

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN PENGGUNA MAYBELLINE DI SEMARANG

2.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan

Maybelline termasuk produk kosmetik internasional yang sudah berdiri sejak 1915 oleh T.L Williams di New York, Amerika Serikat. *Maybelline* sendiri merupakan penggabungan dari nama saudari perempuan T.L Williams yang menjadi inspirasi produk yaitu ketika William melihat Maybel mencampurkan bubuk batu bara dengan vaseline untuk mempertegas dan melentikan bulu matanya. Tahun 1917, *Maybelline* meluncurkan produk maskara padat pertama dengan sebutan “*Maybelline Cake Mascara*” dan menjadi kosmetik modern pertama untuk produk *eyes makeup* saat itu.

Hingga saat ini, *Maybelline* terus berkembang dan berinovasi menciptakan berbagai macam produk kosmetik yang berkualitas. *Maybelline* dikenal sebagai merek kosmetik terkemuka di dunia yang dapat ditemukan di lebih dari 90 negara. Kantor pusat *Maybelline* berada di Memphis hingga diakuisisi oleh L’Oreal pada tahun 1996. Grup L’Oreal hadir pertama kali di Indonesia pada tahun 1979, kemudian *Maybelline* mulai memasuki Indonesia sejak tahun 1996.

Sejak kemunculannya di berbagai belahan dunia, *Maybelline* tidak pernah berhenti berinovasi demi menjaga eksistensinya dalam industri kecantikan. *Maybelline* sudah memproduksi lebih dari 200 produk dengan berbagai kategori. Beberapa diantaranya yang unggul antara lain Lipstik Super Stay Matte Ink dan

Color Sensational. Selain melakukan inovasi, Maybelline juga berkolaborasi dengan merek terkenal seperti Puma pada Januari 2019 dan Marvel 2021. Maybelline juga bekerjasama dengan beberapa beauty content creator di platform TikTok dan Instagram. Hal ini merupakan upaya Maybelline dalam mempertahankan citra merek dan meningkatkan *brand awareness* yang timeless.

Belakangan ini Maybelline dalam memasarkan produknya dengan cukup baik yaitu mengikuti trend seperti melakukan penjualan dengan *live streaming* di platform TikTok dengan tujuan meraih pasar yang lebih luas karena saat ini TikTok menjadi platform hiburan sekaligus berbelanja paling digemari masyarakat Indonesia. Selain itu Maybelline juga mengirimkan *PR package* kepada *beauty content creator* di platform TikTok dan Instagram guna menjadi mediator antara Maybelline dengan audiens untuk meningkatkan *brand awareness* audiens *beauty content creator* tersebut. Hal ini biasa dilakukan jika Maybelline ketika ingin meluncurkan produk baru.

2.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan

2.2.1 Lokasi Perusahaan

Maybelline memiliki kantor pusat di Jl. HARI. Rasuna Said Kav X-0 Kuningan Timur Setiabudi Jakarta Selatan DKI Jakarta, RT.5/RW.4, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950.

2.2.2 Kontrak Perusahaan

Kontak : (021) 5276373

Tiktok : @Maybelline_indonesia

2.3 Visi dan Misi L'Oreal Group

Suatu perusahaan atau organisasi selalu memiliki tujuan dan cita-cita yang ingin dicapai. Hal tersebut biasa diwujudkan dalam bentuk visi dan misi guna menjaga eksistensi dalam usahanya. Dengan adanya visi dan misi, perusahaan dapat lebih terarah, berkelanjutan, inovasi dan berkembang. Berikut visi dan misi dari L'Oreal Group :

2.3.1 Visi

Mendapatkan satu miliar konsumen diseluruh dunia dengan menciptakan produk kecantikan yang memenuhi keberagaman tidak terbatas dari kebutuhan kecantikan yang diinginkan oleh konsumen.

2.3.2 Misi

1. Kecantikan adalah Bahasa
2. Kecantikan adalah sesuatu yang universal
3. Kecantikan adalah alam
4. Kecantikan adalah komitmen

2.4 Logo dan Tagline Perusahaan

Logo merupakan identitas visual dari perusahaan yang berupa gambar, tulisan atau keduanya. Fungsi dari logo juga sebagai pembeda produk mereka dengan produk kompetitor. Logo dirancang dengan penuh pertimbangan baik dari segi font, warna, dan bentuk. Umumnya disesuaikan dengan bagaimana karakteristik dari konsep perusahaan atau produknya. Berikut ini logo Maybelline:



Gambar 2. 1 Logo Maybelline

Sumber : L'Oreal (2024)

Logo Maybelline diatas memiliki bentuk tipografi yang elegan dan modern dengan warna monokrom menunjukkan kepercayaan diri (hitam) dan universal (putih). Ditambah dengan tagline yang melekat pada *Maybelline* yaitu “Maybe she's born with it. Maybe it's *Maybelline*.” Memperkuat filosofi bahwa kecantikan dapat diperkuat dengan produk Maybelline. Melalui logo dan tagline mereka secara tidak langsung *Maybelline* menggambarkan merek yang stylish, modern dan profesional dalam industri kosmetik. Desain yang sederhana tetapi kuat mencerminkan produk yang berkualitas tinggi.

2.5 Struktur Organisasi Maybelline Semarang

Struktur dalam sebuah organisasi merupakan runtutan unit dalam organisasi tersebut yang berfungsi untuk efisiensi pembagian kerja dengan memperjelas tugas, kewajiban dan wewenang dari setiap bagian. Dengan pembagian kerja yang sesuai keahlian dan porsinya akan mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuan. Hal ini mampu menghindari adanya risiko pekerjaan yang tidak terselesaikan atau tidak efektif dan efisien. Struktur organisasi pada outlet Maybelline Semarang merupakan struktur organisasi lini, artinya tugas seluruhnya berasal dari atasan ke bawahan. Berikut struktur organisasi outlet Maybelline Semarang :



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Maybelline Semarang

Sumber : Data Sekunder (2024)

2.5.1 Store Leader (Supervisor)

Store Leader adalah seseorang yang bertanggung jawab kepada manajer pusat yang dalam menjalankan tugasnya di outlet Maybelline dibantu oleh dua Beauty Advsior. Store Leader memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dan pengunjung outlet Maybelline dengan baik.
2. Melakukan proses rekrutmen Beauty Advisor outlet Maybelline.
3. Memberikan pelatihan secara keseluruhan tugas yang harus dijalankan oleh Beauty Advisor.
4. Mencari tahu trend terbaru yang dapat menunjang pendapatan outlet Maybelline.
5. Saling berkoordinasi dan memberikan arahan serta motivasi kepada Beauty Advisor.
6. Merekomendasikan produk-produk Maybelline kepada konsumen.
7. Mempromosikan dan menjual produk Maybelline kepada konsumen.
8. Memiliki pengetahuan produk Maybelline yang luas sehingga bisa di informasikan kepada konsumen.

9. Menciptakan strategi penjualan outlet dalam rangka mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.
10. Menciptakan situasi dan kondisi outlet agar tetap kondusif.
11. Memperhatikan dan menyusun tata letak display agar lebih menarik konsumen.
12. Mengetahui seluruh tata letak produk Maybelline.
13. Melakukan pengecekan terhadap stok produk dan memastikan tidak ada produk Maybelline yang out of stock.
14. Melakukan penyusunan laporan keuangan bulanan.

2.5.2 Beauty Advisor

Beauty Advisor adalah seseorang yang bertanggung jawab kepada store leader leader yang mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dan pengunjung outlet The Face Shop dengan baik.
2. Menawarkan produk-produk Maybelline kepada konsumen.
3. Merekomendasikan produk-produk Maybelline kepada pelanggan.
4. Mempromosikan dan menjual produk Maybelline kepada konsumen.
5. Memiliki pengetahuan produk Maybelline yang luas sehingga bisa di informasikan kepada konsumen.
6. Menanggapi permintaan konsumen pada produk Maybelline untuk meningkatkan penjualan.
7. Berusaha memaksimalkan target penjualan produk Maybelline dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

8. Membuat laporan atas produk Maybelline yang sudah tidak memadai kualitasnya / rusak.
9. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai promosi Maybelline.
10. Mendata operasional administrasi rutin di outlet Maybelline.
11. Menawarkan kelebihan & informasi Maybelline untuk pelanggan & membantu mereka dalam memilih produk yang tepat.
12. Menciptakan tampilan yang efektif untuk menjual produk Maybelline dan promosi.
13. Bertanggung jawab untuk menerima pembayaran melalui debet otomatis, voucher, kartu kredit, cek dan uang tunai.
14. Memastikan uang kas mencukupi pada saat dimulainya penjualan.
15. Menjaga kebersihan outlet Maybelline Mengumpulkan dan mengelola catatan dan laporan lainnya.

2.6 Produk Lipstik Maybelline

Maybelline memproduksi banyak jenis kosmetik termasuk lipstik. Dalam kategori lipstik tersebut juga terbagi menjadi beberapa kategori spesifik seperti lip balm, lip cream, lip gloss, lip liner, lipstick dan lip tint. Penelitian ini berfokus untuk meneliti kategori lipstik dan lipcream. Berikut ini daftar produk lipstik dan lipcream Maybelline :

Nama Produk	Spesifikasi	Tampilan Produk	Harga
Superstay Vinyl Ink	Warna <i>intens</i> anti geser hingga 16 jam, <i>color lock formula</i> mengunci ketahanan dan sehingga tidak transfer, mengandung aloe vera yang menghidrasi bibir, hasil akhir mengilap dan tahan air, tersedia dalam 20+ <i>shade</i> .		Rp 132,500
Superstay Teddy Tint	Teddy-soft matte Lip tint, transferproof, tahan hingga 12 Jam, hasil <i>Fluffy</i> Ringan di bibir, tidak lengket di bibir, tersedia dalam 10 <i>shades</i>		Rp 92.700
Color Sensational Ultimate Lipstik	Ultimatte Slim Lipstick dengan warna yang terpigmentasi intens, tersedia 8 pilihan warna, hasil akhir matte yang halus dan tidak membuat bibir terlihat kering, bibir terlihat <i>flawless</i> karena texture-blurring gel nya menyamarkan garis bibi, formula ringan dan nyaman digunakan seharian, ukurannya slim.		Rp 129.900

Nama Produk	Spesifikasi	Tampilan Produk	Harga
Superstay Matte Ink	Warna matte <i>intens</i> yang cocok untuk berbagai warna kulit, tersedia 46+ <i>shade</i> , transferproof, tahan hingga 16 jam, bahkan saat makan atau minum, aman untuk ibu hamil, dengan formula yang lembut dan nyaman.		Rp 132.500
Lifter Gloss	Diperkaya dengan <i>coconut oil</i> , cocok untuk mengatasi bibir kering, membuat bibir tampak lebih sehat dan terawat, sempurna untuk digunakan sehari-hari.		Rp 149.000
Cushion Matte Lip Cream	Dapatkan bibir lembap & sehat dengan Sensational Cushion Matte. Diperkaya dengan vitamin E, lip cream ini memiliki <i>non-drying</i> formula untuk <i>hasil non-cracky</i> di bibir. Tersedia dalam delapan warna.		Rp 99.000

Nama Produk	Spesifikasi	Tampilan Produk	Harga
Superstay Ink Crayon Matte Lipstick	Warna matte yang <i>intens</i> pada bibir dengan teknologi <i>Elastic Ink</i> , transferproof & tahan lama hingga 8 jam, <i>pack size</i> dengan ujung yang presisi dan dilengkapi dengan rautan memudahkan untuk membuat <i>outline</i> bibir, tersedia dalam 15 pilihan warna		Rp 132.300
Sensational Liquid Matte Lipstick	lip cream dengan hasil <i>instant matte finish</i> dalam 30 detik, dengan formula <i>ultra comfort</i> , <i>ultra lightweight</i> , dan <i>non-drying</i> , dilengkapi dengan aplikator, tersedia 12 pilihan warna.		Rp 92.600
Sensational Cushion Matte Lipstick	Cushion Matte adalah Lip Cream dengan hasil <i>semi-matte</i> yang ringan & nyaman ,mengandung Vitamin E yang membuat bibirmu sehat, teksur yang ringan, tidak lengket, <i>packaging</i> transparan memperlihatkan warna secara real, dilengkapi dengan aplikator.		Rp 94.300

Gambar 2. 3 Daftar Produk Lipstik Maybelline

Sumber : Data sekunder, 2024

2.7 Identitas Responden

Latar belakang responden yang menjadi sampel penelitian diberikan berdasarkan identitas responden. Pelanggan yang telah menggunakan produk Maybelline dan melakukan pembelian setidaknya dua kali dalam enam bulan terakhir dianggap sebagai responden dalam penelitian ini. Berdasarkan data dari kuesioner yang diisi oleh 97 responden tersebut, dapat diidentifikasi terkait usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan atau uang saku dan frekuensi pembelian lipstik Maybelline. Survei penelitian dilakukan pada 18 Januari 2025 secara tatap muka. Data ini digunakan untuk memahami latar belakang serta heterogenitas pelanggan lipstik Maybelline.

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Pengumpulan data identitas berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui kelompok usia yang paling banyak menggunakan Maybelline. Penelitian ini melibatkan responden dengan usia minimal 15 sampai 45 tahun yang telah dianggap sesuai dengan target pasar lipstik Maybelline. Berikut disajikan tabel yang berisi informasi latar belakang responden berdasarkan usia.

Tabel 2. 1 Usia Responden

No.	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15-20 tahun	31	31.96
2	21-25 tahun	42	43.30
3	25-30 tahun	19	19.59
4	31-45 tahun	5	5.15
	Jumlah	97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 2.1, menunjukkan bahwa kelompok usia terbanyak berkisar antara 21-25 tahun dengan jumlah 42 responden (43%), kelompok usia tertinggi kedua

adalah 15-20 tahun berjumlah 31 responden (32%). Kemudian kelompok usia 25-30 tahun sejumlah 19 responden atau (20%). Sebanyak 5 responden terdiri dari individu dengan usia 31-45 tahun atau (5%) dari total populasi.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dalam pengumpulan data ini dimaksudkan sebagai jenjang pendidikan tertinggi yang telah responden selesaikan saat mengisi kuesioner penelitian ini. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan identitas berdasarkan pengelompokan tingkat pendidikan terakhir responden.

Tabel 2. 2 Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/SMK	47	48.45
2	Diploma	10	10.31
3	Sarjana	40	41.24
	Jumlah	97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.2, dapat diketahui responden didominasi oleh lulusan Sarjana dengan total 40 responden (41%), sementara lulusan Diploma merupakan kategori pendidikan responden yang paling sedikit dengan jumlah 10 responden (10%).

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden diklasifikasikan dalam penelitian ini adalah pekerjaan utama atau aktivitas harian yang menjadi kegiatan utama responden. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan data pekerjaan responden:

Tabel 2. 3 Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	45	46.39
2	Karyawan Swasta	34	35.05
3	Lainnya	7	7.22
4	Ibu Rumah Tangga	4	4.12
5	TNI/Polri/PNS	3	3.09
6	Pengusaha	3	3.09
7	Karyawan BUMN	1	1.03
Jumlah		97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 45 responden (46%). Sedangkan pekerjaan yang paling sedikit ialah karyawan BUMN dengan jumlah 1 responden (1%). Kategori lainnya diisi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai SPG, jastip, arsitek, atau magang.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

Tingkat penghasilan atau uang saku digunakan untuk mengetahui jumlah penghasilan responden setiap bulannya yang berpotensi mempengaruhi gaya hidup serta daya beli pelanggan. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan jumlah penghasilan responden setiap bulannya.

Tabel 2. 4 Penghasilan atau Uang Saku Responden

No.	Penghasilan / Uang Saku	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	24	24.74
2	>Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	26	26.80
3	>Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	39	40.21
4	≥ 5.001.000	8	8.25
Jumlah		97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 2.4, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mendapatkan penghasilan perbulan yang berada pada rentang Rp3.001.000 sampai Rp5.000.000 dengan jumlah 39 responden (40%). Rentang tersebut sebagian besar berasal dari responden dengan rentang umur diatas 21 tahun dengan lulusan sarjana yang bekerja sebagai karyawan swasta. Kemudian responden dengan penghasilan dibawah atau Rp1.000.000 sebanyak 24 responden dengan persentase (25%) yang didominasi oleh responden pelajar atau mahasiswa.

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Lipstik Maybelline Dalam Enam Bulan Terakhir

Data mengenai frekuensi pembelian diperlukan untuk mengetahui frekuensi responden dalam melakukan pembelian produk lipstik Maybelline dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan hasil kuesioner penelitian berdasarkan frekuensi pembelian responden.

Tabel 2. 5 Frekuensi Pembelian Lipstik Maybelline Dalam Enam Bulan Terakhir

No.	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 kali	74	76.29
2	3 kali	18	18.56
3	> 3 kali	5	5.15
	Jumlah	97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 2.5, disimpulkan bahwa sebagian besar responden telah melakukan pembelian lipstik Maybelline setidaknya sebanyak 2 kali dalam enam bulan terakhir dengan jumlah 74 responden (76%), sementara itu terdapat 18 responden (19%) yang melakukan pembelian sebanyak 3 kali dan 5 responden (5%)

melakukan pembelian sebanyak lebih dari lebih dari 3 kali dalam enam bulan terakhir.

2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Harga Produk Lipstik Maybelline

Klasifikasi berdasarkan harga produk lipstik Maybelline yang dibeli pelanggan akan mempermudah peneliti dalam menganalisis rata-rata harga produk yang dibeli oleh pelanggan Maybelline. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan hasil kuesioner penelitian berdasarkan frekuensi pembelian responden.

Tabel 2. 6 Harga Produk Lipstik Maybelline

No.	Harga	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤Rp 50.000	1	1.03
2	>Rp 50.000 – Rp 100.000	42	43.30
3	>Rp 100.000	54	55.67
Jumlah		97	100.00

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dilihat dari tabel 2.6 menunjukkan bahwa produk lipstik *Maybelline* yang paling banyak dibeli berkisar di harga diatas Rp100.000 dengan jumlah 54 responden atau (56%). Sementara terdapat 42 responden atau (43%) yang membeli produk lipstik *Maybelline* dengan harga berkisar Rp 51.000 sampai Rp100.000. Hal ini diperlukan dalam penelitian untuk mengetahui berapa rata-rata harga produk lipstik *Maybelline* yang dibeli oleh sebagian besar pelanggan.