



## Analisis dan Rancangan di PT Honda

Atthaya Dwi Putri<sup>1\*</sup>, Hendra Riofita<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Indonesia

<sup>2</sup>Dosen pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Indonesia  
Email: [Atthayaputri60@gmail.com](mailto:Atthayaputri60@gmail.com), [hendrariofita@yahoo.com](mailto:hendrariofita@yahoo.com)

Alamat: Uin sultan Syarif Kasim Riau

Korespondensi penulis: [Atthayaputri60@gmail.com](mailto:Atthayaputri60@gmail.com)\*

**Abstract:** *This article describes the analysis and development strategy at PT Astra Honda Motor, one of the leaders of the Indonesian two-wheel industry. This article uses SWOT analysis and Porter's Five Forces model to examine the strengths, weaknesses, opportunities and threats facing the company. PT Astra Honda Motor is known for its product quality and strong brand image, but faces challenges from competitors such as Yamaha. Strategic design includes product differentiation, design innovation, and price adjustments to maintain market share.*

**Keywords :** PT Honda, Analysis, Industry

**Abstrak.** Artikel ini menguraikan analisis dan pengembangan strategi pada PT Astra Honda Motor, salah satu pemimpin industri roda dua Indonesia. Artikel ini menggunakan analisis SWOT dan model Lima Kekuatan Porter untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. PT Astra Honda Motor terkenal dengan kualitas produk dan brand image yang kuat, namun menghadapi tantangan dari kompetitor seperti Yamaha. Desain strategis mencakup diferensiasi produk, inovasi desain, dan penyesuaian harga untuk mempertahankan pangsa pasar.

**Kata kunci:** PT Honda, Analisis, Industri

### 1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi ini, industri kosmetik menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat. Dalam persaingan yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci utama untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran adalah packaging produk. Packaging tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang kuat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh packaging produk terhadap niat beli konsumen di industri kosmetik. Dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat, industri kosmetik telah menjadi fokus utama perusahaan untuk terus berkembang. Dalam konteks ini, strategi pemasaran menjadi landasan utama untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Salah satu elemen yang tidak dapat diabaikan dalam perumusan strategi pemasaran adalah packaging produk. Packaging tidak hanya berperan sebagai wadah fisik yang melindungi produk dari kerusakan, tetapi juga sebagai medium komunikasi visual yang sangat efektif.

Desain kemasan, warna, dan elemen grafis yang digunakan pada packaging dapat menjadi poin krusial yang mempengaruhi persepsi konsumen. Persepsi ini kemudian dapat memengaruhi niat beli konsumen, yang menjadi fokus utama dalam pengembangan strategi pemasaran. Melalui penelitian ini, kami bertujuan untuk mendalaminya dengan menganalisis bagaimana elemen-elemen tertentu dalam packaging produk kosmetik dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap niat beli konsumen.

Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi industri kosmetik dalam merancang strategi packaging yang efektif. Dengan demikian, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan visual dan komunikatif dari packaging produk untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, mengarah pada peningkatan penjualan dan keberlanjutan pertumbuhan industri kosmetik di era globalisasi ini.

Packaging produk memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk. Desain kemasan, warna, logo, dan informasi yang disampaikan melalui packaging dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas, eksklusivitas, dan keandalan suatu produk.

Selain itu, kemasan yang menarik juga dapat menciptakan daya tarik emosional, yang dapat membangkitkan minat dan keinginan untuk membeli. Keberhasilan suatu produk dalam mencapai niat beli konsumen tidak hanya bergantung pada kualitas intrinsiknya, tetapi juga pada kemampuan packaging produk untuk mengekspresikan nilai-nilai yang diinginkan oleh konsumen. Desain kemasan yang estetis, warna yang dipilih dengan cermat, logo yang mencerminkan identitas merek, dan informasi yang jelas dan menarik menjadi elemen-elemen penting yang membentuk citra produk di mata konsumen.

Packaging produk tidak hanya menjadi sarana untuk melindungi produk dari kerusakan atau kerusakan potensial, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menciptakan impresi positif pada konsumen. Kemasan yang dirancang secara baik dapat meningkatkan persepsi konsumen tentang kualitas produk, memberikan kesan eksklusivitas, dan menegaskan keandalan mereka.

Oleh karena itu, dalam merancang strategi packaging produk, perusahaan kosmetik perlu memahami secara mendalam bagaimana elemen-elemen tersebut dapat saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman konsumen yang positif, menggerakkan mereka untuk memilih dan membeli produk dengan keyakinan. Perusahaan kosmetik perlu

memandang packaging produk sebagai lebih dari sekadar wadah fisik, melainkan sebagai elemen vital dalam membangun hubungan positif antara merek dan konsumen. Desain kemasan yang mencerminkan nilai-nilai merek dan aspirasi konsumen tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga menyampaikan pesan yang kuat secara emosional. dalam industri kosmetik, di mana keindahan dan citra memiliki peran krusial, kesan pertama yang diperoleh konsumen seringkali berasal dari kemasan produk. Oleh karena itu.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Analisis pekerjaan**

Analisis pekerjaan adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang pekerjaan dan proses menentukan persyaratan yang harus disiapkannya, termasuk di dalamnya sistematika rekrutmen, evaluasi atau pengendalian, dan organisasi atau perusahaannya. Dengan kata lain analisis pekerjaan adalah mempelajari mencari, dan menentukan gambaran atau desain dari aktivitas- aktivitas yang menentukan tugas-tugas, kewajiban dan wujud tanggung jawab dari setiap pekerjaan yang dilakukan karyawan.

#### **a. Tujuan Analisis Pekerjaan**

Menciptakan SDM yang handal dalam menghadapi tantangan teknologi modern, merasakan kenyamanan dalam bekerja, bermartabat dan berkeadilan di dalam suatu perusahaan ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan:

- a) Penggunaan teknologi canggih sekalipun, analisis pekerjaan harus berpikir panjang untuk memenuhi tuntutan suatu pekerjaan, seperti keterampilan dan pelatihan.
- b) Kenyamanan dan suasana kerja akan menciptakan hasil kerja yang maksimal dengan menjunjung tinggi harkat dan martabatnya sebagai manusia. Untuk menghadapi tantangan tersebut analisis pekerjaan SDM harus dilaksanakan secara profesional, karena akan menentukan kualifikasi yang secara langsung dan berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan yang ditentukan oleh manajer dalam mewujudkan keberadaannya yang penuh kompetisi di masa depan.

Tindakan- tindakan yang diperlukan oleh manajemen SDM untuk mencapai tujuan yang didasarkan pada informasi analisis pekerjaan adalah sebagai berikut:

- 1) Evaluasi peran lingkungan terhadap pekerjaan individu
- 2) Kaji kembali kemungkinan ada persyaratan kerja yang using
- 3) Ciptakan peraturan yang dapat menguntungkan semua pihak

- 4) Rancang kebutuhan SDM masa depan
- 5) Sesuaikan antara jumlah pelamar dan pekerjaan yang tersedia
- 6) Rancang kebutuhan pendidikan dan pelatihan untuk karyawan baru maupun karyawan yang sudah berpengalaman
- 7) Rancang rencana pengembangan potensi karyawan
- 8) Tentukan standar kerja/prestasi realistis
- 9) Penempatan karyawan hendaknya sesuai dengan minatnya
- 10) Penempatan karyawan harus sesuai dengan keahliannya
- 11) Berikan kompensasi secara wajar.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen yang satunya akan berbeda-beda dengan perilaku konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu sendiri. Contohnya adalah pengaruh era digital yang semua dilakukan dengan bantuan gadget, begitupun dengan kegiatan berbelanja yang dilakukan sekarang serba digital. Faktor ini membuat shopee menjadi booming dan membuat shopee menjadi marketplace terbaik di Indonesia.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial mempengaruhi tingkah laku pembeli. Pilihan produk amat dipengaruhi oleh kelompok kecil, keluarga, teman, peran dan status sosial konsumen. Contohnya apabila ada produk yang menjadi tren, pasti akan terpengaruh untuk membeli produk tersebut.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsumen. Contohnya membeli produk dengan aplikasi Shopee karena lebih praktis dan murah dibanding dengan belanja di marketplace lain tanpa dipengaruhi oleh orang lain.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologi adalah seperangkat proses psikologis kombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan

keputusan pembelian. Contohnya adalah membeli produk atau jasa di shopee karena diyakini bahwa shopee adalah e-commerce termurah dan terlengkap dibanding yang lain.

Perencanaan SDM adalah proses analisis dan identifikasi tersedianya dan kebutuhan akan sumber daya manusia sehingga organisasi tersebut dapat mendapat tujuan. Menurut Hatten (1996) dalam Juliansyah (2017) terdapat menjamin agar strategi dapat berhasil baik dengan meyakinkan orang lain, yaitu sebagai berikut:

- a) Strategi harus konsisten dengan lingkungan, strategi dibuat dengan arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.
- b) Banyaknya strategi yang dibuat suatu organisasi, maka setiap strategi haruslah konsisten sehingga semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lain.
- c) Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya. Persaingan yang ada pada organisasi hendaknya diminimalisir sehingga kekuatan sumber daya menyatu dan meningkatkan kinerja organisasi.
- d) Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang menjadi kekuatan dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya.
- e) Sumber daya harus kritis dan menjalankan pekerjaan dengan layak.
- f) Strategi hendaknya memperhitungkan resiko sehingga tidak menjerumuskan organisasi lubang yang lebih besar. Oleh karena itu, strategi hendaknya selalu dapat dikontrol.
- g) Strategi hendaknya disusun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.
- h) Suksesnya strategi dilihat dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dari pimpinan setiap organisasi.

### **Job Requirement**

Beberapa ahli ada yang tidak menyebut dengan istilah job requirement, namun job specification/spesifikasi pekerjaan. Job specification adalah minimum dari kualifikasi yang harus dimiliki untuk melakukan pekerjaan tertentu (Panggabean, 2002). Atau deskripsi dari pekerjaan yang membutuhkan karyawan untuk mengerjakannya dengan kemampuan yang dibutuhkan (Werther, 1993). Job specification bisa berbentuk daftar tuntutan manusiawi atas suatu jabatan, yakni pendidikan, keterampilan, kepribadian, dan lain-lain yang sesuai dengan analisis jabatan (Dessler, 2013). Kebutuhan dan tuntutan ini

biasanya terdiri dari karakteristik manusia yang diperlukan, meliputi pengalaman, pelatihan, edukasi dan kemampuan fisik & mental .

Bagian dalam job specification terdiri dari 3 bagian yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kumpulan persyaratan kualifikasi umum seperti pengalaman dan pelatihan.
- b. Kumpulan persyaratan pendidikan yang pernah ditempuh, termasuk Pendidikan wajib, universitas maupun kejuruan.
- c. Ilmu, keahlian dan kemampuan yang dimiliki.

Spiegel (1961) menyebutkan kualifikasi yang dibutuhkan para pekerja adalah sebagai berikut:

- 1) Kelamin yang disukai atau yang tidak boleh.
- 2) Kebangsaan (jika diperhitungkan).
- 3) Umur dengan batas maksimal dan minimal.
- 4) Kualitas fisik seperti tinggi, berat, kekuatan dan penglihatan. Tes untuk pengujian maupun laboratorium di bolehkan.
- 5) Edukasi seperti pendidikan sekolah, kampus yang diinginkan & berapa tahun yang dibutuhkan untuk lulus, gelar dan sekolah pelatihan maupun pelatihan teknik, Pengalaman baik dari jenisnya maupun lamanya waktu yang dihabiskan.
- 6) Kemampuan bahasa baik dari membaca, menulis dan berbicara.
- 7) Peringkat khusus seperti penampilan, kepemimpinan, kerjasama, inisiatif, kemampuan membangun karakter dan keakuratan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kepustakaan, yaitu Metode kepustakaan atau penelitian kepustakaan (library research) adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data dari literatur atau kepustakaan. Literatur yang digunakan bisa berupa buku, catatan, atau laporan hasil penelitian sebelumnya

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Honda mengimplementasikan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) dengan langkah-langkah berikut:

- a. Pelatihan Karyawan: Sebelum bekerja, karyawan menjalani pelatihan untuk memahami ruang lingkup dan detail pekerjaan mereka.
- b. Pengorganisasian Divisi: Pekerjaan dibagi ke dalam divisi seperti penjualan, servis, suku cadang, dan body paint, yang masing-masing memiliki spesifikasi tugas yang jelas.
- c. Evaluasi Kinerja: Melakukan seleksi dan evaluasi terhadap karyawan untuk memastikan kemampuan dan kualitas sesuai standar Perusahaan.
- d. Audit SDM: Melaksanakan audit untuk menilai efektivitas pengelolaan SDM dan memastikan kesesuaian antara beban kerja dan jumlah tenaga kerja.

Honda melakukan analisis pekerjaan manajemen sumber daya manusia (SDM) dengan beberapa metode yang terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan:

- a) Analisis SWOT: Honda Taman Kota menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi kinerja SDM. Hal ini membantu dalam merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas SDM.
- b) Pengukuran dan Monitoring Kinerja: Honda Taman Kota mengembangkan sistem online assessment untuk mengukur dan memonitor kinerja karyawan. Sistem ini membantu meningkatkan kesadaran dan peningkatan skill karyawan, serta meminimalisir kesulitan dalam pengembangan diri sendiri.
- c) Audit Manajemen SDM: PT Astra International Tbk-Honda Sales Operation region Semarang melakukan audit manajemen SDM dengan metode Full Time Equivalent (FTE) untuk mengukur beban kerja karyawan. Hasilnya menunjukkan bahwa 64% karyawan memiliki beban kerja rendah, 33% memiliki beban kerja normal, dan 3% memiliki beban kerja tinggi. Audit ini membantu dalam menentukan kebutuhan tenaga kerja yang optimal dan meningkatkan efisiensi.
- d) Pengembangan Sistem Kinerja Terintegrasi: Honda Taman Kota mengembangkan sistem manajemen kinerja SDM yang terintegrasi. Sistem ini dapat mengukur, memonitor, dan mengevaluasi kinerja individu dan tim, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatkan produktivitas.

- e) Pelatihan dan Pengembangan SDM: Honda Taman Kota melakukan pelatihan dan pengembangan SDM yang efektif dan efisien. Pelatihan ini membantu karyawan dalam memahami ruang lingkup dan detail pekerjaan mereka, serta meminimalisir kesulitan dalam pengembangan diri sendiri.

Honda melakukan analisis pekerjaan sebagai bagian penting dari manajemen sumber daya manusia (SDM) untuk memastikan bahwa setiap karyawan memiliki peran yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta potensi mereka. Beberapa langkah yang umum dilakukan oleh Honda terkait hubungan analisis pekerjaan dengan manajemen SDM meliputi:

- Identifikasi dan Deskripsi Pekerjaan

Honda memulai dengan mengidentifikasi setiap posisi yang ada di dalam perusahaan. Mereka mendeskripsikan tugas, tanggung jawab, serta keterampilan yang dibutuhkan untuk masing-masing pekerjaan. Ini membantu dalam menciptakan gambaran jelas mengenai harapan perusahaan terhadap karyawan.

- Evaluasi dan Peningkatan Kinerja

Dari analisis pekerjaan, Honda dapat menetapkan indikator kinerja karyawan, yang kemudian digunakan untuk menilai dan meningkatkan kinerja melalui pelatihan, coaching, atau promosi

- Rekrutmen dan Seleksi

Hasil dari analisis pekerjaan membantu Honda menentukan kualifikasi yang tepat saat melakukan rekrutmen. Mereka tahu keterampilan dan pengetahuan apa yang diperlukan, sehingga proses seleksi menjadi lebih tepat sasaran.

- Pengembangan Karyawan

Berdasarkan analisis, Honda dapat mengidentifikasi kesenjangan keterampilan yang ada pada karyawan dan menawarkan pelatihan yang sesuai. Ini membantu pengembangan karyawan dalam mencapai potensi maksimal mereka.

- Penetapan Gaji dan Kompensasi

Analisis pekerjaan digunakan untuk menentukan skala gaji berdasarkan Tingkat tanggung jawab, kompleksitas pekerjaan, dan keterampilan yang dibutuhkan. Honda dapat memberikan kompensasi yang adil sesuai dengan pekerjaan dan prestasi.

- Pengelolaan Karir dan Suksesi

Melalui analisis pekerjaan, Honda dapat merencanakan pengembangan karir dan suksesi kepemimpinan. Mereka dapat mengidentifikasi talenta terbaik untuk



posisi kunci di masa depan

Honda melakukan perancangan pekerjaan dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) dengan pendekatan yang sistematis untuk memastikan bahwa setiap posisi dalam organisasi didefinisikan dengan baik dan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan. Beberapa langkah utama yang dilakukan Honda dalam rancangan pekerjaan SDM meliputi:

a. Job Enrichment (Pengayaan Pekerjaan)

Honda seringkali memperkaya pekerjaan karyawan dengan memberi mereka tanggung jawab yang lebih luas dan lebih menantang. Ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan kepuasan kerja. Mereka memberi karyawan otonomi lebih besar dalam pengambilan keputusan untuk pekerjaan mereka.

b. Job Rotation (Rotasi Pekerjaan)

Untuk mengembangkan keterampilan karyawan dan menjaga motivasi mereka, Honda menerapkan rotasi pekerjaan, di mana karyawan dipindahkan ke berbagai posisi di dalam perusahaan. Ini memberi mereka pemahaman yang lebih luas tentang operasi perusahaan dan meningkatkan fleksibilitas dalam tenaga kerja.

c. Job Simplification (Penyederhanaan Pekerjaan)

Dalam beberapa kasus, Honda menyederhanakan tugas pekerjaan dengan membagi proses kerja yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih sederhana. Ini membantu meningkatkan efisiensi, terutama dalam proses produksi di pabrik, di mana produktivitas harus tetap tinggi dan standar kualitas harus konsisten.

d. Job Enlargement (Perluasan Pekerjaan)

Honda juga menggunakan konsep job enlargement, di mana karyawan diberikan tanggung jawab tambahan yang memperluas ruang lingkup pekerjaan mereka. Ini dilakukan untuk mengurangi kebosanan, meningkatkan efisiensi, dan membuat pekerjaan lebih menarik bagi karyawan.

e. Penggunaan Teknologi dalam Desain Pekerjaan

Honda selalu berada di garis depan dalam pemanfaatan teknologi untuk mendukung desain pekerjaan. Mereka menggunakan otomasi dan teknologi informasi untuk meningkatkan produktivitas, merampingkan proses, dan membuat pekerjaan lebih efisien. Misalnya, penggunaan robot dalam produksi otomotif telah mengurangi tugas-tugas manual yang berulang bagi karyawan.

f. Fokus pada Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Dalam rancangan pekerjaan, Honda juga memprioritaskan keselamatan dan kesehatan

karyawan. Mereka mendesain lingkungan kerja yang ergonomis dan aman, serta memastikan bahwa karyawan tidak mengalami kelelahan fisik atau mental akibat pekerjaan mereka.

g. Desain Pekerjaan Fleksibel

Honda juga mulai mengadopsi model pekerjaan yang lebih fleksibel, terutama di kantor dan posisi manajerial. Mereka memberi opsi kerja jarak jauh atau jam kerja fleksibel untuk beberapa karyawan, yang membantu meningkatkan keseimbangan kehidupan kerja dan kebahagiaan karyawan.

h. Keterlibatan Karyawan dalam Desain Pekerjaan

Honda melibatkan karyawan dalam proses desain pekerjaan dengan meminta umpan balik dan saran dari mereka. Ini memastikan bahwa desain pekerjaan tidak hanya memenuhi kebutuhan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan kepuasan dan aspirasi karyawan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi rancangan pekerjaan di PT Honda dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) mencakup berbagai aspek internal dan eksternal yang membantu perusahaan memastikan bahwa pekerjaan dirancang secara efisien, produktif, dan memotivasi karyawan. Berikut adalah beberapa factor utama yang mempengaruhi rancangan pekerjaan di PT Honda:

1) Strategi dan Tujuan Perusahaan

Honda memiliki strategi yang berorientasi pada inovasi, kualitas, dan efisiensi. Rancangan pekerjaan disesuaikan dengan tujuan strategis perusahaan, seperti focus pada pengembangan teknologi otomotif, peningkatan produktivitas di pabrik, serta perluasan pasar global

2) Teknologi dan Otomasi

Sebagai perusahaan otomotif, Honda sangat bergantung pada teknologi canggih dalam produksi dan pengembangan produk. Penggunaan robotika dan otomasi dalam lini produksi mengurangi ketergantungan pada pekerjaan manual yang berulang dan memungkinkan karyawan fokus pada tugas yang lebih teknis dan strategis. Ini mempengaruhi bagaimana pekerjaan dirancang untuk menggabungkan manusia dan mesin dalam proses produksi.

3) Kebutuhan Keterampilan Karyawan

Pekerjaan di PT Honda dirancang berdasarkan keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Di era teknologi tinggi, Honda

membutuhkan karyawan dengan keterampilan teknis yang canggih, seperti pemrograman mesin, desain produk, serta kemampuan analisis data. Ini memengaruhi rancangan pekerjaan dengan menekankan pada pelatihan, pengembangan keterampilan, dan spesialisasi pekerjaan.

4) Kondisi Pasar dan Persaingan Industri

Industri otomotif sangat kompetitif, dan Honda harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar, perkembangan teknologi, dan regulasi industri. Hal ini memengaruhi rancangan pekerjaan dengan menuntut fleksibilitas, inovasi, dan kemampuan untuk bekerja dalam lingkungan yang berubah dengan cepat. Pekerjaan dirancang agar memungkinkan karyawan beradaptasi dengan perkembangan industri dan memberikan kontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan.

5) Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya Indonesia juga memengaruhi rancangan pekerjaan di PT Honda. Misalnya, nilai-nilai budaya kerja seperti gotong royong dan keharmonisan tim tercermin dalam bagaimana pekerjaan dirancang untuk mempromosikan kerja sama tim dan saling menghargai di tempat kerja. Selain itu, Honda memperhatikan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi, yang menjadi semakin penting dalam budaya kerja modern.

6) Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Honda yang berbasis pada divisi-divisi khusus, seperti produksi, riset dan pengembangan, pemasaran, dan layanan pelanggan, juga memengaruhi rancangan pekerjaan. Setiap divisi memiliki kebutuhan dan prioritas yang berbeda, sehingga peran dan tanggung jawab karyawan di setiap divisi dirancang sesuai dengan fungsi dan tujuan spesifik departemen tersebut.

7) Motivasi dan Keterlibatan Karyawan

Honda juga mempertimbangkan aspek motivasi dan keterlibatan karyawan dalam merancang pekerjaan. Pekerjaan dirancang agar menantang namun memuaskan, dengan memberikan peluang untuk pengembangan karir, pengayaan pekerjaan, dan keterlibatan dalam pengambilan keputusan. Ini membantu meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Analisis pekerjaan adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang pekerjaan dan proses menentukan persyaratan yang harus disiapkannya, termasuk di dalamnya sistematika rekrutmen, evaluasi atau pengendalian, dan organisasi atau perusahaannya. Dengan kata lain analisis pekerjaan adalah mempelajari mencari, dan menentukan gambaran atau desain dari aktivitas- aktivitas yang menentukan tugas-tugas, kewajiban dan wujud tanggung jawab dari setiap pekerjaan yang dilakukan karyawan.

### Saran

Kami menyarankan kepada pembaca agar dapat memahami secara pasti materi yang kami paparkan guna dapat menambah wawasan bersama.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada bapak hendra riofita, selaku pembimbing mata kuliah sumber daya manusia, terimakasih juga kepada pihak pihak yang telah membantu menyelesaikan jrrnal ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Irawan, N. C. (2023a). Revitalisasi ekonomi pembangunan. *Revitalisasi Ekonomi Pembangunan*.
- Muspawi, M. (2017). Urgensi analisis pekerjaan dalam manajemen sumber daya manusia organisasi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 2017.
- Riofita, H. (n.d.). Strategi pemasaran menggunakan fitur Shopee live streaming sebagai media promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen.
- Riofita, H., dkk. (2024). Perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi tantangan pasar konsumen di era digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), Januari 2024.
- Saputra, C. W., Layli, N., & dkk. (n.d.). Analisa job requirements pada PT. Astra Honda Motor.