

Rencana usaha pada industri otomotif: studi kasus PT. "A"

Tanu Wijaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20471031&lokasi=lokal>

Abstrak

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sebagai negara berkembang Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat pada dekade ini. Berbagai kebijaksanaan berupa deregulasi dan debirokratisasi terus diluncurkan untuk memacu pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pembangunan nasional. Salah satu sasaran yang penting adalah mengurangi ketergantungan terhadap ekspor migas dengan peningkatan ekspor non-migas.

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi tersebut, pertumbuhan pasar otomotif juga mengalami peningkatan walaupun sempat turun pada saat diluncurkan kebijaksanaan tight money policy. Berbagai indikator ekonomi menunjukkan potensi yang besar di masa mendatang bagi pertumbuhan ekonomi dan pasar otomotif di Indonesia. Selama dekade tahun delapan puluhan pertumbuhan sektor otomotif relatif rendah. Tetapi mengalami boom pada tahun sembilan puluhan pada saat ekonomi memuncak dan fasilitas kredit sangat mudah dengan diluncurkannya berbagai deregulasi sektor perbankan.

Perkembangan sektor otomotif di Indonesia pada masa mendatang sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan pemerintah melalui paket deregulasi bulan juni 1993 yang memberikan insentif pada perusahaan yang full manufacturing melalui program produksi dalam negeri. Semakin besar komponen lokal maka semakin besar pula insentif yang diberikan. Insentif tersebut antara lain berupa pajak atau bea masuk komponen.

Perusahaan-perusahaan otomotif besar di Indonesia pada saat ini menunjukkan ketergantungan yang besar terhadap prinsipal luar negeri. Hal ini disebabkan oleh pengembangan teknologi dan modal yang relatif besar. Kondisi yang sama juga dialami oleh sektor komponen yang disebabkan oleh banyaknya merek dan jenis mobil yang ada di pasaran. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka melalui deregulasi juni 1993 diharapkan perusahaan otomotif mampu meningkatkan kandungan lokal dan pengembangan produksi mobil dalam negeri.

Untuk memanfaatkan peluang tersebut PT. A sebagai perusahaan patungan antara perusahaan dalam negeri dan prinsipal luar negeri merencanakan untuk memproduksi dan memasarkan mobil di Indonesia sebagai pasar utama dan ekspor

ke luar negeri sebagai pasar sekunder. Pendirian perusahaan patungan tersebut bertujuan untuk memanfaatkan keunggulan di masing-masing perusahaan penanam modal. Sebagai prinsipal luar negeri maka pendirian perusahaan di Indonesia dapat memanfaatkan potensi sumber daya yang relatif murah serta sebagai antisipasi blok-blok perdagangan di Asia Pacific bagi pengembangan produknya. Sedangkan bagi perusahaan dalam negeri maka kedatangan prinsipal tersebut merupakan peluang untuk proses transfer teknologi, membuka kesempatan kerja serta penghematan devisa negara. Pada akhirnya tujuan dari perusahaan ini adalah memberikan profit dan keuntungan bagi shareholder's melalui proses transfer teknologi dari negara prinsipal dan program full manufacturing yang akan merupakan salah satu keunggulan perusahaan ini.

Mengingat kompetisi yang ketat di industri otomotif maka jalur distribusi memegang peranan yang penting untuk memenangkan persaingan. Dari data yang ada menunjukkan bahwa pasar yang besar berada di wilayah Jabotabek yang hampir mencapai 80 % keseluruhan pasar di Indonesia. Untuk itu jalur distribusi di Jabotabek akan memberikan kontribusi yang besar terhadap suksesnya rencana usaha ini. Sebagai jaminan kualitas produk maka diperlukan outlet penjualan milik sendiri sebagai kontrol atas kegiatan para dealer independent.

Dengan mempertimbangkan kondisi pasar maka lokasi plant yang sesuai adalah di Cikampek Industrial Estate dengan berbagai fasilitas yang mempunyai kapasitas produksi sebesar 120,000 unit per tahun.

Pemilihan lokasi plant

berdasarkan pada kondisi pasar yang menunjukkan potensi pasar yang besar di wilayah Jabotabek. Selain itu dengan mempertimbangkan keunggulan produk prinsipal di luar negeri dan melihat kompetisi mobil di Indonesia maka sebagai

strategi pemasaran yang sesuai adalah, penetrasi pasar dengan model Sportage yang diharapkan mampu memasuki pasar sebagai produk baru. Tahapan kedua adalah dengan memperkenalkan model Sephia sebagai produk alternatif. Kapasitas produksi direncanakan akan mencapai 120,000 unit per tahun, namun sebagai tahap awal maka akan diproduksi sebesar 70,000 unit dengan perincian 10,000 unit untuk model Sportage dan 60,000 unit untuk model Sephia.

Setelah dilakukan analisa lingkungan usaha atas industri otomotif di Indonesia dengan memperhatikan faktor eksternal dan internal maka pendirian perusahaan otomotif di Indonesia merupakan investasi yang menarik dan menunjukkan potensi yang cukup prospektif. Hal ini didukung dengan perhitungan analisa rasio keuangan antara lain Net Present Value dan analisa Break-Even Point yang menghasilkan nilai-nilai yang positif.

