

Pengaruh Budaya Korporat Sony Corporation Terhadap Kemajuan Bisnis *Video Game*

Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk
mendapatkan gelar sarjana pada fakultas sastra

Oleh

Abdurrauf Yusuf

NIM: 06110015



JURUSAN SASTRA JEPANG

FAKULTAS SASTRA

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2010

FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BUDAYA KORPORAT SONY CORPORATION TERHADAP
KEMAJUAN BISNIS *VIDEO GAME***

Skripsi Sarjana ini diajukan guna
Memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Sastra

Telah Disahkan

Pada hari :

Tanggal :

Dekan Fakultas Sastra

Ketua Jurusan

Bahasa dan Sastra Jepang



FAKULTAS SASTRA

(Dr. Hj. Albertine Minderop, MA)

(Rini Widiarti, M.Si)

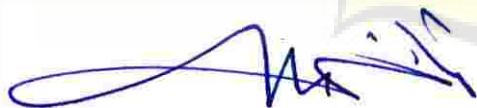
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

**PENGARUH BUDAYA KORPORAT SONY CORPORATION TERHADAP
KEMAJUAN BISNIS *VIDEO GAME***

Telah Diterima dan Diuji oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Sastra Jepang
pada tanggal 5 Agustus 2010.

Pembimbing I/Penguji



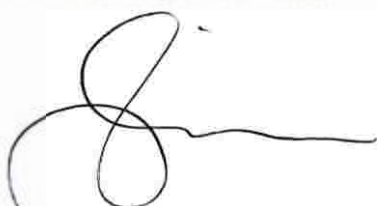
(Syamsul Bachri, S.S, M.Si)

Ketua Panitia/Penguji



(Dra. Yuliasih Ibrahim)

Pembimbing II/Pembaca



(Tia Martia, S.S, M.Si)

LEMBARPERNYATAAN

Skripsi Sarjana yang berjudul :

PENGARUH BUDAYA KORPORAT SONY CORPORATION TERHADAP KEMAJUAN BISNIS *VIDEO GAME*

Merupakan karya ilmiah yang saya susun di bawah bimbingan Bapak Syamsul Bahri, S.S, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Tia Martia, S.S M.Si selaku Pembimbing II, tidak merupakan jiplakan Skripsi Sarjana atau karya orang lain, sebagian atau seluruhnya, dan isinya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Penulis

Abdurrauf Yusuf

Kata Pengantar

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah S.W.T. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan (penyusunan) skripsi ini.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi persyaratan akademis guna mencapai gelar sarjana pada fakultas sastra Universitas Darma Persada. Adapun judul skripsi ini adalah : **“Pengaruh Budaya Korporat Sony Corporation Terhadap Kemajuan Bisnis *Video Game*”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun dengan adanya kontribusi dan dukungan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Syamsul Bachri, S.S, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu yang menunjang dan membantu penulis sejak awal penulisan skripsi hingga skripsi ini selesai.
2. Ibu Tia Martia, S.S, M.Si, selaku dosen pembaca skripsi, yang telah menyediakan waktu untuk membaca skripsi ini dan mengoreksi kesalahan-kesalahan penulis dalam skripsi ini.
3. Ibu Dra. Yuliasih Ibrahim, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak bimbingan dan nasihat selama penulis menuntut ilmu di Universitas Darma Persada.
4. Ibu Rini Widiarti, S.S, M.Si, selaku Ketua Jurusan Jepang Fakultas Sastra.
5. Ibu Dr.Hj.Albertine Minderop, MA, selaku Dekan Fakultas Sastra.

6. Seluruh Dosen Jurusan Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Ibunda dan Ayahanda penulis yang telah memberi dukungan baik moril maupun materiil dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan dalam penulisan skripsi: Insan, Tyas, Ardhi, Lettria, Jevi, Kak Indah dan Mila.
9. Seluruh staf sekretariat fakultas Sastra Unsada.
10. Teman-teman angkatan 2006 yang telah mendukung penulis.
11. Kawan-kawan SKMI.
12. Teman-teman Unsada yang turut membantu penulis untuk menuntaskan skripsi ini: Bang Nuuri, Estu, Kak Khamdiyah, Kak Livia, Kak Luthfi, Tomo, Fajar dan teman-teman lain yang telah membantu penulis yang tidak disebutkan namanya.
13. Kawan-kawan satu pasukan Futsal *Black Lion*.
14. Pihak Perpustakaan Universitas Darma Persada, Perpustakaan Japan Foundation dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak disebutkan namanya.

Jakarta, 2 Agustus 2010

Penulis

ABSTRAK**SKRIPSI****PENGARUH BUDAYA KORPORAT SONY CORPORATION TERHADAP
KEMAJUAN BISNIS *VIDEO GAME*****ABDURRAUF YUSUF**

06110015

UNIVERSITAS DARMA PERSADA**FAKULTAS SASTRA**

Pada akhir abad 20, bisnis *video game* sedang mengalami perkembangan. perusahaan-perusahaan besar seperti Nintendo, Sega, dan Sony turut bermain dalam lini bisnis tersebut. Sebuah tantangan besar bagi perusahaan Sony karena sebelumnya tidak ada pengetahuan dan pengalaman tentang bisnis *video game*, tetapi Ken Kutaragi yakin bisnis tersebut akan sukses dan pada akhirnya bisnis tersebut sukses besar. Kesuksesan tersebut juga dipengaruhi oleh iklim kultur korporat ala Sony yang memudahkan langkah Ken Kutaragi dalam menjalankan ambisinya.

がいよう

概要

論文

ビデオゲーム事業のプログレスに対する、ソニー株式会社企業文化の影響

アブドゥルラウフ ユースフ

06110015

ダルマプルサダ大学

文学部

20 世紀後半に、ビデオゲーム事業は成長を遂げている。任天堂、セガ、
ソニーのような大企業がその分野のラインに参加している。前に知識
やビデオゲーム事業についての経験があまりないからソニー株式会社にと
って激しい挑戦だ。しかし、久夛良木 健は、その事業が成功すると確信
して、そしてやっと大成功になった。その成功によって、ソニー株式会社
の企業文化雰囲気の影響から久夛良木 健のステップは簡単になる。

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Ruang Lingkup	8
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.7 Manfaat Penelitian	8
1.8 Metode Penelitian	9
1.9 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	
2.1 Budaya Korporasi	10

2.1.1 Teori Organisasi dan Definisi Mengenai Kebudayaan Korporasi ..	10
2.1.2 Karakteristik Budaya Korporasi	12
2.1.3 Pentingnya Kebudayaan Korporasi	13
2.1.4 Kebudayaan Korporasi dan Prestasi	14
2.2 Pengertian <i>Video Game</i>	15
2.3 Pengertian Bisnis	16
2.4 Pengertian Inovasi	16

BAB III BUDAYA KORPORAT DAN GAYA MANAJEMEN SONY CORPORATION

3.1 Gaya Manajemen Sony	18
3.1.1 Menaikkan Jenjang Karyawan Berdasarkan Kemampuan	18
3.1.2 Sistem Senioritas Ala Jepang yang Tidak Berlaku Pada Perusahaan Sony	20
3.2 Budaya Korporat yang Mewujudkan Kualitas Sony	
3.2.1 Berani Mengambil Resiko dan Memandang Kesalahan Sebagai Suatu Pembelajaran	22
3.2.2 Melakukan Inovasi Dari Hati	23
3.2.3 Bebas Beropini di Dalam Perusahaan	27
3.2.4 Menumbuhkan Rasa Kekeluargaan dan Saling Memiliki	29

BAB IV BUDAYA KORPORAT SONY CORPORATION YANG MEMPENGARUHI KEMAJUAN BISNIS VIDEO GAME

4.1 Ambisi Ken Kutaragi	33
4.2 Belajar dari Kesalahan Tempo Lalu: Memperbanyak Software	

yang Berkualitas untuk Playstation.....	39
4.3 Menciptakan Ulang dan Menyempurnakan	
Melalui Inovasi Baru.....	43
BAB V KESIMPULAN.....	46
DAFTARPUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	50
RIWAYAT PENULIS	54



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika mendengar nama Sony, yang terlintas di benak kita adalah sebuah merk barang elektronik dengan kualitas dan harga yang tinggi, sebuah perusahaan Jepang kelas super yang menghasilkan barang-barang dengan merk dagang yang diakui di seantero jagat, atau sebuah jalan hidup dimana Anda setiap hari secara tidak sadar selalu berhubungan dengannya.

Dimulai dari sebuah bengkel kecil perbaikan radio di sebuah *departemen store* yang telah hancur akibat bom di pusat kota Tokyo, kini Sony telah menjelma menjadi perusahaan raksasa di berbagai bidang. Bisnis yang dijalankan oleh Sony cakupannya tidak hanya di bidang teknologi ataupun produk elektronik saja, tetapi meliputi pasaran musik, film dan ritel. Apakah Anda memiliki sebuah telepon genggam Sony Ericsson?, atau sebuah Walkman?, atau komputer VAIO?, apakah Anda memiliki DVD *Men In Black?*, atau *Charlie's Angels?*, bagaimanapun dengan CD artis seperti Aerosmith atau Avril Lavigne?

Jika jawaban dari salah satu pertanyaan diatas adalah “Ya,” itu berarti Anda memiliki salah satu bagian dari keluarga Sony. Produk Sony sedemikian menyebar dalam kehidupan kita sampai-sampai kita tidak menyadarinya. Contohnya Anda akan mengunduh cuplikan film Sony Picture ke ponsel Sony Anda, mentransfer cuplikan itu ke pesawat TV Bravia atau mengirim cuplikan itu ke teman-teman melalui *email* dengan memakai komputer Sony VAIO atau menonton DVD Spiderman di mesin Playstation 2. Ini berarti bahwa apapun yang diproduksi Sony akan dapat menjalin koneksi dengan apa pun, dimana pun, kapan pun¹.

SONY adalah sebuah merk global yang merupakan produsen elektronik terbesar di dunia dan salah satu perusahaan terbesar di negara Jepang dan dunia. Mulai dari Walkman, TV Trinitron, video Betamax, komputer VAIO, sampai PlayStation semua itu adalah produk Sony.

Akio Morita dan Masaru Ibuka adalah dua orang sahabat karib sejak mereka kuliah di Jurusan Fisika, Universitas Imperial Osaka, Jepang. Ketika mereka lulus kuliah pada tahun 1944, keduanya sering kali bertemu. Mereka mendiskusikan rencana mereka masa depan untuk membangun sebuah perusahaan elektronik. Pada tanggal 16 Agustus 1945 Jepang di bom atom sekutu dan membuat perekonomian Jepang saat itu runtuh. Namun, tak memudarkan semangat kedua fisikawan ini untuk membangun sebuah perusahaan untuk mewujudkan impian mereka untuk membangun sebuah perusahaan elektronik besar.

¹ Shu Shin Luh. 2008. *The Sony Way*. Jakarta : Daras Books .hal. 9

Maka pada tanggal 7 Mei 1946 Akio Morita dan Masaru Ibuka mendirikan perusahaan kecil perbaikan radio di sebuah *department store* yang hancur akibat bom di pusat kota Tokyo dengan nama Tokyo Tsushin Kogyo (Korporasi Teknik Telekomunikasi Tokyo) dibentuk secara resmi dengan modal US.\$ 500 di Nihonbashi, Tokyo². Total pekerja pada saat itu berjumlah sekitar 20 karyawan

Akio Morita menyadari bahwa orang sulit untuk mengucapkan nama perusahaan Tokyo Tsushin Kogyo, bahkan julukan perusahaan ini, Totsuko pun sulit diucapkan dan diingat oleh orang asing. Maka para pendiri memutuskan bahwa mereka perlu mengubah nama.

Nama "Sony" dipilih sebagai gabungan kata Latin *sonus*, yang merupakan akar dari sonik dan bunyi, dan kata Inggris *sonny* ("anak kecil") yang setelah dikombinasikan berarti sekelompok kecil anak muda yang memiliki energi dan kemauan keras terhadap kreasi dan ide inovasi yang tak terbatas. Pada saat itu, sangatlah aneh bagi sebuah perusahaan Jepang untuk menggunakan huruf Roman untuk mengeja namanya, apalagi penggunaan aksara fonetis yang digunakan dalam penulisan bahasa Jepang. Pada 1958 perusahaan mulai secara formal mengadopsi nama " Sony Corporation " sebagai nama perusahaan. Mudah digunakan dan mudah dieja dalam segala bahasa dunia. Nama Sony menggaungkan semangat kebebasan dan keterbukaan dalam inovasi.

Ibuka dan Morita membangun perusahaan mereka dengan berpegang pada dua nilai utama: kerjasama tim dan inovasi. Kedua nilai ini masih terlihat hingga sekarang. Ibuka menjunjung tinggi inovasi lebih dari apapun, bahkan lebih tinggi daripada profitabilitas dan ketenaran, dan ingin membangun sebuah perusahaan

² Sony Corporation. 1987. *Tantangan dan Kunci Sukses Sony*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo .hal. 226

yang akan memberi teknisi sebuah lingkungan dimana mereka dapat mencipta dan mengambil resiko sesuka hati. Pada intinya, perusahaan ini ingin menjadi keluarga bagi semua orang.

Akio merasa bahwa ia wajib mendukung rekannya Ibuka dan mewujudkan gagasan-gagasannya menjadi kenyataan. Orang mengatakan bahwa sisi teknik Sony berada di tangan Ibuka, sedangkan aspek bisnis dikelola oleh Akio. Dapat dikatakan bahwa motivasi yang dimiliki Akio untuk menjadi seorang *salesman* kelas satu sebenarnya berasal dari keinginannya mengimbangi bakat Ibuka yang seorang jenius di bidang teknik. Ibuka selalu berusaha menciptakan sesuatu yang baru dan berlainan, sedangkan tugas Akio ialah memasarkan produk terbaru Ibuka secara sukses³. Ibuka pun menginginkan sebuah lingkungan korporat yang bisa mengasuh para teknisi dan membiarkan mereka mengembangkan imajinasinya.

Ketika salah seorang teknisi komputer Sony, Ken Kutaragi pada akhir tahun 1980-an tertarik untuk menciptakan konsol permainan setelah ia menyaksikan puterinya memainkan sebuah konsol game Famicom. Nalurnya mencium potensi bisnis Sony untuk *video game*. Namun, pada saat itu banyak manajer papan atas dari Sony tidak tertarik dengan industri *video game*. Suatu kebetulan Perusahaan Nintendo menginginkan bantuan Sony untuk membuat wave-table sound chip untuk konsol mereka SNES (Super Nintendo Entertainment System), Kutaragi langsung menerima tawaran kerjasama itu, walaupun saat itu Sony masih memandang rendah *video game*. Nintendo waktu itu tampak seperti mitra alami bagi rencana ambisius Ken Kutaragi yang ingin menciptakan sebuah jenis konsol game baru.

³ Kamioka Kazuyoshi. 1990. *Delapan Taipan Jepang*. Jakarta : PT. Asri Media Pustaka .hal. 93

Manajemen papan atas Sony yang tidak tahu apa-apa tentang bisnis *video game*, skeptis terhadap prospek keberhasilan dalam bidang *video game*, tetapi saat Nintendo bergabung dengan Sony, Norio Ohga sang Presiden dan Kepala bagian pengoperasian saat itu memberi lampu hijau kepada Kutaragi untuk membentuk tim kerjasama pengembangan, dan memberikan wewenang untuk mengembangkan sebuah purwarupa (*prototype*)⁴.

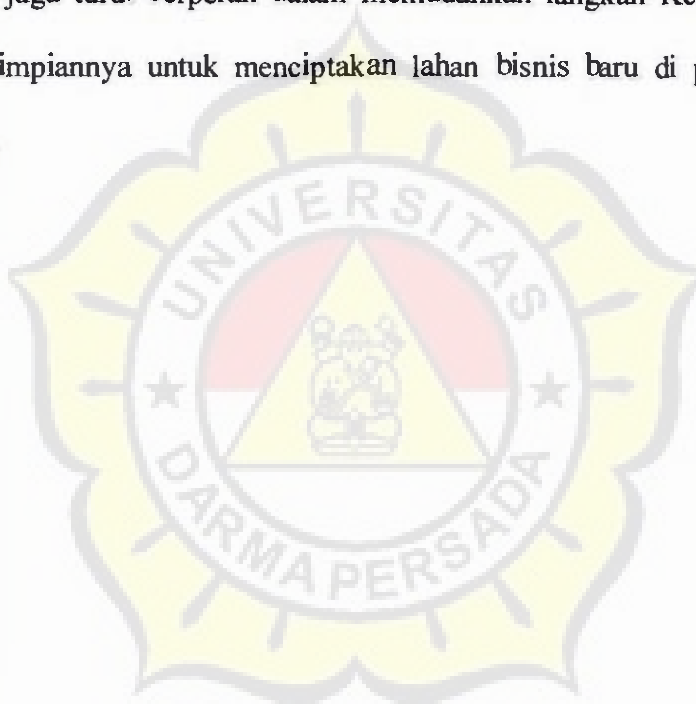
Banyak eksekutif papan atas Sony menentang rencana Kutaragi secara terang-terang dengan berargumentasi bahwa proyek ini terlalu berisiko dan bisnis konsol *video game* tidak menyediakan sinergi dengan lini produk Sony lainnya. Tetapi Kutaragi tetap bersikeras dan yakin, sebagai seorang teknisi komputer Sony dan pemain *video game* yang ahli dia siap berhadapan dengan siapapun di dalam organisasi Sony yang menentangnya. Bahkan ia pun bersumpah untuk angkat kaki jika Sony menolak mengejar impiannya. Norio Ohga merasa Ken Kutaragi terlalu berharga untuk dilepaskan, Ohga telah menganggap Kutaragi sebagai salah satu teknisi tercerdas yang dimiliki Sony. Maka ia memberin yajalan bagi Kutaragi dan keputusannya itu ternyata membuahkan hasil. Sony Computer Entertainment, produsen konsol game ini telah menyumbangkan laba lebih dari 40% laba operasional Sony, dan menjadi divisi paling menguntungkan di Sony.

Sebagian besar keberhasilan PlayStation adalah berkat Ken Kutaragi, yang akhirnya menjabat menjadi komisaris Sony Computer Entertainment Inc. Dalam arsitek bisnis *game* Sony. Kutaragi sepenuhnya cocok dengan pola Sony yang diwarnai kemandirian, keberanian, keteguhan hati, dan kesedian untuk bertaruh pada target jangka panjang. Kemandiriannya mengikuti tradisi lama Sony, yang

⁴ Shu Shin Luh. 2008. *The Sony Way*. Jakarta : Daras Books .hal. 125

dibangun oleh Ibuka (dengan risetnya dalam mengembangkan televisi warna Sony sendiri) dan Morita (dengan proyek *Walkman*). Seperti dalam pendiri, Kutaragi tetap teguh saat menghadapi tantangan internal dan mengambil sesuatu yang sudah menjadi produk lazim yaitu konsol *video game*⁵.

Salah satu hal yang menarik adalah kultur korporat di perusahaan Sony tergolong unik sebagai perusahaan Jepang. Budaya korporat yang tertanam di perusahaan Sony juga turut berperan dalam memudahkan langkah Ken Kutaragi dalam mengejar impiannya untuk menciptakan lahan bisnis baru di perusahaan tempat ia bekerja.



⁵ Ibid. Hal. 121

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengidentifikasi bahwa perusahaan Sony dapat memimpin pasar video game di seluruh dunia, padahal awalnya mereka tidak mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam bidang bisnis *video game*. Penulis berasumsi bahwa perusahaan Sony dapat mengembangkan produk konsol *video game*-nya dengan sukses, salah satunya disebabkan kekuatan budaya korporat yang sedemikian rupa sehingga mampu melihat prospek bisnis tersebut akan *booming*.

1.3 Pembatasan Masalah

Penulis hanya membatasi permasalahan hanya pada masalah pengaruh budaya korporat perusahaan Sony terhadap peningkatan bisnis konsol *video game* Playstation dan faktor-faktor yang berhubungan dengan bisnis *video game* menjadi subjek penulisan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas penulis merumuskan permasalahan apakah benar asumsi penulis bahwa perusahaan Sony dapat mengembangkan produk konsol *video game*-nya dengan sukses, salah satunya disebabkan oleh kekuatan budaya korporat yang sedemikian rupa sehingga mampu melihat prospek bisnis tersebut akan *booming* :

1. Seperti apa gaya manajemen dan budaya korporat di tubuh Sony yang dipengaruhi oleh para pendiri Sony?
2. Bagaimana pengaruhnya terhadap bisnis video game?

3. Bagaimana sepak terjang bisnis *video game* Sony yang dipegang kendali Oleh anak perusahaan Sony?

1.5 Ruang Lingkup

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah penelitian pada *track record* Sony Corporation yang berkaitan dengan budaya korporatnya dan strategi bisnisnya khususnya pada anak perusahaannya Sony Computer Entertainment dalam bisnis *video game*.

1.6 Tujuan Penelitian

Dengan menulis topik tersebut penulis ingin untuk mengetahui lebih jelas dan memaparkannya kepada pembaca mengenai pengaruh budaya korporat Sony terhadap bisnis *video game*. Penulis juga berharap akan banyak wawasan yang didapat oleh pembaca melalui tulisan ini.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat umum yang berminat memperdalam pengetahuan mengenai perkembangan *video game* yang diprakasai oleh Sony Corporation sekaligus akan menambah wawasan bisnis dan pengetahuan mengenai kemajuan teknologi *video game*.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan menggunakan sumber-sumber kepustakaan dan internet, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data dari yang diperoleh penulis dan disesuaikan dengan judul yang diambil penulis.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penyajian sebagai berikut:

Bab 1 Menerangkan pendahuluan yang berisi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat, landasan teori, metode penelitian, sistematika penilitian.

Bab2 Menerangkan kajian teoritis.

Bab3 Menerangkan gaya manajemen dan budaya korporat Sony.

Bab4 Menerangkan analisis pengaruh budaya korporat Sony terhadap peningkatan bisnis *video game*.

Bab 5 Sebagai penutup dan menjadi kesimpulan seluruh isi penulisan.