

INTISARI

Kompetisi dalam industri otomotif semakin ketat. Kompetitor-kompetitor baru banyak bermunculan. Masing-masing perusahaan produsen kendaraan menerapkan strateginya masing-masing untuk dapat memenangkan kompetisi dengan memanfaatkan reources yang dimiliki perusahaan. Disamping banyaknya kompetitor dalam industri otomotif ada faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kondisi industri otomotif secara keseluruhan. Kondisi krisis ekonomi global yang terjadi pada saat ini sangat memukul industri otomotif. Kenaikan harga bahan baku material terutama steel yang terjadi pada tahun 2008 mengakibatkan meningkatnya production cost dalam membuat kendaraan bermotor. Penurunan harga komoditas produk pertanian dan perkebunan seperti karet, kelapa sawit dan batubara belakangan ini berpengaruh terhadap penjualan kendaraan bermotor roda empat khususnya kendaraan niaga. Penurunan nilai tukar rupiah terhadap mata uang dolar dan yen juga sangat mempengaruhi industri otomotif mengingat sebagian besar bahan baku pembuatan kendaraan di import dari luar negeri.

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) sebagai salah satu produsen kendaraan niaga di Indonesia harus menjalankan strateginya untuk dapat mempertahankan posisinya sebagai market leader pada segmen kendaraan niaga. Untuk dapat menentukan strategi apa yang akan dilakukan harus dilakukan analisa eksternal dan internal. Dari hasil analisis eksternal diperoleh faktor-faktor yang menjadi ancaman perusahaan yaitu: suku bunga perbankan, depresiasi rupiah terhadap yen dan dolar,

kondisi ekonomi dalam negeri, munculnya kompetitor baru terutama produk China dan Korea, kenaikan harga bahan baku material. Sedangkan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan yaitu dengan adanya kebijakan fiskal yang diberikan pemerintah, industri perkebunan dan pertambangan yang terus berkembang. Proyek-proyek infrastruktur yang dijalankan pemerintah juga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan.

Dari hasil analisis SWOT diperoleh kesimpulan bahwa PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors saat ini berada pada kuadran I, dengan kekuatan yang dimiliki diharapkan PT Krama Yudha dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi agresif harus dilakukan KTB untuk dapat mempertahankan posisinya sebagai market leader dengan meningkatkan produksi kendaraan dan mengembangkan pasar, tidak hanya untuk kebutuhan domestik tapi juga pasar export yang saat ini belum tersentuh perlu dikembangkan, hal ini juga harus ditunjang dengan melakukan promosi & pemasaran secara agresif. Strategi generik porter yang dapat diterapkan perusahaan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi yaitu dengan melakukan strategi diferensiasi dengan cara menghasilkan kendaraan yang memiliki kualitas tinggi dan durability (daya tahan) kendaraan lebih baik, selain itu pelayanan purna jual harus terus ditingkatkan, dan memperluas cakupan distribusi channel. Terutama daerah-daerah yang masih belum terjangkau.

Kata kunci : evaluasi strategi, analisis SWOT, strategi generic porter, analisis eksternal, analisis internal, PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors, industri otomotif.

ABSTRACT

Competition in automotive industry becomes strict. New competitors continue to increase. Each vehicle manufacturer companies applied their strategy to win the competition by using their resources. Besides the large number of competitors in the automotive industry, there are some external factors that affect the condition of the automotive industry as a whole. The condition of the global economic crisis that occurred at this moment had given a bad impact to automotive industry. The increasing of raw material price especially steel that happened in 2008 give an effect to production cost of vehicle manufacturing. The decreasing of commodity price mainly in agriculture (CPO product and rubber) and mining (coal) sectors at this moment must give effect to sales of all commercial car makers. The decline of the rupiah currency against the dollar and the yen is also affecting the automotive industry, considering most of the raw material is imported from Japan and other country.

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) as one of sole distributor of Mitsubishi Car (ATPM) in Indonesia should run the best strategy to maintain their position as market leader in commercial vehicle segment. Being determined which strategy will be conducted, KTB have to analyze internal and external factors. The result of external analysis in this thesis shows the factors that become a threat for automotive company such as: interest rate, currency, economic condition, new competitor, and the increment of raw material. While the company can get opportunity

from some factors such as: fiscal policy given by Indonesia Government, growth of mining and agriculture sectors, development public infrastructures can drive sales of commercial vehicle.

SWOT analysis shown that PT Kramayudha Tiga Berlian Motor position in SWOT matrix is in the first quadrant, its mean that KTB should apply aggressive strategy to maintain their position as market leader in commercial car segment, increase sales and develop market not only for domestic market but also for overseas market. KTB can utilize the opportunity using their strength, and it must be supported by aggressive marketing and promotion. Porter generic strategy that can be applied consider to strength, weakness, opportunity, and threat of the company is differentiation through give the best product quality and durability, give the best after sales services to costumer, easy to claim, easy to get spare part and cheap spare part price, and expand distribution channel.

Keywords: evaluation strategy, SWOT analysis, porter generic strategy, external analysis, internal analysis, PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors, automotive industry.