

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana penerapan sistem yang diselenggarakan oleh 7-eleven dalam perdagangan lintas batas negara dan bagaimana strategi adaptasi *convenience store* studi kasus 7-Eleven di Indonesia. Berdasarkan hasil temuan di lapangan ditemukan bahwa strategi pemasaran 7-eleven prinsip bisnis yang digunakan yaitu bisnis kerjasama atau networking atau perdagangan sistem jaringan yaitu sebuah jenis sistem operasi yang ditujukan untuk menangani jaringan. Umumnya, sistem operasi ini terdiri atas banyak layanan atau service yang ditujukan untuk melayani pengguna. Pengembangan pemasaran menggunakan sistem adaptasi budaya sebagaimana yang selama ini digunakan oleh perusahaan swasta nasional yang mengembangkan usaha kerjasama. Strategi adaptasi yang dikembangkan oleh 7-eleven di dunia dikembangkan dalam bentuk toko dengan jaminan keamanan dan kenyamanan para pengunjung.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, strategi adaptasi, strategi adaptasi 7-eleven di dunia

ABSTRACT

This study examines the how the application of the system organized by the 7-eleven in cross-border trade and how adaptation strategies convenience store 7-Eleven case study in Indonesia. Based on the findings in the field found that 7-Eleven marketing strategy business principle used is the business collaboration or networking or trading network system is a kind of operating system that is intended to handle the network. Generally, the operating system is made up of many of the services or service that is intended to serve users. Marketing development using culture as an adaptation system which has been used by a private company which develops business cooperation. Adaptation strategies developed by 7-eleven in the developed world in the form of a store with a guarantee of security and comfort of the visitors.

Keywords: Marketing Strategy, adaptation strategies, adaptation strategies 7-eleven in the world