

***CORPORATE CULTURE* PADA PERDAGANGAN KOSMETIK DI KOTA PADANG**

Studi Kasus: Toko Kosmetik Miss Glam di Kota Padang

SKRIPSI

Oleh

TANTRI HURAINI ZAKIA

2110822021



Pembimbing

Prof. Dr. rer.soz. Nursyirwan Effendi

Dra. Yunarti, M.Hum

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2025

ABSTRAK

Tantri Huraini Zakia, NIM. 2110822021, Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas tahun 2025. Skripsi ini berjudul “*Corporate Culture* Pada Perdagangan Kosmetik di Kota Padang Studi Kasus: Toko Kosmetik Miss Glam di Kota Padang”

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana *corporate culture* atau budaya perusahaan diterapkan dalam praktik perdagangan kosmetik di Kota Padang. Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji bagaimana nilai-nilai, norma, serta kebiasaan yang ditanamkan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik, khususnya toko ritel Miss Glam dalam membentuk pola interaksi, strategi pelayanan, dan pengalaman konsumen. Budaya perusahaan dipandang sebagai faktor penting dalam menciptakan identitas usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kualitas pelayanan, citra merek, serta nilai-nilai sosial dan religius yang diakui oleh masyarakat lokal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan kepala toko, konsumen, serta pemilik Toko Miss Glam, dan dokumentasi kegiatan operasional toko. Lokasi yang menjadi fokus kajian adalah toko Miss Glam yang ada di Kota Padang, yang dikenal sebagai salah satu ritel kosmetik yang mengedepankan pelayanan ramah, estetika ruang yang menarik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya perusahaan dalam perdagangan kosmetik di Kota Padang tidak hanya terbentuk dari struktur organisasi formal, tetapi juga dari nilai-nilai lokal yang hidup dalam masyarakat, seperti keramahan, sopan santun, dan kepercayaan. *Corporate culture* yang mengedepankan nilai religius, kepedulian sosial, serta estetika pelayanan terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing usaha. Budaya ini tidak hanya membentuk citra positif perusahaan, tetapi juga memperluas fungsi toko sebagai simbol gaya hidup.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *corporate culture* memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika perdagangan kosmetik di Kota Padang. Budaya perusahaan yang kuat, selaras dengan nilai-nilai dan kepercayaan serta kebutuhan konsumen, menjadi salah satu kunci utama dalam menciptakan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin kompetitif.

Kata kunci: *Corporate culture*, Kosmetik, Miss Glam

ABSTRACT

Tantri Huraini Zakia, Student ID 2110822021, Department of Social Anthropology, Faculty of Social and Political Sciences, University of Andalas in 2025. This Thesis is entitled “Corporate Culture in the Cosmetics Trade in Padang City, Case Study: Of the Miss Glam Cosmetics Store in Padang City”

This study aims to describe how corporate culture is applied in cosmetics trading practices in Padang City. The main focus of this study is to examine how the values, norms, and habits instilled by cosmetics companies, especially Miss Glam retail stores, shape interaction patterns, service strategies, and consumer experiences. Corporate culture is seen as an important factor in creating a business identity that is not only oriented towards profit, but also on service quality, brand image, and social and religious values recognized by the local community.

This research employed a qualitative method with a case study approach. Data were obtained through direct observation, interviews with store managers, customers, and the owner of Miss Glam, and documentation of store operations. The focus of the research was the Miss Glam store in Padang City, known as a cosmetics retailer that prioritizes friendly service and attractive aesthetics.

The research results show that corporate culture in the cosmetics trade in Padang City is formed not only by formal organizational structures but also by local values embedded in the community, such as friendliness, courtesy, and trust. A corporate culture that prioritizes religious values, social awareness, and aesthetic service has been proven to increase customer loyalty and strengthen business competitiveness. This culture not only builds a positive corporate image but also expands the store's function as lifestyle symbol.

Thus, it can be concluded that corporate culture plays a central role in shaping the dynamics of the cosmetics trade in Padang City. A strong corporate culture, aligned with consumer values, beliefs, and needs, is a key factor in ensuring business sustainability amidst the increasingly competitive beauty industry.

Keywords: Corporate culture, Cosmetics, Miss Glam