

Strategic Analysis PT Astra International Tbk (ASII)

Andrew Victorio Soetikno, Liliana Inggrit Wijaya*

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Magister Manajemen Universitas Surabaya
andrewvictorio26@gmail.com, liliana@staff.ubaya.ac.id*, liliana@staff.ubaya.ac.id*

ABSTRACT

This research aims to determine the analysis strategy of PT Astra Internasional TBK (ASII). The data used in the research is secondary data, which we obtained from resumes from several articles. The research results show that based on the results of the analysis at the matching stage, it can be concluded that Astra is taking an aggressive strategy, because Astra is able to handle and carry out management in its seven business units. Astra can also take advantage of the growth in market share from all sectors to increase the Company's competitiveness and become a market leader. So Astra itself chose an aggressive strategy. This is in accordance with SWOT, IE, Grand Strategy, BCG, and SPACE.

Keywords: Economics, Politics, Social, Technology

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *analysis* PT Astra Internasional TBK (ASII). Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder, yang kami peroleh dari hasil resume dari beberapa artikel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil analisa pada *matching stage* dapat disimpulkan bahwa Astra mengambil strategi *agresif*, karena Astra mampu menangani dan melakukan manajemen pada ketujuh unit bisnisnya. Astra juga dapat memanfaatkan pertumbuhan *market share* dari semua sektor untuk meningkatkan daya saing Perusahaan dan menjadi pemimpin pasar. Sehingga Astra sendiri memilih strategi *agresif*. Hal ini sesuai SWOT, IE, *Grand Strategy*, BCG, dan SPACE.

Kata kunci: Ekonomi, Politik, Sosial, Teknologi

PENDAHULUAN

PT Astra International Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1957 sebagai Perusahaan perdagangan umum bernama Astra International Inc. Grup Astra adalah salah satu Perusahaan terbesar yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak tahun 1990. Astra terdiri dari 270 anak Perusahaan, ventura bersama, dan Perusahaan asosiasi, dengan kapasitas sekitar 200 ribu karyawan. Astra memiliki 7 segmen bisnis inti : otomotif, jasa keuangan, alat berat, pertambangan, konstruksi dan energi, agribisnis, infrastruktur dan logistik, teknologi informasi, dan *property*.

Melalui semua unit bisnisnya, Astra dapat menjangkau semua kehidupan Masyarakat sehari-hari mulai dari sepeda motor, mobil, jalan tol, percetakan, layanan, pembiayaan, dan asuransi. Grup Astra juga menyediakan produk kendaraan pribadi dan komersial, alat berat, layanan logistik, sistem teknologi informasi, dan jasa pertambangan. Selain untuk kebutuhan Masyarakat lokal, Astra juga melakukan ekspor berbagai produknya, seperti minyak sawit, batu bara, dan kendaraan bermotor, sehingga dapat berpartisipasi dalam devisa negara.



Gambar 1. Logo PT Astra International

Visi Misi dari PT Astra International Tbk

Visi:

- Menjadi salah satu Perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan pertumbuhan berkelanjutan dan struktur keuangan yang solid.
- Menjadi Perusahaan yang *intelligent* dan *agile* yang berfokus pada karyawan, pelanggan, dan masyarakat

Misi :

- Sejahtera bersama bangsa dengan memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan

Analisis Visi dan Misi PT Astra International Tbk :

Visi :

- Astra ingin menjadi Perusahaan dengan tata kelola usaha terbaik di kelas Asia Pasifik dan bertumbuh secara kontinu dengan keuangan yang solid
- Astra ingin menjadi Perusahaan yang *intelligent* dan *agile*, memiliki fokus pada karyawan, pelanggan, Masyarakat, dan semua *stakeholder*.

Misi :

- Astra ingin menyejahterakan bangsa seiring dengan pertumbuhan Perusahaan dengan memberikan usaha terbaik untuk para pemangku kepentingan.

TINJAUAN LITERATUR

Eksternal Audit

PEST

Politik Ketegangan Politik Global, saat ini politik global menampilkan kerumitan dan dinamika yang signifikan. Ketegangan antara kekuatan besar seperti Amerika Serikat, Tiongkok, dan Rusia telah memberikan dampak besar terhadap geopolitik dunia. Sambil mencoba pulih dari dampak pandemi Covid-19, banyak negara masih menghadapi tantangan gelombang infeksi baru dan dampak ekonomi jangka panjang dari krisis kesehatan ini. Selain itu, isu-isu seperti krisis pengungsi, konflik regional, dan tantangan lingkungan seperti perubahan iklim menjadi sorotan dalam arena politik global.

Ekonomi Pertumbuhan Ekonomi Global Melambat, Bank Indonesia (BI) melaporkan perlambatan pertumbuhan ekonomi global yang didukung oleh tingginya ketidakpastian pada rapat Dewan Gubernur pada 19 Oktober 2023. Gubernur BI, Perry Warjiyo, menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi global diperkirakan melemah menjadi 2,9% pada 2023 dan melanjutkan penurunan menjadi 2,8% pada 2024, dengan ketegangan pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Meskipun ekonomi Amerika Serikat (AS) masih tumbuh kuat berkat konsumsi rumah tangga dan sektor jasa domestik, ekonomi China terpengaruh oleh pelemahan konsumsi dan penurunan kinerja sektor properti.

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, pada tahun 2022, ekonomi Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang kuat, tumbuh sebesar 5,3% (c-to-c), meskipun terjadi perlambatan ekonomi global. Pertumbuhan ini jauh melampaui angka tahun 2021 yang tercatat sebesar 3,7% (c-to-c), dengan PDB triwulan IV 2022 tumbuh sebesar 5,01% (yoy) atau tumbuh 0,4% (qtq) dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati, mengungkapkan kegembiraannya atas konsistensi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang kuat di tengah proyeksi perlambatan ekonomi global.

Sosial Indeks Kualitas Hidup Indonesia, Berdasarkan data dari Numbeo, indeks kualitas hidup Indonesia tergolong rendah, menempati peringkat 74 dari 84 negara yang diurutkan, bahkan berada di urutan terbawah dalam peringkat tersebut. Indeks kualitas hidup Indonesia tercatat sebesar 92, yang dihitung dengan mempertimbangkan daya beli, tingkat polusi, dan rasio harga properti terhadap pendapatan. Jakarta khususnya menempati peringkat rendah dalam daftar tersebut.

Tabel 1. Indeks

		Indeks	Kategori
1	Indeks Daya Beli	24.87	Sangat Rendah
2	Indeks Keamanan	54.10	Moderat
3	Indeks Kesehatan	60.64	Tinggi
4	Indeks Iklim	59.72	Moderat
5	Indeks Biaya Hidup	30.71	Sangat Rendah
6	Rasio Harga Properti terhadap Pendapatan	19.78	Sangat Rendah
7	Indeks Waktu Perjalanan Lalu Lintas	42.93	Tinggi
8	Indeks Polusi	67.33	Tinggi

Faktor-faktor seperti daya beli yang rendah, rasio harga properti yang tinggi terhadap pendapatan, kemacetan, dan polusi yang belum membaik menjadi beban bagi indeks kualitas hidup yang rendah ini. Dengan indeks sebesar 92, kualitas hidup di Indonesia masih tergolong sangat rendah, jika dibandingkan dengan negara-negara lain dalam peringkat tersebut.

Teknologi Hadirnya Mobil Listrik

Perkembangan teknologi kendaraan listrik telah mengalami lonjakan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Inovasi ini meliputi pengembangan baterai yang lebih efisien, teknologi pengisian yang lebih cepat, dan peningkatan jarak tempuh kendaraan. Banyak produsen otomotif terkemuka telah memperkenalkan model-model listrik yang menarik dengan kinerja yang kompetitif. Selain itu, infrastruktur pengisian listrik juga berkembang pesat, dengan semakin banyaknya stasiun pengisian yang mudah diakses di berbagai lokasi. Selain manfaat lingkungan yang signifikan dengan emisi nol, perkembangan ini juga membuka peluang baru dalam industri otomotif, termasuk dalam segmen teknologi, manufaktur, dan layanan terkait kendaraan listrik.

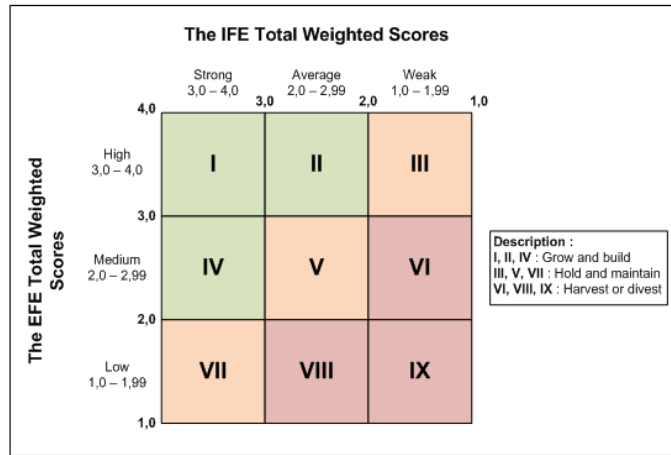
METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari hasil resume beberapa artikel atau jurnal. Peneliti memastikan bahwa data yang diperoleh adalah data yang valid. Penulis tertarik untuk menganalisis PT Astra Internasional Tbk (ASII) dikarenakan ingin mengetahui lebih dalam tentang mengetahui strategi analisis yang digunakan PT Astra Internasional Tbk (ASII)

HASIL DAN PEMBAHASAN

IE MATRIX

Berikut adalah Analisis IE Matrix pada PT Astra Tbk.

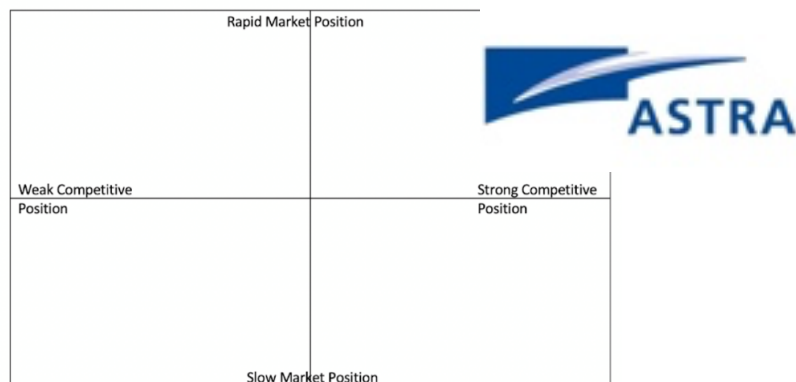


Gambar 2. IE Matrix

Hasil dari analisis IE Matrix menggabungkan IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Dalam kasus PT ASTRA, IFE menunjukkan nilai 3,54, sedangkan EFE mencapai 3,46. Sehingga perusahaan berada di kuadran 1, yang menunjukkan posisi *Grow and Build*. Strategi yang direkomendasikan dalam situasi ini adalah strategi intensif seperti *Market Development*, *Market Penetration*, *Product Development*, *Horizontal* dan *Vertical Integration*, serta *Related Diversification*. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat posisi perusahaan dalam pasar, mengembangkan produk, dan meningkatkan integrasi dalam rantai nilai serta diversifikasi yang terkait dengan bisnis yang ada.

Grand Strategy Matrix

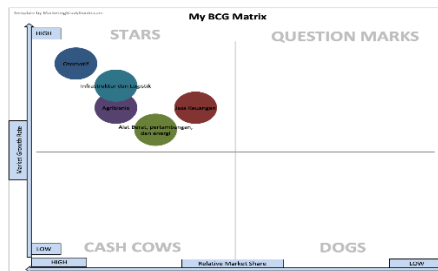
Pada Grand Strategy Matrix diukur pada 2 sumbu yaitu X Market Position dan Y Competitive Position. Kesimpulan pada posisi kompetitif ini, PT Astra berada pada posisi *Strong Competitive Market*.



Gambar 3. Grand Strategy Matrix

Menurut analisis *Grand Strategy* maka didapati hasil strategi yang tepat untuk PT Astra Tbk adalah *Backward Integration, Forward Integration, Horizontal Integration, Market Penetration, Market Development, Product Development, Dan Diversification (Related/ Unrelated)*.

Boston Consulting Group Matrix



Gambar 4. Boston Consulting Group Matrix

Ketujuh produk pada PT Astra terbagi atas otomotif, jasa keuangan, alat berat, (pertambangan, konstruksi, dan energi), agribisnis, infrastruktur dan logistik, teknologi informasi dan properti . Ketujuh produk ini mendapat posisi stars. Dikarenakan mengalami pertumbuhan pesat pada semua sektor diatas 10% dan jauh lebih tinggi daripada tahun sebelumnya, bahkan 4 tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis ini, strategi yang disarankan untuk PT. Astra International Tbk yaitu *Forward Integration, Horizontal Integration, Market Penetration, Market Development, Product Development, Dan Diversification (Related/ Unrelated)*.

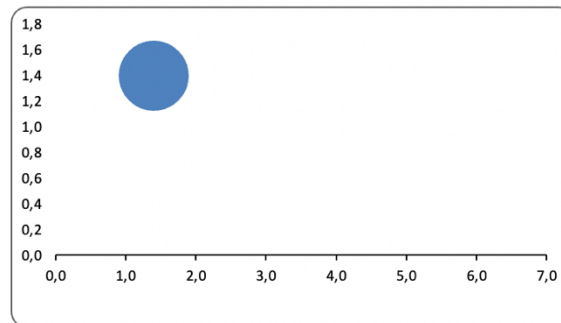
Space Matrix

Terdapat dua titik yang diketahui yaitu :

Tabel 2. Space Matrix

Sumbu X	Rata-rata CP + Rata-rata IP
	= (-3,4)+4,8
	= 1,4
Sumbu Y	Rata-rata SP + Rata-rata FP
	= (-3.8) + 5,2
	= 1,4

Dari kedua titik yang diketahui maka peta grafik SPACE yang didapatkan adalah:



Gambar 5. Space Matrix

Melalui hasil analisis SPACE Matriks, strategi yang dapat diterapkan adalah agresif. PT Astra mampu menangani dan melakukan *management* baik secara luar biasa terhadap ketujuh produknya. PT Astra dapat memanfaatkan pertumbuhan *market share* pada semua sektor untuk dapat meningkatkan daya saing, *maintenance* dan menjadi pemimpin pasar. Oleh sebab itu, ini menjadi sebuah peluang besar bagi perusahaan untuk menerapkan strategi agresif. Berdasarkan hasil analisis ini, strategi yang disarankan untuk PT. Astra International Tbk yaitu *Backward Integration, Forward Integration, Horizontal Integration, Market Penetration, Market Development, Product Development, Dan Diversification (Related/ Unrelated)*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa pada *matching stage* dapat disimpulkan bahwa Astra mengambil strategi *agresif*, karena Astra mampu menangani dan melakukan manajemen pada ketujuh unit bisnisnya. Astra juga dapat memanfaatkan pertumbuhan *market share* dari semua sektor untuk meningkatkan daya saing Perusahaan dan menjadi pemimpin pasar. Sehingga Astra sendiri memilih strategi agresif. Hal ini sesuai SWOT, IE, *Grand Strategy*, BCG, dan SPACE.

Analisis SWOT didapati hasil bahwa strategi Astra yaitu *Backward Integration, Forward Integration, Market Penetration, Market Development, dan Product Development*.

Analisis IE memberikan hasil bahwa strategi Astra yaitu *Market Development, Market Penetration, Product Development, Horizontal dan Vertical Integration*, serta *Related Diversification*. Pada matriks IE, didapati posisi Astra berada di kuadran 1, sehingga dengan Astra menerapkan strategi tersebut, dapat memperkuat posisi Astra pada pasar.

Analisis *Grand Strategy* menunjukkan hasil bahwa Astra menggunakan strategi *Backward Integration, Forward Integration, Horizontal Integration, Market Penetration, Market Development, Product Development, Dan Diversification (Related/ Unrelated)*. Posisi Astra di *market* adalah *Strong Competitive Position*, karena Astra memiliki unit bisnis yang merajai di pasarnya masing-masing. Sehingga membuat Astra harus terus mempertahankan *market* mereka.

Menurut matriks BCG menunjukkan hasil bahwa Astra menggunakan strategi *Forward Integration, Horizontal Integration, Market Penetration, Market Development, Product Development, Dan Diversification (Related/ Unrelated)*. Dimana hasil dari analisis matriks didapatkan 7 unit bisnis Astra berada pada posisi *Stars*, dimana memiliki pertumbuhan yang cepat dan pangsa pasar yang besar.

Menurut matriks SPACE diketahui bahwa strategi yang digunakan Astra adalah agresif. Karena Astra sendiri merupakan pemimpin pasar di pasarnya, sehingga Astra harus tetap agresif untuk tetap mempertahankan eksistensinya sebagai pemimpin di pasar Otomotif Indonesia. Dengan menerapkan strategi agresif mendukung Astra untuk menjaga *title*-nya sebagai pemimpin pasar di dunia otomotif Indonesia.

Dari hasil analisis strategi yang dilakukan, Astra merupakan Perusahaan otomotif, infrastruktur, dan logistik yang memiliki nama besar di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari kinerja operasional Astra yang sudah diketahui oleh Masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka strategi yang dapat diambil oleh Astra adalah *market penetration, market development, dan product development*. Sedangkan Astra sendiri berada di posisi *grow and build*, karena Astra sangat sukses merancang dan menjalankan semua unit bisnis yang dimiliki.

Pada perkembangan teknologi, Astra dapat melakukan percepatan penerapan teknologi elektrifikasi pada produk otomotif yang dijual, mengikuti teknologi yang dimiliki oleh masing-masing *brand* yang dipegang oleh Astra. Sehingga dapat mengurangi potensi Masyarakat beralih ke merek lain karena masih belum ada elektrifikasi di mobil-mobil *brand* Astra.

PT Astra International Tbk juga dapat menerapkan *action plan* dan KPI yang telah dirancang, untuk mengetahui rencana dan Keputusan yang akan dilakukan agar tetap kompetitif dan mempertahankan titelnya sebagai pemimpin pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Kemenkeu. (2023, February 7). *Tren Pertumbuhan Ekonomi Dunia Melambat, Menkeu : Indonesia Catatkan Konsistensi Tren Pertumbuhan yang Sangat Baik*. Kementerian Keuangan. Retrieved December 20, 2023, from <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/IndonesiaCatatkanPertumbuhanyangBaik>
- Farisa, F. C. (2023, March 28). *Survei SMRC: Kondisi Politik Nasional Dinilai Memburuk 3,5 Tahun Terakhir*. KOMPAS.com. Retrieved December 20, 2023, from <https://nasional.kompas.com/read/2023/03/28/17200011/survei-smrc--kondisi-politik-nasional-dinilai-memburuk-3-5-tahun-terakhir>
- Putri, A. M. H. (2023, July 27). *Kualitas Hidup Warga RI Termasuk yang Terendah di Dunia*. CNBC Indonesia. Retrieved December 20, 2023, from <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230727071107-128-457676/kualitas-hidup-warga-ri-termasuk-yang-terendah-di-dunia>

Rachman, A. (2023, October 19). *Warning! Bos BI Ungkap Ekonomi Global Berisiko Melambat*. CNBC Indonesia. Retrieved December 20, 2023, from <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231019140300-17-481985/warning-bos-bi-ungkap-ekonomi-global-berisiko-melambat>