

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

Pada pembahasan bab 2 ini, akan menjelaskan mengenai gambaran umum ACE Hardware Queen City Mall Semarang dan indentifikasi responden yang akan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan dan frekuensi pembelian.

2.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan ACE Hardware Queen City Mall Semarang

ACE Hardware adalah perusahaan ritel dari Amerika Serikat yang telah berdiri sejak tahun 1924 dengan nama "*Ace Stores*". Pada tahun 1931, nama perusahaan berubah menjadi "*ACE Hardware Corporation*". Sejak periode tersebut, ACE Hardware terus maju dalam sektor ritel dan memperluas bisnisnya ke berbagai negara, termasuk Amerika Serikat, Tiongkok, Panama, Uni Emirat Arab, hingga ke Indonesia. Indonesia dianggap sebagai negara yang memiliki potensi bagi ACE Hardware karena populasi yang sangat besar dengan daya beli yang terus meningkat tinggi. ACE Hardware mulai hadir di Indonesia pada tahun 1995 sebagai bagian dari PT Kawan Lama Sejahtera, perusahaan terkemuka yang dikenal sebagai penyedia utama perlengkapan teknik dan industri di Indonesia.

Pada tahun 1997, nama perusahaan berubah menjadi PT ACE indoritel Perkakas, kemudian diubah kembali pada tahun 2001 menjadi PT ACE Hardware Indonesia Tbk. Gerai pertama ACE Hardware Indonesia dibuka pada tahun 1996 di Supermal Karawaci, Tangerang, Jawa Barat. Sebagai Perusahaan ritel, ACE

Hardware Indonesia telah dikenal sebagai *one-stop shopping* untuk produk-produk perlengkapan gaya hidup, rumah tangga, dan mainan anak-anak.

Dalam kegiatan operasionalnya, Perusahaan menjalankan perdagangan umum, termasuk aktivitas ekspor dan impor, serta berperan sebagai agen atau distributor. Hingga saat ini, ACE Hardware telah berhasil membangun jaringan gerai modern yang kokoh dengan komitmen menyediakan produk-produk berkualitas tinggi. Hal ini menjadikan ACE Hardware Indonesia sebagai pionir sekaligus pusat perlengkapan gaya hidup dan rumah tangga terlengkap di Indonesia. Sampai pada tahun 2024, ACE Hardware sukses mendirikan 228 toko yang tersebar di 52 kota di Indonesia.

Kota Semarang adalah salah satu wilayah yang dipilih oleh ACE Hardware guna membangun dan mengembangkan bisnisnya. Di Semarang sendiri ACE Hardware hadir di empat lokasi, salah satunya berada di Queen City Mall, yang dapat menjadi destinasi lengkap untuk berbagai kebutuhan gaya hidup dan rumah tangga. ACE Hardware Queen City Mall terletak di Jl. Pemuda No. 29-33, Pandansari, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah yang diresmikan pada 24 Juni 2020. Selain di Queen City Mall, ACE Hardware juga dapat ditemukan di beberapa daerah lainnya, seperti di ACE Hardware Siliwangi, ACE Hardware Java Mall, dan ACE Hardware Majapahit, sehingga dapat memudahkan akses bagi konsumen di berbagai area kota.

Memasuki tahun 2024, ACE Hardware Indonesia mulai melakukan transformasi strategis dengan meluncurkan AZKO sebagai identitas baru dari beberapa gerainya, termasuk di Queen City Mall Semarang. Perubahan ini bukan

hanya sekadar rebranding, tetapi mencerminkan upaya perusahaan untuk menjawab kebutuhan konsumen yang semakin dinamis dan modern. AZKO hadir dengan tampilan yang lebih segar, konsep berbelanja yang lebih personal, serta pendekatan berbasis pengalaman pelanggan yang lebih mendalam. Nama AZKO sendiri terinspirasi dari filosofi *A to Z*, yang menggambarkan bahwa toko ini menyediakan solusi lengkap mulai dari kebutuhan rumah tangga hingga gaya hidup, dan *KO* yang mencerminkan kekuatan komunitas lokal (lokalitas). Transformasi ini juga sejalan dengan strategi PT ACE Hardware Indonesia Tbk dalam memperkuat posisi pasar, meningkatkan daya saing ritel domestik, serta merangkul konsumen milenial dan Gen Z melalui pendekatan yang lebih relevan dan kekinian.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam upaya menjalankan dan mempertahankan usahanya, ACE Hardware yang beroperasi di bawah PT Kawan Lama Sejahtera memiliki visi dan misi yang telah menjadi pedoman mereka. Berikut adalah visi dan misi Perusahaan tersebut, yaitu:

2.2.1 Visi

“Menjadi pusat ritel perlengkapan rumah tangga dan gaya hidup di Indonesia”

2.2.2 Misi

Memberikan ragam pilihan kebutuhan dan gaya hidup, lebih dekat dengan masyarakat melalui inovasi kemudahan berbelanja selaras dengan prinsip-prinsip keberlanjutan.

2.3 Logo ACE Hardware

Berikut logo ACE Hardware yang diambil dari *website* resmi ACE Hardware Indonesia:



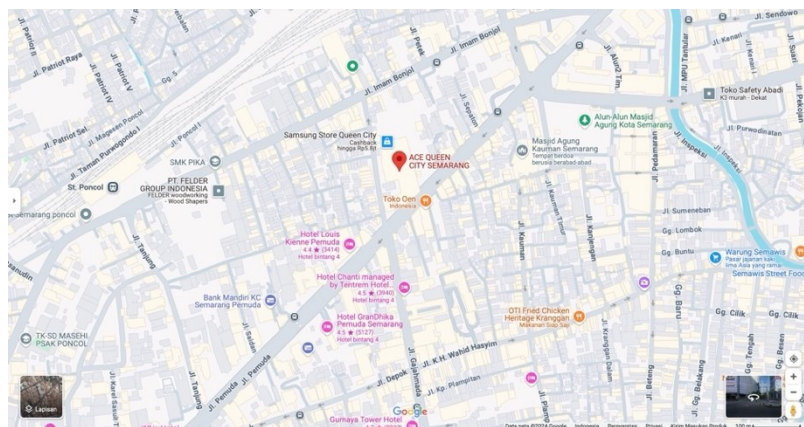
Gambar II.1 Logo ACE Hardware

Sumber: acehardware.co.id

Logo ACE Hardware tercipta saat para pendiri perusahaan mengadakan pertemuan untuk menentukan nama usaha gabungan mereka. Dalam pertemuan tersebut, secara kebetulan terlintas sebuah truk pengangkut binatu yang bertuliskan “ACE” pada boksnya, yang kemudian dijadikan sebagai logo perusahaan. Tujuan dari penggunaan logo ini adalah guna meningkatkan daya ingat baik bagi karyawan maupun konsumen ACE Hardware, sehingga dapat memperkuat penjiwaan terhadap budaya korporasi lebih kuat. Makna dari “*The Helpful Place*” sendiri menunjukkan komitmen ACE Hardware dalam memberikan bantuan kepada konsumen dalam menemukan Solusi yang tepat serta berkontribusi meningkatkan kualitas hidup mereka.

2.4 Lokasi ACE Hardware Queen City Mall Semarang

ACE Hardware Queen City Mall Semarang berada di Jl. Pemuda No. 29-33, Pandansari, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50139. ACE Hardware Queen City Mall Semarang memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu terletak pada jantung Kota Semarang. Selain itu, ACE Hardware Queen City Mall Semarang juga berdekatan dengan beberapa lokasi yang ikonik dan pusat kegiatan di Kota Semarang, Seperti Kota lama, Kawasan Pecinan, Pasar Johar, dan Alun-Alun. Berikut ini merupakan lokasi dari ACE Hardware Queen City Mall, yaitu:



Gambar II.2 Lokasi ACE Hardware Queen City Mall Semarang

Sumber: Google Maps

2.5 Hari Kerja

Toko ACE Hardware di Queen City Mall Semarang melayani pelanggan setiap hari. Jam operasionalnya adalah pukul 10.00 – 21.00 WIB pada hari kerja (Senin–Jumat), sedangkan pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu), toko buka hingga pukul 22.00 WIB.

2.6 Produk ACE Hardware Queen City Mall Semarang

Setiap toko ritel tentu menawarkan bermacam-macam pilihan barang pada konsumen. Daftar produk yang tersedia menjadi daya tarik bagi konsumen, baik untuk menjelajahi pilihan yang ada maupun menemukan produk yang menarik perhatian konsumen. ACE Hardware dikenal sebagai *one-stop solution* yang menyediakan beragam produk berkualitas untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan perbaikan. Dengan komitmen untuk memenuhi kebutuhan konsumen, ACE Hardware memiliki lebih dari 80.000 jenis produk yang dirancang untuk membantu konsumen dalam perbaikan, renovasi, dan pemeliharaan. Berikut ini adalah tabel yang merangkum kategori dan jenis produk yang tersedia di ACE Hardware, yaitu:

Tabel II.1 Produk ACE Hardware

Kategori	Jenis Produk
<i>Home Living</i>	Furnitur
	Tekstil
	Jam
	<i>Organizer</i> dan Penyimpanan
	Tanaman <i>Artificial</i>
	Furnitur <i>Outdoor</i>
	Karpet dan Kaset
	Loker dan Lemari
	Kebutuhan Hotel
	Pengharum Ruangan
Peralatan Kebersihan	Dekorasi Rumah
	Tempat Sampah
	Aplikator Pembersih
Dapur	Produk Pembersih
	Peralatan Memasak
	Tempat Penyimpanan
	Alat Pemanggang
	Hotel, Restoran, dan Bar
	Peralatan Makan dan Minum
Kamar Mandi dan <i>Laundry</i>	Tekstil Dapur
	Peralatan Mencuci dan Menyetrika
	Aksesoris Kamar Mandi
	Perlengkapan Kamar Mandi
Hobi dan Gaya Hidup	Keran, <i>Shower</i> , dan Aksesoris
	<i>Environmental, Social, dan Good Governance</i>
	Instrumen Musik
	Alat Kesehatan
	<i>Travel</i>

Kategori	Jenis Produk
Otomotif	Mainan
	Peralatan Berkebun
	<i>Stationery</i>
	Peralatan Berkebun
	Hewan Peliharaan
	Perlengkapan Otomotif
	Perawatan Kendaraan
	Aksesoris <i>Eksterior</i> Mobil
<i>Home Improvement</i>	Aksesoris <i>Interior</i> Mobil
	Aksesoris Motor
	Brankas dan <i>Safety Box</i>
	Cat dan Perlengkapannya
	<i>Fastener</i> dan Perekat
	Jendela dan Pintu
	Keamanan
	Lantai dan Dinding
	Peralatan Keamanan Kerja
	Perkakas
	Perkakas Listrik
	Perlengkapan Listrik
	<i>Power Supply</i>
	Tangga
Lampu dan Bohlam	Bohlam dan Aksesoris
	Lampu <i>Indoor</i>
	Lampu <i>Outdoor</i>
Peralatan Elektronik	Alat Kecantikan
	Audio & Video
	Elektronik Dapur
	Elektronik Kantor
	Elektronik Pembersih
	Elektronik Rumah Tangga
	Kipas dan Pendingin Udara
	Senter
Olahraga dan Outdoor	Peralatan Olahraga
	Aksesoris Olahraga
	Aktivitas Outdoor
	Sepeda dan Aksesoris

Sumber: acehardware.co.id, 2025

2.7 Identitas Responden

Identitas responden merupakan informasi mengenai responden yang terlibat. Responden yang digunakan pada penelitian ini merupakan konsumen ACE Hardware Queen City Mall Semarang. Responden berjumlah 100 orang dengan latar belakang yang beragam. Dari adanya perbedaan latar belakang tersebut, nantinya akan menciptakan penilaian yang berbeda terhadap variabel *shop enjoyment* dan keragaman produk, serta pengalaman *impulse buying* di ACE Hardware Queen City Mall Semarang. Berikut data responden pada penelitian ini:

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah pengelompokkan manusia berdasarkan perbedaan biologis, seperti bentuk, sifat, dan fungsi sejak lahir. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin berguna untuk membandingkan jumlah responden laki-laki dan perempuan. Berikut tabulasi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 2.2:

Tabel II.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	58	58
2	Perempuan	42	42
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.2 tersebut, Sebagian besar konsumen yang melakukan *impulse buying* pada ACE Hardware Queen City Mall Semarang adalah laki-laki yang telah dibuktikan dari total responden pada penelitian ini dengan hasil

persentase sebanyak 58%. Adapun jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan adalah 42% dari total seluruh responden.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia adalah rentang waktu yang dihitung mulai dari manusia lahir hingga saat ini, yang diukur menggunakan tahun. Usia juga dapat menilai tingkat pemikiran seseorang, mulai dari masa remaja hingga usia lanjut. Usia dapat mempengaruhi seorang individu dengan memiliki peran krusial dalam membentuk perilaku individu dan pola pikir, karena seiring bertambahnya usia, individu mengalami perubahan dalam cara berpikir, perilaku, dan membuat keputusan. Responden pada penelitian ini memiliki rentang usia 18 hingga 36 tahun. Berikut adalah tabulasi responden menurut usia pada Tabel 2.3:

Tabel II.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20 tahun	4	4
2	20 – 25 tahun	50	50
3	26 – 30 tahun	31	31
4	>30 tahun	15	15
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.3 tersebut, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 20 hingga 25 tahun, dengan persentase mencapai 50%. Di sisi lain, responden yang berusia di bawah 20 tahun memiliki persentase terkecil, yaitu

sebesar 4%. Responden dalam rentang usia 26-30 tahun mencapai 31%, sedangkan kelompok usia >30 tahun memiliki persentase 15%.

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir adalah tingkat pendidikan formal yang telah ditempuh oleh responden. Tingkat Pendidikan terakhir ini dapat mencerminkan sejauh mana pengembangan pola pikir dan perilaku seseorang. Tingkat Pendidikan terakhir responden pada penelitian ini diklasifikasikan ke dalam 4 golongan, yaitu SMP, SMA, Sarjana/Diploma, dan Pasca Sarjana. Tabulasi responden menurut pendidikan disajikan pada Tabel 2.4:

Tabel II.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	0	0
2	SMA	30	30
3	Sarjana/Diploma	63	63
4	Pasca Sarjana	7	7
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.4 tersebut, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada jenjang Sarjana atau Diploma, dengan persentase sebesar 63%. Sementara itu, responden dengan pendidikan terakhir SMA mencapai 30%. Adapun responden dengan tingkat pendidikan Pasca Sarjana berjumlah 7%, sedangkan tidak ada responden yang berpendidikan terakhir SMP 0%.

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas atau kegiatan utama yang dilakukan seseorang guna menghasilkan pendapatan atau memenuhi kebutuhan hidup, termasuk status pelajar/mahasiswa dimana mereka akan mendapatkan uang saku sebagai pemasukan karena melakukan kegiatan rutin setiap hari. Pekerjaan seseorang sering kali berperan dalam memengaruhi cara individu untuk membuat keputusan saat membeli suatu produk. Berdasarkan pengisian kuesioner yang telah dilakukan, berikut pengelompokkan responden menurut pekerjaannya pada tabel 2.5:

Tabel II.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	12	12
2	Pegawai Negeri Sipil	11	11
3	Karyawan Swasta	68	68
4	Wiraswasta	9	9
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.5 tersebut, mayoritas responden memiliki pekerjaan karyawan swasta, dengan persentase sebesar 68%. Sementara itu, responden dengan status pelajar/mahasiswa mencapai 12 %, diikuti oleh pegawai negeri sipil sebanyak 11% dan wiraswasta sebesar 9%.

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan upah atau imbalan dari hasil pekerjaan yang dilakukan setiap harinya. Pendapatan dapat menjadi salah satu penentu yang mempengaruhi

perilaku seseorang dalam aktivitas pembelian mereka. Berikut tabulasi responden menurut pendapatan pada Tabel 2.6:

Tabel II.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	<Rp 2.500.000	6	6
2	≥Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	24	24
3	≥Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000	30	30
4	≥Rp 4.500.000 – Rp 5.500.000	17	17
5	>Rp 5.500.000	23	23
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6 tersebut, mayoritas responden memiliki pendapatan pada rentang Rp 3.500.000 hingga Rp 4.500.000 dengan persentase 30%. Sementara itu, rentang pendapatan Rp 2.500.000 hingga Rp 3.500.000 mencapai 24%, diikuti kelompok berpendapatan lebih dari Rp 5.500.000 sebesar 23%. Adapun responden dengan pendapatan antara Rp 4.500.000 hingga Rp 5.500.000 berjumlah 17%, sedangkan yang berpendapatan <Rp 2.500.000 merupakan kelompok terkecil dengan berjumlah 6%.

2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi kunjungan responden menunjukkan seberapa sering responden datang ke ACE Hardware Queen City Mall Semarang terutama dalam 6 bulan terakhir. Berikut disajikan frekuensi pembelian responden pada Tabel 2.7:

Tabel II.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian
(Dalam 6 Bulan Terakhir)

No.	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 Kali	14	14
2	2 Kali	58	58
3	3 Kali	11	11
4	4 Kali	15	15
5	>4 Kali	2	2
Total		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.7 tersebut, mayoritas responden melakukan pembelian sebanyak 2 kali dalam 6 bulan terakhir, dengan persentase 58%. Sementara itu, responden yang melakukan pembelian 4 kali mencapai 15%, diikuti oleh yang berbelanja 1 kali sebesar 14%, dan 3 kali sebanyak 11%. Responden yang melakukan pembelian lebih dari 4 kali merupakan kelompok terkecil dengan berjumlah 2%.