

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada strategi adaptasi kebudayaan yang dilakukan Daiso Japan saat masuk ke Indonesia untuk mengatasi perbedaan budaya yang ada. Berdasarkan latar belakang tentang diperlukannya aspek budaya oleh sebuah perusahaan ketika melakukan ekspansi internasional, pada penelitian ini juga menitikberatkan pada seberapa jauh budaya diperlukan oleh Daiso Japan saat melakukan ekspansi internasionalnya ke Indonesia. Dengan menggunakan metode deskriptif-kualitatif, peneliti menjelaskan budaya merupakan kepentingan yang sangat mendasar bagi sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya di tingkat internasional. Begitu pula pada kasus Daiso, budaya sampai saat ini masih tetap dipertahankan demi menjaga identitas perusahaan dan untuk mendapatkan tempat di hati para konsumen.

Permasalahan selanjutnya pada penelitian ini merujuk pada strategi yang digunakan beserta langkah-langkah penyesuaiannya, yaitu penerapan adaptasi dikombinasikan dengan agregasi terhadap budaya. Analisis penulis rangkai berdasarkan data yang didapat dari penelitian lapangan, wawancara, serta internet dan jurnal, sehingga memperoleh hasil berupa agregasi budaya yang diterapkan Daiso terdapat pada elemen bahasa, agama, kebiasaan dan sopan santun. Berdasarkan fakta lapangan dan analisis yang penulis teliti, didapat kesimpulan yaitu penyesuaian yang dilakukan Daiso Japan terhadap perbedaan budaya yang ada dicondongkan pada penerapan budaya Jepang, untuk mengenalkan kepada konsumen yang berbelanja di Daiso. Dan juga, penerapan tersebut semakin berkembang dengan banyaknya toko yang dibuka di Indonesia, sehingga membuat konsumen lebih mengenal konsep dan ciri khas yang dibawa Daiso Japan ke Indonesia.

Kata kunci: *internasionalisasi, perbedaan budaya, adaptasi, agregasi budaya.*