

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM INDUSTRI LIP PRODUCT WARDAH**

#### **2.1 Sejarah Perkembangan PT Paragon Technology and Innovation**

PT Paragon Technology and Innovation merupakan perusahaan produsen kosmetik yang telah berdiri sejak tahun 1985 oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt., seorang alumnus terbaik Farmasi ITB angkatan 1975. Perusahaan ini awalnya memiliki nama PT Pusaka Tradisi Ibu yang kemudian berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) di tahun 2011. Produk pertama yang diluncurkan adalah produk perawatan rambut dengan merek "Putri" yang pada masa itu banyak digunakan di salon-salon kecantikan.

Saat ini, PT Paragon Technology dan Innovation memiliki jaringan distribusi yang luas dengan 41 pusat distribusi yang menjangkau banyak daerah di Indonesia, mulai dari Sumatra, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, hingga Nusa Tenggara. Perusahaan ini mempekerjakan sekitar 10.000 karyawan yang mampu memproduksi 135 juta unit produk Wardah setiap tahunnya. Seiring perkembangannya, PT Paragon Technology and Innovation terus berinovasi dengan meluncurkan beberapa merek kosmetik baru, antara lain Make Over pada tahun 2010 dan Emina pada tahun 2015. Terbaru, pada tahun 2020, perusahaan memperkenalkan brand Kahf yang secara khusus ditujukan untuk konsumen pria, menyediakan produk perawatan kulit dan wajah halal yang sesuai dengan kebutuhan pria modern.

## 2.2 Profil Wardah

Wardah adalah merek kosmetik halal lokal Indonesia yang berada di bawah naungan PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI), didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc., dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. Nurhayati Subakat sendiri adalah pencetus brand Wardah dan kini menjabat sebagai komisaris PT PTI. Brand Wardah diluncurkan pada tahun 1995 oleh PT Pusaka Tradisi Ibu dengan mengangkat konsep kosmetik halal. Kehadiran konsep ini dilatarbelakangi oleh fenomena di tahun 1990-an ketika semakin banyak perempuan Indonesia yang berhijab, namun belum tersedia produk kosmetik halal yang memadai untuk memenuhi kebutuhan para muslimah.

Memasuki tahun 2003, Wardah melakukan pembenahan manajemen internal dan mulai menembus pasar yang lebih luas. Dua tahun kemudian, pada 2005, PT Pusaka Tradisi Ibu telah mengimplementasikan standar Good Manufacturing Practice dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik. Momentum penting terjadi pada 2009 ketika Wardah melakukan relaunching dan rebranding secara masif, yang menjadi turning point penetrasi Wardah di pasar nasional. Wardah yang semula menargetkan santri sebagai target pasar utama kemudian memperluas segmen pasarnya, mengingat sebagian besar santri tidak menggunakan makeup. Perubahan ini juga ditandai dengan pergantian tagline dari "Kosmetika Suci dan Aman" menjadi "Wardah Inspiring Beauty".

Wardah mengusung filosofi "Halal Green Beauty" yang berlandaskan pada 5 pilar utama: halal, natural, bebas alkohol, didukung oleh ahli lokal dan global, serta cruelty free. Wardah tercatat sebagai brand kosmetik pertama dari Indonesia

yang memperoleh sertifikasi Halal dari LPPOM UI dan meraih pengakuan dari World Halal Council. Kesuksesan ini semakin diperkuat oleh pertumbuhan penjualan produk Wardah yang terus meningkat, diikuti dengan pengembangan varian produk yang semakin beragam. Seiring waktu, Wardah berhasil memantapkan posisinya sebagai ikon kosmetik lokal terkemuka di Indonesia.

## **2.2 Visi, Misi dan Core Value PT Paragon Technology and Innovation**

### **2.2.1 Visi PT Paragon Technology and Innovation**

PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) pada website nya <https://www.wardahbeauty.com/en> memiliki visi “Sebuah perusahaan berkomitmen untuk memiliki tata kelola perusahaan terbaik dan perbaikan terus-menerus, untuk membuat setiap hari lebih baik dari kemarin, melalui produk-produk berkualitas tinggi yang bermanfaat bagi Paragonians, mitra, masyarakat dan lingkungan”

### **2.2.2 Misi PT Paragon Technology and Innovation**

Berdasarkan visi-visi dari PT Paragon Technology and Innovation yang tercantum di websita <https://www.wardahbeauty.com/en>, terdapat beberapa misi untuk mewujudkan visi-visi tersebut, diantara nya adalah :

1. *Developing Paragonians*, Paragon akan terus belajar dan berkembang untuk menjadi perusahaan yang lebih kompeten dengan keunggulan yang kompetitif.

2. *Creating Kindness for Consumers*, Paragon memenuhi serta mendengar kebutuhan konsumen dengan memproduksi produk yang melebihi ekspektasi konsumen.
3. *Continous Improvement*, Paragon secara terus menerus memberikan inovasi di setiap proses untuk meningkatkan kualitas produk.
4. *Grow Together*, Paragon bekerja sama dengan business partners untuk mempertahankan keuntungan bagi satu sama lain.
5. *Preserving the Earth*, Paragon berusaha sebaik mungkin untuk menjaga kelestarian lingkungan secara kontinuitas sebab bumi telah menyediakan segala hal yang dibutuhkan.
6. *Supporting Education and Health of the Nation*, Paragon mendukung perkembangan generasi baru melalui perkembangan SDM yang berpengetahuan, berpengalaman dan sehat.
7. *Developing Business*, Paragon memperluas jangkauan produk dan layanan mereka melalui ekspansi bisnis.

### **2.2.3 Core Value dari PT Paragon Technology and Innovation**

1. *Faith in God*, PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) sangat percaya pada keberadaan dan kekuatan Tuhan.
2. Kepedulian, PT Paragon Technology and Innoavtion (PT PTI) menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan kasih sayang.
3. *Humility*, PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) menyadari bahwa semua orang memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing.

4. *Grit*, PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) menjalani kehidupan dengan penuh sukacita dan tekad yang besar.
5. *Innovation*, sesuai dengan nama perusahaan tersebut, PT Paragon Technology and Innovation (PT PTI) akan selalu berkembang menjadi lebih baik untuk memenuhi ekspektasi dari *customer*.

### 2.3 Logo Wardah



**Gambar 2. 1 Logo Wardah**

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/en> (2025)

Kata “Wardah” berasal dari Bahasa Arab “*wardatun*” yang memiliki arti bunga mawar. Kata ini dipilih dikarenakan pendiri Wardah sendiri memiliki latar belakang sebagai santriwati, yang membuat beliau terinspirasi untuk membentuk *brand* kecantikan Islami.

Warna biru di logo Wardah melambangkan keramahan dan perasaan bahagia yang memiliki arti selalu mengajak orang untuk menikmati hidupnya. Mulai dari tahun 2021 hingga sekarang, Wardah memiliki *tagline* yaitu “*BEAUTY MOVES YOU The Brave Beauties*” *Tagline* ini memiliki tujuan untuk menciptakan ekosistem inovatif yang dapat mendorong perempuan Indonesia dalam memberikan

manfaat dan mengubah bangsa Indonesia menjadi lebih baik, Konsep ini memiliki tiga filosofi, di antaranya adalah :

1. *Story of Usefulness*, diambil dari Bahasa Arab “*Rahmatan Lil ‘Alamin*” yang memiliki arti yaitu memberikan manfaat terhadap sekitar, yang juga sejalan dengan beberapa visinya.
2. *Halal Green Beauty Innovation*, Wardah berupaya untuk menghasilkan produk yang ramah lingkungan bersamaan dengan proses produksi yang berkualitas.
3. *Global and Local Collaboration*, Wardah berupaya untuk memenuhi kualitas yang diakui dunia dengan melakukan kerja sama secara global untuk terus *update* tentang inovasi teknologi yang digunakan dalam bidang kecantikan.

## 2.4 Variant Lip Product Wardah

Wardah merupakan *brand* yang memproduksi produk baik itu jenis perawatan maupun kecantikan. Untuk produk-produk perawatan, Wardah memproduksi mulai dari *facial wash*, *micellar water*, *moisturizer*, *serum*, *sunscreen*, dan lain sebagainya. Kemudian di produk kecantikan, Wardah memproduksi seperti *complexion*, bedak, *mascara*, *lip product* dan masih banyak lagi. Berkaitan dengan penelitian ini yang meneliti fokus ke *lip product* Wardah, berikut merupakan *variant lip product* yang diproduksi oleh Wardah dengan fungsi yang berbeda-beda.

Tabel 2. 1 Tabel Variant Lip Product Wardah

| No | Jenis, Nama Produk & Harga                                                          | Deskripsi Produk                                                                                                                                                                                                                               | Gambar Produk                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Colorfit Last All Day Lip Paint<br><br>Start from<br><br>Rp 69.500                  | Liquid lip yang tersedia untuk 12 <i>shades</i> , memiliki tekstur yang <i>creamy</i> Formulanya yang tidak transfer ( <i>transferproof</i> ) namun tahan lama ( <i>longlasting</i> ) sampai 12 jam, serta nyaman digunakan untuk sehari-hari. |    |
| 9. | Colorfit Ultralight Matte Lipstick Korea Edition<br><br>Start from<br><br>Rp 49.900 | Lipstick dengan tekstur <i>powdery</i> ringan dan nyaman dipakai di bibir, dengan shades yang terinspirasi dari destinasi wisata di Korea Selatan. Tersedia dalam 5 <i>shades</i> warna.                                                       |   |
| 3. | Colorfit Fresh Lip Ink Serum<br><br>Start from<br><br>Rp 64.000                     | Lip Ink Serum yang memiliki kandungan jojoba oil yang memiliki tekstur <i>watery</i> walaupun <i>finish matte</i> , yang membuat bibir terlihat sehat. Tersedia dalam 8 <i>shades</i> warna.                                                   |  |

|     |                                  |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |
|-----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.  | Everyday! Matte Lip Shot         | Lip cream yang memiliki <i>finish matte</i> yang diformulasikan menggunakan <i>quickset volatile oils</i> , juga mengandung vitamin C dapat menyehatkan bibir. Tersedia dalam 5 shades.                                                                      |    |
|     | Start from<br>Rp 40.000          |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |
| 6.  | Wardah Glasting Liquid Lip       | Lip Vinyl dengan warna yang <i>pigmented</i> , formula yang tidak lengket, ringan dan <i>transferproof</i> . Didukung oleh teknologi GLASSCUSHION dan <i>ceramide</i> yang melembabkan bibir. Tahan selama 16 jam dan tersedia dalam 8 shades pilihan warna. |   |
|     | Start from<br>Rp 70.000          |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |
| 8.  | Colorfit Velvet Matte Lip Mousse | Liquid Lipstick yang memiliki <i>texture mousse</i> dengan formula <i>velvet powder</i> yang menghasilkan <i>finish</i> yang ringan dan tidak lengket, serta <i>long lasting</i> dan tidak transfer. Tersedia dalam 14 shades warna.                         |  |
|     | Star from<br>Rp 79.900           |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |
| 10. | Long Lasting Lipstick            | High Color Fixation Technology Formulated Lipstick dengan 19 shades warna yang tetap menjaga kelembapan dan kelembutan bibir.                                                                                                                                |  |
|     | Start from<br>Rp 51.000          |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |

|                                     |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 11. Lip Balm                        | Pelembab bibir mini dengan manfaat agar bibir tetap tampak sehat, yang memiliki.                                                                                                                                   |    |
| Start From                          | kandungan <i>Triple Moisture Care System</i> yang mengandung, vitamin E untuk nutrisi, serta kandungan tabir surya yang akan melindungi bibir dari paparan sinar UV. Tersedia dalam 3 variants.                    |                                                                                       |
| Rp 23.500                           |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
| 12. Matte Lip Cream                 | Lip Cream dengan formula <i>dry-free</i> yang mengandung SPF 20 PA++, ringan dipakai dan mampu melindungi bibir dari paparan sinar UV. Tersedia dalam 24 <i>shades</i> warna yang super <i>wearable</i> .          |   |
| Start from                          |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
| Rp 69.500                           |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
| 13. Exclusive Moist Lipstick        | Natural <i>shine</i> lipstick dengan kandungan <i>extract</i> aloe vera dan vitamin E untuk tampilan bibir yang sehat. Tersedia dalam 12 <i>shades</i> warna.                                                      |  |
| Start from                          |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
| Rp 47.000                           |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |
| 14. Everyday Moisture Nutrition Lip | Non oily Lip Balm yang memiliki <i>texture</i> yang <i>soft</i> , <i>smooth</i> dan <i>creamy</i> dengan aroma yang <i>fresh</i> , mampu melembabkan bibir selama 12 jam. Tersedia dalam 2 <i>variant scents</i> . |  |
| Rp 29.500                           |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |

|     |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                      |
|-----|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 16. | Wardah Moist Dew Tint    | Dewy Tint yang mengandung <i>oatmilk</i> dan <i>pentavitin</i> yang bekerja untuk menutrisi dan menjaga kelembapan bibir hingga 24 jam. Memberikan hasil <i>dewy</i> dan <i>cooling sensation</i> saat di aplikasikan ke bibir. Tersedia dalam 8 shades warna. |   |
|     | Start from Rp 60.800     |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                      |
| 17. | Everyday Cheek & Liptint | Lip tint yang mengandung 7 <i>natural essences</i> yang melembabkan sekaligus menutrisi kulit, yang dapat digunakan di bibir maupun pipi. Tersedia dalam 3 shades warna.                                                                                       |  |
|     | Start from Rp 49.500     |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                      |

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/en/product/list/make-up/sort/lips> (2025)

## 2.5 Karakteristik Responden

Untuk memberikan gambaran tentang kondisi atau latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, disajikan informasi mengenai karakteristik mereka. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 konsumen perempuan *lip product* Wardah di Kota Semarang dengan kriteria responden meliputi usia minimal 17 tahun, telah melakukan pembelian *lip product* Wardah minimal sekali dalam kurun 6 bulan terakhir. Responden memiliki karakteristik yang beragam, sehingga memberikan penilaian yang berbeda terhadap variabel-variabel penelitian. Berdasarkan hasil kuesioner, identitas responden diklasifikasikan usia, wilayah domisili di kota Semarang tingkat pendidikan

terakhir, jenis pekerjaan, pemasukan bulanan. Berikut adalah ulasan lebih lanjut mengenai karakteristik responden berdasarkan kategori-kategori tersebut.

### 2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Pengumpulan data identitas berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui kelompok usia yang paling banyak menggunakan lip product Wardah. Penelitian ini melibatkan responden dengan usia minimal 17 tahun yang telah dianggap sesuai dengan target pasar lip product Wardah. Berikut disajikan tabel yang berisi informasi latar belakang responden berdasarkan usia.

**Tabel 2. 2 Usia Responden**

| <b>No.</b> | <b>Rentang Usia</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|------------|---------------------|------------------|-----------------------|
| 1          | 17-22 Tahun         | 83               | 83                    |
| 2          | 23-28 Tahun         | 10               | 10                    |
| 3          | >28 Tahun           | 7                | 7                     |

Sumber : Data primer diolah (2025)

Tabel 2.2, menunjukkan bahwa kelompok usia terbanyak berkisar antara 17-22 tahun dengan jumlah 83 responden (83%), kelompok usia tertinggi kedua adalah 23-28- tahun sejumlah 10 responden atau (10%). Sebanyak 7 responden terdiri dari individu dengan usia >28 tahun atau (7%) dari total populasi.

### 2.5.2 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 pengelompokkan tingkat pendidikan terakhir responden.

**Tabel 2. 3 Pendidikan Terakhir Responden**

| <b>No</b>    | <b>Pendidikan Terakhir</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|--------------|----------------------------|------------------|-----------------------|
| 1            | SMA/SMK/Sederajat          | 69               | 69                    |
| 2            | Akademisi/Diploma III      | 23               | 23                    |
| 3            | S1                         | 6                | 6                     |
| 4            | S2                         | 2                | 2                     |
| <b>Total</b> |                            | <b>100</b>       | <b>100</b>            |

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 2.3, dapat diketahui responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK/Sederajat dengan total 69 responden (69%), lulusan Akademisi/Diploma III memiliki total responden sebanyak 23 responden (23%), sementara lulusan S1 dan S2 yang memiliki total responden 6 atau sebesar (6%) dan 2 atau sebesar (2%).

### **2.5.3 Identitas Responden berdasarkan Wilayah Domisili di Kota Semarang**

Data terkait domisili responden di Kota Semarang ditujukan untuk mengetahui dari mana asal wilayah domisili Kota Semarang setiap responden yang merupakan konsumen lip product Wardah di Kota Semarang. Berdasarkan klasifikasi domisili di Kota Semarang, maka diperoleh komposisi responden sebagai berikut :

**Tabel 2. 4 Wilayah Domisili Responden di Kota Semarang**

| <b>No</b>    | <b>Wilayah Domisili</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|--------------|-------------------------|------------------|-----------------------|
| 1            | Semarang Pusat          | 16               | 16                    |
| 2            | Semarang Utara          | 18               | 18                    |
| 3            | Semarang Timur          | 24               | 24                    |
| 4            | Semarang Barat          | 17               | 17                    |
| 5            | Semarang Selatan        | 25               | 25                    |
| <b>Total</b> |                         | <b>100</b>       | <b>100</b>            |

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

**Keterangan :**

- 1) Semarang Pusat : Kecamatan Semarang Selatan, Semarang Tengah, Semarang Timur, Gajahmungkur, dan Candisari
- 2) Semarang Utara : Kecamatan Semarang Timur, Semarang Utara, Gayamsari, dan Genuk)
- 3) Semarang Timur : Kecamatan, Gayamsari, Pedurungan, Tembalang, dan Genuk
- 4) Semarang Barat : Kecamatan Semarang Barat, Ngaliyan, Mijen, dan Tugu
- 5) Semarang Selatan : Kecamatan Gunungpati, Banyumanik, Tembalang, Candisari, dan Gajahmungkur

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 2.4 Domisili konsumen Wardah di Kota Semarang. Dari total 100 responden, responden dengan domisili Semarang Selatan menduduki jumlah responden paling banyak yakni sejumlah 25 orang (24%). Kemudian disusul oleh responden yang berdomisili di wilayah Semarang Timur sebanyak 24 (24%), wilayah Semarang Utara sejumlah 18 (18%), wilayah Semarang Barat 17 (17%), dan pada urutan terakhir responden yang berdomisili di wilayah Semarang Pusat sebanyak 16 orang (16%).

**2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Data mengenai pekerjaan responden ditujukan untuk mengetahui pekerjaan utama atau aktivitas sehari-hari responden. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden, dapat menggambarkan terkait kehidupan sosial dan ekonomi para

responden dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil kuesioner penelitian mengenai pekerjaan responden, diperoleh komposisi sebagai berikut :

**Tabel 2. 5 Jenis Pekerjaan Responden**

| No           | Jenis Pekerjaan   | Frekuensi  | Presentase (%) |
|--------------|-------------------|------------|----------------|
| 1            | Pelajar/Mahasiswa | 81         | 81             |
| 2            | ASN/PNS           | 4          | 4              |
| 3            | Wiraswasta        | 7          | 7              |
| 4            | Karyawan Swasta   | 6          | 6              |
| 5            | Ibu Rumah Tangga  | 1          | 1              |
| 6            | Karyawan Kontrak  | 1          | 1              |
| <b>Total</b> |                   | <b>100</b> | <b>100</b>     |

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Tabel 2.5 menunjukkan bahwa terdapat satu kategori pekerjaan responden yang mendominasi, yaitu kelompok pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden 81 (81%), sementara untuk jenis pekerjaan ASN/PNS, Wiraswasta, Karyawan Swasta, Ibu Rumah Tangga, dan Karyawan Kontrak masing-masing memiliki total responden dibawah 10.

#### **2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Pemasukan per Bulan**

Tingkat penghasilan para responden menunjukkan status ekonomi mereka. Melalui informasi yang berkenaan dengan penghasilan per bulan maka dapat memberi gambaran terkait daya beli para responden serta gaya hidup yang dimilikinya. Berikut ini adalah hasil kuesioner penelitian berdasarkan jumlah pendapatan responden setiap bulannya.

**Tabel 2. 6 Pemasukan per Bulan Responden**

| <b>No</b>    | <b>Kategori (Rp)</b>      | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|--------------|---------------------------|------------------|-----------------------|
| 1            | <500.000,00               | 13               | 13                    |
| 2            | 500.000,00 – 1.500.000,00 | 42               | 42                    |
| 3            | >1.500.000,00             | 45               | 45                    |
| <b>Total</b> |                           | <b>100</b>       | <b>100</b>            |

Sumber : Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.6, kelompok responden yang paling banyak jumlahnya adalah kelompok responden dengan penghasilan >1.500.000,00 yang berjumlah 45 responden (45%), sedangkan responden dengan penghasilan terbanyak kedua dengan penghasilan 500.000,00 – 1.500.000,00 per bulan adalah 42 responden (42%), dan responden dengan penghasilan <500.000,00 per bulan terdapat 13 responden (13%).