

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN UNIQLO

#### 2.1 UNIQLO

##### 2.1.1 Sejarah Singkat Uniqlo

Uniqlo didirikan oleh Tadashi Yanai yang mana ia merupakan anak dari seorang direktur utama *Fast Retailing*. Tadashi Yanai pada Maret 1949 membuka toko pakaian pria Ogori Shoji. Tadashi Yanai mengambil alih kepemimpinan perusahaan pada tahun 1984, ia juga membuka toko pertama Uniqlo yaitu Bernama toko pakaian *Unique Clothing Warehouse* di Kota Hiroshima. Toko Uniqlo memiliki perkembangan yang cukup pesat selama beberapa tahun pertama sehingga toko Uniqlo terus bertambah terutama di Jepang Barat, Yanai lalu mengganti nama perusahaan dari *Ogori Shoji* menjadi *Fast Retailing* pada September 1991.

*Fast Retailing* membuka kantor pusatnya di Tokyo pada tahun 1996 dengan tujuan memperkuat perencanaan produksi griaan. Tilik balik pada Oktober 1998 setelah sweter Uniqlo dari bahan sintetis *fleece* laku sebanyak 2 juta helai. Dari tahun ketahun produk Uniqlo semakin laris terjual pada tahun 1999 Uniqlo mampu menjual sebanyak 8,5 juta helai pakaian dan meningkat menjadi 26 juta helai seiring dengan populernya merek Uniqlo. Pada Tahun 1998 Uniqlo membuka toko di Harajuku yang merupakan pusat busana anak muda di Tokyo. pada rantai satu toko ini dipajang seter *fleence* dengan berbagai macam pilihan warna tetapi tidak ada modenya, tetpi Uniqlo sukses membuatnya menjadi pakaian trendi. Pada tahun

1998 seter Uniqlo hanya ada 15 pilihan warna namun pada tahun 2000 bertambah menjadi 61 pilihan warna.

Maret 2006 Fast Retailing mendirikan G.U. Co, Ltd., perusahaan yang mengembangkan busana kasual berharga murah g.u . Uniqlo melakukan ekspansi keluar Jepang dengan membuka kantor Uniqlo di Shanghai pada bulan April 1999. Toko Pertama di luar Jepang adalah toko Uniqlo London tang dibuka tahun 2001 dan setelah seiringnya berjalannya waktu Uniqlo mulai membuka cabangnya di negar negara besar. Di Indonesia sendiri Uniqlo pertama kali masuk di Ciputra World Jakarta. Uniqlo memiliki perkembangan yang pesat di Indonesia dan diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia, hingga saat ini di Indonesia sendiri Uniqlo memiliki 50 toko di kota kota besar di Indonesia.

### **2.1.2 Sejarah Uniqlo Di Outlet Dp Mall Kota Semarang**

Di Indonesia Uniqlo pertama kali dibuka pada tanggal 22 Juni 2013 dengan toko pertamanya di Lotte Mall, Ciputra qorld 1 Jakarta Selatan. Setelah itu Uniqlo dibuka di Bandung pada 19 Mei 2017 di 23 Paskal *Shooping Center*. Setelah itu Uniqlo membuka lagi outlet di Kota Kota besar seperti Medan Surabaya dan Kota Kota besar lainnya. Hingga pada saat ini Uniqlo telah memiliki 73 toko yang sudah dibuka di 27 kota besar di Indonesia. Pada Tanggal 25 Oktober 2019 Uniqlo membuka Outlet pertamanya di Kota Semarang yaitu yang berlokasi di DP Mall Kota Semarang. Dimana Uniqlo DP Mall Kota Semarang berdiri diatas tanah seluas 2.366 meter persegi. Outlet Uniqlo DP Mall Kota Semarang merupakan outlet ke 31 Uniqlo di seluruh Indonesia

## 2.1.2 Visi Dan Misi

### 2.1.2.1 Visi

Membuka kekuatan pakaian dengan fokus pada produk, rantai pasok, karyawan, toko dan komunitas, Uniqlo akan mengubah dunia menjadi lebih baik melalui bisnis nya

### 2.1.2.2 Misi

Uniqlo akan terus menyediakan pakaian santai dengan dasar yang modis, berkualitas tinggi dengan harga terendah di pasaran. Pakaian kasual yang dapat dipakai oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja, fokus pada pengoperasian dengan biaya rendah dan secara langsung menghubungkan produksi dan pemasaran dengan cara terpendek dan termurah. Menyediakan lingkungan tempat karyawan berstandar global sehingga dapat bekerja dengan senang hati

## 2.1.3 Logo Perusahaan Uniqlo



**Gambar 2. 1**

Sumber : <https://www.uniqlo.com/id/>

Logo UNIQLO dirancang oleh Kashiwa Sato perpaduan warna yang digunakan yaitu merah dan putih memiliki makna yang lebih dalam karena warna

merah dan putih sama dengan bendera Jepang, selain itu merah adalah warna semangat dan kekuatan. Font yang digunakan adalah Ciudadella Bold dan tambahan huruf kanji Jepang yang membuat unik. Penggunaan logo persegi karena bentuk persegi bersifat memunculkan citra stabilitas, keseimbangan, kekuatan, profesionalisme, efisiensi dan kualitas dalam logo. Mengingat Uniqlo perusahaan yang besar dan membutuhkan berbagai media iklan dengan desain logo yang simple tidak menjadi masalah dalam penerapan logo di berbagai bidang dan dapat diterapkan secara portrait maupun landscape. Logo seperti ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan kesan yang mudah diingat oleh semua pihak dan menjadikan hal yang unik sehingga logo tersebut mampu menjadikan sebuah angan-angan disetiap orang karena bentuknya yang unik juga.

#### **2.1.4 Lokasi Uniqlo DP Mall Kota Semarang**

Lokasi Perusahaan adalah tempat perusahaan melakukan aktivitas perusahaan. Tempat yang strategis yang dapat mendukung aktivitas perusahaan dengan maksimal. Berikut adalah Lokasi Uniqlo :

Nama : Uniqlo

Lokasi : DP Mall Semarang, Jl. Pemuda No.150, Sekayu,  
Semarang

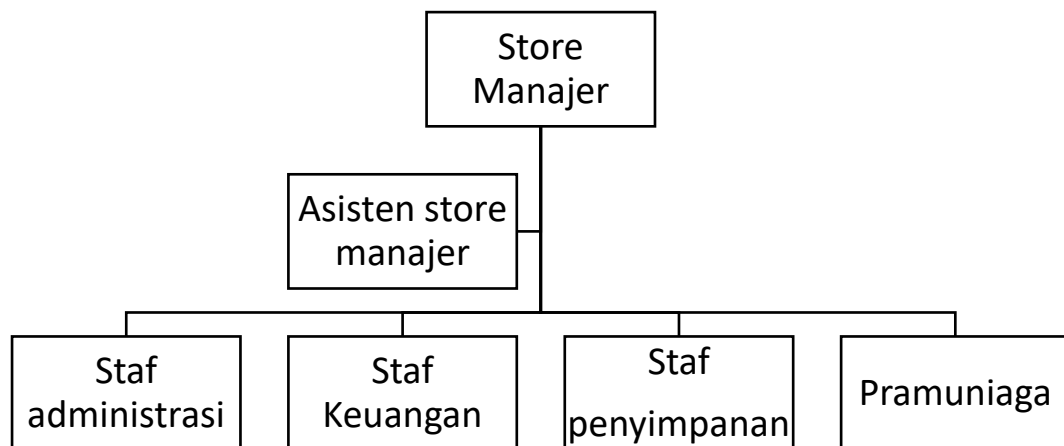
Tengah, Semarang , Jawa Tengah 50132

Jam Operasional : 10.00 – 22.00

Luas Outlet : 2.366 m<sup>2</sup>

### 2.1.5 Struktur Organisasi Uniqlo

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari PT. Fast Retailing Indonesia (UNIQLO):



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Outlet Uniqlo DP Mall Kota Semarang**

Keterangan :

1. Store Manajer :

- Memutuskan kebijakan yang ada di dalam store
- Bertanggung jawab dan menjalankan store
- Mengkoordinasi semua kegiatan yang ada di store

2. Asisten Store Manajer

- Membantu semua tugas store manajer

- Bertindak sebagai perpanjangan tangan store manajer, dan mewakili posisi dan keputusan store manajer dalam situasi tertentu

### 3. Staf Administrasi :

- Mengatur segala urusan surat menyurat dan administrasi store

### 4. Staf Keuangan :

- Mengatur uang masuk dan uang keluar store
- Menganalisa jumlah labar rugi store

### 5. Staf Penyimpanan :

- Mengatur barang masuk dan barang display di store
- Mengatur penyimpanan barang di store

### 6. Pramuniaga

- Membantu konsumen mencari barang di store

## **2.1.6 Sumber Daya Manusia Uniqlo Outlet DP Mall Kota Semarang**

Uniqlo memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak yaitu sebesar 60 orang yang terdiri dari 23 Karyawan laki laki dan 37 karyawan perempuan. Uniqlo memiliki 2 shift jam kerja yang pertama pada pukul 09.00 – 17.00 WIB dan 15.00 – 23.00 WIB.

## **2.1.7 Produk Uniqlo**

Uniqlo memiliki beberapa produk yang dijualnya diantara :

1. Pakaian Wanita, dimana pakaian ini Uniqlo menyediakan beberapa kategori yaitu mulai dari luaran, baju , kemeja , celana gaun, hingga pakaian dalam
2. Pakaian Pria, Uniqlo menjual beberapa produk untuk pakaian pria yaitu mulai dari luaran, kaos, kaos polo, sweter, celana pendek , celana Panjang dan juga pakian dalam dan pakaian olahraga.
3. Pakaian Anak, pada pakaian anak Uniqlo juga menawarkan mulai dari atasan , luaran , kaos, kemeja, gaun, celana panjang, celana pendek , sweter dan juga pakaian dalam
4. Pakaian Bayi, pada pakaian bayi Uniqlo menawarkan produk berupa atasan, legging, baju terusan , piyama , kaos kaki dan aksesoris untuk bayi.

## **2.2 Identitas Responden**

Identitas responden digunakan guna mencari tahu bagaimana kondisi atau latar belakang responden yang digunakan untuk sampel penelitian. Identitas responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia , jenis pekerjaan, jumlah pendapatan, dan jangka waktu menggunakan Uniqlo. Jumlah responden yang dibutuhkan adalah sebanyak 96 orang yang pernah membeli produk Uniqlo di Outlet DP Mall Kota Semarang. Sesuai dengan data yang telah diperoleh dari partisipan , berikut penjabaran lebih lanjut :

### 2.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pelanggan Uniqlo DP Mall Kota Semarang terdiri dari laki – laki dan perempuan. Terdapat 96 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, berikut adalah data responden menurut jenis kelamin :

**Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Laki – laki	60	62,5%
2.	Perempuan	36	37,5%
	Jumlah	96	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dijelaskan bahwa sebgaiian besar responden berjenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 62,5 % dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 37,5 % dari total responden sejumlah 96 orang. Dapat disimpulkan bahwa responden laki laki lebih banyak dibandingkan dengan responden bejenis kelamin perempuan.

### 2.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia responden dalam penelitian ini adalah responden dengan minimal usia 17 tahun. Hal ini bertujuan lebih relevan dengan topik penelitiannya dan untuk menghindari usia dibawahnya yang belum memahami konteks ini kuisisioner. Berikut data responden berdasarkan usia :

**Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	< 20 Tahun	55	57,3%
2	20 – 24	30	31,25%



<b>3</b>	25 – 29	10	10,4%
<b>4</b>	30 – 34	1	1,05%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa rentang usia < 20 tahun memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 55 orang dengan persentase sebesar 57,3 % dan persentase terendah yaitu pada rentang usia 30 – 34 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,05%

### 2.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

. Pendidikan juga mempengaruhi penghasilan seseorang yang mengakibatkan gaya hidup dan status sosial berubah. Berikut adalah Pendidikan terakhir responden dari pelanggan Uniqlo di Outlet DP Mall Kota Semarang

**Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>No.</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase</b>
<b>1.</b>	SMA	32	33,3 %
<b>2.</b>	Diploma	3	3,1%
<b>3.</b>	Sarjana	56	58,3%
<b>4.</b>	Pascasarjana(S2/S3)	5	5,2%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 2.3 diketahui bahwa Pendidikan terakhir responden pelanggan Uniqlo DP Mall Kota Semarang terbesar yaitu Sarjana dengan 58,3% dengan 56 orang responden.

### 2.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan dalam penelitian ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh responden sehari-hari, selain itu pekerjaan yang dilakukan oleh responden digunakan untuk mengetahui status responden. Adanya pengelompokan pekerjaan ini bertujuan untuk mengetahui jenis pekerjaan apa yang mendominasi sebagai pelanggan Uniqlo DP Mall Kota Semarang. Berikut data yang diperoleh :

**Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Pegawai Swasta	35	36,4%
2.	Pegawai Negeri	4	4,16%
3.	Wirausaha	13	13,5%
4.	TNI / POLRI	0	0%
5.	Mahasiswa	32	33,3%
6.	Pegawai BUMN/BUMD	12	12,5%
<b>JUMLAH</b>		96	100%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 2.4 diketahui bahwa responden dengan pekerjaan Mahasiswa memiliki jumlah terbesar sebagai pelanggan Uniqlo DP Mall Kota Semarang dengan jumlah 32 orang dan dengan persentase sebesar 33,3% dan paling sedikit sebesar 0% dengan pekerjaan TNI/Polri yaitu sebesar 0 orang.

### 2.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan upah atas hasil yang diperoleh seseorang atas pekerjaan yang ia lakukan supaya bisa memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Maksud pendapatan pada penelitian ini yaitu jumlah pendapatan yang diperoleh oleh responden selama satu bulan :

**Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan**

No.	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	≤ Rp.2.500.000	30	31,25%
2.	> Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000	42	43,75%
3.	> Rp.5.000.000 – Rp.7.500.000	11	11,45%
4.	> Rp.7.500.000 – Rp.10.000.000	12	12,5%
5.	≥ Rp.10.000.000	1	1,04%
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber Data Primer 2024

Berdasarkan pada tabel 2.5 diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli produk Uniqlo pada Outlet DP Mall Kota Semarang terbanyak yaitu pada orang dengan rentang penghasilan > Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000 dalam waktu sebulan dengan jumlah orang sebanyak 42 orang sedangkan konsumen Uniqlo dengan jumlah penghasilan ≥ Rp.10.000.000 sebanyak satu orang.

### 2.2.6 Responden Berdasarkan Rentang Waktu Menggunakan Uniqlo

Data yang memuat rentang waktu berlangganan memiliki tujuan untuk mengetahui berapa lama responden menggunakan atau membeli produk Uniqlo. Berikut data yang menunjukkan rentang waktu responden menggunakan Uniqlo

**Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Rentang Waktu**

No.	Rentang Waktu Menggunakan Uniqlo	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	< 3 bulan	12	12,5%
2.	3 – 6 bulan	17	17,7%
3.	> 6 – 9 bulan	12	12,5%
4.	. 9 – 1 tahun	6	6,25%
5.	> 1 tahun	49	51,05%
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan pada table 2.6 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan produk Uniqlo yaitu terbanyak dengan jumlah 49 orang dengan

persentase 51,05 dengan rentang waktu >1 tahun dan paling kecil. yaitu dengan jumlah 6 orang pada rentang waktu 9 – 1 tahun dengan persentase 6,25%

### 2.2.7 Responden Berdasarkan Pembelian Uniqlo dalam 1 Tahun Terakhir

Data yang menunjukkan pembelian Uniqlo di Outlet DP Mall Semarang untuk mengetahui jumlah transaksi yang dilakukan oleh responden dalam 1 tahun terakhir, berikut datanya :

**Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Pembelian dalam 1 Tahun**

No.	Pembelian Uniqlo dalam 1 tahun	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	1 – 2 kali	50	52%
2.	3 – 4 kali	36	37,5%
3.	5 – 6 kali	6	6,25%
4.	> 6 kali	4	4,16%
<b>Jumlah</b>		96	100%

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 2.7 diketahui bahwa responden dengan jumlah pembelian 1 – 2 kali dalam setahun pada Uniqlo DP Mall Kota Semarang memiliki jumlah yang sangat besar yaitu sebanyak 50 orang dengan [ersentase 52% dan yang paling kecil yaitu dengan pembelian >6 kali dalam setahun yaitu sebanyak 4 orang dengan persentase 4,16%