

Budaya amae, giri, dan ninjo dalam sistem bisnis di Jepang

Pandapotan Jackro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=102470&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian dalam tesis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem bisnis di Jepang di mana sistem saluran distribusinya sangat dipengaruhi oleh budaya dan tradisi yang ada di Jepang. Dimana saluran distribusi yang terjadi tidak terlepas dari jalinan kerjasama yang ada di setiap perusahaan-perusahaan Jepang yang selalu di wamai pada perilaku budaya yang melingkupinya. Dasar kepentingan bersama dan rasa saling ketergantungan selalu yang mendasari prinsip-prinsip bisnis yang diterapkan setiap organisasi bisnis pada umumnya di Jepang, dan hal ini membawa dampak yang sangat besar pada sistem saluran distribusi Jepang yang menjadi bagian dari bisnis Jepang secara keseluruhan.

Masalah penelitian yang ingin diungkapkan dalam tesis ini adalah konsep budaya Amae, Giri dan Ninjo diterapkan dan menjadi bagian periling dalam sistem bisnis di Jepang khususnya dalam sistem saluran distribusi Jepang. Melalui penelitian pustaka, data yang ada dianalisa melalui pendapatan kualitatif dan interpretasi ilmiah Kerangka teori yang digunakan dalam melihat pola sistem saluran distribusi Jepang yang dipengaruhi oleh elemen budaya dalam setiap kegiatannya adalah perkembangan sistem bisnis di Jepang dari masa ke masa serta konsepsi Takeo Doi tentang budaya Amae, Giri dan Ninjo sebagai bagian dari sistem saluran distribusi Jepang.

Penulis berkesimpulan kecenderungan untuk amae, giri dan ninjo merupakan salah satu konsep yang telah menjadi sebab pemberian tekanan pada hubungan vertikal seperti hubungan oyabun (induk semang) dengan kobun (anak buah) yang tergambar dengan jelas pada hubungan antara produsen dan para perantaranya (supplier dan distributornya) serta pengecer/retailer dalam sistem saluran distribusi Jepang. Dalam sistem saluran distribusi Jepang, perilaku manusia dan hubungan sosial, seperti keselarasan, kerjasama timbal balik, dan pengembangan antar anggota saluran adalah hal yang sering ditekankan dan dinyatakan. Namun pemikiran dan konsep-konsep ekonomi secara umum tidak pernah dilupakan dan menjadi pegangan utama.

Hubungan-hubungan yang secara erat yang dijalin antara produsen, supplier dan distributor serta pengecer dapat diciptakan karena adanya orientasi hubungan yang bersifat jangka panjang. Penekanan pada pertumbuhan usaha-usaha berskala kecil yang tidak memerlukan modal investasi yang begitu besar menjadi skala prioritas, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan serta ketenagakerjaan yang utama yang berarti juga memberikan penghidupan yang layak bagi kesejahteraan. Untuk memahami sistem saluran distribusi Jepang, harus terlebih dahulu dipahami struktur, perilaku dan mentalitas bisnis yang menjadi dasar dari setiap bisnis yang dijalankan di Jepang.

Dalam sistem distribusi di Jepang rasa saling percaya ini telah tertanam dan merupakan ciri mendasar dimana masing-masing percaya setiap pihak akan memberikan hasil yang maksimal ketika berhubungan bisnis. Hal ini dapat terlihat dalam hubungan bisnis yang dilakukan, yang tidak diikat semata-mata karena

hubungan kontraktual Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya *amae*, *giri* dan *ninjo* membawa dampak positif bagi sistem saluran distribusi di Jepang, namun tidak selalu positif dalam hal-hal tertentu seperti kasus Nissan. Dimana pada kelompok bisnis Nissan mereka mengalami kesulitan keuangan akibat keterikatan bisnis yang dipengaruhi faktor-faktor budaya, sehingga manajemen Nissan Jepang pada waktu itu tidak dapat mengambil langkah-langkah ke arah penyelamatan berdasarkan konsep ekonomi yang seharusnya, tanpa meninggalkan konsep budaya yang ada yang merupakan ciri manajemen Jepang.

Research in this thesis aims to know how business system in Japan in distribution channel system very influenced by tradition and culture exist in Japan. Where distribution channel that happened is not quite of existing cooperation in every company of Japan which always colouring at cultural behavior which embosoming. Base common interest and feel interdependence always constituting applied business principles each every business organization in general in Japan, and this matter bring very big impact at Japan distribution channel system becoming the part of Japan business as a whole.

Problem of research which wish to be laid open in this thesis is cultural concept of *Amae*, *Giri* and *Ninjo* applied and become important shares in business system in Japan specially in Japan distribution channel system. Through research of book, analysed existing data pass approach qualitative and erudite interpretation. Theory framework used in Japan distribution channel system pattern influenced by cultural element in each every its activity is growth of business system in Japan from time to time and also conception of Takeo Doi about culture of *Amae*, *Giri* and *Ninjo* as part of Japan distribution channel system.

Writer of conclusion of tendency for the *amae*, *giri* and *ninjo* represent one of concept which have become because pressurizing vertical relation like *oyabun* (master) with *kobun* (staff) drawn clearly at relation between producer and intermediaries supplier and distributor and also retailer in Japan distribution channel system. In Japan distribution channel system, behavioral of human being and social relation like compatibility, reciprocal cooperation, and development between channel member is often emphasized and expressed. But economic concepts and idea in general have never been forgotten and become especial hold.

Relation which hand in glove is braided between producer, distributor and supplier and also retailer can be created caused by relation orientation of long-range. Emphasis a growth of small scale efforts which do not need capital investment which big to so become priority scale, so that can become the source of earnings and also prima facie ketenagakerjaan which connote give competent subsistence to kesejahteraan.

To comprehend Japan distribution channel system, have to be beforehand comprehended by structure, behavioral and business mentality becoming base from each business in Japan. In distribution system in Japan feel each other trusting this have planted and represent elementary characteristic where each trust each every side will give result of maximal when correlating business. In conducted business relation, not be bound solely because contractual relation.

That can be said by culture of *amae*, *giri* and *ninjo* bring positive impact to distribution channel system in Japan, but not be positive always in some respects like case of Nissan. Where business group of Nissan have finance difficulties binding of business influenced by cultural factors, so that management of Nissan Japan by then cannot take steps saving without leaving existing cultural concept representing Japan management

characteristic.</i>