

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Perkembangan Wardah

PT Paragon Technology and Innovation atau yang sering disebut dengan PT. PTI merupakan perusahaan besar di Indonesia yang bergerak dalam bidang kosmetik. PT. PTI didirikan oleh Nurhayati Subakat pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT. Pusaka Tradisi Ibu yang kemudian mulai berubah nama pada tahun 2011. PT Pusaka Tradisi Ibu pada awalnya hanya memproduksi produk perawatan rambut dengan nama Putri yang dikhususkan untuk salon saja. Pada tahun 1990, PT Pusaka Tradisi Ibu mengalami peningkatan yang sangat pesat sehingga mereka membangun perusahaannya di Kawasan Industri Cibodas Tangerang.

Pada awal tahun 1995, PT. Pusaka Tradisi Ibu mulai memproduksi brand Wardah. Akan tetapi, dikarenakan manajemen yang kurang baik maka kegiatan produksi brand Wardah pun berhenti. Pada tahun 1996, PT. Pusaka Tradisi Ibu mencoba bangkit kembali untuk mengembangkan Wardah dan mulai memasuki pasar tata rias. Pada tahun 1999-2003, penjualan merek Wardah mengalami peningkatan yang pesat dan pada tahun 1999 PTI juga meraih sertifikat Halal dari LPPOM MUI dengan produk Wardah sebagai pelopor brand Halal di Indonesia. Pada tahun 2002-2003, PTI mulai memodernisasi perusahaan yang memerlukan perubahan dari segi internal. Pada tahun yang sama, produk Wardah mulai memasuki retail dan juga melakukan promosi melalui periklanan diberbagai media

hingga akhirnya Wardah semakin dikenal masyarakat luas. Kemudian pada tahun 2005, PTI sudah menerapkan *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB).

Hingga saat ini, PTI telah memiliki 26 Distribution Centre (DC) hampir diseluruh wilayah di Indonesia dan juga memiliki DC di Malaysia. Dengan prinsip “One Day Service”, kini PTI telah mengembangkan lebih dari 4.000 outlet dan memiliki personel lebih dari 7.500 orang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, PTI juga telah mendapatkan *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan *Halal Assurance System* (HAS) dengan kapasitas produksi mencapai 80 juta pcs per tahun. Selain Wardah, PTI juga meluncurkan merek unggulan lain dibidang kosmetik seperti Make Over, Putri, IX, dan juga Emina. PTI setiap tahunnya mampu memproduksi lebih dari 95 juta produk *personal care* dan *makeup*. Pada tahun 2016, PTI mendirikan perusahaan logistic bernama PT Parama Global Inspira yang berfokus dalam menangani pendistribusian produk.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi PT Paragon Technology and Innovation

Visi PTI yaitu, “Menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas yang memberikan manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat, dan lingkungan.”

Adapun maksud dari visi PTI tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan berusaha untuk terus mencoba menciptakan produk baru yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Perusahaan tidak hanya berfokus di satu bidang saja dan mampu untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ada dengan mengembangkan produknya di bidang lain tidak hanya kosmetik saja.
3. Tidak hanya mengutamakan kerja keras tetapi juga bekerja smart, artinya bekerja secara pintar agar lebih efektif menggunakan waktunya dengan baik dan tepat.
4. Berintrospeksi terhadap kesalahan dan kekurangan kemarin dan bekerja lebih baik lagi di hari esok agar tidak mengecewakan pelanggan.

2.2.2 Misi PT Paragon Technology and Innovation

Adapun Misi yang dilakukan oleh PTI untuk mencapai visi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan Paragonian
2. Menciptakan kebaikan untuk pelanggan
3. Perbaiki kesinambungan
4. Tumbuh bersama-sama
5. Memelihara bumi
6. Mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa
7. Mengembangkan bisnis

2.3 Company Value PT Paragon Technology and Innovation

Adapun *company value* yang di terapkan oleh PT PTI yaitu sebagai berikut:

1. Ketuhanan
2. Keteladanan

3. Kekeluargaan
4. Tanggung Jawab
5. Fokus pada Pelanggan
6. Inovasi

2.4 Logo Wardah

Menurut Jefkins (1995) logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan.

Gambar 2.1
Logo Wardah



Sumber: wardahbeauty.com (2020)

Nama Wardah diambil dari kata Bahasa Arab yang artinya adalah Bunga Mawar. Hal ini dikarenakan inspirasi awalnya berasal dari pesantren dan tertantang untuk membuat produk kosmetik yang berbau Islami. Warna biru toska memberikan kesan ramah dan terpancar sebagai warna bahagia yang mengajak mereka yang memandangnya untuk lebih menikmati hidup.

2.5 Departemen dalam PT Paragon Technology and Innovation

PT PTI merupakan salah satu perusahaan manufaktur besar yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu, PT PTI membuat 3 bagian departemen untuk memudahkan karyawan dalam mengerjakan tugasnya dan agar karyawan bekerja secara tersusun. Tiga departemen tersebut, yaitu:

1. HO atau *Head Office* (Kantor Pusat)

Kantor pusat PTI berada di wilayah Ulujami, Jakarta Selatan. HO Paragon mengakomodasi kegiatan yang berkaitan dengan perkantoran seperti bagian keuangan, kepegawaian dan memiliki 10 sub departemen yang dimaksudkan untuk memudahkan karyawan dalam bekerja secara teratur dan terorganisir.

2. *Plant* (Pabrik)

pada departemen ini terdiri dari aktivitas produksi, lohistik, dan segala hal terkait manufaktur dan dilakukan di pabrik yang berlokasi di Jatake, Tangerang. Saat ini, pabrik PTI memiliki kapasitas produksi mencapai lebih dari 80 juta pcs/tahun.

3. DC atau *Dsistribution Center* (DC)

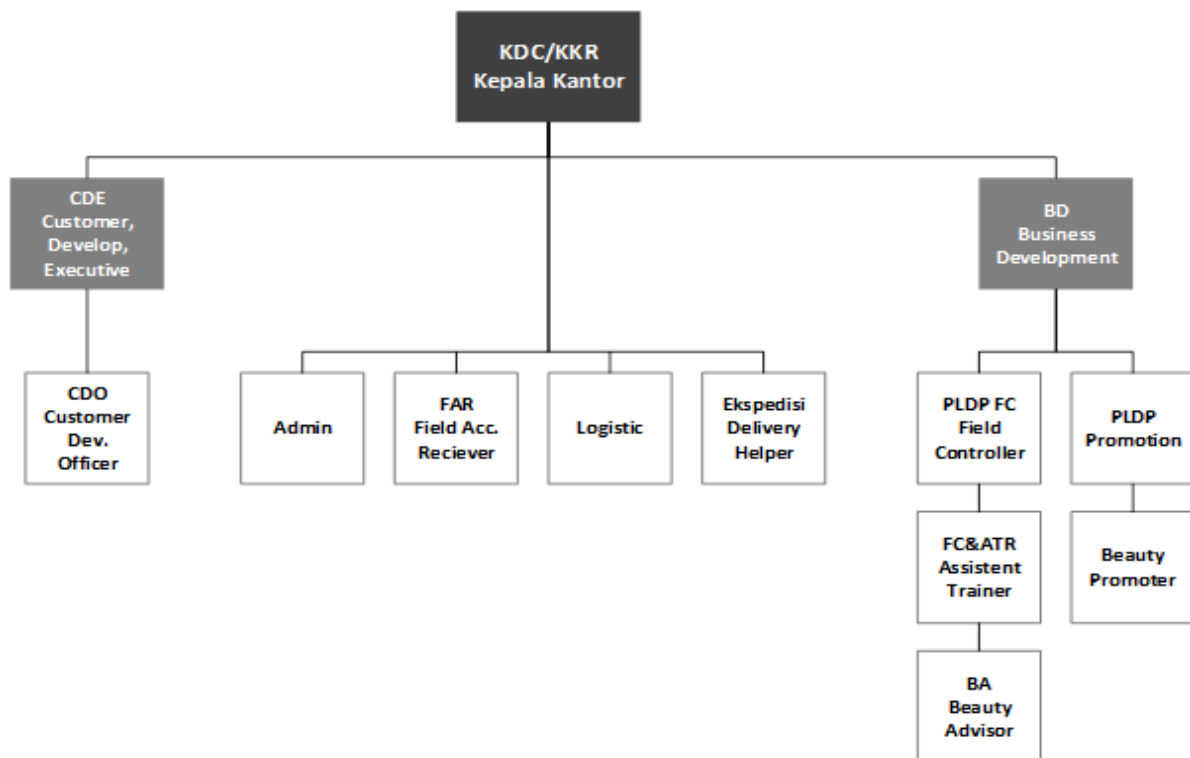
DC berfungsi untuk mendistribusikan setiap produk dari NDC (*National Distribution Center*) agar terjangkau oleh konsumen. Fungsi DC yaitu *Distribution* , *Human Capital Area*, *Marketing*, *Sales*. Alamat kantor Distribusi Center Semarang berada di Jl. Sambiroto No. 12 Tembalang Semarang.

2.6 Struktur Organisasi *Distribution Centre Semarang*

Struktur organisasi PT Paragon Technology and Innovation yang ada saat ini dapat dikategorikan ke dalam struktur organisasi lini dan staf, yaitu arus perintah bergerak dari atas kebawah dan tanggung jawab dari bawah ke atas yang artinya pelimpahan wewenang dalam organisasi ini berlangsung secara vertikal dari atasan pimpinan hingga ke pimpinan dibawahnya. Bentuk bagan struktur organisasi dalam PT Paragon Technology and Innovation DC Semarang adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2

Struktur Organisasi Distribution Centre Semarang



Sumber : Distribution Centre Wardah Semarang, 2020

Tugas dan wewenang bagian PT PTI DC Semarang berdasarkan struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

1. Kepala Kantor (KKR/KDC), merupakan pimpinan tertinggi di PT Paragon Technology and Innovation Distribution Center Semarang.
2. *Business Development* (BD), memiliki fungsi tugas utama untuk melakukan promosi dan mengontrol kegiatan promosi yang dilakukan di wilayah DC serta melakukan pengembangan tim dan bisnis dan meningkatkan brand awareness dari brand-brand perusahaan.
3. PLDP Promosi, PLDP merupakan singkatan dari *Paragon Leader Development Program*. Program tersebut diadakan untuk mendapatkan calon leader atau pemimpin. Fungsi utama PLDP Promosi adalah melakukan kegiatan promosi dan membuat kegiatan yang mendukung aktivitas promosi di wilayah DC.
4. PLDP *Field Controller* (FC), mempunyai fungsi utama untuk mengorganisir dan memotivasi tim BA untuk mencapai target, mengumpulkan dan menyampaikan informasi terkait perkembangan pasar di suatu area.
5. *Customer Development Executive* (CDE), memiliki fungsi utama yaitu untuk menciptakan dan menumbuhkan pasar dengan memastikan ketersediaan produk, sehingga lebih mudah dijangkau oleh konsumen berdasarkan layanan penjualan dan pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

6. *Customer Development Officer (CDO)*, memiliki fungsi utama untuk memastikan pertumbuhan sales yang berkelanjutan, konsisten dan menguntungkan melalui perencanaan yang positif, implementasi yang baik dan manajemen tim penjualan.
7. *Sales Representative*, mempunyai fungsi utama untuk mewujudkan operasional penjualan regional. Memantau, melacak dan meninjau operasional penjualan dan mengikutinya dengan membuat keputusan strategis dan taktik yang menyeluruh serta membangun strategi penjualan dan penjualan jangka pendek dan jangka panjang dengan pemahaman yang baik di pasar lokal.
8. *Beauty Advisor Promotor (BAP)*, mempunyai fungsi utama untuk mempromosikan brand Wardah ke instansi-instansi baik negeri maupun swasta.
9. *Beauty Advisor (BA)*, mempunyai fungsi utama untuk mempromosikan dan menjual produk perusahaan kepada pelanggan langsung.

2.7 Produk Kosmetik Wardah

Wardah merupakan merek kosmetik yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan kualitasnya yang sudah mampu bersaing dengan kosmetik merek lain. Berikut ini merupakan produk Wardah yang telah tersebar di Indonesia:

1. Foundation

Foundation digunakan untuk menyamarkan kekurangan dan meratakan warna kulit pada wajah. Foundation biasanya menjadi dasar dalam

mengaplikasikan make up atau riasan wajah. Wardah telah memproduksi berbagai macam foundation yaitu seperti Creamy Foundation, Luminous Creamy Foundation, Exclusive Liquid Foundation, Luminous Liquid Foundation, BB Cream, dan DD Cream. Pada dasarnya keenam foundation yang telah diproduksi oleh Wardah memiliki fungsi yang sama hanya saja tingkat *coverage* dari setiap produk berbeda-beda.

Gambar 2.3
Produk Foundation



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

2. Bedak

Bedak merupakan pelengkap kosmetik yang dapat memberikan rona pada wajah. Wardah memproduksi bedak dengan tekstur yang ringan, halus dan juga tahan lama ketika di aplikasikan wajah. Selain itu pada bedak Wardah terdapat kandungan tabir surya yang dapat menjaga kulit wajah dari dampak sinar matahari. Bedak Wardah dapat dipilih dan disesuaikan dengan jenis

kulit konsumen seperti kulit kering, kulit berminyak, dan kulit normal. Wardah hingga saat ini telah memproduksi berbagai jenis bedak seperti Wardah Lightening Powder Foundation, Wardah Lightening Two Way Cake Extra Cover, Wardah Perfect Bright BB Powder, BB Cake Powder, Luminous TWC, Luminous Compact Powder, Luminous Face Powder, Exclusive Creamy Foundation, Exclusive TWC, Wardah Everyday BB Loose Powder, Wardah Acnederm Face Powder,

Gambar 2.4
Produk Bedak



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

3. Eye Make Up

Eye make up merupakan kosmetik yang diperuntukkan untuk diaplikasikan pada bagian mata. Eye make up akan membuat riasan pada bagian mata lebih berwarna dan lebih hidup. Wardah sendiri telah memproduksi berbagai produk eye make up diantaranya seperti eye shadow, eyeliner, pensil alis, dan maskara. Wardah memproduksi eye

make up dengan berbagai macam seri seperti seri Instaperfect, EyeXpert, Wardah Eyebrow, Varian Eye Shadow dari seri A sampai L.

Gambar 2.5
Produk Eye Make Up



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

4. Blush on

Blush on atau perona pipi merupakan jenis kosmetik dengan berbagai macam warna yang di aplikasikan pada pipi sehingga dapat membuat kesan merona pada pipi serta untuk menegaskan bentuk tulang pipi. Wardah memiliki beberapa jenis *blush on* diantaranya adalah *blush on* seri A sampai D dan Wardah *Exclusive Blush On*.

Gambar 2.6
Produk Blush On



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

5. Lipstik

Lipstik merupakan kosmetik yang diaplikasikan pada bibir untuk memberikan warna, perlindungan, dan pelembab yang dapat mempercantik penampilan bibir. Lipstik Wardah memiliki berbagai warna mulai dari warna nude hingga warna bold. Selain itu Wardah juga memproduksi lipstik dengan berbagai jenis tekstur dari padat hingga cair. Wardah memiliki 14 jenis varian lipstik diantaranya adalah Wardah Instaperfect Mattetitude Matte Stain Lipstick, Wardah Matte Lipstick, Wardah Long Lasting Lipstick, Wardah Hydrogloss, Wardah Lip Tint, Wardah Lip Crayon, Wardah Exclusive Matte Lip Cream, Wardah Instaperfect Mattesetter Lip Matte Paint, Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse, Wardah Intense Matte Lipstick, Wardah Exclusive Lipstick, Wardah Nude Lipstick, Wardah Liquid Lip Gloss, Wardah Lip Palette.

Gambar 2.7

Produk Lipstik



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

6. Pembersih Wajah (*Facial Foam*)

Pembersih wajah atau facial foam merupakan produk kosmetik yang digunakan untuk membersihkan wajah dari kotoran, minyak, dan sisa make up yang menempel di wajah. Pembersih wajah biasanya berupa krim yang dapat menghasilkan tekstur busa. Wardah telah memproduksi 11 jenis pembersih wajah atau facial foam diantaranya yaitu Wardah Acnederm Pure Foaming Cleanser, Wardah lightening Gentle Wash, Wardah Perfect Bright Creamy Foam, Wardah Acne Cleansing Gel, Wardah Lightening Creamy Foam, Wardah White Secret, Wardah Nature Daily Seeweed, Wardah C-Defense, Wardah Daily Mineral Clarifying, Wardah Aloe Hydramild, dan Wardah Essential.

Gambar 2.8
Facial Foam Wardah



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

7. Body Care

Body care merupakan perawatan yang diperuntukkan untuk menjaga kesehatan dan keindahan kulit. Body care yang telah diproduksi oleh Wardah yaitu body butter, body lotion, body serum, moisturizer, sunscreen, dan body mist. Masing-masing jenis body care milik Wardah tersebut memiliki varian dan kegunaan yang berbeda-beda yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan permasalahan dan jenis kulit konsumen.

Gambar 2.9
Body Care Wardah



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

8. Shampo

Shampo merupakan cairan yang berfungsi untuk membersihkan kotoran dan minyak yang ada pada kulit kepala. Shampo Wardah memiliki tekstur yang cukup kental sehingga busa yang dihasilkan cukup banyak dan aroma dari shampo Wardah pun menyegarkan. Shampo Wardah

memiliki formula transparan non silikon yang ringan dan nyaman digunakan setiap hari. Wardah memproduksi 3 varian sampo yaitu Wardah Nutri Shine Shampo, Wardah Hairfall Treatment, dan Wardah Anti Dandruff. Masing-masing varian tersebut dapat dipilih konsumen sesuai dengan permasalahan pada rambut mereka.

Gambar 2.10
Shampo Wardah



Sumber: Wardahbeauty.com (2020)

2.8 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan usia, jurusan, dan tingkat pengeluaran per bulan. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang yang merupakan mahasiswi aktif S1 FISIP Universitas Diponegoro.

Pengisian kuesioner ini dilakukan secara langsung saat bertemu dengan responden dan juga penulis melakukan penyebaran kuesioner secara online melalui

Google Form responden untuk menanyakan pendapat dalam menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh identitas responden tentang usia, jurusan, dan tingkat pengeluaran per bulan adalah sebagai berikut :

2.8.1 Responden berdasarkan Usia

Usia dapat mengukur tingkat pemikiran seseorang mulai dari remaja hingga dewasa, maka dalam hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal usia. Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang minimal sudah berusia 17 tahun.

Tabel 2.1
Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	18-19	15	15%
2.	20-21	66	66%
3.	22-23	19	19%
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 2.1 diatas dapat diketahui jika mayoritas responden berusia 20 hingga 21 tahun dengan jumlah 66%. Hal ini dikarenakan Wardah memiliki harga yang terjangkau sehingga pas untuk digunakan oleh responden yang gemar menggunakan produk-produk make up.

2.6.3 Responden berdasarkan Jurusan

Jurusan yang ada di FISIP Universitas Diponegoro terdiri dari 5 Jurusan yang memiliki jumlah mahasiswi yang berbeda-beda. Data mengenai jurusan responden dimaksud untuk mengetahui jika 100 responden terdiri dari beberapa jurusan yang

ada di FISIP Universitas Diponegoro. Berikut merupakan data responden berdasarkan jurusan yang ada di FISIP Universitas Diponegoro:

Tabel 2.2
Jurusan Responden

No.	Pengeluaran per bulan	Frekuensi	Persentase
1.	Administrasi Bisnis	23	23%
2.	Administrasi Publik	23	23%
3.	Ilmu Pemerintahan	16	16%
4.	Ilmu Komunikasi	24	24%
5.	Hubungan Internasional	14	14%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi yaitu sebesar 24% . Hal ini berdasarkan jumlah sampel yang telah ditentukan pada awal penelitian dengan frekuensi yang tertera pada tabel tersebut.

3.6.3 Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan

Pengeluaran merupakan biaya yang dikeluarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Pengeluaran yang dimaksud pada penelitian ini yaitu pengeluaran per bulan yang digunakan oleh mahasiswi untuk biaya hidup harian maupun biaya untuk berbelanja.

Tabel 2.3
Pengeluaran Per Bulan

No.	Pengeluaran per bulan	Frekuensi	Persentase
1.	≤ Rp. 1.000.000	32	32 %
2.	> Rp. 1000.000 – Rp. 1.500.000	41	41 %
3.	> Rp. 1500.000 – Rp. 2.000.000	21	21 %
4.	> Rp. 2.000.000	6	6 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui mayoritas responden memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000. Hal ini dikarenakan produk Wardah memiliki harga yang terjangkau sehingga untuk mahasiswa yang memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 pun dapat membeli produk Wardah tersebut.