

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ditunjuknya Indonesia sebagai salah satu negara basis produksi Daihatsu di luar Jepang membuat PT Astra Daihatsu Motor merasa perlu memperkuat sektor pendukung. Ditambah dengan tingkat persaingan dalam dunia otomotif di Indonesia yang semakin tinggi mendorong setiap ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) untuk menyusun strategi yang lebih jitu dalam menghadapi persaingan tersebut.

Strategi itu salah satunya adalah dengan mengembangkan sumber daya manusia di bidang *Research and Development* (R&D). Salah satu bidang yang menjadi kelemahan utama industri otomotif nasional. Sehingga pabrikan Daihatsu akan bisa mengembangkan produk lebih cepat, lebih murah, dan tentu saja dengan desain yang lebih diterima market Indonesia

Hampir semua desain pada mobil yang diproduksi di Indonesia dilakukan oleh *design engineer* perusahaan prinsipalnya masing-masing sehingga *design engineer* lokal hanya berfungsi sebagai penyambung lidah dari *design engineer* perusahaan prinsipalnya, tanpa ada wewenang untuk memutuskan hal-hal yang berhubungan dengan desain.

Hal ini sangat merugikan terutama dari segi efisiensi waktu, waktu yang diperlukan *design engineer* lokal untuk mem*follow-up* masalah yang terjadi yang ke

*design engineer* Daihatsu Jepang cukup lama bisa berminggu-minggu bahkan ada yang berbulan-bulan.

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Ketika perusahaan melakukan pengembangan produk yang akan diproduksi di Indonesia, timbul masalah-masalah yang berkaitan dengan desain sebagai berikut :

1. Desain dilakukan oleh *design engineer* prinsipal (Daihatsu Jepang) dan tidak melibatkan *design engineer* lokal sehingga dasar pemikiran dan sejarah dari desain tersebut tidak diketahui dengan baik oleh *design engineer* lokal.
2. Ketika terjadi masalah yang berhubungan dengan desain, solusi tidak bisa didapatkan dalam waktu yang singkat.karena *design engineer* dari prinsipal tidak selalu ada di Indonesia, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk berkomunikasi dengan *design engineer* Jepang.
3. Kemampuan *design engineer* lokal dalam hal desain pengembangan produk masih terbatas, mulai dari data desainnya, sejarah desainnya dan data-data pendukung untuk desain tersebut.
4. Tidak adanya wewenang *design engineer* lokal untuk memutuskan solusi terhadap suatu masalah desain meskipun solusinya sudah ditemukan dan masalah yang dihadapi adalah masalah yang sederhana.

Dengan adanya masalah diatas, PT. Astra Daihatsu Motor sebagai salah satu perusahaan otomotif yang paling pesat pertumbuhannya dan sudah menjadi

perusahaan dengan produksi terbesar di Indonesia harus memiliki sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan untuk mendesain dan mengembangkan produk sendiri sehingga tidak bergantung pada *design engineer* dari Daihatsu Jepang.

Dari pemaparan diatas perumusan masalah yang diambil untuk diteliti adalah “Apakah investasi sumber daya manusia dibidang *design engineer* lokal layak dilihat dari aspek teknik, sumber daya manusia, dan keuangan dibandingkan dengan desain yang dilakukan oleh *design engineer* dari prinsipalnya”.

### **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah di area *Research and Development Division, Departement Product Engineering*, dan yang akan dibahas disini adalah analisis investasi sumber daya manusia yang meliputi :

1. Dari aspek teknis produk desain yang akan diteliti adalah *body press part, Panel Fr Fender*.
2. Untuk aspek sumber daya manusia penelitian ini dilakukan pada waktu program ICT (*Intra Company Transferee*) dan sesudah ICT yang diikuti oleh tiga orang *design engineer*.
3. Penelitian dilakukan di PT. Astra Daihatsu Motor
4. Data diambil pada tahun 2009 sampai akhir 2011, yaitu masa program ICT selama 2 tahun ditambah 1 tahun proses persiapan produksi di Indonesia.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuannya penulisan skripsi ini adalah :**

Mengetahui kelayakan dari investasi sumber daya manusia di bidang desain *part*.

### **1.4.2 Manfaat yang akan diperoleh adalah :**

1. Adanya peningkatan kemampuan teknis *design engineer* lokal dalam bidang desain *part*.
2. Meningkatkan rasa percaya diri dan rasa memiliki dalam diri *design engineer* lokal terhadap desain yang dikerjakan dan dikembangkan sendiri.
3. Desain yang dilakukan dan dikembangkan oleh *design engineer* lokal dalam produk yang dihasilkan akan meningkatkan *brand image* dari PT. Astra Daihatsu Motor sehingga produknya lebih mudah diterima oleh konsumen di Indonesia.
4. Adanya dokumentasi tertulis dari pengalaman yang diterima selama masa ICT yang digabungkan dengan ilmu yang didapat selama kuliah di Teknik Industri Universitas Bina Nusantara yang bisa menjadi referensi mahasiswa lain untuk belajar mengenai desain otomotif.
5. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi *Design Engineer* Lokal pada pengembangan produk di PT. Astra Daihatsu Motor.