

Nama : Mohamad Ghinau Thofadilah
NPM : 2213031098\
Mata Kuliah : Ekonomi Industri
Kelas : 2022C

CASE STUDY

PT NusantaraTech adalah perusahaan nasional yang bergerak di bidang manufaktur alat elektronik rumah tangga. Selama 20 tahun terakhir, perusahaan ini sukses mendominasi pasar lokal dengan produk berkualitas dan harga terjangkau. Namun, memasuki era Industri 4.0, perusahaan mulai menghadapi tantangan besar.

Sejak 5 tahun terakhir, pasar mulai dibanjiri oleh produk-produk global dari perusahaan seperti Xiaomi, Samsung, dan LG, yang telah menerapkan teknologi Internet of Things (IoT) dan kecerdasan buatan (AI) pada produk mereka. Sementara itu, PT NusantaraTech masih mengandalkan model produksi konvensional dan belum melakukan digitalisasi proses bisnis.

Direksi perusahaan kini mulai mempertimbangkan untuk:

- Menerapkan otomatisasi dalam proses produksi.
- Mengembangkan produk berbasis IoT untuk bersaing dengan produk global.
- Membentuk kerja sama internasional untuk mempercepat inovasi.

Namun, keputusan ini tidak mudah, karena:

- Perusahaan memiliki keterbatasan SDM yang siap digital.
- Investasi awal untuk transformasi digital sangat tinggi.
- Terdapat kekhawatiran akan hilangnya banyak pekerjaan akibat otomatisasi.

Pertanyaan:

1. Apa saja tantangan utama yang dihadapi PT NusantaraTech dalam bersaing di era Industri 4.0, khususnya terhadap perusahaan global? Bagaimana tantangan ini berkaitan dengan perilaku bisnis global?
2. Jika Anda menjadi konsultan strategi bisnis untuk PT NusantaraTech, strategi apa yang Anda usulkan untuk menghadapi persaingan global dan memanfaatkan peluang di era 4.0, tanpa mengorbankan keberlanjutan tenaga kerja lokal?

3. Bandingkan pendekatan PT NusantaraTech dengan salah satu perusahaan global (misalnya Samsung, Xiaomi, atau Bosch) dalam merespons era Industri 4.0. Apa pelajaran yang dapat diambil dan diadaptasi oleh perusahaan nasional?

Jawaban:

1. Tantangan terbesar bagi PT NusantaraTech adalah masuknya produk-produk global yang sudah lebih dulu mengadopsi teknologi canggih seperti Internet of Things (IoT) dan kecerdasan buatan (AI). Produk-produk ini bukan hanya sekadar elektronik biasa, tapi sudah bisa terkoneksi dengan internet, lebih efisien, dan menawarkan pengalaman baru bagi konsumen. Sementara itu, NusantaraTech masih bertahan dengan model produksi konvensional. Hal ini membuat mereka terlihat tertinggal, baik dari sisi inovasi maupun daya tarik di mata konsumen. Tantangan ini berkaitan dengan perilaku bisnis global karena di era sekarang, persaingan tidak lagi terbatas di dalam negeri. Produk dari luar bisa dengan mudah masuk ke pasar lokal dengan harga kompetitif dan teknologi lebih maju. Konsumen juga semakin terbiasa membandingkan kualitas global dengan lokal, sehingga standar pasar pun ikut naik.
2. Jika saya menjadi konsultan strategi untuk NusantaraTech, langkah pertama adalah menerapkan transformasi digital secara bertahap. Misalnya, mulai dengan otomatisasi sebagian proses produksi agar lebih efisien, tetapi tetap menjaga tenaga kerja lokal dengan cara memberikan pelatihan keterampilan baru. Karyawan yang tadinya hanya mengerjakan produksi manual bisa dialihkan ke peran yang lebih relevan, seperti operator mesin otomatis atau bagian kontrol kualitas berbasis teknologi. Selanjutnya, perusahaan bisa mengembangkan produk elektronik sederhana yang sudah memiliki fitur IoT dasar, sehingga tidak langsung membakar banyak modal tetapi tetap bisa masuk ke tren pasar. Selain itu, kerja sama internasional penting untuk transfer teknologi, tetapi NusantaraTech juga harus menjaga identitas lokalnya, misalnya dengan menghadirkan produk yang sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia, bukan sekadar meniru produk global. Strategi ini bisa menyeimbangkan antara inovasi dan keberlanjutan tenaga kerja.
3. Jika dibandingkan dengan Samsung, jelas terlihat perbedaan pendekatan. Samsung sejak awal sudah gencar melakukan riset dan pengembangan (R&D), serta berani menginvestasikan dana besar untuk teknologi baru. Mereka juga rutin meluncurkan

produk inovatif dengan fitur-fitur canggih, bahkan sebelum konsumen benar-benar membutuhkannya, sehingga menjadi trendsetter. NusantaraTech mungkin tidak bisa langsung meniru skala investasi itu, tetapi bisa mengambil pelajaran penting: inovasi harus konsisten, meski dilakukan bertahap. Pelajaran lainnya adalah pentingnya membangun ekosistem produk—Samsung tidak hanya menjual satu perangkat, tetapi membangun keterhubungan antarproduk (smartphone, TV, kulkas, AC) dalam satu sistem IoT. NusantaraTech bisa mulai belajar ke arah sana dengan skala yang lebih kecil, misalnya menciptakan dua atau tiga produk rumah tangga yang saling terkoneksi. Dari sini, mereka bisa tetap relevan di pasar, sekaligus membangun citra sebagai perusahaan nasional yang mampu beradaptasi dengan era Industri 4.0.