

OKURIMONO (贈り物) DALAM BISNIS MASYARAKAT JEPANG

Zharfan Zayn Zhulalillah Jayadisastra

43131520200082

STBA - JIA

2024

ABSTRAKSI

Okurimono merupakan budaya pemberian hadiah bagi kehidupan masyarakat Jepang salah satunya untuk tujuan bisnis. Tukar-menukar ini dianggap penting oleh orang Jepang meskipun membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Budaya *okurimono* berasal dari Cina yang disebut dengan *guanxi* (关系) untuk mempererat hubungan relasi antar keluarga, politikus, institusi sosial, dan urusan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *okurimono* dalam dunia bisnis di Jepang pada saat ini. Penelitian ini menganalisis waktu terbaik, harga pasar, jenis hadiah, dan juga cara membungkus yang benar. Sumber data penelitian ini adalah artikel-artikel berbahasa Jepang. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penerapan *okurimono* dalam bisnis Jepang terdapat 8 jenis yaitu hadiah perpisahan yang disebut *senbetsu*, hadiah akhir tahun yang disebut *oseibo*, hadiah pertengahan tahun yang disebut *ochuugen*, hadiah awal tahun yang disebut *otoshidama*, hadiah untuk orang sakit yang disebut *omimai*, hadiah pernikahan yang disebut *kekkon*, hadiah ucapan selamat yang disebut *oiwai*, hadiah belasungkawa yang disebut *kouden*, dan balasan hadiah yang disebut *okaeshi*. Umumnya harga pasar *okurimono* adalah 3000 sampai 10 ribu yen. Cara membungkusnya tidak hanya dibungkus dengan kertas kado biasa tapi diikat juga dengan tali yang disebut *mizuhiki* dengan simpul yang berbeda-beda tergantung acaranya, ditambah juga kertas hias yang disebut *noshi*.

Kata kunci: *okurimono*, *okaeshi*, budaya Jepang, *mizuhiki*, *noshi*

日本社会におけるビジネスの贈り物
ザルファン・ザイン・ズラリラ・ジャヤディサストラ

43131520200082

STBA - JIA

2024

要旨

贈り物（おくりもの）は、ビジネスを含む日本社会における贈答文化の一部である。この贈答のやり取りは、費用がかかるにもかかわらず、日本人にとって重要なものとされている。贈り物の文化は、中国の「関係（グアンシー）」に由来し、家族、政治家、社会的機関、そしてビジネスの関係を強化するためのものである。本研究の目的は、現在の日本のビジネスにおける贈り物の実践を明らかにすることである。本研究では、最適な贈る時期、市場価格、贈り物の種類、そして適切な包装方法について分析する。本研究のデータソースは、日本語の論文や記事である。研究方法としては、質的アプローチを用いた記述的手法を採用した。日本のビジネスにおける贈り物の実践には、8つの種類がある。それは、送別の贈り物である「餞別（せんべつ）」、年末の贈り物である「お歳暮（おせいぼ）」、夏の贈り物である「お中元（おちゅうげん）」、年始の贈り物である「お年玉（おとしだま）」、病気の人への贈り物である「お見舞い（おみまい）」、結婚の贈り物である「結婚（けっこん）」、祝いの贈り物である「お祝い（おいわい）」、弔意を表す贈り物である「香典（こうでん）」、そして贈り物の返礼である「お返し（おかえし）」である。一般的に、贈り物の市場価格は3000円から1万円程度である。包装方法は、単なる包装紙ではなく、水引（みずひき）という紐で、用途に応じた異なる結び方をし、さらに「のし」と呼ばれる飾り紙を添えるのが一般的である。

キーワード：贈り物、お返し、日本の文化、水引、のし