**TUGAS PAPER**

**M0214 – TOPIK-TOPIK LANJUTAN SISTEM INFORMASI**

**Global Career at Multinational Company : Toyota**

**Dibuat oleh :**

**Octavion Tjia**

**1501171522**

**06PKM**

****

**Binus University**

**Jakarta**

**2014**

**ABSTRAK**

Perusahaan multinasional adalah sebuah perusahaan yang memiliki kantor pusat di banyak negara lain dan umumnya menggunakan sistem desentralisasi dalam pengambilan keputusan. Hingga saat ini telah berdiri berbagai macam perusahaan multinasional yang telah berkiprah cukup lama. Banyak perusahaan multinasional ini ditandai dengan adanya unit produksi atau perwakilannya di luar negara asal dan secara tidak langsung mereka memiliki program, kebijakan yang lebih kompleks dalam menjalankan bisnisnya atau dalam merekrut sumber daya manusianya. Salah satu contoh dari perusahaan global adalah perusahaan Accenture. Sebagai salah satu perusahaan multinasional, Accenture telah berhasil membuktikan kiprahnya di kancah internasional dengan berbagai struktur kebijakan yang ada serta inovasi dan teknologi yang digunakan.

Kata kunci: *Perusahaan multinasional, kebijakan*

**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Pertumbuhan perusahaan multinasional di Indonesia bisa dikategorika sebagai pertumbuhan yang cukup cepat. Secara tidak langsung, hal ini didukung dengan adanya perjanjian kerjasama secara global untuk mengadakan daerah pasar bebas yang mendorong banyak pihak eksternal atau yang dalam hal ini adalah perusahaan-perusahaan besar untuk berinvestasi ke negara-negara berkembang yang memiliki kelebihan dalam aspek Sumber Daya Manusia dan bahan baku yang mudah di dapatkan pada kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia.

Dalam dekade terakhir ribuan perusahaan telah bermunculan dan tumbuh di Indonesia. Dari ribuan perusahaan yang ada, beberapanya telah memiliki sebuah perputaran roda bisnis yang besar dan telah mengekspansi roda bisnisnya ke negara lain. Hal inilah yang disebut dengan perusahaan multinasional, Sebagai perusahaan yang termasuk dalam skala besar, perusahaan-perusahaan ini selalu diidolakan oleh para pencari kerja dari segala belahan dunia dikarenakan mereka telah memiliki sebuah struktur yang baik dalam menjalankan bisnisnya.

Adapun yang dimaksud struktur di sini tidak hanya menyangkut struktur organisasi namun juga berkaitan dengan perihal bagaimana ia menjalankan bisnisnya, nilai yang diusung perusahaan terbseut dan bagaimana cara perusahaan tersebut memperlakukan sumber dayanya. Maka tidak bisa dipungkiri bahwa perusahaan multinasional selalu dijadikan patokan atau standar bagi perusahaan lain dalam rangka meningkatkan bisnis mereka. Salah satu perusahaan multinasional yang telah membuktikkan performanya sebagai perusahaan multinasional adalah Toyota Group. Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai segala hal terhadap perusahaan multinasional khususnya dari sisi sumber dayanya dan strategi yang digunakan; penulis dalam kesempatan ini mengambil Toyota Group sebagai pembahasan dalam penulisan makalah ini.

* 1. **Ruang Lingkup**

Berikut adalah batasan cakupan dari karya tulis ini, antara lain :

1. Pembahasan menjelaskan tentang keadaan dan sejarah Toyota Group
2. Penjelasan mengenai kebijakan yang dijalankan di perusahaan Toyota dimulai dari program dan tunjangan, tahap perekrutan, jenjang karir, dan lingkungan kerja di Toyota.
   1. **Tujuan dan Manfaat**

Tujuan dasar yang ingin dicapai dalam penyusunan karya tulis ini adalah:

1. Memahami bagaimana perusahaan multinational Toyota Group mengelola sumber daya manusianya yang dimulai dari proses perekrutan, jenjang karir dan program serta tunjangan yang diberikan.
2. Memahami bagaimana strategi Toyota Group dalam menajalankan bisnisnya

Sedangkan beberapa manfaat yang diperoleh sebagai hasil evaluasi dalam karya tulis ini, antara lain:

* Dapat mengetahui bagaimana perusahaan multinasional, Toyota Group, menjalankan roda bisnisnya dan secara kritis mempelajari hal-hal positif dari perusahaan Toyota
  1. **Metodologi Penulisan**

Dalam penulisan karya tulis ini dipergunakan berbagai informasi pendukung berdasarkan metode studi kepustakaan yang diperoleh melalui berbagai sumber, seperti buku penunjang, jurnal-jurnal online, skripsi dan beberapa website yang menyediakan informasi mengenai perusahaan global. Berdasarkan informasi dari berbagai sumber iniakan dibuat sebuah pembahasan tentang perusahaan multinational yakni perusahaan Toyota.

* 1. **Sistematika Penulisan**

Karya tulis ilmiah ini terdiri atas beberapa bab pembahasan, yaitu :

* BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelas mengenai pemahaman awal tentang perusahaan multinationalsecara umum dan secara khusus mengenai bagaimana perusahaan multinational bergerak dalam bidangnya masing-masing, yang terdiri atas latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penulisan, serta metodologi penulisan laporan.

* BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori-teori umum hingga teori khusus yang dijadikan sebagai dasar pengetahuan untuk memahami pengertian, ciri-ciri, hambatan, karakter dan teknologi yang digunakan di perusahaan multinasional

* BAB 3 : PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan pembahasan inti tentang pelaksanaan kegiatan dan kebijakan dalam perusahaan multinasional, Toyota.

* BAB 4 : PENUTUP

Bab ini akan memaparkan kesimpulan dari keselurhan pembahasan mengenai pelaksanaan dan kebijakan yang ada di dalam perusahaan Toyota Group, serta memaparkan beberapa saran untuk solusi atas permasalahan yang terjadi di perusahaan Toyota Group.

**BAB 2**

**LANDASAN TEORI**

**2.1 Definisi tentang multinasional company**

Sebuah perusahaan yang memiliki fasilitas dan asset lebih dari satu negara selain Negara asalnya. Perusahaan seperti ini memiliki kantor dan pabrik di Negara berbeda dan biasanya memiliki kantor pusat yang terpusat di mana dapat mengkoordinasikan manajemen global. Perusahaan multinasional yang sangat besar memiliki anggaran yang lebih besar dibandingkan banyak negara kecil. (Multinational Corporation, 2014)

Multinasional company memiliki kode etik bagi perusahaan, dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip yang disetujui perusahaan secara sukarela untuk mematuhinya dalam segala konteks kegiatan yang dilakukan perusahaan. Prinsip – prinsip ini mungkin berhubungan dengan aspek – aspek yang beragam seperti praktek perdagangan, perilaku dan etika perusahaan, standar lingkungan, kondisi kerja dan hak asasi manusia, dan berlaku untuk anak perusahaannya

**2.2 Hambatan perkembangan multinasional company**

Beberapa hambatan dalam pengembangan multinational company, yaitu :

1. **Batasan Perdagangan dan Tarif bea cukai**

Dalam melaksanakan bisnis internasional khususnya yang berbentuk perdagangan internasional yaitu ekspor atau impor, hambatan utamanya akan berupa hambatan dalam hal perdagangan serta sering terjadinya pembatasan-pembatasan tarif bea masuk. Hambatan inilah yang selalu menjadi objek perdebatan antar bangsa-bangsa yang belangsung dalam sidang internasional “ GATT “ yaitu singkatan dari “General agreement on Tariffs and Trade”.

Hambatan perdagangan adalah antara lain berupa pemilihan partner dagang dari suatu Negara tertentu saja yang biasanya partner tersebut dipilih atas dasar pertimbangan baik ekonomis maupun nonekonomis.

1. **Perbedaan bahasa, sosial budaya/kultural**

Perbedaan dalam bahasa sering kali merupakan hambatan bagi kelancaran bisnis internasional, hal ini disebabkan karena bahasa adalah merupakan alat komunikasi yang vital baik bahsa lisan maupun bahsa tulis.Perbedaan kondisi sosial budaya merupakan suatu masalah yang harus di cermati pula dalam melakukan bisnis internasional.

1. **Kondisi politik dan hukum/ perundang-undangan**

Ketentuan hukum atau pun perundang-undangan yang berlaku di suatu Negara kadang juga membatasi berlangsungnya bisnis internasional.Misalnya Negara-Negara Arab melarang barang-barang mengandung daging maupun minyak Babi.

1. **Hambatan Operasional**

Transportasi sering kali sukar untuk dilakukan karena anatra kedua Negara itu belum memiki jalur pelayaran kapal laut yang reguler .  (Cess,2013)

**2.3 Ciri – ciri perusahaan multinasional**

Ciri – ciri perusahaan multinasional antara lain :

1. Lingkup kegiatan income generating (perolehan pendapatan) perusahaan multinasional melampau batas- batas Negara.
2. Perdagangan dalam perusahaan multinasional kebanyakan terjadi di dalam lingkup perusahaan itu sendiri, walaupun antarnegara.
3. Control terhadap pemakaian teknologi dan modal sangat diutamakan mengingat kedua factor tersebut merupakan keuntungan kompetitif perusahaan multinasional.
4. Pengembangan system managemen dan distribusi yang melintasi batas-batas Negara, terutama system modal ventura, lisensi dan franchise.

**2.4 Karakter Perusahaan Multinasional**

Perusahaan multinasional biasanya memiliki ciri – ciri :

* 1. Membentuk cabang – cabang di luar negeri
  2. Visi dan strategi yang digunakan untuk memproduksi suatu barang bersifat global (mendunia), jadi perusaan tersebut membuat atau menghasilkan barang yang dapat digunakan di semua negara.
  3. Lebih cenderung memilih kegiatan bisnis tertentu, umumnya manufaktur.
  4. Menempatkan cabang pada negara – negara maju.
  5. Kehadiran anak perusahaan bagi negara cabang banyak memberikan keuntungan untuk negara tersebut diantaranya pemberian pajak untuk perusahaan tersebut yang cukup besar.Tidak hanya itu, dengan adanya suatu anak perusahaan dinegara lain, berarti sedikit membantu membuka peluang kerja bagi penduduk yang belum kerja di negara tersebut.

**2.5 Contoh- contoh perusahaan Multinasional yang ada di Indonesia**

1. McDonald’s

McDonald'sadalah rangkaian [rumah makan siap saji](http://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_makan_siap_saji) terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah [hamburger](http://id.wikipedia.org/wiki/Hamburger), namun mereka juga menyajikan [minuman ringan](http://id.wikipedia.org/wiki/Minuman_ringan), [kentang goreng](http://id.wikipedia.org/wiki/Kentang_goreng), [filet ayam](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Filet_ayam&action=edit&redlink=1) dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada.

Restoran McDonald's pertama didirikan pada tahun [1940](http://id.wikipedia.org/wiki/1940) oleh dua bersaudara [Dick dan Mac McDonald](http://id.wikipedia.org/wiki/Dick_dan_Mac_McDonald), namun kemudian dibeli oleh [Ray Kroc](http://id.wikipedia.org/wiki/Ray_Kroc) dan diperluas ke seluruh dunia.

Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang.

Lambang McDonald's adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah-rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh masyarakat luas.

Restoran McDonald's pertama di [Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia) terletak di [Sarinah](http://id.wikipedia.org/wiki/Sarinah), [Jakarta](http://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta) dan dibuka pada [23 Februari](http://id.wikipedia.org/wiki/23_Februari) [1991](http://id.wikipedia.org/wiki/1991). Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual [ayam goreng](http://id.wikipedia.org/wiki/Ayam_goreng) dan [nasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Nasi) di restoran-restorannya di Indonesia.  
Pada [1 Oktober](http://id.wikipedia.org/wiki/1_Oktober) [2009](http://id.wikipedia.org/wiki/2009) McDonald's berubah menjadi Tony Jack's Indonesia tetapi tidak seluruh gerai McDonald's. Terdapat 13 gerai McDonald’s milik Bambang Rachmadi yang berubah antara lain berlokasi di [Sarinah](http://id.wikipedia.org/wiki/Sarinah) (Thamrin), Melawai Plaza, [Blok M Plaza](http://id.wikipedia.org/wiki/Blok_M_Plaza), [Arion](http://id.wikipedia.org/wiki/Arion), [Kelapa Gading](http://id.wikipedia.org/wiki/Kelapa_Gading), [Sunter](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sunter&action=edit&redlink=1), [Bandung Indah Plaza](http://id.wikipedia.org/wiki/Bandung_Indah_Plaza), [Tunjungan Plaza](http://id.wikipedia.org/wiki/Tunjungan_Plaza), [Bandara Soekarno-Hatta](http://id.wikipedia.org/wiki/Bandara_Soekarno-Hatta), ITC Mangga Dua, Citra Land, Gajah Mada Plaza, dan [Kebon Jeruk](http://id.wikipedia.org/wiki/Kebon_Jeruk). Tak lama kemudian, pada tahun 2010 Tony Jack's Indonesia bangkrut dan diambil ahli oleh McDonald's.

Bisnis perusahaan ini dimulai di tahun 1940 dengan dibukanya sebuah [restoran](http://id.wikipedia.org/wiki/Restoran) oleh [Dick dan Mac McDonald](http://id.wikipedia.org/wiki/Dick_dan_Mac_McDonald), di [San Bernardino](http://id.wikipedia.org/wiki/San_Bernardino,_California), [California](http://id.wikipedia.org/wiki/California). Mereka memperkenalkan "Speedee Service System" pada tahun 1948, yang kemudian menjadi pinsip dasar [restoran siap-saji](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Siap-saji&action=edit&redlink=1) moderen. Maskot awal McDonald's, yang bernama Speede, adalah seorang pria dengan kepala berbentuk hamburger yang menggunakan topi koki. Speede kemudian digantikan oleh Ronald McDonald di tahun 1963.  
McDonald's saat ini tidak menjadikan tahun 1940 sebagai tahun kelahiran restoran McDonald's. Mereka memilih 15 April 1955, ketika [Ray Kroc](http://id.wikipedia.org/wiki/Ray_Kroc) membeli lisensi waralaba McDonald's dari Dick dan Mac di [Des Plaines](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Des_Plaines,_Illinois&action=edit&redlink=1), [Illinois](http://id.wikipedia.org/wiki/Illinois), sebagai hari kelahirannya. Kroc kemudian membeli saham dari McDonald's bersaudara dan memimpin perusahaan ini melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Saham McDonald's mulai dijual kepada publik tahun 1965.

Sifat agresif yang dimiliki Kroc bertentangan dengan keinginan McDonald bersaudara. Kroc dan McDonald bersaudara bertikai untuk mengontrol bisnis ini, namun akhirnya McDonald bersaudara lah yang pergi meninggalkan perusahaan. Pertikaian ini didokumentasikan baik dalam otobiografi Kroc maupun otobiografi McDonald bersaudara. Situs di mana McDonald bersaudara pertama kali mendirikan restoran kini dijadikan monumen. Dengan ekspansi agresifnya ke seluruh penjuru dunia, McDonald's dijadikan sebagai simbol [globalisasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi) dan penyebar[gaya hidup orang Amerika](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Gaya_hidup_orang_Amerika&action=edit&redlink=1" \o "Gaya hidup orang Amerika (halaman belum tersedia)).

1. DUNKIN DONUTS

Dunkin’Donuts pertama kali masuk ke Indonesia melalui Penanaman Modal Asing Langsungnya dengan membuka perusahaan pertamanya di Jakarta. Dunkin’ Donuts sebelumnya juga telah membuka cabang-cabangnya (franchise) di berbagai negara, seperti negara-negara di Eropa. Dunkin’Donuts pada mulanya tumbuh dan berkembang di kota Boston, Amerika Serikat pada tahun 1940 (dengan nama awal Open Kettle). Kemudian perusahaan ini terus tumbuh dan berkembang hingga akhirnya pada tahun 1970, Dunkin’Donuts telah berhasil menjadi perusahaan dengan merek internasional. Kemudian pada tahun 1983 perusahaan Dunkin’Donuts dibeli oleh Domecq Sekutu (Allied Domecq) yang juga membawahi Togo’s dan Baskin Robins. Di bawah Allied Domecq, perluasan pasar Dunkin’Donuts secara internasional semakin diintensifkan. Hingga akhirnya gerai Dunkin’Donuts tersebar tidak hanya di benua Amerika saja, tetapi juga meluas ke benua-benua seperti Eropa dan Asia. Di Indonesia sendiri, Dunkin’ Donuts mulai merambah pasarnya pada tahun 1985 dengan gerai pertama didirikan di Jalan Hayam Wuruk, Jakarta Pusat. Khusus wilayah Indonesia, master franchise Dunkin’Donuts dipegang oleh Dunkin’ Donuts Indonesia[10]. Saat pertama kali Dunkin’Donuts membuka gerai pertamanya di Indonesia (pada tahun 1980-an), tidak ada reaksi keras dari masyarakat yang menentang perusahaan tersebut untuk masuk.Masyarakat cenderung menganggap positif atas upaya perusahaan tersebut dalam memperluas jaringan pasarnya.Mereka justru cenderung merasa senang atas hadirnya Dunkin’Donuts di Indonesia.

1. LEVI’S JEAN

Sebuah kisah menggambarkan sejarah celana jeans yang telah diciptakan oleh Levi Strauss tahun 1880 ini, delapan tahun setelah jeans masuk ke Amerika Serikat (AS) tahun 1872. Jeans Levis pertama kali dibuat di Genoa, Italia tahun 1560-an. Kain celana ini biasa dipakai oleh angkatan laut. Orang Prancis menyebut celana ini dengan sebutan “bleu de Génes”, yang berarti biru Genoa. Meski tekstil ini pertama kali diproduksi dan dipakai di Eropa, tetapi sebagai fashion, jeans dipopulerkan di AS oleh Levi Strauss, seorang pemuda berusia dua puluh tahunan yang mengadu peruntungannya ke San Francisco sebagai pedagang pakaian.Ketika itu, AS sedang dilanda demam emas.Levi Strauss & Co. adalah produsen pakaian Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1853 oleh Levi Strauss. Perusahaan ini bersifat internasional dengan 3 divisi geografis Levi Strauss North Americas, bermarkas di San Francisco, Levi Strauss Europe, dengan markas di Kota Brusel dan Levi Strauss Asia Pacific, markas di Singapura. Jumlah karyawan perusahaan Levi Strauss & Co.sampai saat ini telah mencapai sekitar 8.850 di seluruh dunia.

1. EPSON

Awalnya EPSON yang ada saat ini memang bukan berasal dari Indonesia.Produk asal Jepang ini menjadikan Indonesia menjadi pusat produksinya didunia. Epson sesungguhnya berawal dari usaha jam merek Seiko. Ya, merek jam yang selama ini kita kenal itu merupakan cikal bakal berdirinya EPSON. Boleh dibilang EPSON adalah anak kandung Seiko.Didirikan Hisao Yamazaki pada 1942, Seiko berada di bawah bendera Daiwa Kogyo. Kala itu, Seiko amat terkenal akan keunggulannya dalam teknologi presisi kinetiknya. Teknologi ini sangat memperhatikan detail, ketepatan, serta keakuratan secara mekanis dan berulang. Sebuah teknologi yang mencerminkan gaya hidup orang Jepang.

1. KFC

KFC (dulu dikenal dengan nama Kentucky Fried Chicken) adalah suatu merek dagang waralaba dari Yum! Brands, Inc., yang bermarkas di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan oleh Col. Harland Sanders, KFC dikenal terutama karena ayam gorengnya, yang biasa disajikan dalam bucket. Col. Sanders mulai menjual ayam gorengnya di pom bensin miliknya pada tahun 1939 di Corbin, Kentucky yang selanjutnya pindah ke sebuah motel. Ia menutup usahanya pada akhir 1940-an sewaktu jalan tol Interstate melalui kotanya. Pada awal 1950-an, ia mulai berkeliling Amerika Serikat dan bertemu dengan Pete Harman di Salt Lake City, Utah, dan pada tahun 1952 bersama-sama mendirikan restoran Kentucky Fried Chicken yang pertama di dunia (restoran pertamanya tidak menggunakan nama tersebut). Sanders menjual seluruh waralaba KFC pada tahun 1964 senilai 2 juta USD, yang sejak itu telah dijual kembali sebanyak tiga kali. Pemilik terakhir adalah PepsiCo, yang menggabungkannya ke dalam divisi perusahaan Tricon Global Restaurants yang sekarang dikenal sebagai Yum! Brands, Inc. Pada tahun 1997, Tricon terpisah dari PepsiCo. Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT. Fastfood Indonesia, Tbk (IDX: FAST) yang didirikan oleh Kelompok Usaha Gelael pada tahun 1978, dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuka pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta.

1. LG

Didirikan pada 1947, Lucky Chemical Industrial Co. (sekarang disebut LG Chemical), adalah merupakan perusahaan kimia pertama di Korea. Perusahaan ini merupakan sebuah kerja sama antara keluarga Koo dan Heo, yang telah memiliki bisnis yang saling bersaing satu sama lain untuk beberapa generasi. Grup ini memperluas ke peralatan rumah tangga pada 1958 di bawah nama Goldstar Electronics Co. GeumSung being Planet Venus)(sekarang disebut LG Electronics), yang merupakan perusahaan elektronik pertama di negara tersebut. LG Indonesia didirikan pada 15 Desember 1990 yang berpusat di Gedung Garuda Indonesia. LG Indonesia juga sebagai sponsor resmi Persija Jakarta

1. BLACKBERRY

Berawal dari perusahaan kecil dengan modal hasil pinjaman, RIM berkembang menjadi perusahaan yang paling di kagumi dan di hormati dai Kanada. Kisah sukses perusahaan dengan nama lengkap Research In Motion Ltd, berawal dari keinginan seorang pemuda yang di drop out dari kampusnya untuk membuktikan diri. Adalah seorang yunani bernama Mike Lazardis yang berimigrasi dari Turki ke Kanada pada th 1967. Usianya yang ke 23 Lazardis mendapat kenyataan pahit karena di keluarkan dari Universitas Waterloo, dimana dia mendalami teknik elektro.Lazardis mendapat pinjaman modal usaha dari teman dan keluarganya. Dengan modal tersebut, Lazarsis dan dua temannya mendirikan RIM di Waterloo,Ontario Kanada th 1984. BlackBerry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub.Perusahaan Starhub merupakan pengejewantahan dari RIM yang merupakan rekan utama BlackBerry.

**2.6 Dampak perusahaan Multinasional**

Dewasa ini kehadiran perusahaan-perusahaan multinasional di bidang ekonomi dan politik dunia, terasa sangat mencolok.Perusahaan-perusahaan multinasional yang “menancapkan kukunya” juga tentu saja memberikan implikasi kepada, saya sebut sebagai, Negara yang di’ekspansi’nya, baik dampak positif maupun dampak negatifnya.Dampak positif pertama yang paling sering disebut-sebut sebagai sumbangan positif penanaman modal asing ini adalah, peranannya dalam mengisi kekosongan atau kekurangan sumber daya antara tingkat investasi yang ditargetkan dengan jumlah actual “tabungan domestik” yang dapat dimobilisasikan. Dampak positif kedua adalah, dengan memungut pajak atas keuntungan perusahaan multinasional dan ikut serta secara financial dalam kegiatan-kegiatan mereka di dalam negeri, pemerintah Negara-negara berkembang berharap bahwa mereka akan dapat turut memobilisasikan sumber-sumber financial dalam rangka membiayai proyek-proyek pembangunan secara lebih baik.

Dampak positif ketiga adalah, perusahaan multinasional tersebut tidak hanya akan menyediakan sumber-sumber financial dan pabrik-pabrik baru saja kepada Negara-negara miskin yang bertindak sebagai tuan rumah, akan tetapi mereka juga menyediakan suatu “paket” sumber daya yang dibutuhkan bagi proses pembangunan secara keseluruhan, termasuk juga pengalaman dan kecakapan manajerial, kemampuan kewirausahaan, yang pada akhirnya nanti dapat dimanifestasikan dan diajarkan kepada pengusaha-pengusaha domestic

Dampak positif keempat adalah, perusahaan multinasional juga berguna untuk mendidik para manajer local agar mengetahui strategi dalam rangka membuat relasi dengan bank-bank luar negeri, mencari alternative pasokan sumber daya, serta memperluas jaringan-jaringan pemasaran sampai ke tingkat internasional. Dampak positif kelima adalah, perusahaan multinasional akan membawa pengetahuan dan teknologi yang tentu saja dinilai sangat maju dan maju oleh Negara berkembang mengenai proses produksi sekaligus memperkenalkan mesin-mesin dan peralatan modern kepada Negara-negara dun ia ketiga.

Selain dampak positif yang telah dikatakan diatas, tentu saja dalam pelaksanaan kegiatan ekonominya, perusahaan multinasional juga mempunyai dampak negatif yang terjadi pada Negara tamu.Pada umumnya pasar yang menjadi sasaran pemasaran perusahaan multinasional ini memang adalah Negara-negara yang notabenenya adalah Negara-negara yang sedang berkembang atau Negara-negara dunia ketiga. Hal ini mereka lakukan karena Negara-negara dunia ketiga ini dinilai belum mempunyai perlindungan yang baik atau belum mempunyai “kekuatan” yang cukup untuk menolak “kekuatan” daripada perusahaan-perusahaan raksasa multinasional ini sehingga bukan tidak mungkin mereka bisa melakukan intervensi terhadap pemerintahan yang dilangsungkan oleh Negara yang bersangkutan, atau dengan kata lain Negara-negara ini menghadapi dilema di mana sebagian besar negara terlalu lemah untuk menerapkan prinsip aturan hukum, dan juga perusahaan-perusahaan raksasa ini sangat kuat menjalankan kepentingan ekonomi untuk keuntungan mereka sendiri.

Kemudian kita juga harus menyadari bahwa perusahaan-perusahaan mutinasional ini tidak tertarik untuk menunjang usaha pembangunan suatu Negara.Perhatian mereka hanya tertuju kepada upaya maksimalisasi keuntungan atau tingkat hasil financial atas setiap sen modal yang mereka tanamkan.Perusahaan-perusahaan multi nasional ini senantiasa mencari peluang ekonomi yang paling menguntungkan, dan mereka tidak bisa diharapkan untuk memberi perhatiam kepada soal-soal kemiskinan, ketimpangan pendapatan dan lonjakan pengangguran.Pada umumnya, perusahaan-perusahaan multinasional hanya sedikit memperkerjakan tenaga-tenaga setempat.Operasi mereka cenderung terpusat di sector modern yang mampu menghasilkan keuntungan yang maksimal yaitu di daerah perkotaan.

Selain tidak bisa diharapkan untuk ikut membantu mengatasi masalah ketenagakerjaan di Negara tuan rumah, mereka bahkan seringkali memberi pengaruh negative terhadap tingkat upah rata-rata, karena mereka biasanya memberikan gaji dan aneka tunjangan kesejahteraan yang jauh lebih tinggi ketimbang gaji gaji rata-rata kepada para karyawannya, baik itu yang berasal dari Negara setempat atau yang didatangkan dari Negara-negara lain. Di atas telah dikatakan bahwa keuatan mereka juga ditunjang oleh posisi oligopolitik yang mereka genggam dalam perekonomian domestik atau bahkan internasional pada sektor atau jenis-jenis produk yang mereka geluti.Hal ini bertolak berlakang dari keyataan bahwa mereka cenderung beroperasi di pasar-pasar yang dikuasai oleh beberapa penjual dan pembeli saja. Situasi seperti ini memberi mereka kemampuan serta kesempatan yang sangat besar untuk secara sepihak menentukan harga-harga dan laba yang mereka kehendaki, bersekongkol dengan perusahaan lainnya dalam membagi daerah operasinya serta sekaligus untuk mencegah atau membatasi masuknya perusahaan-perusahaan baru yang nantinya dikhawatirkan akan menjadi saingan mereka.

Hal-hal tersebut mereka upayakan dengan menggunakan kekuatan yang mereka miliki dalam penguasaan teknologi-teknologi baru yang paling canggih dan efisien, keahlian-keahlian khusus, diferensiasi produk, serta berbagai kegiatan periklanan secara gencar dan besar-besaran untuk mempengaruhi, kalau perlu mengubah, selera dan minat konsumen. Kemudian walaupun dampak-dampak awal (berjangka awal) dari penanaman modal perusahaan multinasional memang dapat memperbaiki posisi devisa Negara yang menerima mereka (Negara tuan rumah), tetapi dalam jangka panjang dampak-dampaknya justru negatif, yakni dapat mengurangi penghasilan devisa itu, baik dari sisi neraca transaksi berjalan maupun neraca modal. Neraca transaksi berjalan bisa memburuk karena adanya impor besar-besaran atas barang-barang setengah jadi dan barang modal oleh perusahaan multinasional itu, dan hal tersebut masih diperburuk lagi oleh adanya pengiriman kembali keuntungan hasil bunga, royalty, dan biaya-biaya jasa manajemen ke Negara asalnya. Jadi praktis pihak Negara tuan rumah tidak memperoleh bagian keuntungan yang adil dan wajar.

Selain itu perusahaan-perusahaan multinasional berpotensi besar untuk merusak perekonomian tuan rumah dengan cara menekan timbulnya semangat bisnis para usahawan local, dan menggunakan tingkat penguasaan pengetahuan teknologi mereka yang superior, jaringan hubungan luar negeri yang luas dan tertata baik, keahlian dan agresivitas di bidang periklanan, serta penguasaan atas berbagai berbagai jenis jasa pelengkap lainnya untuk mendorong keluar setiap perusahaan local yang cukup potensial yang dianggap mengganggu atau mengancam dalam kancah persaingan, dan sekaligus untuk menghalangi munculnya perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi untuk menjadi saingan mereka. Perusahaan-perusahaan multinasional juga sering menggunakan kekuatan ekonomi mereka untuk mempengaruhi, menyuap, dan memanipulasi berbagai kebijakan pemerintah di Negara tuan rumah ke arah yang tidak menguntungkan bagi pembangunannya.

**2.7 Keuntungan Multinasional Company**

Beberapa Keuntungan Multinasional Company bagi negara tuan rumah, yaitu

1. Tingkat investasi, tingkat pekerjaan, dan tingkat pendapatan dari negara tuan rumah meningkat karena operasi multinasional company.
2. Industri dari Negara tuan rumah mendapatkan teknologi terbaru dari Negara – Negara asing melalui multinasional company.
3. Bisnis Negara tuan rumah juga mendapatkan kemampuan management dari Multinasional company.
4. Pedagang domestic dan perantara pasar negara tuan rumah akan meningkatakn bisnis dari pengoperasian multinasional company.
5. *MNC break proctectionalism,* mengekang monopoli local, menciptakan persaingan Antara perusahaan domestic dan dapat meningkatkan daya saing perusahaan.
6. Industri dalam negeri dapat menggunakan RnD (Research and development) dari hasil multinasional company.
7. Negara tuan rumah dapat mengurangi impor dan meningkatkan ekspor karena barang yang diproduksi oleh MNC di negara tuan rumah. Hal ini membantu untuk meningkatkan neraca pembayaran.
8. Tingkat pembangunan industry dan ekonomi akibat pertumbuhan MNC di Negara tuan rumah. (Soni, 2012)

**2.7 Teknologi yang digunakan MNC untuk merekrut pegawai baru**

**2.7.1 Internet**

Internet adalah jaringan komputer di seluruh dunia yang memungkinkan " berbagi " atau " jaringan " di lokasi terpencil dari lembaga lain akademis , perusahaan swasta , instansi pemerintah , dan individu .

Menurut Kelly , internet adalah jaringan dari jaringan yang menghubungkan semua komputer dari seluruh dunia menggunakan TCP / IP sebagai prosedur standar.

**2.7.2 URL**

Uniform Resource Locator ( URL ) dapat ditentukan sebagai alamat kontak di World Wide Web . Ini adalah himpunan surat-surat yang menunjuk ke lokasi sumber daya yang spesifik di web. Contoh URL adalah http://www.siluwed-club.com .

**2.7.3 HTTP**

Hypertext Transfer Protocol ( HTTP ) adalah protokol level aplikasi yang digunakan untuk transfer atau menyampaikan informasi di World Wide Web . Ini adalah protokol request / respon yang relatif sederhana antara klien dan server . Ini mendefinisikan bagaimana klien meminta halaman web dari server dan bagaimana mentransfer server halaman web untuk klien . Ketika klien meminta halaman web , browser mengirim pesan permintaan HTTP untuk objek dalam halaman untuk server . Server menerima permintaan pesan dan merespon dengan pesan respon HTTP yang berisi benda-benda

**2.7.4 Web browser**

Web browser adalah aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan dan berinteraksi dengan informasi yang terletak di halaman web . Aplikasi ini berkomunikasi melalui HTTP , mengatur HTML , dan menampilkan beberapa jenis data teks, grafik , dan suara. Beberapa contoh browser adalah Internet Explorer , Mozilla Firefox , Opera , dan Netscape .

**2.7.5 HTML**

HTML ( Hyper Text Markup Language ) adalah bahasa untuk membuat halaman web . HTML berisi campuran teks biasa dengan " markup " tag yang menjelaskan teks . Tag ini menggambarkan penampilan atau tata letak teks dan konten . Meski begitu keputusan penampilan dan tata letak masih tergantung pada browser

**2.7.6 Hypertext Preprocessor (PHP)**

Menurut(Brooks:1-2) PHP adalah bahasa server-side yang dokumennya terletak pada server lokal bukan didownload pada komputer klien lokal, sehingga mampu mengakses file dari server lokal dan mengolah informasi dari sebuah dokumen HTML. Oleh karena itu, PHP merupakan bahasa scripting yang terpasang pada HTML yang mampu memberikan beberapa keuntungan pada website (Powers : 1) yaitu :

* Memberikan umpan balik secara langsung dari website ke mailbox.
* Mengupload file melalui web page.
* Menampilkan gambar dengan pixel yang besar.
* Membaca dan menulis file.
* Menampilkan dan mengupdate informasi secara dinamis.
* Menggunakan database untuk menampilkan dan menyimpan informasi.
* Membuat website mudah dicari.

Berdasarkan kelebihan di atas, kita mengetahui bahwa PHP telah mendukung sistem database dalam pengolahan informasinya, seperti Oracle, MySQL, Sybase, PostgreSQL, dsb. Sedangkan kerangka kerja (framework) PHP yang sering digunakan antara lain CakePHP, CodeIgniter, Prado, Symfony, Zend Framework, Yii, PHPDevShell, Akelos, QPHP, dan ZooP. Pada dasarnya PHP mendukung delapan tipe data, yaitu boolean, integer, float/double, string, array, object, resource, dan null.

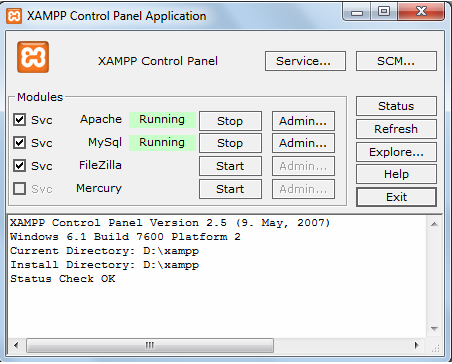
**2.7.7 My Sql**

Menurut (Sheldon dan Moes: 1)MySql adalah server database relasional (Relational Database Management System) yang menawarkan fitur yang sama ditemukan dalam bersaing produk SQL lainnya, dengan kata lain MySql mempersiapkan filtur-filtur yang hampir mirip dengan database management system lainnya sesuai dengan standar SQL. Mysql merupakan open source yang memberikan license-license gratis kepada para pengguna sehingga database management system ini menjadi sangat populer.

Salah satu kelebihan dari DBMS(Database Management System) Mysql adalah Fleksibilitas. Sistem opersai apapun yang digunakan komputer dapat dijalankan oleh My Sql ke local hostnya, user dapat mengoptiomalkan binari yang sudah tersedia untuk 14 platform.Selanjutnya, mysql membuat source code yang tersedia untuk didownload jika binari tidak tersedia dalam platform Anda, atau jika user ingin melakukan kompilasi sendiri. Berbagai macam API (Application Programming Interface) juga tersedia untuk berbagai bahasa pemrograman yang sangat populer, termasuk, C, C + +, Java, Perl, PHP, Ruby dan Tel.

**2.7.8 XAMPP**

XAMPP adalah perangkat lunak gratis server apache yang didalamnya terdapat database server MySql. XAMPP ini menjembatani antara pemrograman PHP dengan database MySql. XAMPP mendukung instalasi pada sistem operasi Windows dan Linux.



Gambar 2.2 Tampilan Control Panel XAMPP

**BAB 3**

**PEMBAHASAN**

**3.1 Company Overview Toyota**

Toyota Motor Corporation adalah produsen otomotif Jepang yang berkantor pusat di Toyota , Aichi , Jepang . Pada 2013 perusahaan multinasional terdiri dari 333.498 karyawan di seluruh dunia dan , pada Januari 2014 , merupakan perusahaan keempat belas terbesar di dunia dalam sisi pendapatan . Toyota adalah produsen mobil terbesar di 2012 ( dari prespektif produksi ) . Pada bulan Juli tahun itu , Toyota Motor Corporation melaporkan telah memproduksi kendaraannya sebanyak 200.000.000 unit. Toyota adalah produsen mobil pertama di dunia untuk memproduksi lebih dari 10 juta kendaraan per tahun . Hal itu dilakukan pada tahun 2012 menurut OICA , dan pada tahun 2013 menurut data perusahaan Pada November 2013 , Toyota merupakan perusahaan terbesar yang terdaftar di Jepang berdasarkan kapitalisasi pasar dan di sisi pendapatan .

Perusahaan ini didirikan oleh Kiichiro Toyoda pada tahun 1937 sebagai sebuah spin-off dari perusahaan ayahnya Toyota Industries untuk membuat mobil . Tiga tahun sebelumnya , pada tahun 1934 , ketika masih berada di bawah departemen Toyota Industries , ia menciptakan produk pertamanya yakni mesin Type A dan , pada tahun 1936 , mobil penumpang pertamanya, AA Toyota . Toyota Motor Corporation memproduksi kendaraan di bawah 5 merek , termasuk merek Toyota , Hino , Lexus , Ranz , dan Scion. Toyota juga memegang saham 51,2 % di Daihatsu , saham 16,66 % di Fuji Heavy Industries , saham 5,9 % di Isuzu , dan saham 0,27 % di Tesla , serta joint-venture dengan dua di China ( GAC Toyota dan FAW Sichuan Toyota Motor ) , satu di India ( Toyota Kirloskar ) , satu di Republik Ceko ( TPCA ) , bersama dengan beberapa perusahaan "nonautomotive". TMC adalah bagian dari Toyota Group, salah satu konglomerat terbesar di dunia.

**3.2 Sejarah Toyota**

Toyota Motor Corporation didirikan pada September 1933 sebagai divisi mobil Pabrik Tenun Otomatis Toyoda. Divisi mobil perusahaan tersebut kemudian dipisahkan pada 27 Agustus 1937 untuk menciptakan Toyota Motor Corporation seperti saat ini.

Berangkat dari industri tekstil, Perusahaan yang memproduksi 1 mobil tiap 50 menit ini ternyata menggunakan penamaan Toyota lebih karena penyebutannya lebih enak daripada memakai nama keluarga pendirinya, Toyoda. Inilah beberapa tonggak menarik perjalanan Toyota.

Toyota merupakan pabrikan mobil terbesar di dunia dalam unit sales dan net sales. Pabrikan terbesar di Jepang ini menghasilkan 8-8,5 juta unit mobil di seluruh dunia tiap tahunnya.

Dibandingkan dengan industri-industri otomotif lain yang menggunakan nama pendirinya sebagai merek dagang seperti Honda yang didirikan oleh Soichiro Honda, Daimler-Benz (Gottlieb Daimler dan Karl Benz), Ford (Henry Ford), nama Toyoda tidaklah dipakai sebagai merek. Karena berangkat dari pemikiran sederhana dan visi waktu itu, penyebutan Toyoda kurang enak didengar dan tidak akrab dikenal sehingga diplesetkan menjadi Toyota.

Sakichi Toyoda lahir pada bulan Februari 1867 di Shizuoka, Jepang. Pria ini dikenal sebagai penemu sejak berusia belasan tahun. Toyoda mengabdikan hidupnya mempelajari dan mengembangkan perakitan tekstil. Dalam usia 30 tahun Toyoda menyelesaikan mesin tenun. Ini kemudian mengantarnya mendirikan cikal bakal perakitan Toyota, yakni Toyoda Automatic Loom Works, Ltd. pada November 1926.

Di sini hak paten mesin tekstil otomatisnya kemudian dijual kepada Platt Brothers & Co, Ltd. dari Inggris, Britania Raya. Hasil penjualan paten ini, dijadikan modal pengembangan divisi otomotif. Mulai tahun 1933, ketika Toyoda membangun divisi otomotif, tim yang kemudian banyak dikendalikan oleh anaknya Kiichiro Toyoda, tiada henti menghasilkan inovasi-inovasi terdepan di zamannya. Mesin Tipe A berhasil dirampungkan pada 1934. Setahun kemudian mesin ini dicangkokkan prototipe pertama mobil penumpang mereka, A1. Divisi otomotif Toyoda juga menghasilkan truk model G1.

Pada tahun 1936 mereka meluncurkan mobil penumpang pertama mereka, Toyoda AA (kala itu masih menggunakan nama Toyoda). Model ini dikembangkan dari prototipe model A1 dan dilengkapi bodi dan mesin A. Kendaraan ini dari awal diharapkan menjadi mobil rakyat.

Empat tahun menunggu dirasa cukup melahirkan perusahaan otomotif sendiri dan melepaskan diri dari industri tekstil mereka. Kemudian tahun 1937 mereka meresmikan divisi otomotif dan memakai nama Toyota, bukan Toyoda seperti nama industri tekstil. Pengambilan nama Toyota dalam bahasa Jepang terwakili dalam 8 karakter, dan delapan adalah angka keberuntungan bagi kalangan masyarakat Jepang. Alasan lain yang dianggap masuk akal adalah industri otomotif merupakan bisnis gaya hidup dan bahkan penyebutan sebuah nama (dan seperti apa kedengarannya), menjadi sisi yang begitu penting. Karena nama Toyoda dianggap terlalu kaku di dalam bisnis yang dinamis sehingga diubah menjadi Toyota yang dirasa lebih baik. Tak ayal, tahun 1937 merupakan era penting kelahiran Toyota Motor Co, Ltd. cikal bakal raksasa Toyota Motor Corp (TMC) sekarang.Dan pada tahun 1938, didirikan Koromo Plant di Jepang (sekarang bernama Honsha plant) yang merupakan Toyota's Establishment Exhibit Room. Plant ini disusun berdasarkan teori Just In Time dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti asrama, rumah sakit, dan toko.

Semangat inovasi Kiichiro Toyoda tidak pernah redup. Toyota kemudian berkembang menjadi penghasil kendaraan tangguh. Di era 1940-an, Toyota sibuk mengembangkan permodalan termasuk memasukkan perusahaan di lantai bursa di Tokyo, Osaka dan Nagoya. Pada tahun 1947, penjualan mobil Toyota di dalam negeri sudah mencapai 100.000 kendaraan.

Setelah era Perang Dunia II berakhir, tahun 1950-an merupakan pembuktian Toyota sebagai penghasil kendaraan serba guna tangguh. Waktu itu kendaraan Jeep akrab di Jepang. Terinspirasi dari mobil ini, Toyota kemudian mengembangkan prototipe Land Cruiser yang keluar tahun 1950. Pada tahun yang sama pula Toyota mendirikan Toyota Motor Sales co., Ltd, anak perusahaan Toyota Motor Co., Ltdyang menangani penjualan, pemasaran dan distribusi Toyota. Setahun kemudian meluncurkan secara resmi model awal Land Cruiser yakni model BJ.

Bulan Juli tahun itu, test drivernya Ichiro Taira mengakhiri uji coba dengan hasil luar biasa. Diinspirasi oleh tokoh Samurai Heikuro Magaki yang mendaki Gunung Atago di atas kuda tahun 1643, Taira mengemudikan Toyota BJ-nya ke kuil Fudo di kota Okasaki. Ini sekaligus dipakai sebagai promosi ketangguhan mobil segala medan ini. Tak lama berselang, Toyota Land Cruiser mulai menandingi dominasi Jeep Willys. Bahkan dengan model-model selanjutnya, Toyota Land Cruiser bisa diterima di pasar yang kala itu sulit ditembus yakni Amerika Utara. Lewat model ini, Toyota masuk ke pasar-pasar di berbagai belahan dunia, Termasuk di Indonesia yang dikenal sebagai sebagai Toyota HardtopLand Cruiser FJ40/45. Di Afrika, model-model Toyota Land Cruiser ini digunakan sebagai Technical alias jip bersenjata yang dibekali senapan mesin ringan, berat atau bahkan senjata basoka tanpa tolak balik (Recoilless bazooka) dan diterjunkan sepanjang konflik-konflik bersenjata dengan kinerja sangat tangguh.

Toyota tidak hanya dikenal melalui Toyota Land Cruiser. Mereka juga mengembangkan model yang menjadi favorit dunia, sedan kecil. Pada tahun 1961, Toyota mengeluarkan model Publica dan lima tahun kemudian meluncurkan model Corolla. Lewat Toyota Corolla yang memulai debutnya pada tahun 1966, sedan mungil generasi awal ini memakai penggerak belakang mengubah tatanan sedan bongsor yang populer saat itu menuju arah sedan kecil yang kompak, irit dan ringkas. Memasuki tahun 1975, Corolla masuk dalam generasi ketiga dan terjual lebih dari 5 juta unit. Hal yang menakjubkan ini masih kokoh hingga sekarang. Mesin mobil Corolla ini kemudian digunakan di Indonesia sebagai mesin untuk kendaraan niaga keluarga serbaguna, Toyota Kijang generasi awal yang dikenal sebagai Kijang Buaya.

Sejalan makin mengglobalnya produk Toyota, mereka sadar tidak mempunyai grafik logo. Bahkan di Indonesia dijumpai kendaraan bermerk Toyota seperti Toyota Kijang dengan logo **TOYOTA** pada grill di bagian bonnet (hidung) mobil. Pada tahun 1989 Toyota akhirnya memutuskan untuk membuat dua lingkaran oval (elips) yang menghasilkan huruf **T**dan ellips ketiga mengisyaratkan akan the spirit of understanding in design. Lingkaran ketiga itu sekaligus mengelilingi kedua lingkaran ellips sebelumnya yang berbentuk T itu sebagai bukti menjaga dan memengaruhi sekelilingnya.

Pada tahun 1990-an, Toyota semakin membuktikan bahwa mobil Jepang dapat bersaing dengan mobil Eropa dan Amerika. Toyota Celica berhasil menjadi juara rally dunia, danToyota Camry menjadi mobil paling laris di Amerika.

Tahun 1999 Toyota mengakuisisi 51,19% saham Daihatsu dan pada tahun 2001 Toyota membeli 50,11% saham Hino.

**3.3 Nilai Inti Toyota**

1. Challenge (Tantangan)

Toyota mempertahankan visi jangka panjang dan berusaha untuk memenuhi semua tantangan dengan keberanian dan kreativitas yang dibutuhkan untuk mewujudkan visi tersebut.

Tantangan dapat menjadi peluang dalam organisasi. Toyota Group menjadikan tantangan sabagai salah satu nilai untuk terus berinovasi terhadap produk-produk baru. Secara tidak langsung, setiap karyawan atau anggota organisasi dituntut untuk meningkatkan kreativitas.

Sesuai dengan salah satu prinsip The Toyota Way, bahwa Toyota Group membangun budaya berhenti untuk memperbaiki masalah, untuk mendapatkan kualitas yang baik sejak pertama. Karyawan ditantang untuk menciptakan produk dengan kualitas baik dan produk tersebut harus sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pasar tanpa ada sebuah masalah pun yang muncul ketika produk dipasarkan.

1. Kaizen

Kaizen berarti berjuang untuk perbaikan terus – menerus. Disebutkan demikian karena menurut Toyota, tidak ada satupun proses yang dapat dinyatakan sempurna, sehingga selalu diperlukan ruang untuk dilakukannya perbaikan.

Kaizen dilakukan oleh semua lapisan karyawan, mulai dari level operator hingga top manajemen. Setiap orang dalam organisasi harus menjadi pemecah masalah karena jika tidak mengalami kesulitan, maka ide perbaikan tidak akan muncul.

Sesuai dengan salah satu prinsip The Toyota Way, buat proses yang mengalir secara kontinu untuk mengangkat permasalahan ke permukaan. Semua lapisan karyawan harus melihat sendiri dan mencari penyebab sesungguhnya sehingga akar permasalahan dapat diketahui dengan baik.

Jika terjadi kesalahan lebih baik memikirkan cara untuk melaksanakan perbaikan. Di sini, setiap karyawan dapat saling bertanya. Tetapi Toyota Group tidak melupakan kualitas dan keselamatan dalam melakukan kaizen.

1. Genchi Genbutsu

Genchi Genbutsu berarti pergi ke sumber untuk menemukan fakta – fakta untuk membuat keputusan yang benar, membangun consensus dan mencapai tujuan.

Toyota Group melaksanakan tinjuan pasar terlebih dahulu sebelum menciptakan sebuah produksi. Tinjauan tersebut sangat penting untuk mengetahui kebutuhan pasar. Tentunya genchi genbutsu sangat penting mengingat kembali prinsip The Toyota Way. Ini menjadi peluang yang sangat besar di samping tantangan dalam usaha untuk menghasilkan sebuah produk.

Genchi genbutsu juga diperlukan saat melakukan kaizen, di mana setiap lapisan karyawan harus langsung menuju sumber permasalahan dan memahamimya.

1. Respect (Menghormati)

Toyota menghormati orang lain, membuat setiap usaha untuk memahami orang lain, menerima tanggung jawab dan melakukan yang terbaik untuk membangun rasa saling percaya.

Mengingat kembali salah satu misi dari Toyota Group, bahwa Toyota selalu menghormati ambisi setiap karyawan dalam menciptakan produk baru. Nilai respect ini menjadi sebuah acuan bagi setiap karyawan dalam berinovasi terus-menerus.

Para manajer di Toyota Group jarang mencapai posisi senior tanpa mendapat dan menyerap keahlian mendengarkan sepenuhnya atas apa yang ingin dikatakan karyawan, serta terus bertanya dan menyelidiki untuk memperoleh cara yang lebih baik.

Nilai ini tidak hanya mengacu pada setiap lapisan karyawan saja tapi juga pada setiap pelanggan, jaringan mitra serta pemasok. Ini menjadi salah satu nilai untuk meningkatkan kepercayaan dari pihak pelanggan.

1. Teamwork (Kerjasama)

Toyota merangsang pertumbuhan pribadi dan profesional, saham peluang untuk pengembangan dan memaksimalkan kinerja individu dan tim.

Kerja sama antar lapisan karyawan sangat diperlukan dalam sebuah organisasi. Begitu juga dengan Toyota Group. Nilai kerja sama dalam Toyota Group, untuk membuat keputusan melalui konsensus. Kerja sama juga sangat diperlukan untuk terus berinovasi, dan dalam melaksanakan kaizen.

Proses pengembangan produk merupakan proses yang bersifat kolaboratif dan lintas fungsi. Artinya produk baru tidak dihasilkan oleh unit atau fungsi tertentu dalam perusahaan tetapi melibatkan berbagai unit untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan tidak sekedar baru tetapi juga harus laku dan dapat diproduksi dengan semestinya.

**3.4 Lingkungan Kerja Toyota**

Toyota adalah perusahaan global yang bekerja pada lingkungan otomotif yang beraneka macam untuk mendukung inovasi, memperluas wawasan, dan menjangkau produk hingga ke berbagai negara di dunia. Oleh karena itu, Toyota membuka peluang kerja bagi seluruh calon pekerja berkompeten di seluruh dunia melalui website resmi pencarian jenjang karirnya, *www.toyota.com/jobs*. Penawaran kesempatan kerja dimulai dari *fresh graduate*, karir profesional, hingga karir konsultan.

Toyota senantiasa mengembangkan teknologi dan *tools* terkini untuk mendukung kolaborasi kerja yang baik antar para *staff*, termasuk untuk memenuhi kebutuhan pribadi para staff dalam menyelesaikan tugas perushaan. Lingkungan kerja yang dibangun dalam perusahaan Toyota menekankan pada poin-poin berikut ini:

* Berorientasi pada aktivitas berkelompok (team).
* Membangun hubungan yang baik, saling bertukar pengetahuan, dan akulturasi budaya.
* Menerima saran dan masukan dari para pekerja perihal harapan akan lingkungan kerja dan kebutuhan tertentu.
* Meningkatkan kolaborasi dan komunikasi jarak jauh antar seluruh cabang Toyota di dunia.

**3.5 Jenis Karir yang ditawarkan oleh Toyota**

Toyota menawarkan dua jenis / tingkatan karir utama, yaitu *ODP (Officer Development Program) dan SDP (Staff Development Program).*

*Officer Development Program (ODP)* Toyota merupakan program yang disiapkan oleh Toyota Group untuk generasi muda (fresh graduate) dalam rangka membentuk kader-kader yang akan meneruskan tongkat estafet kepemimpinan Toyota. Regenerasi pemimpin ini dipilih secara selektif sesuai kreteria dan standar yang telah ditetapkan oleh Toyota. Melalui ODP Toyota, diharapkan akan mendapatkan sosok pribadi yang memiliki karakter *leadership* dan mampu mengembangkan bisnis Otomotif khususnya Toyota.

*Staff Development Program (SDP)* adalah program relawan yang dioperasikan untuk menawarkan staf Toyota kesempatan untuk berkembang secara profesional dan pribadi dengan sukarela berpartisipasi dalam berbagai kegiatan pelayanan perkembangan dan relevan. Setelah berhasil menyelesaikan, peserta akan menerima tambahan gaji permanen*.*

Misi dari *Staff Development Program* Toyota :

* Menyediakan kerangka kerja untuk mendorong dan menghargai keunggulan kinerja dan pengembangan profesional.
* Memperkuat keterlibatan dan ikatan antar staf.
* Menetapkan rencana yang efektif.

**3.7 Tahap Perekrutan Karyawan Toyota**

## Toyota melakukan proses perekrutan secara berkala dan proses penyeleksian yang ketat untuk memperoleh para karyawan yang kompeten dan sesuai dengan bisnis yang dijalankan Toyota. Tahapan proses rekrutmen karyawan baru Toyota antara lain:

## Tahap awal

## Calon pekerja melakukan review terhadap website *www.toyota.com/jobs*. Untuk mencari lowongan pekerjaan dan melakukan lamaran kerja bisa dilakukan secara online dengan cara membuka *website job search* dari Toyota, kemudian klik tombol “*Browse Jobs*”.

## Setelah itu, calon pekerja harus membuat id terlebih dahulu pada website. Setelah selesai, Calon Pekerja akan melihat ada beberapa kolom yang merupakan *keywords job* yang ingin dicari. Setelah selesai melakukan pencarian, maka akan muncul *list* / daftar lowongan yang sesuai. Setelah memilih lowongan tersebut, maka calon pekerja diharuskan untuk mengklik tombol Apply Online untuk melakukan pemasukan lamaran.

## 

## Gambar 3.1 Halaman untuk Melamar Pekerjaan Secara Online di Toyota

## 

## Gambar 3.2 Contoh Cara Memasukkan lamaran pada salah satu jenis pekerjaan yang ditawarkan

1. Seleksi awal

Tim rekrutmen Toyota akan mereview lamaran kerja yang masuk dan memilih para kandidat yang akan masuk ke wawancara tahap satu. Seleksi ini didasarkan pada latar belakang pendidikan, aktivitas ekstrakulikuler, pengalaman kerja ataupun pengalaman dalam bisnis tertentu.

1. Wawancara Tahap Satu

Dilakukan secara face to face ataupun melalui telepon atau teleconference. Wawancara ini ditujukan agar Toyota bisa memahami kualifikasi dan ketertarikan pelamar kerja terhadap pekerjaan serta mengevaluasi beberapa potensial yang sesuai dengan harapan Toyota. Wawancara ini dilakukan berbeda-beda sesuai dengan bidang pekerjaan yang diinginkan.

1. Wawancara Tahap Dua

Dilakukan juga secara face to face ataupun melalui telepon atau teleconference. Wawancara tahap dua ini lebih spesifik yaitu terkait kasus bisnis atau terkait situasi bisnis

1. Wawancara Tahap Akhir

Dilakukan secara face to face di kantor Toyota. Wawancara ini akan dilakukan oleh para eksekutif , analis, dan konsultan dari kantor lokal.

1. Penawaran

Kandidat terpilih akan dijelaskan mengenai pekerjaan secara mendetail, gaji bulanan serta tunjangan dan beberapa panduan lainnya.

1. Kontrak Kerja

Kandidat terpilih yang menyetujui semua penawaran kerja dari Toyota akan melakukan tanda tangan kontrak dan siap bekerja di Toyota.

**BAB 4**

**PENUTUP**

* 1. **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa perusahaan Toyota memiliki tata cara perekrutan yang cukup panjang dan rumit mengingat mereka secara ketat berusaha agar sumber daya yang terpilih adalah memang yang terbaik

* 1. **Saran**

Perusahaan Toyota harus tetap melakukan perubahan-perubahan atau inovasi secara positif dan terus menerus bagi sumber daya manusianya maupun di lingkungan dimana ia berada serta selalu memperbarui teknologi yang mereka gunakan demi tetap menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas perusahaaan sehingga nantinya perusahaan ini akan tetap terus bertumbuh.

**DAFTAR PUSTAKA**

Brooks, David.R.(2007). *An Introduction to HTML and Java Script for Scientists and Engineers*.London:Springer.

Cess, F. (2013, October). *Hambatan dalam bisnis internasional*. Retrieved 2014, from tugas akhir amik Web site: <http://tugasakhiramik.blogspot.com>

Codes of conduct of multinational companies and international trade union action: Thoughts on the contribution of state law. (2003). *Relations Industrielles, 58*(3), 392-394. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/224285986?accountid=31532>

Irawan, Yudie. (2011). *Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web Application.* Semarang: Universitas Diponegoro

Kelly, Kevin, *The Internet Unleashed*, 2nd edition. Sams Publishing.Indianapolis, 1995.

*Multinational Corporation*. (2014). Retrieved April 10th, 2014, from investopedia Web site: <http://www.investopedia.com>

Soni, S. (2012). *What are the Advantages and Disadvantages of Multinational Corporations? .* Retrieved 2014, from preservearticles Web site: http://www.preservearticles.com

Sheldon, Robert, Geoff Moes.(2005).*Beginning MySQL*.United States of America:Wiley Publishing.Inc.

Toyota. (2014). Retrieved 04 10, 2014, from Toyota's Official Web Career: <http://www.toyota.com/jobs>

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Octavion Tjia

NIM : 1501171522

Tahun Angkatan : 2011

Jurusan : Sistem Informasi

Universitas : Bina Nusantara University

Alamat Universitas : Jln.Kebon Jeruk Raya No.27 , Kebon Jeruk, Jakarta Barat

Nomor HP : 08994505150 / 085365993535

Email : octaviontjia@gmail.com

Riwayat pendidikan :

* Tahun 1999 – 2005 : SDK Yos Sudarso, Batam
* Tahun 2005 – 2008 : SMPK Yos Sudarso, Batam
* Tahun 2008 – 2011 : SMAK Yos Sudarso, Batam
* Tahun 2011 – sekarang : Binus University, Jakarta

Jakarta, 8 Maret 2014

Hormat saya,

Octavion Tjia