

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Sejarah Perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation

Wardah merupakan salah satu merek kosmetik yang ada tanah air atau bisa dikatakan bahwa Wardah merupakan asli buatan lokal Indonesia yang di produksi oleh PT. Pustaka Tradisi Ibu yang telah berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation (PTI) pada tahun 2011. Perusahaan tersebut bergerak di bidang kosmetika didirikan oleh pasangan suami-isteri yang bernama Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985. Produk yang pertama kali di produksi oleh PT Paragon Technology and Innovation adalah produk perawatan rambut. Pada tahun 1987, perusahaan memproduksi produk perawatan rambut dengan merek Ega pemasaran yang dilakukan hanya secara personal saja. Kemudian dari waktu ke waktu lahirlah produk Putri yang sampai sekarang masih diproduksi.

Tahun 1985-1990, PTI mengalami perkembangan yang cukup pesat. Produknya mulai menyebar dan bersaing dengan produk-produk lama yang sudah terkenal di mata konsumen. Seiring dengan perkembangan perusahaan, pada Desember tahun 1990, PTI mendirikan pabrik produksi di Kawasan Industri Cibodas Tangerang. Dengan didirikannya pabrik baru yang diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi. Pada tahun 1995, PTI kedatangan santri-santri dari pesantren Hidayatullah yang menginginkan PTI memproduksi kosmetika yang berlandaskan syariat dan bernafaskan Islami. Adanya permintaan dari santri-santri tersebut kemudian lahirlah produk Wardah dengan positioning kosmetik halal dan aman. Dikatakan halal karena produknya telah memiliki sertifikat halal dari LP

POM MUI, dan aman karena memakai bahan baku bermutu tinggi dan telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan. Pada tahun 1995, Wardah masih belum bisa berkembang dikarenakan manajemennya masih kurang baik. Pada tahun 1996, PTI kembali mencoba mengembangkan Wardah. Sejak itu penjualannya mulai menanjak dan PTI memasuki pasar tata rias.

Tahun 1999-2003, PTI mengalami perkembangan kedua. Penjualan Wardah pada masa tersebut melonjak pesat. Pada tahun 2002-2003 PTI mulai memodernisasi perusahaannya. Wardah telah memasuki retail yang memerlukan perubahan dari segi internal. Selain telah memasuki retail, Wardah juga melakukan promosi dengan melakukan periklanan/advertising di berbagai media untuk mengenalkan produk-produknya ke pasar sasaran. Pada tahun 2005, PTI sudah menerapkan Good Manufacturing Practice (GMP) dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB). Pada tahun 2007, produk range kosmetik Wardah semakin lengkap. Dari tahun ke tahun perkembangan Wardah semakin meningkat. Di tengah banyaknya persaingan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kosmetika, diperlukan adanya semacam inovasi terhadap produk-produknya untuk menarik minat konsumen. Sehingga pada tahun 2009, Wardah re-launch dengan kemasan baru (Wardah New Look). Tahun 2009 hingga tahun 2013 merupakan tahun-tahun keemasan bagi Wardah kosmetik. Pada tahun 2011, Wardah menerima Halal Award 2011 untuk kategori Brand Kosmetik Halal. Tidak hanya itu, Wardah juga mengikuti Halal & Healthy Products Fair di CNR Expo, Istanbul – Turki. Pada tahun 2011 ini juga, Store Wardah pertama dibuka di fX Sudirman, Jakarta. Selain keberhasilan-keberhasilan yang telah diraih di atas, Wardah mendapatkan

penghargaan The 2nd Indonesia Original Brand (IOB) 2011 versi majalah SWA. Pada tahun 2012, Wardah kembali meraih penghargaan The 1st Indonesia Original Brand tahun 2012 versi Majalah SWA. Pada tahun 2012 ini pula , Wardah membuka outlet sekaligus Store Wardah pertama di Malaysia. Pada tahun 2013, Wardah sudah membuka 22.000 outlet di Indonesia dan Malaysia. Wardah juga menjadi The 1st local brand dengan penjualan tertinggi di Matahari Dept. Store dan menduduki ranking 3 dari seluruh brand (lokal dan global). Pada tahun 2010 PTI meluncurkan produk brand Make Over, pada tahun 2015 PTI juga meluncurkan produk brand Emina dan IX dengan unggulan dari masing-masing produk sehingga segmen yang mereka targetkan pun berbeda.

2.1.1 Bidang Usaha PT Paragon Technology and Innovation

Jantung PT Paragon Technology and Innovation sebagai perusahaan manufaktur kosmetik terbesar di Indonesia adalah produksi. Untuk menghasilkan produk-produk berkualitas melalui proses produksi yang baik, tim Produksi Paragon bersama Human Capital Management selalu berkomitmen untuk selalu membangun SDM yang berkualitas. Hal tersebut diwujudkan melalui beberapa program pengembangan seperti pelatihan soft skill untuk seluruh level, program sumbang saran sebagai alat penggerak roda improvement, pengaplikasian Quality in Process Culture, dan Multi Skill Development Program.

Kualitas produksi di PT Paragon Technology and Innovation tidak hanya dilihat dari produk yang dihasilkan, tetapi dari proses yang dijalani. Dengan penerapan Quality in Process Culture, tim Produksi berprinsip untuk terus menjaga kualitas dan standar dari satu proses ke proses berikutnya. Selain itu, melalui Multi Skill

Development Program, skill setiap personel dibentuk agar terstandardisasi dengan baik. Dengan dibekali kemampuan fleksibilitas yang tinggi, secara langsung akan meningkatkan keahlian teknis personel Produksi.

2.1.2 Jenis Produk Wardah Kosmetik

Wardah kosmetik sudah berdiri selama 23 tahun dan selalu melakukan inovasi dan variasi produk sesuai kebutuhan konsumen dengan mengunggulkan halal dan keamanannya bagi konsumen yang menggunakan Wardah kosmetik. Wardah kosmetik memiliki 13 produk kosmetik make up memiliki kegunaan dan kemasan yang berbeda-beda.



Gambar 2. 1 Mascara Wardah

Sumber : www.paragon-innovation.com/about-paragonn

Tim RnD PT Paragon Technology and Innovation berinovasi dengan mengembangkan formula-formula baru demi menghasilkan produk yang berkualitas, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang bersaing dengan produk-produk di pasaran.

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh tim RnD adalah maskara Halal dari Wardah. Tim RnD PT Paragon Technology and Innovation berhasil menjawab kebutuhan perempuan muslim yang ingin tampil cantik tapi tetap dapat digunakan untuk beribadah dengan nyaman. Mengingat seorang muslimah berkewajiban untuk menjalankan sholat lima waktu dan salah satu syarat sah sholat adalah berwudhu yang mewajibkan seorang muslimah harus membasuh muka. Dalam uji laboratorium LPPOM MUI, produk maskara Wardah diakui bisa tembus air. Produk ini memang tidak mudah larut oleh air, tetapi tetap bisa ditembus air seperti halnya tinta pemilu yang sudah bersertifikat halal. Berdasarkan pengujian auditor LPPOM MUI tersebut, Komisi Fatwa MUI sepakat meloloskan sertifikat halal untuk maskara Wardah ini. Standar produksi PT Paragon Technology and Innovation adalah kepastian halal dari LPPOM MUI sebelum produk diproduksi. Maskara ini terdiri dari dua jenis yaitu Wardah EyeXpert Aqua Lash yang memberikan efek bulu mata menjadi lebih panjang dan lentik serta mudah dibersihkan. Selain itu ada juga Wardah EyeXpert Perfect Curl Mascara yang memberikan efek lebih lentik, panjang, dan tebal pada bulu mata yang lebih tahan lama.



Gambar 2. 2 Produk Lipstik Wardah

Sumber: www.paragon-innovation.com/about-paragon2018

Wardah kosmetik memiliki varian produk lipstik yang tunjukan kepada beberapa segmen baik dari remaja sampai pada wanita dewasa. Produk lipstik Wardah kosmetik memiliki tiga jenis. Produk Lipstik *Long Lasting* dari Wardah mengandung formulasi minyak jojoba, vitamin E dan squalene, sehingga membuat lipstik tahan sampai 8 jam bibir pun tetap lembab dengan sentuhan akhir *matte*. Produk Lipstik *Matte* memiliki tekstur yang lembut sehingga menjaga kelembaban bibirdan *matte finish*-nya membuat lipstik terlihat alami dan tidak terkesan terlalu tebal, tersedia banyak pilihan warna lipstik mulai dari warna Rosy hingga Velvety Brown. Produk Lipstik *Exlusive* memiliki formulasi yang sama dengan produk Wardah *Long Lasting* sehingga dapat mempercantik bibir dan membuat lebih segar dengan tingginya kandungan *oil* memberi hasil akhir yang *glossy*.



Exclusive Liquid Foundation

Gambar 2. 3 Produk Foundation Liquid Wardah

Sumber: www.paragon-innovation.com/about-paragon

Wardah Exclusive Liquid Foundation adalah salah satu foundation terbaik Wardah yang bertekstur cair. Foundation mengandung perlindungan UV dan agen teknologi soft focus yang membantu menutupi gari-garis halus pada kulit dan juga dapat menyamarkan bintik-bintik hitam serta bekas jerawat. Kandungan yang dimiliki minyak Absorber, Pearl Extract, Vitamin E, dan Macademia Oil membuat kulit bebas minyak, lembab, cocok untuk kulit normal maupun berminyak. Tersedia dalam 5 warna yaitu Beige, Sheer Pink, Sandy Beige, Natural, and Coffee Beige



Gambar 2. 4 Produk BB Cream, DD Cream, dan Bedak Padat Wardah

Sumber: www.paragon-innovation.com/about-paragon2018

Wardah BB Lightening Beauty Balm Cream memiliki tekstur yang kental bermanfaat untuk jenis kulit yang kering dan kasar karena dapat menahan wajah berminyak, kemampuan dari coverage lebih lama dan menyeluruh, kandungan SPF 32 PA +++ yang dapat mencerahkan kulit, dapat melembabkan kulit, dan aman saat digunakan. Produk DD Cream Wardah memiliki tekstur yang lembut nyaman di kulit dengan kombinasi antara tabir surya, antioksidan, dan lightening agar kulit lebih bercahaya dan membantu melawan penuaan dini. Produk Wardah Compact Powder memiliki partikel yang halus, ringan, dan aman digunakan pada wajah Moeslemates yang normal, kering, dan cenderung berminyak atau kombinasi, tersedia 4 pilihan warna yaitu Light Beige, Beige, Ivory, da Natural.



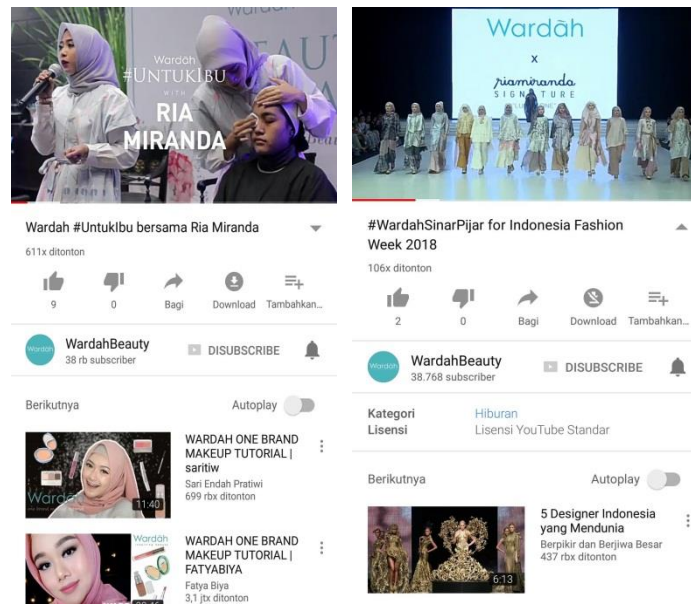
Gambar 2. 5 Produk Eyeliner Wardah

Sumber: www.paragon-innovation.com/about-paragon2018

Beberapa produk unggulan Wardah yang di tawarkan tentu sudah tidak asing lagi di telinga para konsumennya. Wardah tampil dengan suguhan produk yang mengutamakan keamanan dan kualitas. Produk tidak hanya terbuat dari bahan alami tetapi juga halal digunakan sehari-hari. Jaminan keamanan dan kualitas itupun dihadirkan dalam eyeliner Wardah.

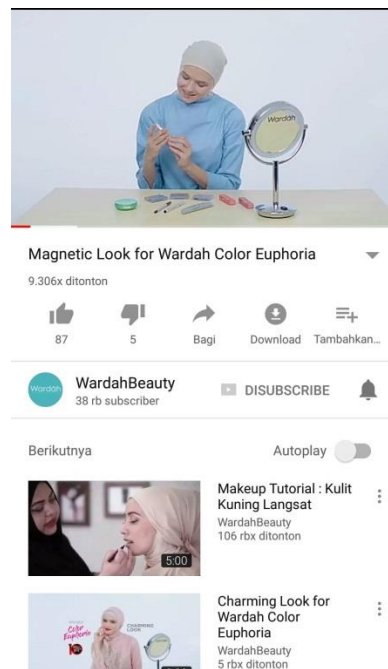
2.1.3 Chanel Iklan YouTube Wardah Kosmetik

Wardah kosmetik memiliki Chanel YouTube bernama Wardah Beauty, yang digunakan sebagai media pemasaran. Berikut beberapa iklan yang dimiliki Wardah kosmetik:



Gambar 2. 6 Iklan Kegiatan Wardah Kosmetik

Chanel Wardah kosmetik memiliki jenis periklanan dengan melalui media digital di dalamnya terdapat kegiatan Wardah kosmetik seperti mengadakan kelas *Make Up* dan juga Wardah mengikuti Indonesia Fashion Week 2018.



Gambar 2. 7 Iklan Tutorial Makeup

Wardah kosmetik mempunyai iklan dalam konten tutorial *Make Up* dengan menggunakan artis dan dalam tutorial juga terdapat review produk agar konsumen mudah dalam mencari informasi mengenai kualitas produk Wardah kosmetik.



Gambar 2. 8 Iklan Wardah Shampoo Hair Fit Challenge

Wardah mengajak konsumennya untuk berpartisipasi dalam kegiatan Wardah salah satunya yaitu mengadakan Challenge kepada konsumennya untuk menggunakan Shampoo Hair Fit. Wardah memiliki konten Challenge tersebut diharapkan bahwa konsumen dapat mengenal dengan mudah bahwa produk Shampoo Hair Fit merupakan produk terbaru dari Wardah kosmetik yang menformulasikan shampoo untuk konsumen yang berhijab.



Gambar 2. 9 Iklan TV Commercial Wardah

Wardah memiliki konten TV Commercial Wardah yang di dalamnya memiliki serial cerita mengenai produk Wardah kosmetik

2.2 Profil Responden

Karakteristik responden yaitu konsumen perempuan menggunakan Wardah kosmetik yang berada di Kota Semarang ditinjau dari beberapa aspek. Aspek – aspek yang menjadi ukuran dari karakteristik responden dalam penelitian ini adalah dari aspek jenis kelamin, aspek usia, dan aspek pekerjaan.

2.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Objek penelitian yang akan di teliti yaitu perempuan pengguna Wardah kosmetik, sehingga jenis kelamin dalam penelitian ini yaitu 100% perempuan pengguna Wardah kosmetik

2.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Sasaran produk Wardah kosmetik merupakan kaum hawa yang sangat peduli akan penampilan terutama pada *make up* yang mereka gunakan. Dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa usia yang menggunakan Wardah kosmetik begitu beragam. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna Wardah kosmetik yaitu dengan usia 21 tahun dari 100 responden yang diteliti. Berikut hasil data dari survey peneliti :

Tabel 2. 1
Pegelompokan Respoden Berdasarkan Usia

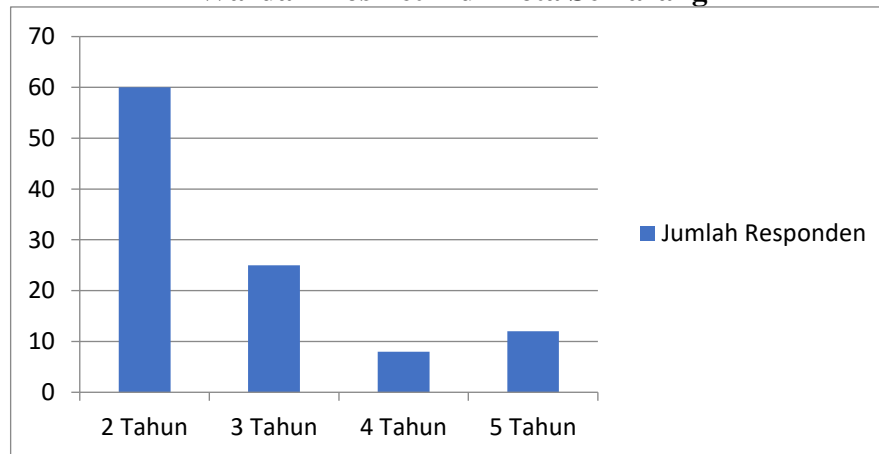
Usia	Jumlah Responden	Persentase
17-21	60	60%
22-25	36	36%
26-30	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

2.2.3 Waktu Pemakaian Produk Kosmetik Wardah

Waktu pemakaian produk Wardah kosmetik sangat dibutuhkan untuk membuktikan apakah konsumen Wardah kosmetik benar-benar sudah puas pada produk Wardah kosmetik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Peneliti menentukan data dalam penelitian ini kepada konsumen yang benar-benar sudah puas pada produk Wardah kosmetik yaitu konsumen yang sudah menggunakan Wardah kosmetik minimal 2 tahun dan masih menggunakannya. Dari hasil survey data yang didapatkan meruapakan semua konsumen Wardah kosmetik yang sudah lebih menggunakan dari 2 tahun.

Tabel 2. 2
Pengelompokan Responden Berdasarkan Waktu Pemakaian Produk
Wardah Kosmetik di Kota Semarang



Sumber : Data primer yang diolah, 2018

2.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh seseorang demi mendapatkan imbalan baik berupa uang maupun jabatan. Setiap responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Berikut ini data mengenai pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 2. 3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar	25 orang	25
2	Mahasiswa	54 orang	54
3	Wiraswasta	17 orang	17
4	Ibu Rumah Tangga	4 orang	4
Jumlah		100 orang	100