

Yokonarabi sebagai salah satu strategi persaingan bisnis Jepang = Yokonorabi as one of Japanese business competition strategy

Dini Kusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=93702&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam sebuah persaingan bisnis internasional diperlukan adanya strategi khusus dalam menghadapi para kompetitor. Terutama bila sebuah perusahaan masih berperan sebagai perusahaan pengikut yang harus terus mengejar pemimpin pasar untuk peningkatan usaha. Salah satu ciri dari perusahaan pengikut adalah rendahnya finansial yang dimiliki, serta kecilnya pangsa pasar mereka.

Berkaitan dengan hal tersebut, perusahaan Jepang yang pernah mengalami kehancuran tepatnya setelah Perang Dunia II melakukan strategi bersaing untuk merebut pangsa pasar, dan salah satunya adalah strategi yokonarabi.

Strategi ini adalah strategi meniru produk dan teknologi milik pemimpin pasar, yaitu perusahaan-perusahaan dari negara Barat, untuk kemudian produk dan teknologi tersebut terus dikembangkan secara bertahap menjadi produk yang lebih unggul dari produk yang ditiru.

Strategi ini sesuai dengan karakter perusahaan Jepang, ditinjau dari kebudayaan, sejarah, dan agama bangsa, serta sistem ekonomi dan industri Jepang dimulai sejak Restorasi Meiji. Pada akhirnya strategi ini merupakan salah satu strategi yang mampu meningkatkan pertumbuhan perindustrian dan perekonomian Jepang dengan sangat pesat, khususnya pada tahun 1970an.

In today global business competition, every company should have their best strategy to deal with competitors, especially when they perform as follower in the market share, that they must have strong competitive advantage compare to their market leader.

One characteristic of a follower is lack of finance and market share. Therefore when many Japanese companies suffered after the loss in World War II, they applied many competition strategies to achieve more market share in the international business, one of these strategies called yokonarabi strategy.

Yokonarabi strategy is an action to copy or imitate competitor's products and technologies, especially competitors from West countries. Then, the Japanese develop continuously their imitation product into new high technology products, which much more advance than products that they copied.

This strategy is actually has an equal character with Japanese company's characteristic, related to the nation's culture, history, and religion, along with their modern economic and industrial system, which has began since Meiji Restoration. As the result, this strategy has helped Japan to increase their industrial and economic growth, especially in 1970's.