

BAB IV KESIMPULAN

Perkembangan dan perubahannya zaman, dalam gaya hidup masyarakat Jepang yang berhasil membangun perindustrian, dan pembuatan teknologi yang canggih. Jepang juga menjadi salah satu pasar ritel terbesar kedua di dunia. Ritel saat ini sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan adanya perdagangan bebas dalam industri fesyen. Perkembangan *fesyen* di Jepang merupakan perpaduan gaya tradisional dan modern.

Brand fesyen ternama yang berasal dari Jepang yaitu Uniqlo. Uniqlo sebuah perusahaan ritel Jepang yang menjual produk-produk pakaian kasual yang dapat digunakan semua kalangan, pria, wanita, remaja dan anak-anak. Nama toko pertama Uniqlo yaitu *Unique Clothing Warehouse*. Pada awalnya Yanai membuka toko pakaian pria Uniqlo bernama Ogori Shoji hingga 2 Juni 1984. Uniqlo menyebut model bisnisnya sebagai SPA (*Specialty store retailer of Private label Apparel*) atau toko pengecer khusus untuk pakaian merek sendiri. Strategi dalam model bisnis perusahaan ini adalah pesanan massal, karena itu Uniqlo terkenal dengan harga produknya yang terjangkau. Pendiri Uniqlo Tadashi Yanai yang menjadi orang terkaya ke-2 di Jepang dan toko retailnya sudah menyebar di Jepang dan juga di beberapa Negara, khususnya Indonesia. Pada tanggal 20 juni 2013 awal masuknya pasar ritel pengecer pakaian Jepang yaitu *Uniqlo* ke Indonesia tepatnya di pasar ritel store pertama pusat perbelanjaan di Lotte Shopping Avenue kawasan Kuningan, Jakarta.

Pengaruh budaya asing akan dapat menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih modern. Saat fesyen modern Jepang masuk ke Indonesia sebagai upaya untuk mengenalkan budaya Jepang. Fesyen adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang. Menurut *Thomas Carlyle*, "Pakaian adalah perlambang dari jiwa. Pakaian tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia". Proses dalam Fesyen adalah menentukan pelanggan, mengikuti trend, strategi pemasaran yang tepat, membuka toko yang menarik konsumen, bekerjasama dengan Influencer/Buzzer, dan berikan diskon. Konsep fesyen adalah konsep yang mengenai brand, konsep yang mengenai komunikasi, dan mengenai sebagai kelas sosial.

Lingkungan mahasiswa zaman sekarang memiliki kategori hedonis, akademis, aktivis, apatis, humoris yang mengikuti perkembangan zaman, hal yang terbaru, gaul, dan populer. Kesadaran masyarakat terhadap style fesyen yang meningkat dan desain yang menarik.

UNIQLO memungkinkan penggunaan pakaian yang multifungsi. Berdasarkan penelitian ini (tahun 2021) sebanyak 100% Mahasiswa/i Unsada rata-rata mengetahui tentang retail *Uniqlo* dari social media. Hasil responden sebanyak 80,4% menyatakan bahwa Mahasiswa/i Unsada sangat tertarik untuk membeli produk fesyen *Uniqlo* karena kualitasnya baik, modelnya menarik dan hasil responden sebanyak 54,9% setuju untuk harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan standar kualitas *Uniqlo* dan juga dapat diterima sesuai dengan yang diharapkan. Peneliti menilai hampir 100 % responden Mahasiswa/i Unsada sangatlah yakin dengan produk *Uniqlo* untuk dapat diterima oleh lingkungan mahasiswa sebagai style zaman sekarang. Dengan demikian, Mahasiswa/i Unsada sangatlah mempengaruhi dengan produk *Uniqlo* untuk dapat diterima oleh lingkungan kampus karena produk *Uniqlo* sangat cocok menjadi style fesyen untuk dikalangan mahasiswa khususnya di kampus Unsada, apalagi Unsada rata-rata menyukai hal-hal tentang Jepang, seperti brand fesyen dalam produk Jepang yang ternama yaitu *Uniqlo*.

