

## **BAB II**

### **KONTRIBUSI PERUSAHAAN JEPANG TERHADAP KEMAJUAN JEPANG**

Jepang meski dikenal dengan sumber daya alamnya yang minim akibat letak geografinya yang kurang menguntungkan, namun dikenal sebagai negara maju. Majunya Jepang tersebut terkait dengan letak geografinya yang banyak mengalami fenomena alam seperti *taifu*, tsunami, gunung berapi dan gempa bumi, serta datarannya yang dapat ditanami sangat sempit. Keterkaitan hal tersebut karena dengan kondisi seperti itu, masyarakat Jepang menjadi terlatih untuk bekerja keras, pantang menyerah dan disiplin yang kemudian membentuk karakter masyarakat Jepang dalam menjalani kehidupannya. Dapat dikatakan karakter masyarakat Jepang seperti ini dapat dijumpai di semua bidang kehidupan termasuk perusahaan. Kontribusi perusahaan-perusahaan Jepang tersebut berhasil dan terkenal di seluruh dunia.

#### **A. Perusahaan di Jepang**

Perusahaan Jepang yang terbesar dan terkenal di seluruh dunia di antaranya: Perusahaan Mitsubishi, Yamaha, Toyota, Honda, Mitsui Busan, dan Sumitomo group. Berikut adalah perkembangan dari perusahaan-perusahaan tersebut.

##### **1. Mitsubishi**

Perusahaan ini merupakan perusahaan setengah milik pemerintah karena adanya bantuan pemerintah propinsi Tosa, tetapi dengan dihapuskannya tanah pinjaman, pendirian prefektur, dan perubahan-perubahan sosial politik lainnya dalam beberapa tahun sesudahnya, menyebabkan pemerintah Tosa menarik diri dari perusahaan, lalu Yataro mengambil alih perusahaan menjadi swasta. Mitsubishi lahir pada tahun 1870. Pada tahun ini, pendirinya Iwasaki

Yataro mendirikan perusahaan perkapalan (Tsukumo Shokai) di Osaka. Pada tahun 1873, ia menamakan kembali perusahaan tadi dengan nama Mitsubishi Shokai (Mitsubishi Trading Co.) dan mengambil alih lambing tiga berlian itu sebagai merk dagang Mitsubishi (Kunio,2001:38).

Melalui hubungannya dengan para pemimpin Meiji, seperti Okuba Toshimichi dan Okuma Shigenobu, ia mampu memperoleh bantuan keuangan serta perlindungan dari pemerintah. Ia mampu mejadi agen perkapalan utama untuk pemerintah. Hal ini memungkinkan Mitsubishi untuk menjadi perusahaan perkapalan terbesar di Jepang. Pada awal tahun 1880-an, pemerintah pro Mitsubishi jatuh dan Mitsui serta perusahaan lain yang kesal atas dominasi Mitsubishi dalam bisnis perkapalan, berhasil membujuk pemerintah yang baru untuk mendirikan perusahaan perkapalan yang baru sebagai balas keseimbangannya. Akhirnya karena persaingan antara Mitsui dan Mitsubishi mengancam industri perkapalan, kemudia pemerintah menggabungkan keduanya dan mendirikan suatu perusahaan baru bernama Nippon Yusen Kaisha (NYK) sebagai suatu perusahaan dari kebijakan nasional pemerintah. Merger ini membuat Mitsubishi kehilangan monopolinya atas bisnis perkapalan, sehingga perusahaan ini membangun usaha-usaha lain yang berkaitan dengan perkapalan seperti perbankan, asuransi laut, galangan kapal, dan reparasi, usaha ini dibawah satu perusahaan baru bernama Mitsubishi Goshi Kaisha (Mitsubishi & Co).

## **2. Yamaha**

Yamaha didirikan pada tahun 1887, ketika Torakusu Yamaha mendirikan perusahaan Yamaha Corp Nippon Gakki yang membuat alat musik piano organ, tidak lama kemudian Yamaha dikenal sebagai pembuat berbagai instrument music terbesar di dunia. Logonya pun

dibuat pada 1 Juni 1955, berdirilah Yamaha Motor Corp. yang terpisah dari Yamaha Corp. namun masih tetap dalam satu grup. Motor produksi pertama Yamaha adalah single cylinder 2 stroke dengan kapasitas 125cc, dimana motor ini plek-plek copy dari DKW 125cc, pabrikan Inggris BSA juga dari pabrikan Jerman ini dikenal dengan Bantam, Motor 125cc tersebut dikenal juga sebagai RedDragon Fly, motor ini lumayan sukses dan laris dipasaran dan produksi berikutnya menggunakan mesin dengan kapasitas 175cc. Produksi motor berikutnya adalah twin cylinder YDI dibuat pada tahun 1957, sanggup mengeluarkan power 20 BPH, dan memenangkan race Mount Asama di Jepang, produksinya sekitar 15.811 sepeda motor Yamaha dan jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki.

Selanjutnya Yamaha berkembang berkembang dengan cukup pesat dan ditahun 1959 keluarlah motor sport Yamaha pertamanya yang dikenal sebagai YDSI, dengan 5 speed gearbox. Tahun 1960, produksinya meningkat 6 kali lipat menjadi 138 ribu motor. Setelah berakhirnya perang Korea, perekonomian Amerika Serikat begitu booming dan ini mendorong ekspor Jepang khususnya motor ke Amerika Serikat. Tahun 1962 ekspor Yamaha ke US sebanyak 12 ribu unit. Demikian pula untuk tahun 1963, kurang lebih sebanyak 36 ribu unit dan puncaknya ditahun 1964, ekspornya mencapai 87 ribu unit. Tahun 1963, Yamaha membuat motor 250cc, twin cylinder dan air cooled. Sejak saat itu, Yamaha lumayan dikenal di seantero Jepang. Tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit dan peruntukannya 50:50, dimana sebagian dari produksinya untuk ekspor sedangkan sebagian lainnya konsumsi dalam negeri.

Yamaha mulai mengembangkan sayapnya dengan membuka pabrik diluar negara Jepang. Pabrik Yamaha di luar Jepang yang pertama kali dibuka adalah di Thailand di tahun 1966. Perlahan tapi pasti Yamaha mulai melewati Suzuki dalam hal produksi motor, dimana

pada tahun 1967 telah mencapai 406 ribu unit motor. Jumlah ini melewati saingan terdekatnya Suzuki dengan selisih 4 ribu unit (Barrett, 2007).

Selanjutnya Yamaha mengembangkan produksinya untuk pertama kalinya pada Yamaha motor trail. Motor trail pertama menggunakan engine 250cc single cylinder. Di samping itu Yamaha juga mengembangkan sport car unit 2000cc single cylinder, 6 cylinder dan DOHC untuk Toyota Motor, dan ini akan membantu Yamaha dalam mengembangkan high performance bikers nantinya.

### **3. Toyota**

Toyota Motor Corporation (TMC) adalah sebuah pabrikan mobil yang berasal dari Jepang, yang berpusat di Toyota Aichi. Saat ini, Toyota merupakan pabrikan penghasil mobil terbesar di dunia. Toyota Motor Corporation didirikan pada September 1933 sebagai divisi mobil Pabrik Tenun Otomatis Toyota. Toyota merupakan pabrikan 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 industry-industri otomatis 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 Toyota tidaklah dipakai sebagai merek. Karena berangkat dari pemikiran sederhana dan visi waktu itu, penyebutan Toyoda kurang enak di dengar dan tidak akrab dikenal sehingga diplesetkan menjadi Toyota.

Sakichi Toyoda lahir pada bulan Februari 1867 di Shizouka, 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.

Pada tahun 1936 Toyota meluncurkan mobil penumpang pertama mereka, Toyoda AA Model ini dikembangkan dari prototype model A1 dan dilengkapi bodi dan mesin A. kendaraan ini dari awal diharapkan menjadi mobil rakyat. 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 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 prototype Land Cruiser yang keluar tahun 1950. Pada tahun yang sama pula Toyota mendirikan Toyota Motor Sales co., Ltd, anak perusahaan Toyota Motor Co., Ltd yang menangani penjualan, pemasaran dan distribusi Toyota. Setahun kemudian meluncurkan secara resmi model awal Land Cruiser yakni model BJ.

Pada tahun 1990-an, Toyota semakin membuktikan bahwa mobil Jepang dapat bersaing dengan mobil Eropa dan Amerika. Toyota Celica berhasil menjadi juara rally dunia, dan Toyota Camry menjadi mobil paling laris di Amerika (Jacob, 2006).

#### **4. Honda**

Honda didirikan pada 24 September 1948 oleh Soichiro Honda. Honda merupakan produsen sepeda motor terbesar di dunia sejak 1959, dan juga produsen mesin pembakaran dalam terbesar dengan produksi lebih dari 14 juta unit tiap tahun. Honda berhasil menggusur Nissan sebagai produsen mobil kedua terbesar di Jepang tahun 2001. Honda

juga menggusur Chrysler, untuk menjadi pabrikan mobil terbesar keempat di pasar AS. Sekarang ini, Honda juga pabrikan mobil terbesar keenam di dunia. Pada 2004, perusahaan ini mulai memproduksi motor diesel, yang sangat tenang dan tidak membutuhkan penyaring untuk dapat melewati standar polusi. Honda merupakan pabrikan Jepang pertama yang meluncurkan merek mobil mewahnya, menggunakan merk Acura untuk mobil mewahnya di Amerika Utara. Mobil Honda terkenal dengan daya tahan dan jarang rusak. Honda di Indonesia paling terkenal dengan sepeda motornya.

Honda bermarkas di Tokyo. Saham mereka diperdagangkan di Bursa Saham Tokyo, Bursa Saham New York, dan juga perdagangan di Osaka, Nagoya, Sapporo, Kyoto, Fukuoka, London, Paris dan Swiss. American Honda Motor Co., bermarkas di Torrance, California. Soichiro Honda lahir sebagai anak pertama seorang pandai besi bernama Gihei Honda, pada 1906 di sebuah desa kecil bernama Komyo (sekarang bernama Tenryu), Jepang. Ia tidak mengenyam pendidikan formal memadai dan tidak cemerlang di sekolah. Namun memiliki semangat dan cita-cita yang sangat tinggi. Berbagai literatur menyebutkan bahwa awal ketertarikannya pada dunia otomotif diawali pada usia yang sangat muda. Pada tahun 1922, Soichiro bekerja pada bengkel Art Shokai, tidak meneruskan keahlian ayahnya sebagai seorang pandai besi. Pekerjaannya tidak langsung berhubungan dengan mesin seperti yang dia inginkan namun sebagai seorang tenaga cleaning service sambil mengasuh bayi dari pemilik bengkel, sampai pemilik bengkel menemukan bakat Honda yang sesungguhnya. Enam tahun kemudian dia dipercaya membuka bengkel cabang Art Shokai di Hamamatsu. bengkel itulah yang membuka jalan selanjutnya.

Awalnya, Soichiro merasa bahwa bengkel miliknya adalah yang satu-satunya di kota itu, namun tak lama kemudian dia dihadapkan pada kenyataan bahwa dia tidak sendirian. Segera muncul pesaing-pesaing baru namun ia memiliki 2 langkah untuk memenangkan persaingan.

Pertama ia menerima perbaikan yang ditolak sebelumnya oleh bengkel lainnya dan kedua adalah bekerja secepat mungkin sehingga pelanggan tidak butuh waktu lama untuk menunggu. Namun Soichiro bukan tipe yang puas dengan satu keberhasilan. Dia banyak menginginkan gagasan yang perlu diwujudkan. Contohnya ide membuat velg dengan jari-jari logam menggantikan jari-jari kayu.

Obsesinya membuat ring piston yang saat itu masih sulit untuk didapat. Masa itu, buatan luar negeri jarang ada yang sempurna dan sukar dibuat. Ring piston itulah yang membuat dirinya kembali ke sekolah pada usia 28 tahun setelah bergulat dengan berbagai macam percobaan, ring piston yang dibuatnya tidak sesuai harapannya. Butuh tiga tahun untuk mewujudkan proyek ring piston ini. Namun pada masa perang dunia akhirnya menjadi penyuplai industri militer.

Setelah perang usai, Soichiro muncul ide memasang mesin pada sepeda yang merupakan cikal bakal sepeda motor di kemudian hari. Awalnya ia memanfaatkan mesin-mesin bekas perang. Sewaktu buaatannya dijual, respon masyarakat luar biasa. Dagangannya cepat laku hingga mendorongnya untuk membuat sepeda motor. Meski sepeda motornya sukses, Honda ternyata terbentur masalah finansial bahkan terancam bangkrut. Ia memang seorang penemu dan mekanik yang hebat namun tidak pandai mengelola keuangan. Inilah yang kemudian mempertemukannya dengan Takeo Fujisawa.

Di mata karyawannya, Soichiro terkenal keras, bahkan tak jarang dia "main tangan" dalam arti yang sesungguhnya. Bekerja dengan Soichiro berarti ada dua pilihan: pindah ke perusahaan lain atau belajar dengannya. Selain mencintai dunia permesinan, Soichiro sendiri tergila-gila dalam dunia balap. Itu pula yang kemudian menjadi kunci suksesnya. Berdasarkan pengetahuannya di bidang balap, Soichiro mendapatkan masukan berharga bagi pengembangan produknya. Bahkan ketika baru memasuki dunia pembuatan mobil pada tahun 1962, hanya 2 tahun sesudahnya, ia langsung merealisasikan idamannya,

terjun di arena Formula 1(F1). Sedangkan di kancah produksi massal, Honda menelurkan produk yang sangat disukai pasar, hemat bahan bakar dan berkecepatan tinggi, yang menjadi trade mark Honda hingga sekarang (Takehiro, 2015). Ketika ia pensiun pada 1973, ia menyerahkan pimpinannya pada Kiyoshi Kawashima. Soichiro meninggal pada tahun 1991 di usia 84 akibat penyakit liver. Meninggalkan istrinya, Sachi dan seorang anak laki-laki serta dua anak perempuan.

## **5. Mitsui Busan**

Pada awalnya, Mitsui dikenal sebagai agen perlengkapan pakaian dan bankir yang berpengaruh, kemudian pada tahun 1874 menjadi perusahaan perdagangan umum partai besar. Perusahaan yang bernama Kokusan Kata (National Product Co.) ini beroperasi dari kantor pusatnya di Tokyo dan Yokohama. Kantor di Tokyo menangani sutera mentah, beras, sedangkan kantor di Yokohama menangani the dan sutera mentah, yang diperdagangkan ke wisma-wisma dagang asing yang terletak disana. Mitsui yang bertindak selaku bendaharawan untuk pemerintahan. Meiji yang baru, mempunyai tabungan yang bebas bunga di 27 tempat di seluruh Jepang, yang dapat dipergunakan dalam perdagangan beras.

Setelah perdagangan dengan barat dimulai, pada akhir periode Tokugawa, Mitsui mendirikan sebuah toko di Yokohama untuk menjual sutera dan teh kepada pedagang-pedagang asing. Usaha ini diambil alih oleh kantor di Yokohama dari Kokusan Kata, yang sebagai tambahan, menangani ekspor beras. Ekspor beras dimasuki sebagian untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan promosi ekspor dari pemerintah untuk mengurangi defisit perdagangan dan menghentikan arus devisa keluar, tetapi lebih penting lagi karena ekspor tadi penting untuk bisnis beras Mitsui secara menyeluruh. Pada tahun 1876 Mitsui mengakuisisi

perusahaan niaga lainnya bernama Senshu Kaisha, dan di satukan dengan Kokusan Kata dalam suatu perusahaan baru, Mitsui Bussan. Keputusan ini untuk sebagian didasarkan pada pertimbangan politik. Okuma Shigenobu, menteri keuangan pada saat itu, mendesak Mitsui agar bergerak dalam perdagangan langsung (Iwata Mari, 2015).

## **6. Sumitomo Group**

Sumitomo Group adalah perusahaan konglomerat selama 400 tahun dan salah satu bisnis terbesar di seluruh Jepang. Group ini telah berkembang dalam berbagai bidang logam, permesinan dan kimia dan sangat besar pengaruhnya serta dukungannya untuk industri modern di Jepang. Sebagai salah satu inti dari Grup Sumitomo, Sumitomo Heavy Industries membaaur menjadi bisnis tingkat tinggi di Jepang. Dengan mengembangkan teknologi yang mutakhir dan menciptakan berbagai macam variasi dalam mesin dan peralatan yang tergabung dalam infrastuktur, kapal, pabrik, elektronik dan peralatan industri lain (Kanji Tojo, 2015).

### **B. Budaya Kerja sebagai Faktor yang Mempengaruhi Kemajuan Perusahaan Jepang**

Keberhasilan perusahaan Jepang yang disebutkan di atas, merupakan hasil upaya dari sumber daya manusia Jepang. Hal ini sangat menarik, karena Jepang dikatakan tidak memiliki sumber daya alam yang lebih baik dari negara-negara lain, tetapi Jepang menjadi negara maju. Ini dikarenakan sumber daya manusia Jepang

Sumber daya manusia mempunyai karakter yang kuat seperti pekerja keras, disiplin, kerja sama, budaya malu dan mempunyai kesadaran yang tinggi dengan jiwa yang giat dan gigih dalam melakukan suatu pekerjaan. Kemudian karakter tersebut menjadi budaya kerja di perusahaan, sehingga muncul

perusahaan-perusahaan besar seperti yang disebutkan di atas, yaitu: Mitsubishi, Yamaha, Toyota, Honda, Mitsui Busan, dan Sumitomo group.

Budaya kerja di perusahaan Jepang merupakan tradisi dan yang paling menonjol dari budaya kerja Jepang adalah bekerja keras. Tradisi kerja keras ini sudah tertanam dan menjadi karakter pekerja Jepang. Selain pekerja keras, pekerja Jepang selalu mengedepankan kerja sama. Dalam sistem bekerja sama pada perusahaan Jepang, tempat kerja merupakan satu unit keluarga. Bagi pekerja Jepang, tempat kerja adalah rumah dan saat mengerjakan pekerjaan, mereka sama halnya dengan melakukan kewajiban kepada Sang Buddha, maka dari itu, pekerja Jepang selalu memberikan yang terbaik untuk pekerjaannya tanpa memperdulikan diri sendiri, terlebih pada kondisi dirinya.

Tempat kerja bagi pekerja Jepang merupakan kesatuan unit keluarga yang dibentuk oleh orang-orang yang sebelumnya tidak memiliki suatu keterampilan atau keahlian dan mereka bekerja sesuai dengan tugas dan kewajibannya masing-masing di dalam kelompok yang mengikatnya. Tugas dan kewajiban ini dilakukan dengan sikap loyal sebagai pengetahuan dan pengalamannya. Mereka dengan sendirinya mempunyai keinginan yang kuat untuk mewujudkan kesejahteraan kelompoknya atau mensukseskan kelompoknya (Hamaguchi, 1994:1). Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Nakane.

Menurut Nakane, masyarakat Jepang adalah masyarakat yang menonjolkan kelompok kerja sama berdasarkan tempat. Maksudnya adalah, jika seseorang telah menjadi anggota suatu kelompok, termasuk di dalamnya kelompok bekerja (perusahaan), maka orang tersebut akan mendahulukan kepentingan kelompoknya itu (Nakane, 1981:21). Nakane juga berpendapat bahwa sebuah perusahaan bagi orang Jepang sudah seperti suatu keluarga, pimpinan adalah kepala keluarga dan bawahan sebagai anggota keluarga. Oleh karena itu, orang Jepang selalu memperkenalkan dirinya kepada orang lain, dengan menyebutkan tempat, di mana ia bekerja terlebih dahulu, bukan posisi ia bekerja.

Perusahaan tidak dianggap semata-mata sebagai satu organisasi di mana seorang terikat dengannya melalui kontrak, tetapi dianggap sebagai tempat di mana seorang pekerja merupakan bagian darinya bahkan dianggap sebagai miliknya. Hal ini juga disebutkan oleh Hasegawa (1998:167) bahwa perusahaan adalah komunitas seorang pekerja. Seorang pekerja akan berhati-hati terhadap perkataannya dan tidak akan mengatakan sesuatu yang dapat memperburuk nama perusahaan tempat ia bekerja. Apabila salah satu pekerja itu sakit, maka perusahaan akan berusaha untuk menutupi dan tidak akan membocorkannya kepada rekan bisnis dari perusahaan lainnya, karena hal ini bisa membuat nama perusahaan menjadi buruk. Bila klien mencarinya, maka perusahaan akan mengatakan bahwa pegawai yang sakit itu sedang keluar atau dalam perjalanan bisnis.

Baik perusahaan maupun karyawan, keduanya membawa rasa aman dan bangga serta tingkat loyalitas kuat terhadap perusahaan. Kesetiaan pada perusahaan merupakan jaminan bagi perusahaan akan adanya angkatan kerja yang produktif, yang merasa bangga dan puas dalam pekerjaannya. Baik pekerja kasar maupun pegawai kantoran gembira saja bekerja lembur, bahkan tidak menggunakan sepenuhnya masa libur yang diberikan.

Dalam perusahaan Jepang, kinerja pekerjanya bukan saja disebabkan oleh karakter pekerjanya yang pekerja keras dan mengedepankan kerja sama, tetapi banyak faktor lain yang mempengaruhinya, termasuk timbal balik yang diberikan perusahaan kepada karyawannya, salah satunya adalah karena kesempatan kerja yang diberikan perusahaan yaitu sistem kerja seumur hidup, di mana ia akan mengutamakan kepentingan komunitas (perusahaan). Sebagai contoh, sebagai satu keluarga, perusahaan tidak hanya memperhatikan pekerjanya saja atau yang dikenal dengan *sarariman*, tetapi juga keluarganya dengan menyediakan berbagai fasilitas, dan tentu saja hal ini menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri, karena dengan adanya jaminan ini, *sarariman* akan mendahulukan kepentingan perusahaan. Mereka rela untuk bekerja ekstra meskipun tidak sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati sebelum mulai bekerja. Mereka terbiasa untuk bekerja melebihi jam kerja yang telah

diatur oleh undang-undang yang sah. Lagi pula *sarariman* yang pulang tepat pada waktunya tanpa lembur akan merasa malu karena seolah-olah itu menunjukkan kurangnya loyalitas mereka terhadap kelompok (perusahaan) dan ia pun akan terkucilkan, bahkan *sarariman* yang telah bekerja melebihi jam kerja yang telah disepakati melalui kontrak, bisa tidak memperoleh bayaran sesuai dengan lembur yang telah dilakukannya.

Para pekerja di Jepang secara tradisional maupun struktural memang bekerja lebih panjang, dibanding rekannya di Amerika Serikat, Perancis atau Jerman. Para pekerja selalu di dorong untuk meningkatkan pendapatan dengan bekerja lembur. Hubungan kerja industrialnya juga terpusat pada perusahaan. Sebagian perusahaan tidak memaksa pegawai bekerja lebih panjang, akan tetapi pegawai secara sukarela melakukannya demi prestasi. Frekuensi jam kerja yang tinggi merupakan dampak dari rasa pengabdian terhadap perusahaan demi kemajuan perusahaannya (Kawanishi 2005:72).

Pada umumnya para pekerja di Jepang mulai bekerja sejak pukul 08.00 pagi dan pulang pukul 17.00 sore, namun sebagian karyawan di Jepang lebih senang melanjutkan sisa pekerjaannya (*zangyo*) di kantor, kadang-kadang mereka bekerja hingga larut malam dan bahkan tidur di tempat mereka bekerja. Suatu pekerjaan bagi pekerja di Jepang tidak hanya merupakan persetujuan dalam kontrak untuk mendapatkan bayaran, mereka terkadang melakukan lembur yang tidak mendapat bayaran dari perusahaan (*saabisu zangyo*). Keadaan ini terjadi karena pekerja seringkali melaporkan jam lembur mereka lebih sedikit daripada yang sebenarnya. Mereka seolah-olah menganggap tabu jika menyebutkan jam lembur yang sebenarnya, karena dengan begitu kredibilitas akan dipertanyakan. Bentuk loyalitas ini terwujud dalam budaya kerja keras bangsa Jepang yang lebih mengutamakan kepentingan perusahaannya di atas kepentingan pribadinya, sehingga perusahaan Jepang banyak yang berhasil dan terkenal. Kemudian perusahaan tersebut berkontribusi terhadap kemajuan Jepang.