

BAB II

GAMBARAN UMUM PT MANDOM INDONESIA TBK (TCID)

DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

2.1.1 Sejarah Perkembangan PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) merupakan sebuah perseoran *joint venture* antara Mandom Corporation, Jepang dengan PT The City Factory. Pendirian perseroan dilakukan pada tanggal 5 November 1969 dengan nama PT Tancho Indonesia. Pada Mei 1995 perseroan resmi mendaftarkan seluruh sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan mengubah namanya menjadi PT Tancho Indonesia Tbk. Juga kembali berubah nama menjadi PT Mandom Indonesia Tbk pada bulan Januari 2001.

Pada tahun 1971, Perseroan mulai melakukan kegiatan produksi komersial, dengan menciptakan produk perawatan rambut, yang kemudian berkembang dengan menciptakan produk baru berupa kosmetik, wangi-wangian, bahan pembersih serta kemasan plastik. Produk yang dihasilkan mengalami peningkatan cukup pesat, hingga akhirnya pada bulan Mei 1995 perseroan mendirikan bangunan di Sunter, Jakarta yang dimanfaatkan sebagai pabrik kosmetik. Kemudian mendirikan pabrik di Cibitung pada tahun 2013, yang berfungsi sebagai tempat untuk memproduksi kemasan plastik serta sebagai pusat logistik. Dalam kegiatan operasinya di Indonesia, PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) berkomitmen memberikan pelayanan serta kontribusi kepada pasar domestik dengan berusaha menciptakan produk terbaiknya.

Semua merek PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) memiliki keunggulan serta keunikan tersendiri, dengan target konsumen yang berbeda-beda. PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) mulai memproduksi kosmetik dengan merek Pixy pada tahun 1982. Semua produk Pixy diproduksi sesuai standarisasi mutu serta teknologi modern dari Jepang. Produk Pixy juga sudah dinyatakan halal oleh lembaga LPPOM MUI. Sampai saat ini Pixy terus berinovasi dan selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan kecantikan.

Selain Pixy, PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) memiliki beberapa merek dagang utama, yaitu Gatsby, Pucelle serta Bifesta. Dan terdapat pula beberapa merek pendukung yang diproduksi, antara lain Tancho, Mandom, Spalding, Miratone, serta merek-merek lainnya yang khusus diproduksi untuk ekspor. Negara yang menjadi tujuan ekspor diantaranya Uni Emirat Arab (UEA), Jepang, India, Malaysia, Vietnam, Thailand dan sebagainya.

2.1.2 Visi, Misi dan Nilai PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

1. Visi PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Visi dari perseroan adalah:

“Menuju *Asia Global Company* yang berbasis di Indonesia”

2. Misi PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Misi dari perseroan adalah:

“Menghadirkan kehidupan yang lebih indah, menyenangkan, dan sehat”

3. Nilai PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Adapun nilai yang diterapkan oleh perseroan adalah:

- a) Menciptakan gaya hidup yang lebih bernilai bersama dengan konsumen dan untuk konsumen
- b) Partisipasi aktif dari karyawan
- c) Tanggung jawab sosial dan *sustainabillity*

2.1.3 Logo PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Berikut merupakan logo yang ditetapkan oleh PT Mandom Indonesia Tbk (TCID):

Gambar 2.1
Logo PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

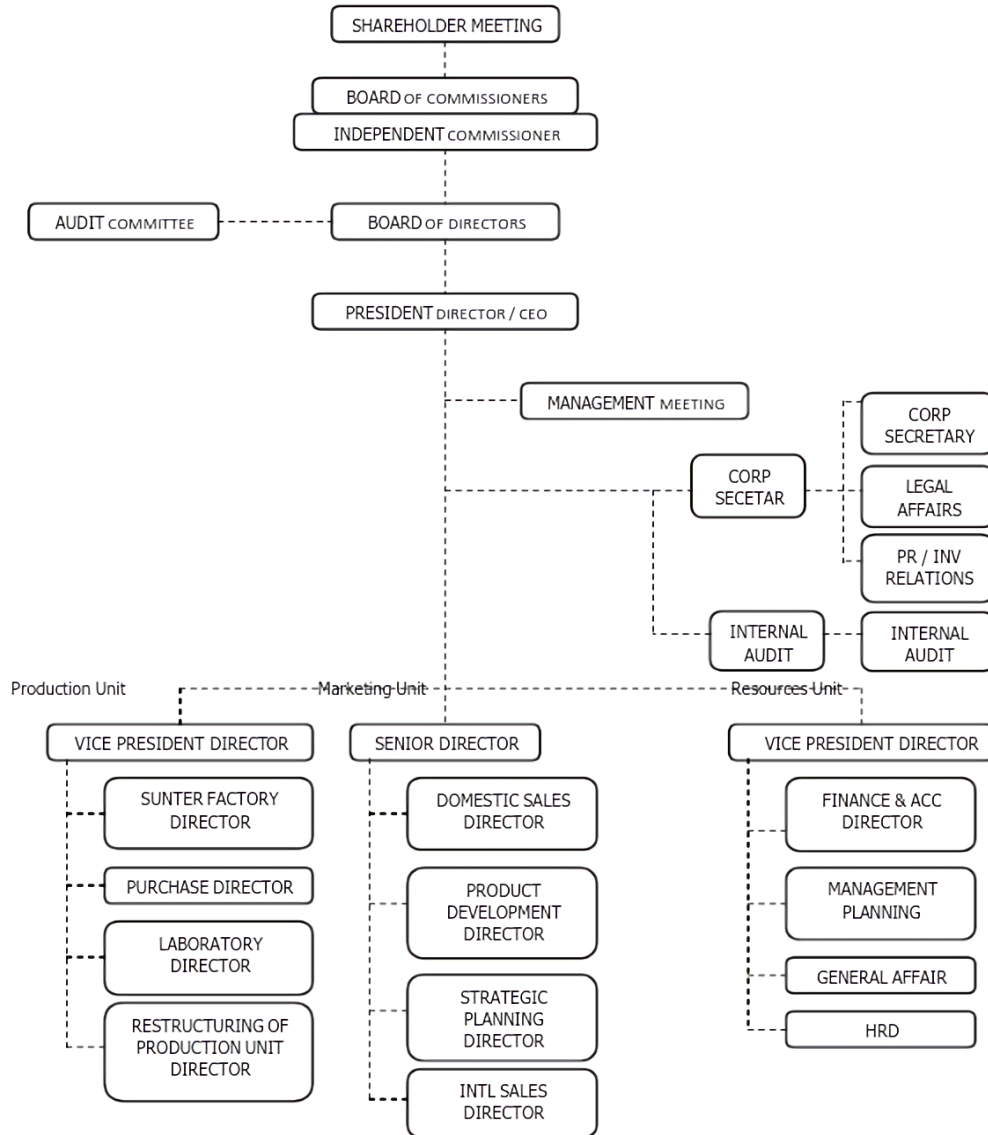


Sumber: *mandom.co.id*, 2020

2.1.4 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Setiap perseroan membutuhkan sebuah struktur organisasi yang jelas. Dengan adanya struktur organisasi maka para anggota dapat melihat tugas dan tanggungjawab masing-masing serta dapat menjalankannya dengan baik. Berikut merupakan struktur organisasi PT Mandom Indonesia Tbk (TCID):

Gambar 2.2
Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk



Sumber: Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk (2020)

Berlandaskan gambar struktur tersebut, maka tugas dan tanggungjawab dari masing-masing bagian ialah:

1. *Share Holder Meeting*: merupakan badan perseroan yang memiliki kekuasaan tertinggi dan memiliki kendali atas seluruh kekuasaan yang tidak diserahkan kepada direksi atau komisaris.
2. *Board Of Commisioners / Dewan Komisaris*
Bertugas mengawasi dan memberikan nasehat kepada direksi dalam mengelola perseroan.
3. *Board Of Director*
Bertugas mewakili kepentingan para pemegang saham serta bertanggung jawab kepada mereka atas beberapa tugas tertentu, meliputi menyusun strategi perusahaan, melakukan pengawanan dan melaksanakan pengendalian internal.
4. *Presiden Direktur/ CEO Direksi*
Bertugas memimpin dan mengelola perseroan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan perseroan, berwenang untuk memelihara dan mengatur aset perseroan, seta berugas menyusun perencanaan, mengkoordinasi, menjalankan dan mengawasi kegiatan perusahaan, dengan dibantu oleh para direktur.
5. *Komite Audit*
Bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu melakukan pengawasan dan tugas dari dewan komisaris. Serta bertugas memeriksa berbagai laopran keuangan perseroan.

6. *Corporate Secretary*

Menjalankan kewajiban dan tugas untuk menghubungkan dewan direksi dengan para pemegang saham di perseroan. Serta memiliki tanggung jawab terkait hal-hal yang berhubungan dengan administratif perusahaan.

7. *Management Meeting*

Pihak yang bertugas mengelola kegiatan rapat-rapat penting.

8. *Legal Affairs*

Merupakan pihak yang berhubungan dengan hukum. Bertugas mengurus segala hal terkait perizinan dalam perseroan.

9. *Investor Relations*

Merupakan pihak/ divisi yang bertanggungjawab untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pemegang saham atau investor.

10. Internal Audit

Bertanggungjawab untuk membantu melakukan evaluasi, membuat manajemen risiko semakin efektif dan melakukan pengelolaan intern.

11. *Vice President Director*

Merupakan pihak yang bertanggungjawab dan membantu tugas presiden direktur terkait kegiatan yang berhubungan dengan keberlangsungan perseroan. *Vice President Director* juga berwenang untuk membuat kebijakan yang bersifat strategis.

12. *Sunter Factory Director*

Bertugas memimpin dan mengelola seluruh kegiatan produksi di Pabrik Sunter sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan Perseroan

13. *Purchase Director*

Merupakan pihak yang bertugas melakukan penyediaan bahan baku untuk keperluan produksi.

14. *Laboratory Director*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi semua aktivitas atau kegiatan di laboratorium.

15. *Restructuring Of Production Unit Director*

Merupakan pihak yang bertugas melakukan rangkaian restruktur kegiatan produksi agar lebih efisien dan dapat menghasilkan produk dengan mutu tinggi.

16. *Domestic Sales Director*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab dalam kegiatan penjualan produk di dalam negeri.

17. *Product Development Director*

Merupakan pihak yang bertanggungjawab atas kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan produk, mulai dari menyusun ide, konsep, kemudian mengembangkannya, dan memasarkan produk baru hingga melakukan rebranding.

18. *Strategic Planning Director*

Merupakan pihak yang bertanggungjawab menyusun dan menciptakan strategi pemasaran .

19. *Intl Sales Director*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab atas semua kegiatan penjualan produk secara keseluruhan

20. *Finance Accounting Director*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab merencanakan, mengembangkan serta mengawasi semua kegiatan yang berhubungan dengan keuangan dan akuntansi di Perseroan.

21. *Management Planning*

Bertugas membuat perencanaan anggaran untuk kegiatan usaha secara teratur dan selaras sesuai dengan arah pengembangan bisnis perusahaan.

22. *General Affair*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab untuk mengurus hal-hal berkaitan dengan kegiatan operasional perseroan serta memastikannya berjalan sesuai dengan semestinya.

23. *Human Resources Development (HRD)*

Merupakan pihak yang bertanggung jawab dan bertugas mengelola sumber daya manusia di perseroan.

2.1.5 Produk Pixy

Pixy merupakan produk kosmetik yang dibuat dengan standarisasi kualitas serta teknologi modern dari Jepang. Produk Pixy dirancang sesuai dengan kulit wanita Asia termasuk Indonesia. Produk Pixy juga sudah dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Sampai saat ini Pixy terus berinovasi dan selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan kecantikan. Berikut adalah jenis-jenis produk kosmetik Pixy yang tersebar di seluruh Indonesia:

1. *Pixy Series*

Merupakan rangkaian dari beberapa jenis produk Pixy, terdapat tiga jenis series yang ditawarkan, yakni:

- a. *Pixy 4 Beauty Benefits*, ialah rangkaian produk *base make up* yang memiliki empat manfaat untuk kulit.

Gambar 2.3
Pixy 4 Beauty Benefits



Sumber: Pixy.co.id

- b. *Pixy Make It Glow*, merupakan rangkaian produk make up terbaru dari Pixy yang memberikan tampilan *makeup glowing, stylish, dan stand out*.

Gambar 2.4
Pixy Make It Glow



Sumber: pixy.co.id

- c. *Pixy White Aqua*, merupakan rangkaian produk *skin care* Pixy yang dipercaya memiliki banyak manfaat bagi kulit.

Gambar 2.5
Pixy White Aqua



Sumber: pixy.co.id

2. *Base Make Up*

Pixy memiliki berbagai jenis *base make up*, diantaranya adalah:

1) *Primer*

Pixy Make It Glow Beauty Skin Primer, merupakan primer yang berformula ringan dan mudah diratakan. Berfungsi untuk menutupi ketidak sempurnaan pada kulit, seperti tidak meratanya warna kulit dan noda hitam di wajah. Sehingga menjadikan hasil make up lebih sempurna serta tahan lama.

Gambar 2.6
Pixy Make It Glow Beauty Skin Primer



Sumber: pixy.co.id

2) *Foundation*

Pixy memiliki lima jenis *foundation*, yaitu *Pixy UVW Concealing Base*, *Pixy UVW BB Cream*, *Pixy UVW Stay Last Serum Foundation*, *Pixy Make It Glow Dewi Cushion*, *Pixy Make It Glow BB Cream To Powder*.

Pada dasarnya semua jenis *foundation* ini memiliki manfaat yang sama, yakni dapat menutupi ketidak sempurnaan pada kulit wajah dan menjadikan hasil *make up* tampak lebih cerah. Yang membedakannya adalah pada tingkat *coverage* yang diberikan.

Gambar 2.7
Pixy Foundation



Sumber: pixy.co.id

3) *Powder/ Bedak*

Bedak Pixy memiliki rangkaian formula yang halus dan ringan sehingga dapat membuat hasil *make up* tampak lebih natural serta tahan lama.

Bedak Pixy juga memiliki banyak varian yang bisa dipilih sesuai dengan jenis dan warna kulit.

Gambar 2.8
Pixy Powder



Sumber: pixy.co.id

3. *Decorative*

1) *Pixy Eye Make Up*

Merupakan produk riasan mata dari Pixy yang memberikan berbagai *look* sesuai dengan kebutuhan. Terdapat 4 jenis produk riasan mata yang ditawarkan Pixy, yakni *Eye shadow*, *Eye liner*, *Eye Brow*, dan *Mascara*.

Gambar 2.9
Pixy Eye Make Up



Sumber: pixy.co.id

2) *Pixy Lips Make Up*

Merupakan produk riasan bibir dari Pixy yang memiliki tekstur lembut, formula ringan, *creamy* serta tahan lama. Terdapat tujuh jenis riasan mata yang ditawarkan Pixy, yakni *Lip Conditioner*, *Lip Cream*, *Get*

Inked, Silky Fit, Tint Me, Matte In Love, Make It Glow Crayontte. Selain itu, ketujuh jenis lips ini memiliki berbagai shadow yang dapat dipilih sesuai dengan warna yang diinginkan.

Gambar 2.10
Pixy lips Make Up

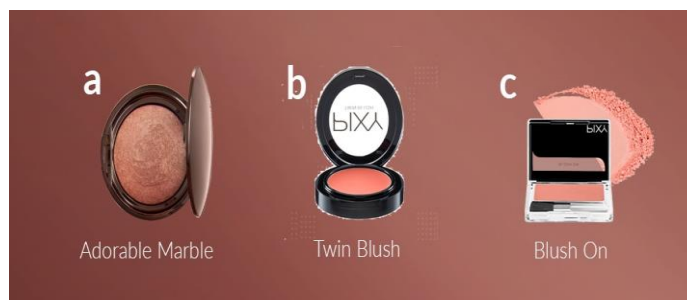


Sumber: pixy.co.id

3) *Pixy Cheek Make Up*

Merupakan produk riasan pipi dari Pixy yang memiliki tekstur lembut, formula ringan, warna yang intens dan mudah diaplikasikan sehingga memberikan tampilan natural serta merona pada pipi. Terdapat empat jenis riasan pipi yang ditawarkan Pixy, yakni *Twin Blush*, *Blush On*, *Highlight & Shading Perfect Face Shape*, dan *Make It Glow Adorable Marble*.

Gambar 2.11
Pixy Cheek Make Up



Sumber: Pixy.co.id

4. *Skin Care*

1) *Make Up Cleanser*

Merupakan produk Pixy yang dapat membersihkan wajah dari sisa make up, kotoran, maupun minyak berlebih, tanpa membuat kulit terasa kering. Terdapat tujuh jenis make up cleanser yang ditawarkan oleh Pixy, diantaranya adalah *Eye& Lip Make Up Remover, Cleansing Express Brightening, Cleansing Express Anti Acne, Milk Cleanser Brightening, Fresh Toner Brightening, White Aqua Micelloil Cleansing Water Speed Remove, White Aqua Micelloil Cleansing Water Smooth Pore.*

Gambar 2.12
Pixy Make Up Cleanser



Sumber: Pixy.co.id

2) *Facial Wash*

Merupakan produk sabun wajah dari Pixy yang dapat membersihkan wajah dari kotoran, debu maupun minyak berlebih, tanpa membuat kulit terasa kering. Selain itu, rangkaian produk ini juga bermanfaat untuk memberikan kulit terasa lembab dan halus. Terdapat beberapa jenis *facial wash* yang ditawarkan Pixy, antara lain *Pixy Facial Scrub Dull Off*

Polish, Pixy Facial Foam Anti Acne, Facial Foam Brightening, White Aqua Pore Cleanse Micellar Foam.

Gambar 2.13
Pixy Facial Wash



Sumber: pixy.co.id

3) *Moisturizer*

Pixy Moisturizer merupakan produk pelembab wajah yang bermanfaat menutupi noda hitam serta dapat menjadikan kulit tampak lebih cerah tanpa membuatnya menjadi lengket. Terdapat beberapa jenis *moisturizer* dari Pixy, yakni *Pixy Day Moisturizing Cream Whitening, Pixy Radiant Finish Lightening Cream Complete Barrier, Pixy Radiant Finish Lightening Cream Complete Spotcare Beauty, Pixy White Aqua Brightening Moisturizer, Pixy White Aqua Brightening Sleeping Mask.*

Gambar 2.14
Pixy Moisturizer



Sumber: pixy.co.id

4) *Face Mist*

Pixy Aqua Beauty Protecting mist memiliki formula yang ringan serta tidak lengket. Berfungsi untuk melembabkan, menyejukan, dan menjadikan hasil *make up* dapat bertahan lama.

Gambar 2.15
Pixy Face Mist



Sumber : pixy.co.id

5) *Mask*

Pixy mask merupakan serum dalam bentuk *sheet mask* yang diproduksi menggunakan bahan-bahan alami, memiliki tekstur lembut sehingga nyaman digunakan untuk kulit. Berfungsi membantu merawat kulit, mengangkat minyak dan kotoran serta dapat menjadikan kulit lebih cerah. Terdapat dua jenis produk, yaitu *Pixy White Aqua Serum Sheet Mask Pure Bright* dan *Pixy White Aqua Serum Sheet Mask Revitalize*.

Gambar 2.16
Pixy Mask



Sumber : pixy.co.id

6) *Skin Booster*

Pixy memiliki dua jenis produk *skin booster*, yakni *Pixy White Aqua Hydra Moist Essence* dan *Pixy White Aqua Concentrated Brightening Serum*. Berfungsi untuk memmperkuat serta memperbaiki metabolisme kulit secara mendalam, melembabkan dan mencerahkan kulit.

Gambar 2.17
Pixy Skin Booster



Sumber : pixy.co.id

5. *Wellness*

Wellness merupakan rangkaian produk pixy yang dapat membantu melembabkan kulit serta menjaga kondisi kulit dan menjadikannya lebih sehat. Terdapat tiga jenis produk *wellness* yang ditawarkan oleh Pixy, yakni *Pixy Aqua Protection Hydra Shot Hand Mist*, *Pixy Aqua Protection Hydra active Hand Gel*, *Pixy Aqua Protection Hydra Shield Body & Hair Mist*, dan *Pixy Aqua Protection Hydra Rich Body & Hand Lotion*.

Gambar 2.18
Pixy Wellness Product



Sumber : pixy.co.id

2.2 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk melihat situasi maupun latar belakang responden yang dijadikan sebagai sampel. Identitas responden dijabarkan dengan cara pengelompokan berdasarkan usia, jenis pekerjaan, jenis kelamin dan lama penggunaan kosmetik Pixy. Dalam kajian ini, total seluruh responden yang akan diteliti adalah 100 orang. Pemilihan responden menggunakan beberapa syarat tertentu, yaitu sebagai berikut:

1. Berusia 20- 35 Tahun.
2. Membeli dan menggunakan kosmetik Pixy satu tahun terakhir.
3. Bertempat tinggal tetap/ sementara di Kota Semarang.
4. Menggunakan e-WOM sebagai referensi pengambilan keputusan pembelian.

Pengisian kuesioner penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan secara *online* melalui *Google Form*. Berlandaskan jawaban dari pertanyaan yang ada pada kuesioner, didapatkan data terkait identitas responden berupa jenis usia, jenis pekerjaan, jenis kelamin lama penggunaan kosmetik Pixy, penggunaan kosmetik

lain selain merek Pixy, dan persepsi responden mengenai variabel citra merek, variabel *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) serta variabel keputusan pembelian. Dengan melihat data tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran terkait pengaruh citra merek dan *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian.

2.2.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat menjadi faktor yang memberikan pengaruh terhadap pemikiran seseorang dalam menentukan sikap dan pengambilan suatu keputusan. Pada kajian ini, peneliti akan meneliti responden yang berusia 20 – 35 tahun, yaitu selaras dengan penetapan kriteria responden pada *purposive sampling*. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2.1
Usia Respondn

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Presentase (100%)
1.	20-23 Tahun	76	76
2.	24-27 Tahun	18	18
3	28-31 Tahun	4	4
4	32-35 Tahun	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berlandaskan Tabel 2.1 diketahui bahwasanya mayoritas usia responden ialah usia 20 sampai 23 tahun yaitu terdapat 76%. Sedangkan usia responden paling sedikit adalah berusia 32-35 tahun, yaitu sebanyak 2%. Dalam penelitian

ini, seluruh responden berusia produktif (15 sampai 64 tahun) dimana usia paling muda ialah 20 tahun dan usia paling tua 35 tahun.

2.2.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimaksud dalam kuesioner ini merupakan jenis pekerjaan yang sedang dijalani responden, baik pekerjaan utama dengan memperoleh penghasilan tetap, maupun status responden yang menunjukkan kegiatan sehari-hari yang dilakukan saat ini, misalnya sebagai pelajar atau mahasiswa. Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis pekerjaan.

Tabel 2.2
Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (100%)
1.	Pelajar/ Mahasiswa	75	75
2.	Wiraswasta/Wirausaha	12	12
3	Karyawan Swasta	10	10
4	Perawat	1	1
5	Ibu Rumah Tangga	2	2
6	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berlandaskan Tabel 2.2 didapatkan hasil yaitu mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, sebesar 75%. Selanjutnya responden dengan pekerjaan wairaswasta/ wirausaha, sebesar 12%. Sedangkan pekerjaan responden yang menjadi karyawan swasta sebanyak 10%, responden yang bekerja sebagai perawat sebesar 1%, dan Ibu Rumah Tangga (IRT) sebesar 2%.

2.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pixy merupakan produk kosmetik yang banyak dikonsumsi dan digunakan oleh perempuan. Dalam hal ini jenis kelamin menjadi suatu hal yang dapat membentuk perilaku seseorang ketika membeli produk kosmetik Pixy. Pada penelitian kali ini seluruh responden berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah 100 orang (100%). Hal ini dapat menunjukkan bahwa segmentasi kosmetik Pixy hanya diperuntukan bagi para perempuan saja.

2.2.4 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Pixy

Responden berdasarkan lama menggunakan Pixy yang dimaksud pada kuesioner ini adalah pelanggan yang tetap menggunakan dan membeli kembali produk kosmetik pixy untuk memenuhi kebutuhan kecantikannya. Berikut merupakan data responden berdasarkan lama menggunakan Pixy.

Tabel 2.3
Lama Menggunakan Pixy

No	Lama Menggunakan Pixy	Frekuensi	Presentase (100%)
1.	< 1 Tahun	33	33
2.	1-3 Tahun	59	59
3	> 3 Tahun	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: *Data primer yang diolah, 2021*

Berlandaskan Tabel 2.3 didapatkan hasil bahwasannya responden yang memakai kosmetik Pixy selama kurang dari satu tahun, berjumlah 33 orang (33%). Sedangkan responden yang menggunakan kosmetik Pixy selama satu

sampai tiga tahun, berjumlah 59 orang (59%). Dan responden yang menggunakan kosmetik Pixy selama lebih dari tiga tahun, sebanyak delapan orang (8%).

2.2.5 Responden yang Menggunakan Kosmetik Lain Selain Pixy

Perempuan seringkali mencoba berbagai merek kosmetik untuk membandingkan kualitas produk. Mereka berupaya mencari produk kosmetik yang dapat memberikan hasil maksimal dalam memenuhi kebutuhan kecantikannya. Pada penelitian ini, terdapat 100 responden (100%) yang menggunakan kosmetik lain selain Pixy. Hal ini berarti seluruh responden tidak hanya menggunakan kosmetik merek Pixy, melainkan juga menggunakan merek lain untuk memenuhi kebutuhan kecantikannya. Merek kosmetik lain yang digunakan diantaranya adalah Wardah, Emina, Maybelline, Make Over, Viva, Purbasari, You Make Up, Sari Ayu, Marcks, Lo'real, latulip, dan lain-lain.