

Strategi PT Astra Otoparts Tbk dalam menghadapi persaingan di industri komponen otomotif di era perdagangan bebas

Sri Anondo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90466&lokasi=lokal>

Abstrak

Globalisasi yang semakin berkembang sekarang ini niembawa perubahan dalam tata cara perdagangan internasional dimana hambatan-hambatan yang membatasi perdagangan dan investasi antar negara akan semakin berkurang. Salah satu hal yang mendorong globalisasi perdagangan adalah perdagangan bebas antara negara-negara di dunia, yang terwujud dalam bentuk NAFTA, AFTA (berlaku mulai 2002), APEC (mulai 2002) dan lain-lainnya. Kesepakatan tersebut intinya menyetujui adanya pembukaan pasar masing-masing negara terhadap produk-produk negara lainnya, pengurangan dan penghilangan trade barriers, proteksi dan insentif atas industri dalam negeri.

Dengan adanya free trade para produsen komponen otomotif dunia akan semakin agresif mengembangkan pasarnya ke negara-negara lain. Sebagai peserta AFTA & APEC berarti mungkin mulai tahun 2003 nanti Indonesia akan memasuki era perdagangan bebas dan memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar negara lain. Seiring dengan terbukanya peluang ekspor ke negara lain, Indonesia pun harus membuka pasar dalam negerinya seluas-luasnya bagi produk impor dan negara-negara lain. Hal tersebut sudah mulai dirasakan oleh industri komponen otomotif sejak tahun 1999, didahului dengan adanya deregulasi otomotif tahun 1999 yang diantaranya mempermudah komponen impor otomotif untuk masuk ke Indonesia.

Industri otomotif Indonesia (termasuk industri komponennya) selama ini menikmati proteksi pemerintah sehingga berkembang menjadi industri yang kurang tangguh karena membuat banyak perusahaan menggantungkan diri pada pasar dalam negeri dan bantuan prinsipal. Biaya produksi yang tinggi, kurangnya penguasaan teknologi dan minimnya sumber daya manusia yang qualified merupakan kelemahan industri ini. Disisi lain customer mereka tidak memiliki banyak alternatif pemasok dari luar Indonesia karena adanya proteksi membuat hal tersebut tidak ekonomis. Adanya free trade area nanti membuat industri komponen otomotif Indonesia harus segera membenah diri untuk bersaing dengan pesaing dari luar yang memasarkan produknya di Indonesia.

Saat ini customer terutama ATPM mulai memanfaatkan keleluasaan yang diberikan pemerintah melalui deregulasi otomotif untuk melakukan sourcing dari luar Indonesia yang umumnya memiliki harga lebih murah dengan tntu yang setara.

Perusahaan-perusahaan komponen otomotif yang terdapat dalam Component Group Astra pun harus mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan yang makin ketat ini.

Tujuan studi ini adalah menganalisa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh PT Astra Otoparts Tbk. sehingga dapat menyusun strategi yang tepat untuk menjalankan bisnisnya agar tetap bertahan dan memperkuat perusahaan-perusahaan di dalamnya dalam era perdagangan bebas mendatang, dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal.

Melalui studi ini penulis mencoba memberikan alternatif kepada PT Astra Otoparts Tbk. sebagai holding company component group mengenai masalah yang dihadapi yaitu strategi apa yang dapat dirumuskan dan diterapkan PT Astra Otoparts Tbk., yang dapat diterjemahkan oleh perusahaan-perusahaan yang bernaung

dibawahnya ke dalam bentuk strategi bisnis yang dapat diimplementasikan agar mereka mampu menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi di era perdagangan bebas.

PT Astra Otoparts sebagai holding company selain membawahi perusahaan manufakturing juga membawahi beberapa perusahaan trading. Pada perusahaan manufakturing ada beberapa kelemahan yang harus diwaspadai. Antaralain kekurangmampuan pada bidang engineering terutama desain produk yang bergantung pada prinsipal dan customer. Kelemahan lainnya adalah mesin produksi yang agak ketinggalan jaman serta penguasaan proses produksi yang kurang merata (walaupun disebagian perusahaan hal tersebut justru menjadi kekuatannya). Kekurangmampuan tersebut selama ini dicoba diimbangi dengan peningkatan kemampuan dalam proses produksi disertai dengan penjagaan kualitas, pengurangan biaya dan kecepatan pengiriman (quality, cost and delivery).

Disisi lain, trading menjadi kelebihan bagi PT Astra Otoparts karena menguasai jalur distribusi yang cukup baik hingga ke manca negara. Penguasaan distribusi menjadi kapabilitas yang mendukung daya saing perusahaan ini terhadap pesaing. Digabung dengan sumber daya lain yang dimiliki, sektor ini menjadi salah satu core competence PT Astra Otoparts.

Dalam menghadapi persaingan di era free trade ini ada beberapa strategi korporasi yang bisa dijalankan PT Astra Otoparts. Diantaranya mengembangkan bisnis dengan low level diversification melalui join venture, perusahaan mandiri dan merger, menerapkan strategi low cost high volume melalui peningkatan quality, cost dan delivery; dan melakukan penetrasi pasar baru terutama ekspor dengan memperkuat jalur distribusi, sertifikasi perusahaan dalam sistem mutu dan menjaga awareness pelanggan.

Langkah-langkah diatas merupakan beberapa alternatif strategi korporasi yang bisa diambil oleh PT Astra Otoparts dalam menyusun ulang strateginya menghadapi persaingan di era perdagangan bebas. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa selain mengacu kepada faktor-faktor eksternal, langkah-langkah tersebut juga membutuhkan perbaikan di internal perusahaan-perusahaan di lingkungan PT Astra Otoparts sendiri.