Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Kemitraan asing sebagai strategi usaha dalam industri komponen otomotif : kasus PT. Astra Otoparts, Tbk.

Hutadjulu, Octavianus Sutan, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440070&lokasi=lokal

---

Abstrak

Industri komponen otomotif di Indonesia mulai berkembang saat pemerintah mengharuskan produsen kendaraan bermotor atau dikenal dengan sebutan Agen Tunggal pemegang Merek (ATPM) mengguna komponen produksi lokal dalam proses perakitan kendaraan bermotor. Saat itu pemerintah mengeluarkan kebijaksanaan yang melarang impor kendaraan bermotor dalam keadaan utuh (CBU). Melalui SK No. 3O7/M/SK/8/76, pemerintah melakukan penjadwalan penggunaan kandungan lokal dalam produksi kendaraan bermotor.

PT Astra International saat ini merupakan salah satu pemain utama dalam industri otomotif Beberapa merek kendaraan bermotor intemasional dipegang oleh perusahaan ini. Sebagal produsen kendaraan bermotor PT Astra International merniliki divisi komponen yang saat itu beroperasi dengan cara ekspor dan impor. Menindak lanjuti keputusan pemerintah itu PT Astra International membangun jaringan produksi komponen otomotif yang yang pada tahun 1996 dikonsolidasi dan melalui beberapa kali pergantian nama terbentuklah PT Astra Otoparts, Tbk.

Tulisan ini membahas mengenai proses manajemen strategik yang dilakukan pada perusahaan yang menggeluti bisnis komponen otomotif di Indonesia. Teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah dengan mengamati apa yang terdapat pada lingkungan usaha ini. Secara umum terdapat tiga lingkungan usaha yang memberikan pengaruh kepada suatu perusahaan yaitu lingkungan umum, lingkungan industri dan lingkungan internal.

Karena PT Astra OtoParts Tbk merupakan perusahaan nasional yang berskala besar maka sesual dengan teori analisis lingkungan bisnis yang dikembangkan oleh Paulo De Vasconcellos Fliho dalam bukunya Environmental Analysis for Stralegic Planning (1998) sebagaimana dikutip oleh Setiawan H. Purnomo dan Zulkieflimansyah (1996) maka ketiga Iingkungan usaha umum, industri, dan internal sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan Untuk itu penulis melakukan analisis yang komprehensif terhadap ketiga lingkungan bisnis tersebut. Analisis Iingkungan ini pada hakekatnya adalah mempelajari kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang dihadapinya.

Industri komponen otomotif merupakan industri yang padat teknologi. Produktifitas yang tinggi dan kuaiitas yang baik merupakan beberapa syarat yang dibutuhkan oleh perusahaan komponen untuk dapat bersaing dalam industri ini terutama dalam hal dukungannya terhadap industri kendaraan bermotor sebagal komponen terpasang atau dikenal dengan sebutan Original Equipment Manufacturer (OEM). Untuk itu perlu sistem produksi yang baik yang didukung oleh mesin-mesin dan perlengkapan produksi yang canggih.

Saat ini perusahaan-perusahaan komponen otomotif di Indonesia belum dapat mengadakan sendiri teknologi tersebut. Riset dan pengembangan yang diperlukan untuk mencapai tingkat teknologi yang cukup memerlukan waktu yang sangat lama di samping investasi yang sangat tinggi. Pilihan ini bukan merupakan strategi yang paling tepat untuk pengembangan usaha terutama pada skala yang besar dan level teknologi yang tinggi. Alternatif strategi yang lain adalah dengan melakukan usaha patungan (joint venture) dengan

mitra asing untuk memperoleh akses teknologi.
Setelah menggeluti pasar OEM PT Astra Otoparts, Tbk perlu memasuki pasar komponen pengganti (replacement market) untuk meningkatkan pendapatan perusahaan untuk keperluan ini perseroan memerlukan dukungan nama yang kuat yang laku dijual di pasar bebas. Maka usaha patungan dengan mitra asing menjadi alasan yang kuat juga untuk dilakukan. Di Samping ¡tu terdapat alasan lain yang dapat mendukung keputusan ini yaitu untuk mendapatkan akses ke pasar internasional dan menjadi pemain global.
Berdasarkan analisis tersebut maka joint venture internasional menjadi suatu pilihan menarik bagi perusahaan lokal yang menjalankan usahanya di sektor komponen otomotif. Bagi perusahaan asing sebagai Multi Nasional Corporation (MNC) mereka memperoleh akses memasuki pasar yang baru di samping untuk mengatasi kendala birokrasi pemerintah akan penanaman modal asing. Dalam hal memilih partner perusahaan asing berskala besar mencari perusahaan lokal yang mempunyai akses pasar yang luas dan mempunyal basis jaringan pemasok yang luas juga serta kemampuan finansial yang kuat.