

Studi Potensi Bisnis Industri OTOMOTIF di Indonesia, 2013 - 2017

Dalam tiga tahun terakhir pertumbuhan industri otomotif dalam negeri mengalami kemajuan yang sangat pesat, indikasinya adalah meningkatnya produksi mobil di tahun 2012 yang diprediksi menembus angka satu juta unit, sedangkan penjualan mobil baru di Indonesia hingga Nopember 2012 telah menembus angka lebih dari 1 juta unit atau tepatnya 1.026.602 unit, ini merupakan rekor tertinggi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini membuat persaingan antar Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) sangat ketat dengan berbagai penawaran yang menarik dan persaingan antar perusahaan pembiayaan juga tak kalah sengitnya.

Besarnya potensi pasar mobil di Indonesia mendorong beberapa prinsipal otomotif akan menambah kapasitas produksinya, seperti yang dilakukan oleh DAIHATSU, SUZUKI, HONDA, ISUZU, KIA, MAZDA, GENERAL Motor, VOLKSwagen dan lain lain, bahkan pendatang baru dari India TATA Motor akan menjadikan Indonesia sebagai basis produksinya. Menurut survey CDMI, Toyota telah menyiapkan investasi sebesar ¥ 41,3 milyar untuk menambah kapasitas produksi di pabrik Karawang II dari 70.000 unit menjadi 120.000 unit, Krama Yudha Tiga Berlian sebagai pemegang merek Mitsubishi menyiapkan investasi sebesar Rp. 250 milyar untuk membangun pabrik baru di Pulogadung, NISSAN telah menyiapkan investasi sebesar US\$ 400 juta untuk menambah kapasitasnya dari 100.000 unit menjadi 250.000 unit dan masih banyak prinsipal lainnya yang melakukan hal yang sama.

Ternyata produsen mobil Tiongkok yaitu Build Your Dream Company Ltd (BYD) yang dimiliki oleh miliarder Warren Buffet juga tergiur ingin menikmati kemajuan bisnis otomotif Indonesia dengan menyiapkan investasi awal sebesar US\$ 200 juta atau setara

Rp. 1,8 triliun dan telah menandatangani nota kesepahaman (MUO) dengan Kamar Dagang Indonesia (KADIN), PT. INTI dan Kementerian Riset dan Teknologi untuk alih teknologi.

Survey CDMI juga menemukan ada beberapa produsen mobil Tiongkok lainnya yang tengah bersiap siap menyerbu pasar Indonesia dan gencar mencari mitra lokal, hal ini harus diwaspadai oleh perusahaan otomotif Jepang yang memang telah merajai bisnis otomotif Indonesia sejak lama.

Besarnya nilai ekspansi yang dilakukan oleh industri otomotif, membuat PT. Central Data Mediatama Indonesia (CDMI) tertarik untuk mengetahui lebih jauh kemajuan industri otomotif dengan melakukan studi yang lebih mendalam dan akhirnya sukses menerbitkannya dalam satu buku yang berjudul **"Studi Potensi Bisnis Industri OTOMOTIF di Indonesia, 2013 – 2017"**. Buku ini juga membahas tentang kecenderungan konsumen dalam memilih dan membeli mobil.

Buku studi ini dapat dipesan langsung ke bagian marketing dengan Ibu Tina melalui telepon nomor **(021) 3193 0108-09** atau melalui Fax di nomor **(021) 3193 0102** dan melalui e-mail: **marketing@cdmione.com** dengan harga US\$ 650 untuk edisi bahasa Indonesia dan US\$ 700 edisi bahasa Inggris.

Demikian penawaran kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Muslim M. Amin



CDMI		Formulir Pesanan		<i>our creative data for your partners</i>	
P.T. CENTRAL DATA MEDIATAMA INDONESIA AGP Building, 2 nd Floor Jl. Pegangsaan Timur No. 1 Cikini Jakarta 10320			Phone : (021) 31930108 - 9 Fax : (021) 31930102 E-mail : marketing@cdmione.com Website : www.cdmione.com		
Mohon Kirimkan	: eksemplar	"Studi Potensi Bisnis Industri OTOMOTIF di Indonesia, 2013 - 2017"		
Nama (Mr/Mrs/Ms)	:	<input type="text"/>	Posisi	:	<input type="text"/>
Nama Perusahaan	:	<input type="text"/>			
Alamat	:	<input type="text"/>			
Telepon/Fax	:	<input type="text"/>	Tanggal	:	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>
E-mail	:	<input type="text"/>	Tanda Tangan	:	<input type="text"/>
Berikan tanda	<input checked="" type="checkbox"/>	Harga:	<input type="text" value="US\$ 650 (Indonesian), US\$ 700 (English)"/>		
		<input type="checkbox"/> Check/Bank Draft	<input type="checkbox"/> Kirimkan Invoice	<input type="checkbox"/> Edisi Bhs. Indonesia	<input type="checkbox"/> Edisi Bhs. Inggris
Catatan : Luar negeri ditambah ongkos kirim					

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Studi	3
1.3. Ruang Lingkup Studi.....	3
1.4. Metodologi dan Sumber Data.....	3
2. POSPEK PEREKONOMIAN INDONESIA	4
2.1. Perkembangan dan Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	4
2.1.1. Perkembangan Ekonomi.....	4
2.1.2. Prediksi Pertumbuhan Ekonomi.....	5
2.2. Perkembangan Investasi	7
2.2.1. Penanaman Modal Dalam Negeri dan Asing di Indonesia	7
2.2.2. Minat Investor Pada Industri Otomotif di Indonesia	8
3. INDUSTRI OTOMOTIF (MOBIL) INDONESIA	11
3.1. Kebijakan Industri Nasional	11
3.2. Ekspansi Industri Mobil di Indonesia	14
3.3. Industri Mobil Indonesia Diprediksi Akan Menjadi Terbesar di ASEAN.....	22
3.4. Merek Mobil Yang Beredar di Pasaran Indonesia	23
3.5. Perkembangan Pasar Mobil di Indonesia	36
3.6. Kendala Industri Otomotif	38
3.6.1. Standarisasi Produk Mobil yang Dipasarkan di Indonesia	38
3.6.2. Kenaikan DP (Down Payment) Pembelian Mobil.....	40
3.6.3. Larangan Impor Barang Jadi (Mobil)	42
3.7. Mobil Nasional Indonesia	44
4. PASAR MOBIL DI INDONESIA	48
4.1. Produsen Mobil di Indonesia	48
4.2. Distributor dan Dealer Mobil di Indonesia	51
4.3. Karakteristik Segmen Pasar dan Merek Mobil Terlaris di Indonesia	53
4.3.1. Karakter Segmen Pasar Mobil.....	54
4.3.2. Penjualan Mobil Berdasarkan Segmen Penumpang dan Komersial	55
4.4. Pembangunan Pabrik Suku Cadang Otomotif.....	57
4.5. Peran Lembaga Pembiayaan (Multifinance) dan Agresivitas Marketing Otomotif.....	59

4.6.	Persaingan Bisnis Industri Mobil	62
4.6.1.	Persaingan Bisnis Mobil di Kawasan ASEAN	63
4.6.2.	Persaingan Bisnis Mobil Dalam Negeri Indonesia	68
4.6.3.	Persaingan Harga Mobil di Indonesia	69
4.7.	Kecenderungan Konsumen Dalam Memilih/Membeli Mobil	86
4.7.1.	Faktor Yang Bepengaruh Terhadap Konsumen Dalam Memilih/ Membeli Mobil	86
4.7.2.	Sumber Informasi yang Dipergunakan Konsumen dalam Membeli Mobil	89
4.7.3.	Motivasi Konsumen Dalam Membeli Mobil	90
4.7.4.	Karakteristik Segmen Pembeli dan Merek Mobil Yang Disukai	91
5.	PEMASARAN MOBIL DI INDONESIA	93
5.1.	Kapasitas Produksi Mobil Indonesia	93
5.2.	Klasifikasi Mobil Indonesia	94
5.3.	Mobil yang Dipasarkan di Indonesia Tahun 2012	96
5.4.	Pasar Mobil Baru di Negara Kawasan Asean	115
5.5.	Pasaran Mobil Baru di Indonesia	116
5.5.1.	Penjualan Mobil Baru Melalui WS (Whole Sales) di Indonesia	117
5.5.2.	Penjualan Mobil Baru Melalui Ritel di Indonesia	118
5.5.3.	Penjualan Mobil Baru Berdasarkan Jenisnya	119
5.5.4.	Penjualan Mobil Baru Berdasarkan Tipe	120
5.5.5.	Penjualan Mobil Berdasarkan Segmen Penumpang dan Komersial	121
5.5.6.	Mobil Terlaris di Pasaran Indonesia	121
6.	PROSPEK DAN PELUANG PASAR BISNIS MOBIL DI INDONESIA	125
6.1.	Prospek Pasar Bisnis Mobil di Indonesia	126
6.1.1.	Potensi Perkembangan Penduduk di Indonesia	126
6.1.2.	Rasio Kebutuhan Mobil di Indonesia	129
6.1.3.	Potensi Penduduk Pembeli Mobil	131
6.1.3.1.	Potensi Penduduk Pembeli Mobil Berdasarkan Strata Pendidikan ..	131
6.1.3.2.	Potensi Penduduk Pembeli Mobil Berdasarkan Strata Ekonomi	133
6.1.4.	Proyeksi Potensi Konsumen Pembeli Mobil di Indonesia	134
6.2.	Kondisi Pasar Bisnis Mobil di Indonesia	135
6.2.1.	Perkembangan Produksi Mobil di Indonesia	135
6.2.2.	Perkembangan Penjualan Mobil di Indonesia	136
6.2.3.	Perkembangan Ekspor Mobil di Indonesia	138
6.2.4.	Perkembangan Impor Mobil di Indonesia	138
6.3.	Peluang Pasar Bisnis Mobil di Indonesia	139
6.3.1.	Proyeksi Produksi Mobil	140
6.3.2.	Proyeksi Penjualan Mobil di Indonesia	140
6.3.3.	Proyeksi Impor Mobil Indonesia	141

7. KESIMPULAN	143
7.1. Potensi Konsumen Pembeli Mobil di Indonesia	143
7.2. Potensi Pasar Mobil di Indonesia	143
7.3. Peluang Pasar Bisnis Mobil di Indonesia	144

