

## INTISARI

Perkembangan otomotif khususnya kendaraan roda empat di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang sejak hadirnya para produsen Jepang yang datang ke Indonesia pada awal tahun 1970-an. Jumlah pemain Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) yang cukup banyak turut andil membuat sektor otomotif di Indonesia menjadi semakin berkembang hal ini ditunjukkan dengan volume penjualan mobil yang meningkat dari tahun ke tahun khususnya kendaraan penumpang (*passenger cars*) yang pada tahun 2007 terjual sebesar 285.733 unit dari 433.341 unit keseluruhan total penjualan mobil atau menguasai pangsa pasar sebesar 65,9%.

Sejak adanya Program Penanggalan, Paket Kebijakan Otomotif 1993, Program Insentif dan Paket Kebijakan Otomotif 1999, Pemerintah menginginkan agar Indonesia menjadikan sektor otomotif sebagai industri unggulan khususnya untuk jenis kendaraan penumpang.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana kesiapan Indonesia untuk menjadikan industri otomotif Indonesia sebagai basis produk industri kendaraan penumpang, faktor – faktor yang mendukung serta menghambat laju perkembangan industri otomotif Indonesia serta strategi yang harus dihadapi terhadap para pesaing yang industri otomotifnya cukup kuat seperti Thailand dan Malaysia.

Kata kunci : otomotif, kendaraan penumpang, basis produk

## ABSTRACT

Since the introduction of automotive assembly lines in the early 1970s by the Japanese automotive producers, the Indonesian automotive industry development - especially four-wheel vehicles has been growing rapidly. The big numbers of exclusive Brand Owner Sole Agents (ATPM) have contributed to rapid growth of the automotive sector in Indonesia as indicated by steady increase of car sales volume from year to year – in the year 2007 passenger cars sales recorded a total of 285,733 units (representing market segment of 65.9%) from yearly total car sales of 433,341 units.

Since the existence of Calendar Program (targeting fulfillment of local contents), Automotive Industry Measures 1993, Incentive Programme and Automotive Industry Measures 1999, the Indonesian Government hopes that national automotive industry could become industry leaders - especially for passenger cars.

This study will analyze the capacity of the Indonesian automotive industry in the passenger car product base, including those factors that support and hinder rapid development of automotive industry in Indonesia and what strategies are necessary to compete with automotive industries from Thailand and Malaysia.

Keywords: automotive, passenger cars, product base