

**ANALISIS STRATEGI PENGUATAN JALUR DISTRIBUSI
UNTUK MENGANTISIPASI GLOBALISASI
STUDI KASUS : PERUSAHAAN KOMPONEN OTOMOTIF**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**

**R. EDY KURNIAWAN SARDJONO
0606145643**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
AGUSTUS 2008**

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : R. EDY KURNIAWAN SARDJONO
NPM : 0606145643
Tanda Tangan :



Tanggal : 28 Agustus 2008

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : **R. EDY KURNIAWAN SARJONO**
NPM : **0606145643**
Program Studi : **MAGISTER MANAJEMEN**
Judul Tesis : **ANALISIS STRATEGI PENGUATAN JALUR
DISTRIBUSI UNTUK MENGANTISIPASI
GLOBALISASI (STUDI KASUS:
PERUSAHAAN KOMPONEN OTOMOTIF)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : **Ancella A. Hermawan, MBA**

Penguji : Eko Rizkianto, ME

Penguji : Thomas H. Secokusumo, MBA

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Agustus 2008

KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini membahas tentang tindakan sebuah korporasi dari sisi jalur distribusi sebagai strategi untuk menghadapi tantangan *global* pada perusahaan komponen otomotif.

Dalam menyelesaikan tesis ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu dengan tulus hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya akhir ini, khususnya kepada:

1. Bapak Rhenald Kasali, PhD, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Indonesia.
2. Ibu Ancella A. Hermawan, MBA, selaku dosen pembimbing tesis atas segala bimbingan, arahan, dan masukannya sangat luar biasa yang beliau berikan kepada penulis sehingga tesis ini bisa diselesaikan dengan baik.
3. Rekan-rekan di Magister Manajemen Universitas Indonesia, khususnya kelas F062 yang selalu menjadi mitra dalam berdiskusi dan berbagi pengetahuan.
4. Wijayanti, istriku tercinta yang selalu memberikan motivasi dalam penyusunan karya akhir ini serta sudah merelakan waktunya untuk berbagi selama masa studi.
5. Adit dan Aya, kedua anakku yang selalu memberikan keceriaan serta sudah merelakan sebagian waktu bermain bersama selama masa studi berlangsung.
6. Kedua orang tua dan mertua, yang selalu memberikan dukungan baik material maupun spiritual hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
7. Segenap pimpinan, dosen dan karyawan MM FE-UI, yang telah membekali ilmu pengetahuan dan membantu segala sesuatunya selama masa studi.
8. Pihak perpustakaan Universitas Indonesia, yang telah membantu dalam penyediaan literatur dan data.
9. Rekan-rekan kerja terutama atasan penulis, yang telah memberikan suasana kerja yang kondusif sehingga penulis menjadi lebih bersemangat dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan yang penulis miliki. Berbagai saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan sebagai usaha penyempurnaan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 28 Agustus 2008



R. Edy Kurniawan Sardjono



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : R. Edy Kurniawan Sardjono
NPM : 0606145643
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PENGUATAN JALUR DISTRIBUSI UNTUK
MENGANTISIPASI GLOBALISASI**

STUDI KASUS : PERUSAHAAN KOMPONEN OTOMOTIF

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan in saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2008

Yang menyatakan



(R. Edy Kurniawan Sardjono)

ABSTRAK

Nama : R. Edy Kurniawan Sardjono
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Analisis Strategi Penguatan Jalur Distribusi untuk
Mengantisipasi Globalisasi
Studi Kasus : Perusahaan Komponen Otomotif

Tesis ini menganalisis aksi perusahaan komponen otomotif pada segmen *after market* di Indonesia dengan melihat kondisi makro serta industrinya dalam mengantisipasi persaingan global. Hal tersebut dipicu oleh kecenderungan perusahaan otomotif melakukan regionalisasi pasar sehingga mereka memusatkan fasilitas manufaktur hanya di salah satu negara dalam regional tersebut. Walaupun masih terdapat di beberapa negara maka fasilitas tersebut hanya untuk spesifik produk saja. Akuisisi merupakan alternatif pilihan yang digunakan oleh perusahaan ini sehingga pengendalian operasional distribusi sepenuhnya berada ditangan perusahaan. Efisiensi dan lebih dekat ke pelanggan merupakan manfaat yang bisa diperoleh perusahaan.

Kata kunci :
Jalur distribusi, Akuisisi.

ABSTRACT

Name : R. Edy Kurniawan Sardjono
Study Program : Magister Manajemen
Title : The Strategic Analysis of Strengthened of Distribution
Channel to Anticipated of Globalization
Case Study : The Automotive Component Company

This thesis analysed corporate action of the automotive component company for the after market segment in Indonesia by seeing the macro condition as well as its industry in anticipating the global competition. That was triggered by automotive companies to carry out regionalization of the market so as they focused on single manufacturing facilities in one of the countries in this region. Although there still was gotten facilities in some countries then it was for specific product. The acquisition was the alternative that was used by this company so the operational control of the distribution channel is fully by the company. Efficiency and closer to customer was the benefit that could be received by the company.

Key words :
Distribution channel, Acquisition.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK / <i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan Karya Akhir	5
1.4. Metode Penulisan	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Umum Manajemen Strategik	8
2.2. Analisis Industri	12
2.2.1. Porter's 5 Forces	13
2.2.1.1. Persaingan Antara Perusahaan dalam Industri (<i>internal rivalry</i>)	14
2.2.1.2. Daya Tawar Pembeli (<i>Bargaining power of buyer</i>)	15
2.2.1.3. Daya Tawar Pemasok (<i>bargaining power supplier</i>)	15
2.2.1.4. Produk Substitusi (<i>Threat of substitutes products or services</i>) ..	16
2.2.1.5. Ancaman dari Pendatang Baru (<i>Threat of new entrants</i>)	16
2.3. Analisis Strategi Organisasi	17
2.3.1. Analisis SWOT	17
2.3.2. Analisis PEST	18
2.4. Merger dan Akuisisi	19
2.4.1. Integrasi Vertikal	20
2.4.2. Dimensi dari Strategi Vertikal	21
2.5. Laporan Keuangan	22
3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN INDUSTRI KOMPONEN OTOMOTIF	24
3.1. Gambaran Umum Perusahaan	24
3.2. Industri Komponen Otomotif di Indonesia	28
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Analisis PEST	34
4.1.1. Faktor Politik	34
4.1.2. Faktor Ekonomi	35
4.1.3. Faktor Sosial	36
4.1.4. Faktor Teknologi	37
4.1.5. Rangkuman PEST	38
4.2. Analisis Industri Komponen Otomotif	38
4.2.1. Persaingan Antar Perusahaan dalam Industri	39

4.2.2. Daya Tawar Pembeli	41
4.2.3. Daya Tawar Pemasok	43
4.2.4. Produk Substitusi	44
4.2.5. Ancaman dari Pendatang Baru	45
4.2.6. Rangkuman Analisis Industri	52
4.3. Analisis SWOT	52
4.3.1. Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	53
4.3.2. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	59
4.3.3. Kesempatan (<i>Opportunities</i>)	59
4.3.4. Ancaman (<i>Threats</i>)	63
4.3.5. Rangkuman SWOT	65
4.4. Kunci Sukses Industri Komponen Otomotif	65
4.4.1. Kualitas Produk	66
4.4.2. Biaya yang Rendah	67
4.4.3. Mudah Diperoleh (<i>Accessibilities</i>)	67
4.4.4. Prinsipal	67
4.5. Langkah yang Dilakukan Perusahaan	68
4.5.1. Memperkuat Jalur Distribusi	68
4.5.2. Alternatif Memperkuat Jalur Distribusi	72
4.5.2.1. Ikut Penyertaan Saham dalam <i>Dealer</i> yang Ada	72
4.5.2.2. Membeli Keseluruhan Saham pada Perusahaan yang Ada ...	73
4.5.2.3. Membentuk Perusahaan Baru dengan Kepemilikan 100 % Tanpa Melakukan Patungan	73
4.5.2.4. Menempatkan Tenaga Manajemen di <i>Dealer</i>	74
4.6. Analisis Alternatif Efisiensi Jalur Distribusi	75
4.7. Alternatif yang Dipilih Perusahaan	78
4.8. Analisis Integrasi Vertikal	81
5. KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Mobil di Indonesia	2
Tabel 1.2. Penjualan Sepeda Motor di Indonesia	2
Tabel 3.1. Penjualan Berdasarkan Segmen	27
Tabel 4.1. Indikator PDB Indonesia pada harga tetap tahun 2000	36
Tabel 4.2. Perusahaan yang Bergerak di Industri Komponen Otomotif	41
Tabel 4.3. Daftar Perusahaan yang Bergerak pada Produk Aki	41
Tabel 4.4. Daftar Perusahaan Peredam Kejut	41
Tabel 4.5. Analisis 5 <i>Forces Porter</i> Pada Industri Komponen Otomotif ...	52
Tabel 4.6. Penjualan Mobil Menurut Jenisnya	61
Tabel 4.7. Perkembangan Kepemilikan Saham pada <i>Dealer</i>	71
Tabel 4.8. Perbandingan Alternatif yang Ada	76
Tabel 4.9. Asumsi yang Digunakan	77
Tabel 4.10 Dampak Finansial Terhadap Alternatif Pilihan	78
Tabel 4.11. Pertumbuhan Perusahaan	79
Tabel 4.12. Likuiditas Perusahaan	79
Tabel 4.13. Kinerja Operasi Perusahaan	81
Tabel 4.14. Utilisasi Aset Perusahaan	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Formulasi Strategi	10
Gambar 2.2. <i>Model Porter's Five Forces</i>	13
Gambar 3.1. Organisasi Perusahaan	25
Gambar 3.2. Jalur Distribusi Segmen <i>After Market</i>	26
Gambar 3.3. Rantai Pasokan Industri Komponen Otomotif	33

