PERSAINGAN BISNIS PRODUK KOSMETIK JEPANG SHISEIDO DENGAN PRODUK KOSMETIK LOKAL WARDAH DI INDONESIA

TUGAS AKHIR

AISYAH ANANDA NOVIANI

2018140014

PROGRAM STUDI BAHASA JEPANG DIPLOMA III

FAKULTAS BAHASA DAN BUDAYA

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

Mini riset diploma tiga yang berjudul:

PERSAINGAN BISNIS PRODUK KOSMETIK JEPANG SHISEIDO DENGAN PRODUK KOSMETIK LOKAL WARDAH DI INDONESIA

Telah diuji dan diterima baik pada:..

Hari : Senin

Tanggal : 16 Agustus 2021

Ketua Program Studi

Bahasa Jepang D3

(Dr. Hermansyah Djaya, SS.,M.A)

Pembimbing

(Dr. Robihim, S.Pd, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Bahasa Dan Budaya

(Dr. Eko Cahyono, M.Eng

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN MINI RISET

Mini riset diploma tiga yang berjudul:

PERSAINGAN BISNIS PRODUK KOSMETIK JEPANG SHISEIDO DENGAN PRODUK KOSMETIK LOKAL WARDAH DI INDONESIA.

Merupakan karya ilmiah yang saya susun di bawah bimbingan Bapak Dr. Robihim, S.Pd, M.M. selaku dosen pembimbing, tidak merupakan jiplakan skripsi atau karya orang lain. Sebagian atau seluruh isinya sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis sendiri. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Nama : Aisyah Ananda Noviani

NIM : 2018140014

Program studi : Bahasa Jepang

Judul : Persaingan Bisnis Produk Kosmetik Jepang Shiseido Dengan Produk Kosmetik Lokal Wardah Di Indonesia

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Bilamana di kemudian hari terbukti bahwa data dan judul tersebut merupakan hasil jiplakan/plagiat dari karya tulis orang lain, maka sesuai dengan kode etik ilmiah, saya menyatakan bersedia menerima sanksi termasuk pencopotan/pembatalan gelar akademik saya oleh pihak Universitas Darma Persada.

Penulis

METERAI TEMPEL

Aisyah Ananda Noviani

ABSTRAK

Nama : Aisyah Ananda Noviani

NIM : 2018140014

Program studi : Bahasa Jepang

Judul : Persaingan Bisnis Produk Kosmetik Jepang Shiseido dengan Produk Kosmetik Lokal Wardah di Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis bagaimana persaingan bisnis produk kosmetik Jepang Shiseido dengan produk kosmetik lokal Wardah di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode komparasi dengan sifat penelitian desrkriptif. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui keunggulan produk kosmetik Jepang Shiseido dan keunggulan produk kosmetik lokal Wardah, mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh kedua perusahaan tersebut dan memahami alasan mengapa keduanya memiliki perbandingan jumlah pembeli yang berbeda. Hasil penelitian ini yaitu hingga saat ini jumlah pembeli produk kosmetik lokal Wardah di Indonesia masih lebih unggul dibandingkan dengan produk kosmetik buatan Jepang Shiseido. Kurangnya pemahaman akan ketertarikan konsumen di Indonesia dan sistem pemasaran menjadi faktor produk Shiseido terbilang belum mencapai popularitasnya di Indonesia, sangat penting bagi perusahaan kosmetik Jepang Shiseido untuk lebih berinovasi dan menyesuaikan minat konsumen di Indonesia.

Kata kunci : Persaingan bisnis, Strategi Bisnis, Produk kosmetik, Shiseido, Wardah, Konsumen, Popularitas.

概要

名前　　：アイシャー・アナンダ・ノビアニ

学生番号　　：2018140014

学部　　：日本の言語

題名　　：資生堂の日本化粧品事業とインドネシアのワルダの地元化粧品との競争

この研究では、資生堂の日本化粧品事業とインドネシアのワルダの地元化粧品との競争を分析する。論文の手法は比較の記述分析を使った。この研究の目的は、資生堂とワルダの化粧品の優秀を知り、両社が採用した事業戦略を理解、2つの商品の購入者数の比率が異なる理由を知ることである。この研究の結果これまで、インドネシアにおけるワルダの地元化粧品の購入者数は、資生堂の日本製化粧品よりも依然として優れています。インドネシアへの消費者の関心と 宣伝する方法に対する理解の欠如がインドネシアでの人気を達成することができているを経験する理由であり、日本の化粧品会社資生堂にとって、インドネシアに対する消費者の関心をさらに革新し、一致させることは非常に重要です。

キーワード：ビジネス競争、事業戦略、化粧品、資生堂、ワルダ、消費者、人気

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, tuhan semesta alam. Semoga Allah menganugerahkan Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw, keluarganya, dan para sahabatnya. Puji dan syukur atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena nikmat, karunia, rahmat, dan dukungan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan tugas akir ini sebagai syarat kelulusan dalam akademik yang dijalani di Universitas Darma Persada. Dalam menyelesaikan tugas ini tentunya dengan berbagai proses yang tidak mudah, dengan berbagai keterbatasan ataupun kekurangan yang dimiliki oleh penulis. Dari keterbatasan dan segala kekurangan tersebut diharapkan tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis itu sendiri maupun masyarakat.

Proses yang tidak mudah tersebut syukur Alhamdulillah dapat terlewati berkat banyaknya bantuan yang penulis peroleh. Dengan segala kerendahan hati di kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada.

1. Bapak Dr. Robihim, S.Pd, M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dalam Menyusun tugas akhir ini.

2. Bapak Dr. Hermansyah Djaya, , SS., M.A . Selaku ketua program studi Bahasa Jepang.

3. Bapak/Ibu dosen yang telah mengajari penulis dari semester 1 hingga akhir.

4. Bapak Dr. Ir. Eko Cahyono, M.Eng. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan budaya Universitas Darma Persada.

5. Orang tua penulis yang sudah membiayai perkuliahan penulis, mendoakan serta selalu sabar mendukung saya dan memberikan perhatiannya;

6. Sahabat yang selama ini saling menyemangati untuk menyelesaikan tugas akhir ini, serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari akan segala keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca sangat diharapkan dalam membantu penyempurnaan tugas akhir ini.

Penulis

Aisyah Ananda Noviani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL …… i

HALAMAN PERSETUJUAN LAYAK UJI ……. ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR ……. iii

ABSTRAK ……...iv

KATA PENGANTAR ……..v

DAFTAR ISI …… vi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang …….. 1
1.2 Identifikasi Masalah ……..... 2
1.3 Pembatasan Masalah …….....3
1.4 Rumusan Masalah ……..... 4
1.5 Tujuan Penelitian ……..... 4
1.6 Manfaat Penelitian …… 4
1.7 Landasan Teori ……. 5
1.8 Metode Penelitian ……. 7
1.9 Sistematika Penulisan …….. 8

BAB II GAMBARAN UMUM PERKEMBANGAN PRODUK KOSMETIK JEPANG SHISEIDO DAN PRODUK LOKAL WARDAH…… 8

2.1 Produk Shiseido di Indonesia …… 11

2.2 Produk kolaborasi Shiseido …… 14

2.3 Produk lokal Wardah …….. 15

2.4 Produk kolaborasi Wardah …….. 17

2.5 Karakterisik konsumen di Indonesia …….. 19

2.6 Strategi Pengembangan merek produk Shiseido di Indonesia ……20

2.7 Strategi Pengembangan merek produk lokal Wardah ……. 21

BAB III PERSAINGAN BISNIS PRODUK KOSMETIK JEPANG SHISEIDO DENGAN PRODUK KOSMETIK LOKAL WARDAH DI INDONESIA ……. 24

3.1 Keunggulan produk kosmetik Jepang Shiseido…… 24

3.1.1 Country of origin ……24

3.1.2 Produk Premium …… 25

3.1.3 Positioning tren J-Beauty ……27

3.2 Keunggulan produk lokal Wardah …… 29

3.2.1 Produk lokal …….. 30

3.2.2 Positioning Halal …… 30

3.2.3 Affordable prices product …… 33

3.2.4 Easy Access Distribution ……. 35

3.3 Perbandingan pembeli produk Shiseido dan Wardah di Indonesia ……. 37

BAB IV KESIMPULAN……...40

DAFTAR PUSTAKA…… 41

GLOSARIUM…… 42