

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SHISEIDO

Skripsi Sarjana Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Sastra



Oleh
RITA SABARINAH
NIM : 01110037

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA JEPANG

FAKULTAS SASTRA

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2006

Halaman Persetujuan Pembimbing

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SHISEIDO

Oleh

RITA SABARIAH

NIM: 01110137

disetujui untuk diujikan dalam sidang ujian Skripsi Sarjana, oleh:

Pembimbing I

Mengetahui,

(Nani Dewi Sunengsih, S.S, M.Pd)

Ketua Program Studi
Bahasa dan Sastra Jepang

Pembimbing II

(Syamsul Bahri, S.S)

(Syamsul Bahri, S.S)

Halaman Pengesahan

Skripsi Sarjana ini berjudul :

STRATEGI SHISEIDO MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL

telah diuji dan diterima dengan baik (lulus) pada tanggal 13 bulan Februari, tahun 2006 di hadapan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Sastra Jepang.

Pembimbing/penguji

Ketua Panitia/penguji



(Nani Dewi Sunengsih, S.S, M.Pd)

(Dra. Yuliasih Ibrahim)

Pembaca/penguji

Panitera/penguji



(Syamsul Bahri, S.S)

(Oke Dyah Arini, S.S)

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan
Bahasa dan Sastra Jepang

Dekan
Fakultas Sastra



(Syamsul Bahri, S.S)



FAKULTAS SASTRAS
(Dr. Hj. Albertine S Minderop. MA)

Halaman Pernyataan

Skripsi Sarjana yang berjudul SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOSMETIK SHISEIDO merupakan karya ilmiah yang saya susun dibawah bimbingan Ibu Nani Dewi Sunengsih,S.S,M.Pd dan Bapak Syamsul Bahri,S.S, tidak merupakan jiplakan Skripsi Sarjana atau karya orang lain, sebagian atau seluruhnya, dan isinya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 1 februari 2006



(RITA SABARIAH)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan kata syukur Alhamdulillah kepada ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan menempuh ujian akhir Program Strata I Jurusan Bahasa dan Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nani Dewi Sunengsih, S.S, M.Pd, selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat baik dan sabar dalam membimbing penulis dan telah banyak meluangkan waktu dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Syamsul Bahri, S.S, selaku pembaca yang telah meluangkan waktu untuk membaca skripsi ini.
3. Ibu Dra. Yuliasih Ibrahim, selaku Ketua sidang dan Penulis kuliah di Jurusan Bahasa dan Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada.
4. Ibu Oke Diah Arini, S.S, selaku panitera yang telah meluangkan waktu untuk menguji penulis.
5. Bapak Jonnie.R.Hutabarat, MA selaku Ketua Jurusan Program Studi Bahasa dan Sastra Jepang.
6. Seluruh dosen dan pihak Sekretariat Fakultas Sastra

Universitas Darma Persada.

7. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah mencurahkan perhatian dan do'a serta dukungannya baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Fachmie, yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, dan do'a kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, Indah, Reggie, Ana, Oppie, Yasmin, Debong, Ai, Azky, Nidya, Icha, Tika, Rina, dan Vina yang selama ini telah memberikan semangat, bantuan dan mengisi hari-hari saat sedih maupun senang.
10. Seluruh teman-teman angkatan 2001.
11. Seluruh pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan, bimbingan, dan do'a yang telah diberikan, mendapat balasan dari Allah SWT. Amin.

Jakarta, 13 Februari 2006

Penulis

ABSTRAK

RITA SABARIAH. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SHISEIDO. Program Studi Bahasa dan Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada, Februari 2006.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui Sejarah dan Perkembangan Shiseido.

Shiseido adalah perusahaan kosmetik nomor satu dan tertua di Jepang (nomor empat di dunia). Shiseido memiliki karakter yang kuat yang ditanamkan oleh pendirinya Arinobu Fukuhara. Mental yang kuat; menggabungkan estetika Timur dan pengetahuan Barat; dan riset dan pengembangan, adalah merupakan karakter Shiseido yang menjadikannya kuat dan kokoh hingga saat ini. Ketiga karakter inilah yang membedakan Shiseido dengan kosmetik lain.

Shiseido memiliki strategi untuk dapat menembus pasar internasional. Terbukti dengan melakukan penjualan ke Taiwan, Hawai, Italia, Perancis, Jerman dan Inggris, Amerika Serikat tergantung pada jumlah penanaman modal dalam iklan, Public Relation dan promosi penjualan. Salah satu factor utama yang mendukung suksesnya Shiseido di Eropa khususnya di Perancis adalah fakta yang fakta yang menunjukkan bahwa Shiseido adalah perusahaan yang dalam aktivitasnya akan selalu berhubungan dengan seni dan selalu melakukan perlindungan terhadap seni.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii

BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah.....	1
	B. Permasalahan.....	5
	C. Ruang Lingkup.....	6
	D. Tujuan Penelitian.....	6
	E. Metode penelitian.....	6
	F. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II	SEJARAH PENDIRIAN PERUSAHAAN KOSMETIK SHISEIDO	
	A. Sejarah Pendirian Perusahaan Shiseido	
	1. Periode Meiji (1868-1912).....	8
	2. Periode Tahun 1920-1930-an.....	11
	3. Periode Tahun 1960-1970-an.....	13
	4. Periode Tahun 1965-Saat Ini.....	15
	B. Penggunaan Kosmetik di Jepang.....	17

1. Dandanan Tradisional.....	18
2. Dandanan Modern.....	21
a. Definisi Kosmetik.....	22
b. Tujuan Penggunaan Kosmetik.....	23
c. Macam-macam Kosmetik.....	23
• Kosmetik Tradisional.....	24
• Kosmetik Modern.....	25

BAB III STRATEGI SHISEIDO MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL

A. Karakteristik Shiseido.....	26
1. Mental yang Kuat.....	27
2. Menggabungkan Estetika Timur dan Pengetahuan Barat.....	27
3. Riset dan Pengembangan.....	27
B. Gedung Shiseido (Tokyo Ginza Shiseido Building).....	28
C. Produk Shiseido.....	30
1) Produk Awal Shiseido.....	31
2) Produk Andalan Shiseido.....	32
D. Pemasaran.....	33
E. Penelitian.....	35
F. Strategi.....	36
G. Strategi Shiseido Memasuki	

Pasar Eropa.....	38
1. Strategi Pemasangan	
Iklan Shiseido.....	45
2. Strategi Public Relation.....	46
 BAB IV	
Kesimpulan.....	54

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Gambaran pertama yang datang pada ingatan kita ketika memikirkan Jepang dan kosmetik sepertinya menjadi sesuatu yang dramatis, yaitu dandanan putih tebal dan lipstik berwarna merah yang merupakan gambaran dandanan tradisional dari Geisha atau pemeran wanita dalam Kabuki.¹

Di Jepang pada awalnya, kosmetik hanya digunakan oleh orang-orang yang ikut bagian dalam acara keagamaan dan festival, tidak digunakan untuk berdandan. Baru pada jaman Heian (794-1185) berkembang menjadi suatu kebutuhan untuk kecantikan dan ini hanya berkembang pada kalangan istana bangsawan.² Pada jaman ini bukan hanya wanita yang menggunakan kosmetik tapi juga kaum prianya.

Seiring dengan perjalanan waktu, Jepang memasuki suatu masa dimana banyak terjadi perubahan, yaitu ketika jaman Meiji tahun 1868. Perubahan juga terjadi pada gaya

¹ Eyclopedia of Contemporary Japanese Culture, hal. 90

² Kodansha Encyclopedia of Japan (2), hal. 38

berdandan wanita Jepang yaitu perubahan dandanan tradisional ke dandanan modern. Bedak bergaya Barat yang terdiri dari bedak berwarna kulit dan berwarna putih bening menjadi lebih sering digunakan untuk dandanan setiap hari. Dengan adanya modernisasi yang berlangsung pada jaman Meiji tersebut, ditandai dengan bergantinya kebudayaan Jepang ke kebudayaan Eropa dan Amerika Serikat yaitu dalam hal berpakaian, gaya rambut dan teknik berdandan. Para wanita Jepang mulai mengikuti cara berpakaian dan berdandan ala Barat dan Timur. Dengan kata lain mulai menggunakan pakaian ala Barat dan tentu saja dandanan pun tidak lagi dandanan tradisional. Wanita Jepang berbedak putih tebal dan berbibir merah, sekarang ini hanya dijumpai di atas panggung, dunia Geisha dan Maiko (calon Geisha).

Membayangkan gambaran wanita Jepang masa kini, akan tertuju pada gambaran wanita modern dengan dandanan modern, seperti halnya dua orang putri Jepang yaitu putri Michiko dan putri Masako. Begitu juga wanita Jepang dikalangan masyarakat umum lainnya, mereka berpenampilan modern jauh dari kesan tradisional. Wanita umumnya ingin kelihatan cantik, untuk itu wanita merias diri. Salah satu cara untuk mempercantik diri dengan menggunakan kosmetika yang bersifat dekoratif. Di Jepang banyak kosmetik yang

ditawarkan dari produk dalam negeri sampai produk luar negeri. Produk dalam negeri diantaranya adalah *Kanebo*, *Kose*, *Anna Sui* dan *Shiseido*. Dari sekian banyak perusahaan komestik di Jepang, *Shiseido* merupakan perusahaan kosmetik yang tertua di Jepang dan ternyata *Shiseido* mendominasi pasar yang diikuti oleh *Kanebo* dan *Kose*.

Shiseido didirikan pada tahun 1872 di Ginza Tokyo. Asal kata nama *Shiseido* adalah *Shi*, *Sei* dan *Do* yang masing - masing artinya adalah " Sumber, Kehidupan dan Rumah ". Dengan demikian, nama *Shiseido* dapat diterjemahkan sebagai " Pujian kebaikan dari bumi yang memelihara kehidupan baru dan selanjutnya membawa nilai - nilai yang berarti ". Asal kata ini diambil dari tulisan Cina klasik *Yi King* yang ditulis sekitar tahun 2000 tahun yang lalu.³

Shiseido awalnya adalah suatu apotik bergaya Barat dan merupakan apotik yang pertama di Jepang. Tujuan awalnya adalah untuk menciptakan pelayanan kesehatan secara total termasuk jiwa dan raga. Didirikan oleh *Arinobu Fukuhara* seorang apoteker di Rumah Sakit Angkatan Laut.⁴

Pada tahun 1897 *Shiseido* menjadi perusahaan kosmetik dan mulai menjual kosmetiknya pada tahun itu juga, produk

³ <http://www.shiseido.com>

⁴ <http://www.nyu.edu/gregart/exhibits/shiseido/history>

awalnya adalah losion kulit *Eudermine* dan pasta gigi.⁵ *Shiseido* masa kini mengalami perkembangan yang pesat yaitu dengan membuat produk perawatan kulit, perawatan rambut, perawatan tubuh, kosmetik dan parfum.

Pendirian *Shiseido* ini memberikan suatu contoh yang menarik, mengingat pada masa itu tidaklah mudah untuk memulainya dan membutuhkan suatu keberanian dan keuletan dalam berbisnis. Contohnya ketika pada tahun 1923 terjadi gempa bumi Kanto yang mengakibatkan porak-porandanya Tokyo (termasuk bangunan *Shiseido*) sehingga rumah dan toko sebagian hancur. Namun, hal ini tidak membuat Arinobu beserta anaknya (*Shinzo*) putus asa, dengan bangunan dan perlengkapan yang masih ada mereka membangun kembali *Shiseido*.

Shinzo menggantikan bisnis ayahnya pada tahun 1915 sekembalinya ia dari luar negeri (Inggris, Jerman, Italia dan Paris). Pada tahun 1916, ia mendirikan sebuah Departemen *Shiseido* pertama. Adalah *Shinzo* yang meletakkan fondasi dasar untuk *Shiseido* masa kini.

Penjualan *Shiseido* ke luar negeri pertama kalinya adalah ke Taiwan pada tahun 1957 kemudian tahun 1962

⁵ <http://www.shiseido.com>

Shiseido diperluas ke Hawaii. Perkembangan *Shiseido* mulai menapaki bumi Eropa pada tahun 1963, yaitu Itali, Perancis, Jerman dan Inggris. Dewasa ini bahkan *Shiseido* dipasarkan di tujuh puluh satu (71) negara dan memiliki sebelas (11) pabrik di lima negara yang berbeda. Perkembangan selanjutnya yaitu pada tahun 1965 *Shiseido* mulai memasuki dan mendirikan cabang sendiri di Amerika Serikat. *Shiseido* juga mendirikan cabang lainnya di Eropa tepatnya di Itali pada tahun 1968. Tentu saja ini merupakan kebanggaan bukan saja bagi pendirinya, tetapi juga bagi Jepang.

Dari uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang sejarah dan perkembangan *Shiseido*.

1.2. Pemasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Apa yang melatar belakangi pendirian industri kosmetik *Shiseido* di Jepang.
- b. Bagaimana strategi *Shiseido* dapat menembus pasar internasional

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Sejarah *Shiseido* serta perkembangannya
2. Strategi *Shiseido* sehingga dapat menembus pasar Internasional

1.4. Ruang Lingkup

Dalam penulisan ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan sejak berdirinya *Shiseido* tahun 1872 sampai dapat menembus pasaran di Eropa.

1.5. Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode studi lapangan dan kepustakaan dengan menggunakan literatur dan data dari media internet yang berubungan dengan penelitian.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab I, Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penelitian, ruang lingkup, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II, Memaparkan latar belakang berdirinya *Shiseido* kosmetik dan perkembangannya di Jepang.

Bab III, Mengulas tentang kiat-kiat Industri *Shiseido* kosmetik dalam menembus pasaran luar negeri yang banyak menarik minat para konsumen khususnya di Eropa.

Bab IV, Kesimpulan

