

ANALISIS KESIAPAN PASAR INDUSTRI MANUFAKTUR (STUDI KASUS PT. ASTRA HONDA MOTOR INDONESIA Tbk.)

Amar Permana, Diva Nur Apriliani, Himayatul Hidayat Nur, Novi Safari, Naerul Edwin Kiky Aprianto

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: 224110201004@mhs.uinsaizu.ac.id, 224110201015@mhs.uinsaizu.ac.id,

224110201022@mhs.uinsaizu.ac.id, 224110201038@mhs.uinsaizu.ac.id,

naerul.edwin@uinsaizu.ac.id

Abstract

Indonesia is a country that has great potential for economic progress, due to its abundant natural resources and large population. The industrial sektor plays a significant role in encouraging economic development in Indonesia, its contribution to job creation and Gross Domestic Product (GDP) is very influential in the economy in Indonesia. In facing the era of globalization, the industrial sektor in Indonesia is faced with various challenges, such as fierce competition forcing industries in Indonesia to adapt and innovate. PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Is one type of automotive manufacturing industry in Indonesia that has a soaring brand image and is developing very rapidly. With the increasingly rampant globalization, the industry of PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Also certainly has many risks and challenges that must be faced, because this industry is one part of the oligopoly market that has tight competition both in price, promotion, market entry, and is required to have innovation in each of its products so as not to lose competitiveness with other automotive industries. Therefore, the industry of PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Strives to provide innovative, affordable, and high-quality products that can be used as superior value in order to attract consumer interest. This studi aims to examine how the readiness of the industry in Indonesia and its challenges and obstacles, through a qualitative method with a literature studi approach, the results of the studi reveal that although the industrial sektor in Indonesia faces various challenges, it still has high potential in encouraging sustainable economic growth, especially if it is able to adapt and innovate to global changes.

Keyword: *Industry in Indonesia, Indonesia's economic growth, industrial otomotif readiness, opportunities and challenges of globalization*

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar dalam kemajuan ekonomi, karena sumber daya alamnya yang melimpah dan jumlah populasinya yang besar. Sektor industri berperan signifikan dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia, kontribusinya terhadap menciptakan lapangan pekerjaan dan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia. Dalam menghadapi era globalisasi, sektor industri di Indonesia dihadapkan dengan berbagai tantangan, seperti persaingan yang ketat memaksa industri di Indonesia

untuk beradaptasi dan berinovasi. PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Merupakan salah satu jenis industri manufaktur bidang otomotif di Indonesia yang memiliki citra merek yang melejit dan sangat pesat perkembangannya. Dengan adanya globalisasi yang semakin merajalela, industri PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Juga tentunya memiliki banyak risiko dan tantangan yang harus dihadapi, karena industri ini merupakan salah satu bagian dari pasar oligopoli yang memiliki persaingan yang ketat baik dalam harga, promosi, masuk pasar, serta dituntut untuk memiliki inovasi pada setiap produknya agar tidak kalah saing dengan industri otomotif lainnya. Oleh karena itu industri PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Berusaha memberikan produk yang inovatif, terjangkau harganya, serta kualitas tinggi yang bisa dijadikan sebagai nilai unggul agar bisa menarik minat para konsumen. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji bagaimana kesiapan industri di Indonesia serta tantangan dan hambatanannya, melalui metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, hasil penelitian mengungkapkan bahwa meskipun sektor industri di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, namun masih memiliki potensi tinggi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan, terutama jika mampu beradaptasi dan berinovasi terhadap perubahan global.

Kata kunci: Industri di Indonesia, pertumbuhan ekonomi Indonesia, kesiapan industri otomotif, peluang dan tantangan globalisasi.

Pendahuluan

Indonesia adalah negara berkembang dengan potensi perkembangan ekonomi yang tinggi. Diberikannya karunia sumber daya alam yang melimpah dan populasi yang besar membuat Indonesia menjadi negara yang kaya dan dikenal sebagai negara khatulistiwa. Dalam era globalisasi, pertumbuhan ekonomi Indonesia sudah menarik transformasi dari berbagai sektor seperti pertanian, perikanan, manufaktur, industri, dan lainnya. Sektor industri memiliki posisi yang sangat strategis untuk mengatasi masalah ekonomi nasional terutama pengangguran. Pasar industri dijadikan sebagai peran utama penopang roda ekonomi yang harus terus berjalan untuk meningkatkan pendapatan ekonomi Indonesia. Sektor industri yang ada di Negara Indonesia sangat krusial dan berperan penting dalam mendukung tumbuhnya suatu perekonomian nasional, baik dalam penciptaan tenaga kerja, peningkatan produktivitas, dan yang utama adalah kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). (2. Riyandi Nur Sumawidjaja)

Globalisasi tentunya memberikan dampak yang signifikan bagi beberapa negara, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia. Indonesia dituntut untuk bisa beradaptasi dan setara dengan negara lain dalam era globalisasi dari berbagai aspek manapun. Akan tetapi, tantangan utama yang dihadapi oleh sektor industri di Indonesia yaitu bagaimana persiapan, kesiapan, inovasi, dan adaptasi yang ada dan dimiliki oleh Negara Indonesia dalam menghadapi era pasar global. Saat ini industri di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat, seperti pada PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Globalisasi tentunya memberikan dampak yang signifikan bagi beberapa negara, terutama bagi negara berkembang yaitu Indonesia. Indonesia dituntut untuk bisa beradaptasi dan setara dengan negara lain dari berbagai aspek manapun. PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. dituntut bisa mengikuti perkembangan zaman dan melakukan

inovasi untuk bisa selalu eksis dan mempertahankan pangsa pasar. Dengan menciptakan produk otomotif yang bervariasi, memiliki ketahanan tinggi, serta harga yang terjangkau menjadikan PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. bisa terus bersaing menguasai pasar otomotif di Indonesia.

Disisi lain dengan perkembangannya yang pesat, akan tetapi ada yang masih disayangkan, ternyata PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. masih bergantung dengan impor bahan baku terutama pada elektronik dan mesin otomotifnya, karena ketersediaan SDM di Indonesia belum bisa mengikuti dan menyetarai kecerdasan intelektual dari bangsa lain. Hal tersebut yang akhirnya dapat menaikkan biaya produksi pembuatan produk otomotif. Adanya tantangan utama yang dihadapi oleh sektor industri di Indonesia yaitu bagaimana persiapan, kesiapan, inovasi, dan adaptasi yang ada dan dimiliki oleh Negara Indonesia dalam menghadapi era pasar global. Globalisasi tentunya dapat menyebabkan perubahan pola konsumsi pada masyarakat. Hal tersebut yang membuat sektor industri untuk bisa terus melakukan inovasi dan beradaptasi supaya bisa tetap kompetitif seperti yang telah dilakukan oleh PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. Industri PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. diharapkan dapat menjadi tulang punggung ketahanan perekonomian nasional yang kuat. Negara Indonesia dituntut untuk bisa memperkuat daya saingnya terhadap negara lain untuk mendorong pertumbuhan industri yang inklusif dan berkelanjutan dengan tetap menerapkan energi yang ramah lingkungan

Para peneliti juga akan mengkaji penelitian terdahulu yang masih terkait dengan topik yang akan dibahas dan membandingkan penelitian kami dengan penelitian lain. Dibawah ini hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

Pertama, Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis karya Kansa Kamalia, Chrisly, dkk tahun 2024 yang berjudul “Strategi Repositioning PT. Astra Honda Motor di Era Kendaraan Ramah Lingkungan”. Dalam penelitian ini menggunakan deskripsi kualitatif. Dalam jurnal ini lebih menjelaskan tentang bagaimana PT. Astra Honda Motor menerapkan strategi repositioning supaya tetap relevan dan kompetitif dalam memberikan produk kepada masyarakat dengan menjadipelopor industri otomotif yang ramah lingkungan dengan menawarkan solusi mobilisasi yang terintegrasi dengan membangun kolaborasi yang strategis. Sedangkan dalam penelitian kami membahas tentang bagaimana kesiapan industri manufaktur di Indonesia terutama pada bidang industri otomotif di daerah Karawang yaitu PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk. peluang dalam juga cara menghadapi tantangan dan hambatan yang dihadapinya selama berproduksi.

Kedua, Jurnal Indonesia Membangun karya Riyadi Nur Sumawidjaja tahun 2017 yang berjudul “Strategi PT. Astra Honda Motor. Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan”. Dalam jurnal ini membahas PT. Astra Honda Motor yang menjadi agen pemenang tunggal dalam industri otomotif yang menerapkan strategi SCA (Strategy Competitive Advantage) yang berkelanjutan untuk menghadapi tantangan dan ancaman juga apa saja strategi yang bisa diterapkan dalam perusahaan AHM tersebut. Sedangkan dalam penelitian kami membahas tentang bagaimana PT. Astra

Honda Motor Indonesia Tbk atas peluang dalam juga cara menghadapi tantangan dan hambatan yang dihadapinya selama berproduksi dengan metode SCP (Structure-Conduct-Performance) atau Struktur Perilaku Kinerja.

Ketiga, Jurnal karya Ravellino Dwi Cahya, dkk tahun 2024 yang berjudul “Strategi Industri Manufaktur Dalam Meningkatkan Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia” yang membahas terkait bagaimana untuk mengetahui cara industrialisasi yang efisien dan efektif dalam mendukung percepatan ekonomi di Indonesia dengan objek yang diteliti yaitu seluruh industri manufaktur di Indonesia. Sedangkan penelitian kami membahas bagaimana sektor industri manufaktur terkhususkan dalam bida otomotif pada Industri PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk. dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi didasarkan pada implementasi industri 4.0.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif, melalui pendekatan studi pustaka. Studi pustaka merupakan penelitian yang memperoleh data sekunder dari bahan pustaka. Sumber kepustakaan yang dijadikan data berupa jurnal-jurnal, buku, artikel, dan sumber yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Kemudian setelah data terkumpul dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Kemudian data direduksi, tujuannya adalah memilih, mengkategorikan, merangkum, memusatkan perhatian pada apa yang penting serta mencari tema dan polanya. Selanjutnya data-data tersebut kami sajikan dengan tujuan diorganisirkan ke dalam pola-pola hubungan agar lebih mudah dipahami.

Hasil dan Pembahasan

Definisi Pasar Industri

Industri merupakan komponen perekonomian yang sangat krusial. Industri merupakan suatu aktivitas yang memproduksi bahan dasar atau bahan setengah jadi menjadi barang jadi dan memberikan nilai ekonomis dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Output dari sebuah aktivitas industri tidaklah semata berbentuk produk akan tetapi juga bisa menghasilkan jasa (Setiawan et al., 2021). Industri mencakup seluruh usaha maupun kegiatan yang ada dibidang ekonomi yang memberikan nilai dan sifat yang produktif (Putra et al., 2021). Industri yang ada di Negara Indonesia memberi dampak besar dalam perekonomian untuk menyongsong roda ekonomi di Indonesia supaya bisa memakmurkan para masyarakat. Menurut George T. Renner (2004) menerangkan Industri adalah seluruh aspek aktivitas manusia yang dilaksanakan dalam bidang ekonomi untuk bisa menghasilkan suatu barang atau jasa (Trisantoso Julianto & Suparno, 2016). Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa industri merupakan suatu proses berubahnya bahan mentah menjadi barang setengah jadi dan sampai menjadi barang jadi atau bisa dikatakan yang sebelumnya tidak terdapat nilai tambah dan kemudian ada proses perubahan menjadi barang yang bernilai untuk bisa menambah keuntungan demi mencapai kemakmuran (Virgi Ainun Iqbal & Muhammad Yasin, 2023). Menurut Kuznet dan Chenery (Sukirno, 2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pertumbuhan

industri yang sangat cepat tentunya akan merangsang adanya peningkatan sektor baik dalam pertanian, sektor jasa, sektor lembaga keuangan, dan lainnya (Trisantoso Julianto & Suparno, 2016).

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 Tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah suatu area tempat terjadinya jual beli barang atau jasa dengan jumlah penjual dan pembeli lebih dari satu yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, super mall, e-commerce, dan lainnya. Pasar memiliki banyak jenis mulai dari pasar persaingan sempurna, pasar oligopoli, pasar monopolistik, dan pasar monopoli. Pasar sangat memiliki peran penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan menggerakkan roda ekonomi di Indonesia (Salsabilla Saifana Veriyanto & Muhammad Yasin, 2023).

Pasar Industri ialah pasar yang terdiri dari perorangan dan atau organisasi yang saling melakukan proses supply dan demand untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Pasar industri merupakan suatu organisasi yang membeli barang maupun jasa yang digunakan untuk mengolah bahan supaya bisa menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai tambah untuk bisa mendapatkan hasil yang menguntungkan. Pasar industri merupakan pasarnya produsen atau yang sering disebut sebagai pasar bisnis. Pasar industri memiliki berbagai macam, seperti dalam bidang perikanan, pertambangan, peternakan, komunikasi, manufaktur, dan lainnya. Pasar industri di Indonesia tentunya mengalami perkembangan yang sangat pesat dikarenakan adanya globalisasi. Dalam pasar industri, hubungan antara seorang pelanggan dengan pemasok sangatlah erat, pasar industri mempunyai sedikit pembeli, akan tetapi besar penilaiannya.

Jenis – Jenis Industri

Industri adalah suatu aktivitas yang memproses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi. Kegiatan industri melibatkan penggunaan tenaga kerja dan alat-alat maupun mesin untuk menghasilkan suatu produk yang siap digunakan oleh masyarakat (Siregar et al., 2021). Industri dapat didefinisikan juga sebagai suatu usaha meningkatkan produktivitas manusia untuk meluaskan ruang lingkup aktivitas dan kegiatan manusia dalam upaya meningkatkan taraf hidup yang lebih baik dan maju (Putra et al., 2021).

Apabila dilihat berdasarkan sektor dan karakteristiknya, industri dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis antara lain:

a. Industri Manufaktur

Industri manufaktur adalah kegiatan yang berkonsentrasi pada bahan dasar menjadi barang setengah jadi atau barang siap pakai melalui proses produksi. Kegiatan industri ini merubah bahan dasar secara mekanis menggunakan alat-alat atau mesin, kimia, atau menggunakan tangan menjadi barang jadi atau setengah jadi, sehingga meningkatkan nilai harga yang tadinya barang tersebut kurang bernilai menjadi lebih bernilai (Azwina et al., 2023).

Di Indonesia, industri manufaktur menjadi salah satu penyumbang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)(Sari et al., 2021), industri manufaktur juga menjadi penggerak utama dalam kegiatan ekspor. Seperti sektor otomotif misalnya, perusahaan Honda, Yamaha, Suzuki, dan lainnya. PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk adalah salah satu industri manufaktur besar yang memproduksi kebutuhan kendaraan untuk pasar domestik dan internasional. Kemudian industri tekstil dengan banyak pabrik yang memproduksi kain maupun pakaian jadi untuk diekspor ke berbagai negara.

b. Industri Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

Industri pertanian, kehutanan, dan perikanan masuk dalam kategori industri primer dan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, sebagaimana kita ketahui bahwa negara ini memiliki kekayaan yang melimpah dalam sumber daya alamnya. Sektor ini bergerak dalam bidang produksi pangan, dan bahan mentah untuk industri (seperti kayu jati untuk membuat kursi) dan hasil hutan lainnya.

c. Industri Pertambangan dan Energi

Industri pertambangan saat ini, sudah mulai pada tahap awal inovasi menuju transformasi digital, seperti mengkolaborasikan kemajuan teknologi dalam proses operasional dan pengolahannya (Felipe Sánchez & Philipp Hartlieb, 2020). Sektor ini mencakup pengolahan sumber daya alam tidak terbarukan seperti minyak bumi, batubara, emas, gas alam, nikel dan lainnya. Industri ini memiliki peran penting dalam penyediaan energi domestik serta perannya dalam kegiatan ekspor.

d. Industri Perdagangan dan Jasa

Industri perdagangan dan jasa merupakan sektor yang beroperasi sebagai penyedia layanan kepada konsumen, termasuk perdagangan barang, komunikasi, transportasi, komunikasi, kesehatan, perbankan, dan asuransi. Industri ini berperan krusial dalam memenuhi kebutuhan domestik. Sektor ini bertumbuh cepat seiring meningkatnya konsumsi dalam negeri dan didorong dengan kemajuan teknologi digital (Kan et al., 2022).

e. Industri Kreatif

Industri kreatif berfokus pada kegiatan inovasi dan kreativitas. Sektor ini terbagi menjadi banyak sub-sektor seperti film, musik, desain grafis, arsitektur, dan fashion. Di Indonesia sektor ini berkembang cepat karena permintaan untuk produk yang unik dan bernilai estetika meningkat tinggi. Sektor industri kreatif ini menawarkan potensi ekonomi yang luas, seperti memperkuat identitas budaya suatu daerah, meningkatkan ekspor, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. (Rizki Maulana Yusuf Abdullah, 2023).

f. Industri Teknologi dan Komunikasi

Industri teknologi dan komunikasi bergerak dibidang pengembangan perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, serta layanan internet. Sektor ini memiliki peran penting dalam mendorong inovasi teknologi, digitalisasi ekonomi, serta peningkatan produktivitas lainnya. Industri teknologi dan komunikasi di Indonesia berkembang secara signifikan, kini kita dapat menyaksikan dimana perilaku dan kebiasaan masyarakat lebih praktis, salah satu bukti nyata bahwa fitur canggih dari kemajuan teknologi adalah kemampuan komunikasi antara objek melalui proses virtual dengan objek jarak jauh kemudian diproses menjadi terlihat nyata didepan mata atau yang biasa kita sebut video call (Zezulka et al., 2016).

Industri Manufaktur

Kata manufaktur dalam bahasa latin terbagi menjadi dua kata yaitu “manus” artinya “tangan” dan “faktus” artinya “ membuat”, jika kedua kata ini digabungkan, artinya “buah tangan”. Manufaktur telah dikenal di Inggris selama berabad-abad, dengan kata “handmade” menjadi kata pertama yang digunakan dan termasuk kata benda sekitar tahun 1567 M, sedangkan dalam kata kerja sekitar tahun 1683M. Dalam konteks ekonomi, manufaktur merupakan pengolahan/mengubah bahan mentah menjadi produk jadi dalam bentuk fisik melewati proses usaha yang memanfaatkan sumber daya suatu perusahaan. Misalnya tenaga kerja, mesin atau peralatan lainnya (Eko & Lukito Dwi, 2021).

Industri manufaktur memiliki berbagai jenis yang dikategorikan berdasarkan produk yang dihasilkan, bahan yang digunakan, serta metode produksinya. Salah satu jenis dari industri manufaktur yaitu, Industri manufaktur otomotif. Industri otomotif merupakan salah satu sektor yang memegang peranan sangat penting dalam perekonomian global. Kendaraan bermotor telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia sehari-hari, menyediakan mobilitas yang diperlukan untuk berbagai keperluan, termasuk transportasi pribadi, komersial, dan industri. Industri otomotif mencakup produksi, perakitan, distribusi, dan pemeliharaan mobil, serta seluruh rantai pasokan yang mendukungnya (Pulungan, 2023). AHM ini termasuk sebuah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur berupa perakitan dan distributor sepeda motor yang dibutuhkan untuk keperluan transportasi.

Produk jadi manufaktur dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu produk siap pakai dan produk modal. Produk siap pakai adalah produk yang dapat dibeli dan dimanfaatkan secara langsung oleh konsumen, misalnya motor, laptop, kulkas dan sebagainya. PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk ini termasuk produk siap pakai yang bisa dibeli melalui showroom, dan gerai suku cadang lainnya yang tersebar di Indonesia. Di sisi lain, produk modal ialah produk yang dibeli suatu perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa, misalnya kapal laut, peralatan kesehatan, peralatan mesin dan lain sebagainya.

Adapun produk manufaktur lainnya yang masih mencakup bahan, komponen, dan perlengkapan yang dapat dimanfaatkan dalam proses produksi produk jadi tersebut. Hal itulah yang menjadikan manufaktur terdiri dari pembangunan yang kompleks dengan

kategori dan lapisan, yang produknya tidak memiliki kontak langsung dengan konsumen (Eko & Lukito Dwi, 2021).

Kesiapan Industri Manufaktur Di Indonesia

Implementasi Industri 4.0 di negara-negara berkembang menjadi fokus World Economic Forum 2019, mengingat sebagian besar industri manufaktur berlokasi di negara-negara ini. Istilah “Industri 4.0”, yang pertama kali diperkenalkan pada Hannover Fair 2011 oleh pemerintah Jerman, mengacu pada pemanfaatan teknologi canggih dalam produksi, termasuk sistem siber-fisik, internet industri, kecerdasan buatan, data besar, dan komputasi awan (Saurabh Vaidya et al., 2018). Konsep Industri 4.0 mendorong pengembangan pabrik pintar yang meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui konektivitas dan digitalisasi. Industri 4.0 juga melibatkan integrasi vertikal, yang mengacu pada integrasi proses produksi di dalam pabrik, dan integrasi horizontal, penerapan teknologi ini memungkinkan pabrik untuk beroperasi dengan cara yang lebih efisien, sehingga meningkatkan produktivitas (Ślusarczyk B, 2018). Selain itu, Industri 4.0 juga memfasilitasi integrasi seluruh rantai nilai di dalam perusahaan, sehingga membuat proses bisnis menjadi lebih transparan dan mempercepat pengambilan keputusan yang lebih efisien (Tiar Sirait, 2022). Revolusi industri ini merupakan kelanjutan dari tiga revolusi sebelumnya, dengan revolusi pertama yang ditandai dengan penggunaan mesin uap pada abad ke-19 yang mengubah gaya hidup masyarakat (Perdana, 2021).

Pemerintah Indonesia telah menyatakan komitmennya terhadap pengembangan industri manufaktur yang berdaya saing global, yang dibuktikan dengan diperkenalkannya peta jalan yang memetakan transisi Indonesia menuju era digital. Peta jalan ini terdiri dari sepuluh inisiatif nasional lintas sektor, yang dirancang dengan tujuan untuk mempercepat pertumbuhan industri. Untuk beradaptasi dengan Industri 4.0, kompetensi sumber daya manusia juga perlu ditingkatkan agar dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Namun, sejumlah tantangan masih ada, termasuk kurangnya peraturan formal yang mengatur pengembangan Industri 4.0. Banyak industri mengalami kesulitan dalam menemukan referensi implementasi yang tepat. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan platform terintegrasi yang dapat mendorong kolaborasi antar pemangku kepentingan, sehingga tercipta standar teknis dan pasar domestik yang kompetitif dan mandiri (Wahyuni & Sulistyowati, 2020).

Analisis Kesiapan Industri PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk

PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk merupakan salah satu industri manufaktur yang ada di Indonesia. PT. Astra Honda Indonesia Tbk merupakan industri yang perkembangannya sangat pesat, ditambah dengan adanya kemajuan globalisasi. PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk ini didirikan pada tanggal 11 Juni 1971 dengan nama PT Federal Motor, perusahaan yang beralamat di Jl. Laksda Yos Sudarso, Sunter I, Jakarta Utara yang bergabung dengan PT Honda Federal yang berubah menjadi PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk tanggal 31 Oktober 2000. PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk adalah sinergi dari adanya kemajuan sebuah jaringan marketing dan teknologi yang ada

di Indonesia, yakni suatu perkembangan kerja sama antara Honda Motor Company Limited, Jepang dengan PT Astra International Tbk, Indonesia.

PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk merupakan merek besar dari Honda yang bisa memenuhi kebutuhan alat transportasi yang irit, Tangguh, dan ekonomis. Selain keunggulan teknologi, PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk yang memiliki slogan “Bagaimanapun Honda Selalu Lebih Unggul” yang mempunyai komitmen untuk menjadi perusahaan yang hadir di masyarakat dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang menjamin. PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk merupakan industri yang melakukan suatu produksi berupa barang-barang otomotif kendaraan yang sangat canggih seperti mobil, motor, dan jenis lainnya yang digunakan sebagai alat kendaraan manusia di belahan dunia termasuk di Indonesia. Untuk memberikan kualitas sepeda motor Honda, PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk mengikuti beberapa standarisasi produk otomotif seperti JIS (Japan Industrial Standard), SII (Standar Industri Indonesia), SNI (Standar Nasional Indonesia), HES (Honda Engineering Standard), ISO 9001, ISO 17025, ISO 14001, dan OHSAS 18001.

PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk merupakan suatu industri yang tergolong dalam pasar oligopoli, dimana dalam pasar ini memiliki persaingan yang sangat ketat dalam promosi. Industri ini mempunyai hambatan masuk pasar yang sulit, karena dalam membuka industri tersebut memerlukan biaya yang besar. Barang yang di produksi dalam industri ini tentunya memiliki berbagai varian bentuk, warna, dan kualitas tertentu pada setiap produk yang saling bersaing (Maria Anggia, 2009).

Metode SCP (Structure-Conduct-Performance) atau Struktur Perilaku Kinerja

Metode ini termasuk tiga pilar utama untuk mengidentifikasi struktur industri dan kondisi persaingan. Landasan pemikiran SCP dikembangkan oleh Edward S. Munson, seorang dosen di Universitas Harvard sekitar tahun 1930-an. Struktur perilaku kinerja ini adalah suatu kategori utama yang digunakan untuk mengeditifikasi struktur pasar dan keadaan persaingan yang terjadi di pasar. Berikut adalah analisis SCP untuk industri otomotif PT Astra Honda Motor (AHM) Indonesia Tbk., perusahaan ini menjadi salah satu pemain terbesar di industri otomotif roda dua di Indonesia.

a. Struktur Pasar (Structure)

Struktur pasar dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan di suatu pasar, seperti jumlah perusahaan di pasar, skala produksi, dan jenis produksi. Struktur pasar dianggap kompetitif jika perusahaan tidak dapat mempengaruhi pasar. Struktur pasar kompetitif berbeda dengan perilaku bersaing. Perilaku bersaing merupakan suatu kondisi dimana suatu perusahaan harus bersaing secara agresif dengan perusahaan lain (Yuliasari, 2012).

Analisis struktur pasar di PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk di Indonesia yang pertama, mengenai konsentrasi pasar industri otomotif ini sangat menguasai pangsa pasar di industri roda dua, menurut hasil survei dari katadata dan Lembaga Survei Independen (LSI) pada tahun 2023 terlihat bahwa Honda ini memiliki presentase sebanyak

73% sebagai merek terpercaya, 67% sebagai merek berkualitas tinggi, dan 71% sebagai merek dengan harga jual yang stabil, hasil presentase tersebut tertinggi dibanding merek-merek lainnya. (1. Kansa Kamalia dkk) Dengan begitu industri ini dapat menciptakan pasar yang oligopoli, dimana hanya ada beberapa perusahaan yang mendominasi, misalnya AHM, Yamaha, dan Suzuki. Kedua, mengenai hambatan masuk dalam industri ini termasuk pada level yang cukup tinggi karena biaya investasi untuk pendirian pabrik, infrastruktur produksi, teknologi, dan jaringan dalam pendistribusian sangat tinggi. Selain itu, pendatang baru harus bersaing dengan merek-merek mapan seperti AHM ini, yang memiliki ekuitas merek yang kuat dan jaringan distribusi yang luas. Selanjutnya yang terakhir mengenai diferensiasi produk dari industri ini menawarkan berbagai jenis kendaraan roda dua yang meliputi segmen motor matic, motor sport, dan motor bigbike serta yang baru-baru ini memproduksi kendaraan yang ramah lingkungan seperti Honda EM1 e(1). Diferensiasi produk tercermin pada inovasi, efisiensi bahan bakar, desain, dan fitur-fitur baru yang disesuaikan kebutuhan konsumen (Sumawidjaja, 2017).

b. Perilaku (Conduct)

Perilaku perusahaan di pasar mencerminkan bentuk dan struktur pasar tempat perusahaan beroperasi. Dengan kata lain, perilaku suatu perusahaan di pasar adalah harga barang yang dijual sebagai akibat dari kebijakan perusahaan mengenai produk atau jasanya dan struktur pasar yang dihadapi perusahaan, termasuk kemungkinan terjadinya perubahan persaingan dalam kebijakan produk (Yuliasari, 2012).

Adapun analisis mengenai perilaku di perusahaan PT. Astra Honda Motor Indonesia Tbk mengenai strategi penetapan harga sebagai pemimpin pasar, AHM menggunakan pricing strategi yang menetapkan harga cukup tinggi dibandingkan harga pesaing. Tujuannya untuk membuktikan sebagai pemimpin pasar dan jaminan terhadap mutu produk Honda. Namun, harganya masih disesuaikan dengan daya beli masyarakat. AHM juga memiliki fleksibilitas dalam menentukan harga produknya dengan cara menerapkan strategi harga yang kompetitif seperti mempertimbangkan luasnya segmen pasar, mulai dari kelas entry level hingga kelas yang premium. Selanjutnya, mengenai inovasi dan teknologi dari PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. terus melakukan inovasi terutama pada teknologi ramah lingkungan misalnya motor listrik. Perusahaan juga berfokus pada investasi di R&D untuk meningkatkan efisiensi bahan bakar dan mengurangi emisi. Dalam pemasaran dan penjualan, AHM memiliki jaringan penjualan dan dealer yang sangat luas di seluruh Indonesia. Selain itu, perusahaan menjalankan beragam kampanye pemasaran tradisional dan digital, dengan penekanan pada sponsorship acara motor sport untuk meningkatkan kesadaran merek. AHM ini merupakan hasil joint venture antara Astra Internasional dan Honda Motor Company Limited, Jepang. Dengan adanya kemitraan ini menjadikan akses terhadap teknologi canggih dan efisiensi produksi global, serta jaringan rantai pasokan internasional (Sumawidjaja, 2017).

c. Kinerja Industri (Performance)

Kinerja industri secara keseluruhan mengukur seberapa baik suatu industri mencapai tujuan yang ingin dicapai, seperti perekonomian yang efisien, lapangan kerja penuh, dan perekonomian yang adil (Yuliasari, 2012). Dalam penjualan AHM mengalami peningkatan setiap tahunnya, meski sempat mengalami penurunan penjualan selama pandemi Covid-19. Industri ini terus berkembang karena didorong oleh kebutuhan akan kendaraan pribadi yang terjangkau dan efisien di tengah padatnya transportasi umum. Pada tahun 2015, AHM meraih puncak prestasi pertama di industri roda dua tingkat ASEAN dengan pencapaian produksi hingga 50 juta unit. Selanjutnya dalam profitabilitas, AHM termasuk level yang tinggi sebagai pemimpin pasar. AHM mempertahankan margin keuntungan yang tinggi karena skala ekonomi dan efisiensi produksi. Terakhir mengenai kinerja lingkungan dan sosial, industri ini berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), termasuk program perlindungan lingkungan, peningkatan keselamatan berkendara, dan pelatihan kejuruan. Perusahaan juga mulai fokus mengembangkan motor listrik untuk mengurangi jejak karbon industri otomotif (Sumawidjaja, 2017).

Jadi, PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk menempati posisi yang sangat kuat di industri kendaraan roda dua Indonesia. Struktur industri oligopoli dengan hambatan masuk yang tinggi menguntungkan AHM sebagai pemain dominan. Tindakan perusahaan mengenai strategi penetapan harga, inovasi, dan penjualan memperkuat posisi pasarnya. Kinerja perusahaan baik dari sudut pandangan keuangan dan lingkungan mencerminkan kepemimpinan industrinya. Namun, tantangan ke depan antara lain perlunya adaptasi terhadap teknologi kendaraan listrik dan persaingan di segmen motor premium.

Kesimpulan

Industri merupakan elemen penting dalam perekonomian, yang mencakup kegiatan yang mengolah bahan dasar atau mentah menjadi barang siap pakai atau jasa sehingga memiliki nilai ekonomi. Istilah “industri” didefinisikan sebagai mencakup semua bisnis dalam lingkup ekonomi yang produktif, sehingga berkontribusi pada kemakmuran Masyarakat.

Pasar merupakan aspek fundamental dari kegiatan ekonomi, berfungsi sebagai platform di mana penjual dan pembeli melakukan transaksi. Pasar berfungsi sebagai mekanisme untuk menentukan harga dan distribusi barang dan jasa, sehingga mendorong kemakmuran masyarakat. Pasar industri adalah pasar yang terdiri dari individu atau organisasi yang terlibat dalam proses penawaran dan permintaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam jangka waktu tertentu.

Perekonomian Indonesia terdiri dari berbagai macam industri, yang secara garis besar dapat dikategorikan berdasarkan kegiatannya menjadi beberapa jenis, termasuk manufaktur, pertanian, pertambangan, perdagangan, jasa, industri kreatif, serta teknologi dan komunikasi. Masing-masing sektor ini memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam hal konsumsi domestik maupun ekspor. Industri manufaktur, PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. menempati posisi yang sangat kuat

di industri kendaraan roda dua Indonesia. Struktur industri oligopoli dengan hambatan masuk yang tinggi menguntungkan AHM sebagai pemain dominan dengan memberikan kontribusi yang tinggi untuk perekonomian Indonesia. PT Astra Honda Motor Indonesia Tbk. merupakan kontributor utama Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi pendorong utama ekspor Indonesia.

Bibliografi

- Azwina, R., Wardani, P., Sitanggang, F., & Silalahi, P. R. (2023). "Strategi Industri Manufaktur Dalam Meningkatkan Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 44–55.
- Eko, B., & Lukito Dwi, Y. (2021). *Proses Manufaktur*. CV. Laduny Alifatama.
- Felipe Sánchez & Philipp Hartlieb. (2020). *Innovation in the Mining Industry: Technological Trends and a Case Study of the Challenges of Disruptive. Mining, Metallurgy & Exploration*, 37, 1385–1399.
- Kan, D., Lyu, L., Huang, W., & Yao, W. (2022). *Digital Economy and The Upgrading of The Global Value Chain of China's Service Industry. Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol. 17(1279–1296).
- Maria Anggia. (2009). "Analisis Ekuitas Merek Berbasis Konsumen Pada Sepeda Motor CUB Merek Honda Terhadap Yamaha dan Susuki." *Doktoral Dissertation*, Universitas Indonesia, Fakultas Ekonomi, 31–41.
- Rizki Maulana Yusuf Abdullah. (2023). "Ekonomi Kreatif dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif." *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 60–69.
- Perdana, J. U. D. H. A. P. P. P. R. I. M. A. Y. K. (2021). *Revolusi Industri 4.0 Perspektif Teknologi, Manajemen, dan Edukasi Penggunaan Prosthetic*. In Andi (Anggota KAPI).
- Pulungan, R. A. (2023). "Pengembangan Teknologi Manufaktur Canggih dalam Industri Otomotif." *WriteBox*, 1(1), 1–8.
- Putra, R. A., Nasution, M. A., & Suriadi, A. (2021). "Analisis Peranan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pengembangan Industri Kecil Di Kota Medan." *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 8(1), 39–47.
- Salsabilla Saifana Veriyanto, & Muhammad Yasin. (2023). "Sektor Industri Pada Pemetakan Peluang Ekonomi Makro Kota Surabaya." *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 13–23. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i3.862>
- Sari, A. I., Destiningsih, R., & Islami, F. S. (2021). "Analisis PDB Sektor Industri Manufaktur Di Indonesia Tahun 1990- 2019 Dengan Pendekatan ECM." *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 3(1), 157–170.
- Saurabh Vaidya, Ambad, P., & Bhosle, S. (2018). *Industry 4.0 – A Glimpse. Procedia Manufacturing*, Vol. 20, 233–238.
- Setiawan, H. M., Efrina, L., & Akbar, E. E. (2021). "Analisis Pertumbuhan Ekonomi Dan Sektor Industri Pengolahan Di Tinjau Dalam Persepektif Islam Di Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2020." *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 8.
- Siregar, R. T., Rahmadana, M. F., Nainggolan, B. P. L. E., Sudarmanto, E., Nainggola, P., Basmar, E., & Siagian, V. (2021). *Ekonomi Industri*. Yayasan Kita Menulis.

- Ślusarczyk B. (2018). "Industry 4.0 – Are We Ready?." *Polish Journal of Management Studies*, Vol. 17, No. 1, 232–248
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Sumawidjaja, R. N. (2017). "Strategi PT. Astra Honda Motor Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan". *Jurnal Indonesia Membangun*, 16(2), 14–25.
- Tiar Sirait, F. E. (2022). "Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Industri Teknologi Komunikasi di Indonesia: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(1), 132–139.
- Trisantoso Julianto, F., & Suparno. (2016). "Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya." *Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB)*, 1(2), 229–255.
- Virgi Ainun Iqbal, & Muhammad Yasin. (2023). "Makalah Industri Substitusi Impor Dan Persaingan Industri Pada Pembangunan Industri." *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 32–42.
- Wahyuni, H. C., & Sulistyowati, W. (2020). *Buku Ajar Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur Dan Jasa*. In *Buku Ajar Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur Dan Jasa*. UMSIDA Press.
- Yuliasari, A. (2012). "Analisis Struktur Pasar Dan Perilaku Industri Sepeda Motor Di Jakarta Tahun 2009—2012." *Media Ekonomi*, 20(1), 27–46.
- Zezulka, F., Marcon, P., Vesely, I., & Sajdl, O. (2016). "Industry 4.0 – An Introduction in the phenomenon." *IFAC-PapersOnLine*, 49(25), 8–12.