Industry Development

Peran Strategis Indonesia

19 June 2020



Toyota Indonesia tercatat sebagai pionir manufaktur otomotif di Indonesia. Hingga kini, Toyota Indonesia mempunyai jaringan rantai pasok juga ekosistem bisnis yang luas sehingga turut berperan terhadap laju perekonomian bangsa.

Setidaknya, dari hulu hingga hilir, Toyota Indonesia melibatkan sekitar 300.000 orang pekerja. Di hulu, produsen komponen dari berbagai level memasok komponen yang kemudian dikerjakan pabrikan, hingga jaringan penjualan.

Pabrik Toyota Indonesia mempunyai kemampuan memproduksi mobil utuh sekaligus mesin berteknologi ramah lingkungan. Sejalan kemampuan produksi lokal, Toyota Indonesia juga masih memegang peran sebagai pemegang pangsa pasar nasional.

Predikat tersebut tak lepas dari kinerja mitra bisnis di sisi hilir. Mereka terdiri dari distributor resmi seperti Auto2000, Nasmoco, hingga Kalla Toyota.

Dari sisi rantai pasok, Toyota Indonesia bekerja sama dengan kurang lebih 200 perusahaan pemasok lapis pertama. Luasnya ekosistem bisnis dan panjangnya rantai pasok yang dimiliki Toyota Indonesia merupakan berkat pendalaman industri yang dilakukan berkesinambungan.

Hingga kini, produk besutan Toyota Indonesia mempunyai tingkat kandungan lokal mencapai 75%- 94%. Artinya, sebesar 75%-94% dari kendaraan Toyota telah diproduksi dengan komponen lokal.

Besarnya kandungan lokal tersebut bermakna bahwa Toyota Indonesia turut menjaga laju industri otomotif nasional. Sebab, selain mengampu permintaan pasar domestik, yang sekitar 1,1 juta unit per tahun, Toyota Indonesia pun ikut mengembangkan ekspor.

Ambil contoh, untuk pasar domestik, di mana kendaraan bermerek Toyota menggenggam pasar hampir 50%, atau sekitar 500.000 unit, keseluruhan produk tersebut turut menekan laju importasi. Alhasil, peran Toyota Indonesia secara makro mengurangi tekanan neraca perdagangan akibat keran impor.

Di sisi lain, berkat tingkat kandungan lokal yang tinggi, produk-produk ekspor Toyota Indonesia berhasil menjadi duta bagi Indonesia di kancah internasional. Lebih dari itu, produk ekspor kendaraan utuh Toyota yang berkontribusi hampir 70% dari 300.000 unit total ekspor nasional, memberikan peluang Indonesia meraup lebih banyak devisa serta menjembatani IKM lokal yang bergerak di bidang kompnen otomotif untuk menembus pasar ekspor melalui produk yang digunakan pada mobil atau komponen Toyota.

Seiring pembangunan jaringan pemasaran di luar negeri, Toyota Indonesia juga mengembangkan basis purnajual. Sederhananya, komponen buatan lokal pun ikut dikapalkan ke berbagai negara di kawasan Asia, Australia, Africa, dan Amerika Latin.

Geliat industri otomotif di mana Toyota Indonesia sebagai salah satu motor penggerak, semakin mempunyai peran besar terhadap perekonomian nasional. Bahkan jika mengacu data Badan Pusat Statistik (BPS), dari jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) nasional setiap tahun sekitar Rp13.000-14.000 triliun, maka sektor manufaktur menyumbang rata-rata 22,5%.

Lebih jauh, di dalam sektor manufaktur, industri otomotif bersama industri lainnya berkontribusi sekitar 28%. Hitungannya, industri otomotif dan industri lainnya seperti industri kimia maupun transportasi, menyumbang 6% terhadap PDB secara keseluruhan, atau mempunyai nilai ekonomi sebesar Rp780-840 triliun setiap tahun.

Berkaca dari kekuatan dan pengembangan rantai pasok serta ekosistem bisnis, Toyota Indonesia mengisyaratkan komitmen jangka panjang di Indonesia. Toyota Indonesia hadir untuk memperkuat industri dalam negeri, sekaligus ekspor hingga masa mendatang.

Sebab, berdasarkan statistik, pasar otomotif nasional diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan. Perhitungannya, hingga kini rasio kepemilikan mobil di Indonesia sebesar 90 unit per 1.000 orang, dengan mengingat total populasi yang telah mencapai 250 juta jiwa.

Rasio kepemilikan tersebut masih jauh lebih rendah dengan potensi pasar negara tetangga di Asia Tenggara. Thailand telah mencapai rasio 233 per 1.000 orang, sedangkan Malaysia telah berada pada rasio 400:1.000. Dengan kata lain, pasar otomotif Indonesia berpeluang meningkat hingga 4 kali lipat.

Perkuat Pondasi

Walau teritung lebih dari empat dekade perjalanan manufaktur Toyota Indonesia, guna mengejar peluang serta memperkuat struktur industri, berbagai program pembinaan dan pengembangan masih terus digulirkan.

Selama berdekade, Toyota Indonesia melakukan lokalisasi komponen otomotif secara berkesinambungan. Selain itu, Toyota Indonesia juga mendongkrak kualitas masing-masing pemasok lokal agar produk yang dihasilkan setara kualitas internasional.

Hasilnya? Saat ini saja berbagai produk besutan Toyota Indonesia diakui dan diserap berbagai negara.

Secara tradisi, Toyota Indonesia masih terus menghadirkan program pengembangan dan penguatan pondasi industri yang menyasar berbagai lapisan mitra.

Salah satu yang fenomenal adalah Toyota Production System (TPS) Jishuken. Gambaran program tahunan ini yaitu pelatihan yang melibatkan sekurangnya 200 pemasok tingkat 1 dan ditularkan perusahaan pemasok lapis 2 dan 3.

Program tersebut bertujuan untuk mentransfer keahlian dan keterampilan dari Toyota ke pemasok.

Penguatan pemasok dilakukan melalui transfer keahlian, yang memprioritaskan pengembangan sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan setara dengan standar keterampilan tingkat global.

TPS Jishuken yang memang menyasar pemasok lapis pertama dan kedua, ternyata juga didorong untuk penerapan lebih luas. Karena, sebagaimana dirancang Toyota Indonesia, keilmuan dan keahlian lulusan TPS Jishuken itupun ditularkan kepada rantai pasok industri lebih kecil dan meluas, dari Tier 1 dan 2 kepada masing-masing mitra mereka.

Inti dari pelatihan TPS Jishuken serupa istilah kata itu sendiri. Jishuken diambil dari 2 kata Jepang, yaitu Jishu dan Kenkyu, yang berarti investigasi mandiri atau kemampuan untuk melakukan investigasi masalah dan membuat rencana, serta kegiatan peningkatan secara mandiri.