkan, dan melembutkan kulit.
5. Penyegar sekar gambir bermanfaat untuk menyegarkan dan merawat kelembaban kulit wajah dan leher dengan kandungan *Aromatic*

Essential Jasmine Oil dan Vitamin A, E, F sehingga cocok untuk kulit normal hingga kering.

E. Masker

Mustika Ratu telah mengembangkan masker dalam dua jenis termasuk produk masker bubuk dan *peel off* dimana masker bubuk harus dicampur dengan air kemudian dioleskan pada wajah dan menunggu kering lalu kemudian dibilas. Sedangkan masker *peel off* pemakaian langsung dapat dioleskan pada wajah namun membersihkannya dengan cara mengelupas masker yang telah kering sempurna. Beberapa varian masker Mustika Ratu sebagai berikut:

1. Masker bubuk: varian masker tomat sebagai antioksidan membantu menjadikan kulit tampak lebih segar, masker jerawat indah warni bermanfaat untuk merawat kulit berjerawat, serta masker bengkoang membantu mencerahkan kulit dari sel kulit mati.
2. Masker *peel off*: varian *peel off mask* lemon membantu mencerahkan kulit dan noda hitam, varian *olive* membantu mengembalikan kekenyalan kulit dengan kelembapan dari ekstrak zaitun, dan varian *bamboo charcoal* membantu mengecilkan pori-pori serta mengurangi minyak berlebih pada kulit.

2. ***Hair Care* Mustika Ratu**

Mustika Ratu menawarkan rangkaian perawatan rambut untuk menjaga kesehatan, kelembutan, kekuatan, dan penampilan rambut. Penggunaan produk-produk perawatan rambut dirancang untuk merawat bagian rambut dari akar hingga ujung.

Perawatan pada tiap bagian rambut berbeda-beda, Mustika Ratu menawarkan *hair mask*, *shampoo*, *conditioner*, *hair oil*, dan *hair tonic*.



Gambar 2.3 Hair Care Mustika Ratu

Sumber: Shopee Mall Mustika Ratu, 2024

A. Hair mask

Mustika Ratu hanya menawarkan satu jenis varian *hair mask* yakni Cem-ceman akar wangi yang bermanfaat untuk merawat rambut tampak sehat dan mudah diatur. Minyak kelapa dan ekstrak akar wangi menjadi bahan utama *hair mask* untuk melapisi bagian rambut yang rusak untuk menjaga kekuatan batang rambut. Pemakaian *hair mask* dilakukan dengan cara mengoleskan produk dari ujung rambut hingga akar rambut dengan mendiarkannya selama 15 menit lalu kemudian dibilas.

B. Shampoo

1. Shampoo bayam

Shampoo bayam membantu mengurangi kerontokan rambut dan merawat kekuatan akar rambut. Menggunakan bahan air sari daun bayam dan *Trichogen Liposomes* yang bagus untuk menjaga kesehatan rambut.

2. Shampoo daun waru

Digunakan untuk merawat rambut kering, rapuh, dan bercabang. Sari daun waru dan panthenol baik untuk rambut agar terlihat sehat dan indah terawat.

3. Shampoo merang

Bermanfaat untuk keluhan rambut berketombe sebab mengandung ekstrak merang dan air jeruk nipis yang dapat menghilangkan gatal dan mengurangi ketombe.

4. Shampoo daun landep

Shampoo daun landep mengandung *Barleria Leaf Extract* yang bermanfaat untuk menguatkan akar rambut serta membuat rambut menjadi lebih berkilau.

C. Conditioner

Mustika Ratu hanya menawarkan satu jenis *conditioner* rambut, yaitu Bilasan Santan *Hair Conditioner*. *Conditioner* ini bermanfaat untuk memberikan nutrisi, melembapkan, dan menghaluskan rambut, sehingga rambut terasa lebih mudah disisir dan tampak sehat serta berkilau. Produk terbuat dari santan murni dengan aroma jeruk dan kaya akan vitamin E.

D. Hair oil

Hair oil Mustika Ratu Minyak Cem-ceman menjadi salah satu produk terlaris Mustika Ratu. Minyak rambut digunakan untuk membantu menjaga akar rambut agar tidak mudah rontok atau patah dengan cara mengoleskan produk

pada batang rambut sebelum keramas dan didiamkan selama 30 menit lalu kemudian dibilas. Minyak rambut ini terbuat dari minyak kelapa asli, serta daun dan rempah yang berkhasiat untuk merawat kilau rambut dan menjaga kehitaman rambut.

E. *Hair tonic*

Mustika Ratu Hair *Tonic* Penyubur Rambut mengandung ekstrak kina, urang aring, *Piroctone Olamine*, dan vitamin E yang efektif memberikan nutrisi, menumbuhkan rambut, dan menjaga kekuatan akar rambut agar tidak mudah rontok. Selain itu, kandungan *Climbazole* untuk mengurangi masalah ketombe dan gatal-gatal pada kulit kepala.

3. *Body Care Mustika Ratu*

Body care merujuk pada serangkaian perawatan yang ditujukan untuk menjaga kebersihan, kesehatan, dan penampilan tubuh secara keseluruhan. Mustika Ratu menawarkan beragam produk perawatan tubuh mulai dari *hand & body lotion*, sabun, *body butter*, *body oil*, dan *body scrub*. Melakukan perawatan tubuh secara teratur merupakan investasi yang penting dalam kesehatan dan penampilan.



Gambar 2.4 *Body Care Mustika Ratu*

Sumber: Shopee Mall Mustika Ratu, 2024

A. *Hand & body Lotion*

Hand and body lotion merupakan produk perawatan kulit yang memiliki beberapa manfaat dengan fungsi utamanya sebagai pelembab kulit. Vitamin, antioksidan, dan *uv protection* yang terkandung dapat mengurangi risiko masalah dan membantu meningkatkan kesehatan kulit. *Hand and body lotion* Mustika Ratu tersedia dalam varian bengkoang whitening untuk kulit kusam, sari jeruk untuk menjadikan kulit lebih cerah, dan mangir putih untuk melembabkan kulit dengan aroma bunga mangir.

B. Sabun

Fungsi utama sabun adalah membersihkan kotoran, minyak, dan bakteri dari permukaan kulit menjaga kebersihan dan kesehatan kulit. Mustika Ratu menyediakan sabun dengan aroma yang dapat membantu menghilangkan bau tidak sedap dari kulit seperti *zaitun* dan pepaya dalam bentuk sabun batang maupun cair.

C. *Body butter*

Body butter menjadi produk perawatan kulit yang kaya akan bahan pelembap dengan kadar kelembapan paling tinggi. Tekstur mirip dengan mentega atau *butter* dari *shea butter* atau *cocoa butter* yang dapat memberikan kelembapan yang intensif pada kulit. Mustika Ratu menghadirkan *body butter* ke dalam beberapa varian yakni *jasmine*, *zaitun*, *kopi*, *rose*, *papaya*, *lili* dan *madu*, dan *tuberose and shea butter*.

D. *Body oil*

Body oil menjadi sumber pelembap yang efektif sebab kandungan minyak alami mengunci kelembapan kulit kering dan pecah-pecah, terutama pada area yang cenderung kering seperti siku, lutut, dan tumit. Produk *body oil* minyak zaitun Mustika Ratu menjadi salah satu produk terlaris dengan kandungan yang terbuat dari minyak biji zaitun serta *Aromatic Essential Rose* dan *Jasmine Oil*. Mustika Ratu juga menawarkan varian lain *body oil* yakni minyak cendana.

E. *Body scrub*

Body scrub digunakan untuk mengangkat sel-sel kulit mati sehingga menjadikan kulit lebih halus, bersih, dan bercahaya. Mustika Ratu menyajikan dua jenis *body scrub* yakni lulur kocok yang cenderung cair dan *body scrub* yang memiliki butiran-butiran *scrub* kasar dengan aroma berbeda diantaranya jasmine, kopi, zaitun, bengkoang, papaya, lulur kocok sri gading, dan lulur kocok seruni.

4. ***Make Up Mustika Ratu***

Make up merupakan cara yang populer untuk mengekspresikan diri dengan mengaplikasikan produk *make up* seseorang dapat menambah dimensi pada wajah dan membentuk kepercayaan diri. Produk-produk *make up* dapat meningkatkan penampilan termasuk *make up* yang dihadirkan Mustika Ratu terbagi dalam *series base, eyes, lips*, dan *make up remover*.



Gambar 2.5 Make up Mustika Ratu

Sumber: Shopee Mall Mustika Ratu, 2024

A. Base

Base makeup berfungsi untuk menyempurnakan tampilan kulit sebelum mengaplikasikan *makeup* selanjutnya dan membuatnya lebih tahan lama. Mustika Ratu menyediakan beberapa jenis *base makeup* dengan fungsi tertentu seperti *primer* untuk menghidrasi dan menutup pori-pori, *cushion* dan *foundation* sebagai pelapis ketidaksempurnaan pada wajah, *powder* untuk mengunci minyak pada wajah, dan *color corrector* menutupi noda pada wajah.

B. Eyes

Mustika Ratu menghadirkan eyes series yang dilengkapi mulai dari pensil alis, *mascara*, *eyeliner*, serta *eyeshadow*.

1. Pensil alis

Mustika Ratu menyediakan dua jenis pensil alis, yaitu *Beauty Queen bold eyebrow pencil* dan *quick & easy eyebrow*, yang keduanya berfungsi untuk membentuk, merapihkan, dan menambah warna alis. Pensil alis Mustika Ratu tersedia dalam dua pilihan warna, yaitu hitam dan coklat.

2. Mascara

Mustika Ratu *Beauty Queen pro volume mascara black* mempunyai kelebihan selain menambah volume, melentikkan, dan melebatkan bulumata, *mascara* tersebut juga diklaim *waterproof* apabila terkena air.

3. Eyeshadow dan blush

Mustika Ratu mengemas *eyeshadow* dan *blush* ke dalam satu *palette*. Paduan pilihan warna dalam *palette* cocok untuk digunakan sehari-hari termasuk *orange* bata, tembaga, *nude*, coklat, *pink*, *peach*, *rose gold*, dan coklat tua. *Eyeshadow* dan *blush* ini mengandung *moringa seed extract* yang memiliki manfaat perawatan kulit sembari meningkatkan kecantikan.

4. Eyeliner

Terdapat dua varian eyeliner yang ditawarkan oleh Mustika Ratu, yaitu *eye liner marker* dengan ujung berbentuk spidol dan *eye liner pencil*. Konsumen dapat memilih sesuai dengan preferensi mereka masing-masing sebab keduanya tetap memiliki fungsi yang sama untuk menciptakan tampilan mata yang lebih besar, dramatis, dan tegas.

C. Lips

Lip series Mustika Ratu terdiri dari *lip cream* dan *lipstick* yang memiliki dengan hasil akhir yang berbeda dengan varian warna sesuai selera dan *undertone* konsumen. *Lip series* terasa lembut dan tahan lama pada bibir

namun tetap melembabkan karena mengandung ekstrak *moringa* sebagai antioksidan, vitamin E dan *olive oil*.

1. Lipstick

Lipstick Mustika Ratu Beauty Queen Bold & Nourishing Lip dikemas dalam bentuk padat sebagai perona bibir dengan hasil akhir yang tebal dan tahan lama *namun tetap moisturizing* yang membuat bibir nampak lebih sehat dan berkilau. Shades warna yang tersedia pun bermacam-macam mulai dari merah, pink, hingga ungu.

2. Lip cream

Lip cream Mustika Ratu dikemas dalam bentuk cair dengan beberapa tipe seperti *Ultraluscious Matte Lip Cream*, *Ultra-plump Lip Gloss*, dan *Metallic Lip Cream*. Sesuai Namanya *matte lip cream* akan menampilkan hasil *matte* yang dapat menutupi garis hitam pada bibir dengan ketahanan yang lama sedangkan *lip gloss* memiliki hasil yang berkilau namun tidak dapat menutup garis hitam bibir serta tidak *transferproof*.

D. Make up remover

Mustika Ratu hanya menghadirkan satu jenis pembersih makeup dalam menghilangkan kotoran, minyak, dan makeup tanpa perlu dibilas dengan air yakni *Beauty Queen Micellar Water*. *Micellar water* mengandung molekul-molekul *micelle* yang berfungsi sebagai agen pembersih kotoran, minyak, dan makeup dari permukaan kulit dengan formula *Moringa Seed Extract* dan tidak mengandung alkohol yang keras.

5. *Herbal Drinks Mustika Ratu*

Minuman herbal memiliki manfaat bagi kesehatan dan menjadi bagian dari gaya hidup untuk mengonsumsinya secara teratur karena mengandung sifat-sifat penyembuhan. Terdapat berbagai minuman herbal yang dihadirkan Mustika Ratu untuk keluhan tertentu sebagai berikut:



Gambar 2.6 Herbal Drinks Mustika Ratu

Sumber: Mustika-ratu.co.id

A. *Slimming tea*

Slimming tea Mustika Ratu dengan bahan utama teh jati Belanda yang mampu kemampuannya untuk meningkatkan metabolisme dan membakar lemak sehingga dapat membantu penurunan berat badan. Produk ini termasuk dalam produk dengan penjualan terlaris oleh Mustika Ratu yang kemudian menambah varian lainnya *Slimming tea honey lime* dan sirsak.

B. *Low cholesterol*

Lokol tea menjadi produk minuman herbal Mustika Ratu yang bermanfaat untuk membantu menurunkan tekanan darah, kadar kolesterol, dan risiko penyakit jantung dengan komposisi teh hijau sebagai bahan utamanya.

C. Jamu

Jamu menjadi minuman tradisional herbal asli Indonesia dan telah digunakan secara luas dalam pengobatan tradisional melalui pengolahan ramuan rempah-rempah berupa temulawak, jahe, lengkuas, cengkeh, kunyit dan lainnya. Bahan-bahan alami jamu memiliki sifat *imunostimulan* menjaga sistem kekebalan tubuh, melawan infeksi, anti inflamasi. Terdapat varian jamu yang ditawarkan Mustika Ratu seperti beras kencur (meningkatkan sistem imun dan melawan infeksi), kunir asam (mengurangi risiko kanker dan baik untuk kulit), jahe merah (menjaga daya tahan tubuh), dan temulawak (mengatasi masalah pada sistem pencernaan).

2.2 Identitas responden

Identitas mengenai responden disajikan untuk memberikan pemahaman mengenai latar belakang dan keadaan responden yang digunakan sebagai sampel. Informasi ini dikelompokkan berdasarkan kategori usia, fakultas, jenis kelamin, uang saku per bulan, media sosial dan *influencer* yang digunakan untuk mengakses informasi produk Mustika Ratu. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 96 mahasiswa Universitas Diponegoro.

Pengisian kuesioner dilakukan di lokasi Universitas Diponegoro yang terletak pada Jl. Prof. Sudarto No.13 Semarang secara langsung dengan responden yang memenuhi kriteria. Kriteria responden yakni pernah melihat *review* produk Mustika Ratu oleh *influencer* atau konsumen lain melalui media sosial dan pernah melakukan pembelian produk Mustika Ratu. Berdasarkan data yang terkumpul dari

pengisian kuesioner, hasil yang diperoleh mencakup informasi mengenai identitas, jenis kelamin, usia, fakultas, uang saku per bulan, dan frekuensi pembelian produk dari responden.

2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Hasil data penyebaran kuesioner kepada responden produk Mustika Ratu berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Usia Responden

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	18 Tahun	8	8,3
2.	19 Tahun	10	10,4
3.	20 Tahun	28	29,2
4.	21 Tahun	27	28,1
5.	22 Tahun	20	20,8
6.	23 Tahun	2	2,1
7.	24 Tahun	1	1,0
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2.1, dapat dilihat bahwa kelompok usia responden yang paling dominan pada penelitian ini berusia 20 tahun sebanyak 28 responden (29,2%) dan 21 tahun sebanyak 27 responden (28,1%). Kemudian diikuti kelompok responden berusia 22 tahun sebanyak 20 responden (20,8%), responden berusia 19 tahun sebanyak 10 responden (10,4%) dan responden berusia 18 tahun dengan 8 responden (8,3%). Sementara itu sisanya kelompok usia 23 tahun dengan 2 responden (2,1%) dan 24 tahun dengan persentase terendah yaitu (1%) atau 1 responden. Rentang usia yang didapatkan pada hasil data responden termasuk

kedalam usia produktif. Individu dalam usia produktif cenderung memberikan perhatian yang lebih besar terhadap perawatan tubuh dan kecantikan, dan menganggap hal tersebut sebagai prioritas utama (Mustika Ratu, 2019).

2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Pada penelitian ini menetapkan responden dari mahasiswa Universitas Diponegoro.

Data terkait responden berdasarkan fakultas disajikan sebagai berikut:

Tabel 2.2 Fakultas Responden

No	Fakultas	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Teknik	17	17,7
2.	Sekolah Vokasi	9	9,4
3.	Sains dan Matematika	9	9,4
4.	Kedokteran	7	7,3
5.	Ilmu Perikanan dan Kelautan	6	6,3
6.	Peternakan dan Pertanian	6	6,3
7.	Kesehatan Masyarakat	3	3,1
8.	Ekonomika dan Bisnis	12	12,5
9.	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	9	9,4
10.	Hukum	8	8,3
11.	Ilmu Budaya	7	7,3
12.	Psikologi	3	3,1
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 2.2, fakultas dengan responden paling banyak terdapat pada fakultas teknik sebanyak 17 responden (17,7%) dan fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 12 responden (12,5%). Sedangkan fakultas dengan responden

paling sedikit terdapat pada fakultas kesehatan masyarakat dan psikologi dengan masing-masing sebanyak 3 responden (3,1%).

2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Terdapat dua jenis kelamin responden pada penelitian ini, yakni laki-laki dan perempuan. Berikut disajikan pengelompokan data mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	15	15,6
2.	Perempuan	81	84,4
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari data yang tercantum pada tabel 2.3 diatas, terlihat bahwa pada mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden perempuan, dengan jumlah mencapai 81 responden dengan persentase 84,4%. Sedangkan responden laki-laki hanya sebesar 15 dengan persentase 15,6%. Hal ini menunjukkan bahwa produk Mustika Ratu lebih diminati oleh mahasiswa perempuan dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki.

2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Besaran Uang Saku

Tingkat pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh jumlah uang saku yang diterimanya. Saat ini, produk perawatan dan kecantikan menjadi perhatian baik bagi wanita maupun pria pada kalangan mahasiswa. Dengan kondisi ekonomi yang lebih baik, seseorang akan cenderung memperhatikan perawatan dan kecantikan sebagai

kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menunjang penampilan. Berikut disajikan data mengenai jumlah uang saku per bulan dari responden:

Tabel 2.4 Uang Saku Responden

No	Uang Saku per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ Rp 1.000.000	18	18,8
2.	> Rp 1.000.000 -2.000.000.	53	55,2
3.	> Rp 2.000.000- Rp 3.000.000	21	21,9
4.	> Rp 3.000.000	4	4,2
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel yang disajikan, menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki uang saku lebih dari Rp 1.000.000 hingga 2.000.000 dengan jumlah sebanyak 53 orang dengan persentase 55,2%. Responden terbanyak selanjutnya sebesar 21 responden (21,9%) dengan uang saku per bulan lebih dari Rp. 2.000.000 hingga Rp 3.000.000. Kemudian diikuti responden dengan uang saku per bulan Rp 1.000.000 atau kurang sebanyak 18 responden (18,8%). Sementara jumlah responden terkecil adalah mereka yang memiliki uang saku lebih dari Rp 3.000.000, yaitu hanya 4 orang.

2.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Media Sosial yang Diakses

Media sosial yang digunakan oleh responden sebagai sumber informasi mengenai produk Mustika Ratu yang telah dilihat atau dibaca oleh responden. Pengelompokan ini dilakukan untuk mengetahui dari platform media sosial mana yang responden gunakan untuk mencari informasi mengenai produk Mustika Ratu.

Data responden yang diperoleh dikumpulkan berdasarkan media sosial sebagaimana berikut ini:

Tabel 2.5 Media Sosial Responden

No	Media Sosial	Frekuensi	Persentase (%)
1.	TikTok	53	55,2
2.	Instagram	34	35,3
3.	Twitter	5	5,2
4.	Youtube	3	3,1
5.	Google	1	1
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2.5 diatas, sebanyak 53 responden dengan persentase 55,2% menggunakan media sosial TikTok untuk mencari informasi mengenai produk Mustika Ratu. Kemudian media sosial Instagram dijadikan sebagai sumber informasi produk Mustika Ratu oleh 34 responden dengan persentase 35,3%. Dapat dikatakan bahwa media sosial TikTok dan Instagram mendominasi sebagai sumber informasi yang paling banyak diakses responden.

2.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Ulasan *Influencer* yang Dikenal

Pada penelitian ini *Influencer* Mustika Ratu yang dimaksud adalah *influencer* yang pernah dilihat konten ulasan atau promosi mengenai produk Mustika pada sosial media oleh responden. Berikut adalah data identitas responden berdasarkan *influencer* yang diketahui dilihat ulasannya:

Tabel 2.6 *Influencer* Responden

No	<i>Influencer</i>	Frekuensi	Persentase (%)
1.	@tasyafarasya	59	61,4
2.	@rlinachang	7	7,3
3.	@aaliyahmassaid	11	11,5
4.	@mawar_eva	10	10,4
5.	@melatitedja	1	1
6.	@jharnabhagwani	2	2,1
7.	@fatyabiya	1	1
8.	@briggitaadn	2	2,1
9.	Lainnya	3	3
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dapat diamati pada tabel 2.6, terdapat sebanyak 59 responden dengan persentase 61,4% pernah melihat ulasan atau promosi produk Mustika ratu oleh *influencer* Tasya Farasya. Kemudian diikuti oleh Aaliyah Massaid yang pernah dilihat promosi atau ulasan produk Mustika Ratu oleh 11 responden dengan persentase 11,5% yang tidak jauh dengan Mawar Eva sebesar 10 responden dengan persentase 10,4%.

2.2.7 *Cross Tabulation Influencer* yang Dikenal dan Kategorisasi Variabel *Influencer*

Gambaran tentang identitas responden berdasarkan hasil uji tabulasi silang antara *influencer* yang dikenal atau dilihat ulasannya terkait produk Mustika Ratu dengan kategorisasi variabel kredibilitas *influencer* disajikan dalam tabel 2.7 berikut:

Tabel 2.7 Cross Tabulation Influencer dan Kategorisasi

		Kategorisasi					
			Tidak Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	Total
influencer	Tasya Farasya	Jumlah	2	7	20	30	59
		Persentase	2.1%	7.3%	20.8%	31.3%	61.5%
	Erlina Chang	Jumlah	0	0	2	5	7
		Persentase	0.0%	0.0%	2.1%	5.2%	7.3%
	Aaliyah Massaid	Jumlah	0	1	5	5	11
		Persentase	0.0%	1.0%	5.2%	5.2%	11.5%
	Mawar Eva	Jumlah	0	1	4	5	10
		Persentase	0.0%	1.0%	4.2%	5.2%	10.4%
	Melati Tedja	Jumlah	0	1	0	0	1
		Persentase	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
	Jharna Bhagwani	Jumlah	0	0	2	0	2
		Persentase	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
	Fatya Biya	Jumlah	0	1	0	0	1
		Persentase	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
	Briggita Andini	Jumlah	0	0	1	1	2
		Persentase	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%	2.1%
	Lainnya	Jumlah	0	0	2	1	3
		Persentase	0.0%	0.0%	2.1%	1.0%	3.1%

Berdasarkan hasil tabulasi silang yang disajikan pada tabel 2.7, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menilai Tasya Farasya sangat baik terkait kredibilitasnya sebagai *influencer* Mustika Ratu dalam penyampaian review produk yang ditunjukkan dengan sebanyak 30 orang

responden (31,3%) berpendapat sangat baik, meskipun 2 orang responden (2,1%) memilih tidak baik. Kemudian diikuti oleh Erlina Chang yang dinilai sangat baik terkait ulasannya terhadap produk Mustika Ratu oleh 5 responden dengan persentase 5,2%. Sementara itu *influencer* yang mendapatkan penilaian yang cukup baik oleh responden adalah Melati Tedja dan Fatya Biya dengan masing-masing 1 responden (1%) memilih cukup baik.