

Keiretsu dan peranannya dalam perekonomian Jepang analisis budaya terhadap sistem keiretsu

Sudung M.Manurung

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=92155&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini berfokus pada dunia bisnis Jepang, utamanya kelompok bisnis Keiretsu, yakni di mana banyak perusahaan saling menjalin hubungan bisnis satu dengan lainnya. Kelompok ini relatif dominan dengan delapan terbesar al Mitsubishi dan Mitsui, di tahun 1990 menyumbang 16,9% dari total penjualan perusahaan Jepang. Kebanyakan pengamat sepakat bahwa Keiretsu penting dalam perkembangan ekonomi Jepang.

Keberhasilan ini menimbulkan pertanyaan apa landasan bisnis Keiretsu sehingga mencapai kemajuan ini. Seberapa jauh 'nilai-nilai' dalam perusahaan maupun masyarakat mempengaruhi perilaku bisnis. Apakah landasan bisnis ini, yakni budaya korporasi, bersifat 'universal'. Tiga nilai budaya, 'hirarki, kelompok dan jangka panjang' dipilih sebagai nilai mewakili budaya korporasi Jepang dan digunakan sebagai acuan.

Terlihat bahwa Keiretsu merupakan kelompok bisnis yang bekerja sama berlandaskan kesamaan nilai budaya. Dengan demikian tidak tepat dikategorikan sebagai institusi bisnis ataupun institusi sosial budaya semata-mata namun lebih tepat melihatnya sebagai institusi bisnis yang pengelolaan dipengaruhi oleh budaya korporasi yang berasal dari budaya Jepang. Sistem ini tidak hanya diterapkan kelompok perusahaan yang menyandang nama "Keiretsu" tetapi juga oleh kelompok bisnis lainnya di Jepang.

Budaya Jepang ini mempengaruhi bentuk budaya korporasi perusahaan di mana nilai-nilai budaya seperti kelompok, jangka panjang dan hirarki mewarnai berbagai aspek pengelolaan bisnis. Dengan demikian pengelolaan sumber daya manusia seperti shushin kayo (bekerja sampai dengan pensiun) dan nenko joretsu sei (sistem senioritas); maupun pengelolaan keuangan (sistem 'bank utama'), pemasaran (penguasaan pangsa pasar) dan produksi (kanban system, kaizen) merupakan implementasi ketiga variabel budaya korporasi. Terlihat budaya korporasi sebagai fungsi dari perilaku bisnis Keiretsu.

Namun dalam 1990-an, terjadi berbagai kemunduran besar pada berbagai kelompok Keiretsu yang mengalami stagnasi dan tekanan dari masalah real estate dan jatuhnya pasar modal. Sebagai contoh, Nissan diambil alih Renault dan Yamaichi Securities bangkrut. Peranan Keiretsu yang cukup signifikan dalam dunia bisnis, menyebabkan kesulitan yang menyimpannya turut menekan perkembangan dunia bisnis Jepang secara keseluruhan.

Kesulitan bisnis ini mengancam kelangsungan hidupnya, yang memaksa diadakannya berbagai langkah restrukturisasi, termasuk mengkaji ulang budaya korporasi yang dipunyai. Kelompok Keiretsu menghadapi masalah sulit, bisnisnya telah menggurita meliputi berbagai jenis industri di mana sebagian hanya dapat bertahan dengan memindahkan proses produksi ke negara yang lebih rendah ongkos produksinya. Upaya

restrukturisasi mulai memasuki hal yang tabu selama ini yakni `memberhentikan para karyawan'.

Saat ini mulai terjadi pergeseran perlahan dalam bentuk nilai-nilai budaya korporasi maupun strategi yang digunakan. Ada yang ingin melepaskan bentuk Keiretsu namun di lain pihak masih banyak yang ingin mempertahankannya. Sebagian lainnya memilih mengadakan perubahan secara perlahan untuk menyesuaikan dalam lingkungan yang berubah. Ketiga variabel nilai budaya kemungkinan mengalami perubahan secara perlahan, di mana pada tahap tertentu mulai menawarkan fleksibilitas.