

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan manajemen lintas budaya pada perusahaan multinasional di Indonesia melalui studi kasus PT Tiger Water Solutions, perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) asal Australia yang bergerak di bidang solusi penyimpanan air. Penelitian dilatarbelakangi oleh munculnya tantangan internal dan eksternal akibat perbedaan budaya antara manajemen ekspatriat dan karyawan lokal, serta antara perusahaan dengan pelanggan di pasar Indonesia. Perbedaan bahasa, gaya komunikasi, nilai kerja, dan ekspektasi pelanggan memengaruhi efektivitas komunikasi bisnis, strategi pemasaran, dan kinerja penjualan perusahaan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen terhadap lima informan yang terdiri dari manajemen ekspatriat, perwakilan Austrade, serta karyawan lokal perusahaan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk menjaga validitas penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cross-cultural competence memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas operasional dan keberhasilan strategi pemasaran perusahaan multinasional di Indonesia. PT Tiger Water Solutions menghadapi hambatan komunikasi internal akibat perbedaan pola kerja dan orientasi budaya antara ekspatriat Australia dan tenaga kerja lokal Indonesia. Selain itu, perusahaan juga menghadapi tantangan eksternal berupa karakteristik budaya bisnis Indonesia yang lebih menekankan hubungan personal, fleksibilitas komunikasi, dan kepercayaan jangka panjang dalam proses penjualan. Penelitian menemukan bahwa kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan gaya komunikasi, membangun pendekatan relasional dengan pelanggan, serta meningkatkan pemahaman terhadap budaya lokal berkontribusi positif terhadap peningkatan keterlibatan pelanggan dan kinerja perusahaan.

Penelitian ini memperkuat pentingnya adaptasi budaya dan pengembangan kompetensi lintas budaya sebagai bagian dari strategi bisnis internasional perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia.

Kata kunci: manajemen lintas budaya, cross-cultural competence, perusahaan multinasional, adaptasi budaya, strategi pemasaran, kinerja penjualan.