

Strategi Bisnis PT Delphi Automotive Systems Indonesia dalam Industri Komponen otomotif di Indonesia

Aryanto Parwoto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451258&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Aliansi para vehicle manufacturer dunia dan mega mergers yang terjadi di antara vehicle manufacturer menyebabkan terjadinya konsolidasi yang cepat di dalam industri supplier otomotif. Hal ini akan memaksa supplier untuk meningkatkan kemampuan dan memperluas ruang lingkup bisnisnya. Supplier akan berusaha untuk masuk ke pasar yang baru atau memperluas posisi mereka sebagaimana pihak vehicle manufacturer menekan kemungkinan teknologi baru dalam modular assembly, kemampuan untuk mengintegrasikan perangkat elektronik dan pengembangan sistem supplier yang lebih baik.

PT. Delphi Automotive Systems Indonesia (DASI), sebagai salah satu bisnis unit Delphi Automotive Corp. yang berpusat di Troy-Michigan, Amerika Serikat, adalah salah satu pelaku di industri wiring harness di Indonesia. Saat ini Delphi Automotive Systems merupakan pemasok komponen otomotif terbesar di dunia yang menguasai hampir 26% pasar dunia untuk produk yang berupa sistem distribusi daya, signal dan sistem interkoneksi untuk kendaraan bermotor. Sedang di urutan nomor dua terbesar yaitu Yazaki Corp. yang menguasai 21.5% pangsa pasar wiring harness dunia. Di Indonesia, DASI menduduki peringkat kedua dalam hal kapasitas produksi wiring harness setelah Yazaki Corp. yang diwakilkan oleh dua perusahaan lokalnya. Dan saat ini, kurang dari 10% penjualan DASI dialokasikan untuk Original Equipment Manufacturer (OEM) lokal yaitu General Motor Indonesia, sedang sekitar 90% lainnya untuk keperluan ekspor.

yang dimiliki Delphi Automotive Systems adalah bahwa General Motor Corp. (GMC) yang merupakan customer terbesar Delphi, memiliki saham Isuzu Corp., Suzuki Corp., dan Subaru Corp. masing-masing 49%, 16%, dan 20%. Diharapkan dengan terjadinya aliansi ini, GMC dapat mempengaruhi management Isuzu Corp. atau Suzuki Corp. dan terutama management Isuzu dan Suzuki Indonesia untuk mau memberikan bisnis wiring harness-nya ke Delphi Indonesia. Dengan demikian aliansi yang terjadi antar VM pun diharapkan mampu memberikan keuntungan bagi Delphi Indonesia dalam berkompetisi di pasar lokal.

Untuk mengantisipasi trend yang sedang terjadi di industri otomotif tersebut DASI merasa perlu untuk memperluas ruang lingkup bisnisnya di pasar lokal. Tujuan dan penulisan ini adalah untuk mengidentifikasi strategi apa yang harus digunakan oleh DASI

agar dapat unggul dalam persaingan di bisnis industri komponen otomotif wiring harness di Indonesia dengan mempertimbangkan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan Lingkungan bisnis tersebut, sehubungan dengan usaha bisnisnya dimasa yang akan Dating.

Penelitian dilakukan melalui wawancara tidak berstruktur berdasarkan model Resources Based untuk memperoleh sumber daya dan kapabilitas pembentuk kompetensi inti yang ada sekarang. Kemudian akan dicari kompetensi inti yang baru yang harus dimiliki agar berhasil dalam industri komponen otomotif dan mempertahankan keunggulan bersaingnya dengan mempertimbangkan faktor keberhasilan utama dalam industri.

Berdasarkan analisa resources based terhadap sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki DASI, ditemukan bahwa sumber daya dan kapabilitas yang telah dimiliki secara baik adalah sumber daya dan kapabilitas teknologi, inovasi dan reputasi. Sumber daya dan kapabilitas ini membentuk kompetensi inti DASI yaitu berbagai keahlian dalam mengintegrasikan teknologi, penerapan global sourcing systems, manufacturing systems yang fleksibel, corporate image, quality components-systems-modules, dan inventory control, yang semuanya terikat menjadi satu kesatuan sebagai kompetensi inti Delphi Automotive Systems Indonesia. Untuk mengantisipasi trend yang terjadi di industri otomotif perlu dibangun kompetensi inti baru yaitu di bidang teknologi yaitu dengan mengembangkan global sourcing system dengan fokus pada minimum leadtime dan penerapan Electronic Data Interchange (EDI) ke vendor pada ordering systems.

Strategi yang dilakukan DASI saat ini untuk pasar lokal adalah pertumbuhan pada pasar untuk produk saat ini yang merupakan bagian dari Growth Strategy. Strategi ini digunakan sehubungan dengan lesunya industri otomotif Indonesia karena krisis ekonomi yang antara lain mengakibatkan turunnya order produksi dari GMI ke Delphi Indonesia. Melihat tingkat persaingan di industri komponen otomotif yang sangat ketat maka strategi alternatif yang tepat untuk dilaksanakan oleh DASI sehubungan dengan pembahasan dinamika persaingan dan kompetensi inti adalah grand strategy dengan berkonsentrasi pada pertumbuhan terkonsentrasi, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan inovasi.

Ruang lingkup studi yang terbatas pada identifikasi sumber daya dan kapabilitas pembentuk kompetensi inti DASI dan bagaimana membentuk kompetensi inti baru agar berhasil dalam industri lokal komponen otomotif membuka peluang studi lebih lanjut yaitu bagaimana implementasinya dan bagaimana cara mengukur meija perusahaan setelah perubahan strategi tersebut dilakukan.