



Impor Mobil Suzuki dalam Perkembangan Industri Otomotif di Indonesia

Mohamad Rafi^{1*}, Rama Iqbal Yudhistira Sujana², Heykel Revelyn Fahrezy³,
Mohamad Zein Saleh⁴

¹⁻⁴ Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

Email: mohamad.rafi@student.upj.ac.id^{1*}, rama.iqbalyudhistira@student.upj.ac.id²,
haykel.revelyn@student.upj.ac.id³, zein.saleh@upi.ac.id⁴

*Korespondensi penulis: mohamad.rafi@student.upj.ac.id

Abstract: The Suzuki XL7 is one of the car models produced by PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) in Indonesia. Since its launch in 2020, the car has undergone significant development, especially with the introduction of a hybrid variant in 2023. This article aims to analyze the import and export phenomenon of the Suzuki XL7 from 2019 to 2024, as well as the challenges faced in the process. Through an in-depth literature review, this research will explore the various variables that influence the success of the Suzuki XL7 in the domestic and international markets. The research method used is literature analysis, which involves collecting data from various reliable sources. The discussion will cover market analysis, marketing strategies, as well as case studies related to challenges and solutions in the face of global competition. The conclusion of this research will provide a comprehensive overview of the Suzuki XL7's position in the Indonesian and global automotive industry.

Keywords: Suzuki XL7, PT Suzuki Indomobil Sales, hybrid variant, import, export.

Abstrak: Suzuki XL7 merupakan salah satu model mobil yang diproduksi oleh PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) di Indonesia. Sejak diluncurkan pada tahun 2020, mobil ini telah mengalami perkembangan signifikan, terutama dengan pengenalan varian hybrid pada tahun 2023. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena impor dan ekspor Suzuki XL7 dari tahun 2019 hingga 2024, serta tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut. Melalui kajian literasi yang mendalam, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai variabel yang mempengaruhi keberhasilan Suzuki XL7 di pasar domestik dan internasional. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis literatur, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber terpercaya. Pembahasan akan mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, serta studi kasus terkait tantangan dan solusi dalam menghadapi persaingan global. Kesimpulan dari penelitian ini akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi Suzuki XL7 dalam industri otomotif Indonesia dan global.

Kata Kunci: Suzuki XL7, PT Suzuki Indomobil Sales, varian hybrid, impor, ekspor.

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri otomotif Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh meningkatnya permintaan kendaraan bermotor, terutama SUV. Suzuki XL7 muncul sebagai salah satu pemain utama di segmen ini, menawarkan kombinasi fitur modern dan efisiensi bahan bakar melalui teknologi hybrid. Peluncuran XL7 Hybrid pada tahun 2023 menandai langkah strategis Suzuki untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin mengarah kepada kendaraan ramah lingkungan. Langkah ini mencerminkan perubahan preferensi konsumen yang kini lebih memperhatikan aspek keberlanjutan dalam memilih kendaraan. Suzuki XL7 berhasil menarik perhatian konsumen Indonesia sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2020. Sebagai SUV yang dipasarkan untuk segmen menengah, XL7 menonjol dengan desain yang gagah, ruang kabin yang luas, dan teknologi yang kompetitif di kelasnya. Tren pasar menunjukkan bahwa konsumen di segmen ini mengutamakan

Received: Oktober 25, 2024; Revised: November 12, 2024; Accepted: November 26, 2024;

Published: November 28, 2024

kenyamanan, kepraktisan, dan harga yang terjangkau. Suzuki memanfaatkan momentum ini dengan menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, yang kemudian diperkuat dengan varian hybrid yang menjawab tuntutan lingkungan sekaligus mendukung regulasi emisi di Indonesia (CarDekho, 2024; Soedibyo, 2023; Suzuki, 2023).

Namun, di tengah popularitasnya, Suzuki XL7 juga menghadapi tantangan signifikan dalam pasar otomotif domestik dan internasional. Persaingan ketat dengan merek-merek lain seperti Toyota, Honda, dan Mitsubishi mendorong Suzuki untuk terus berinovasi, baik dalam aspek teknologi maupun strategi pemasaran. Selain itu, kondisi ekonomi yang fluktuatif serta perubahan regulasi otomotif, seperti insentif untuk kendaraan rendah emisi, menjadi faktor eksternal yang harus diantisipasi. Dengan munculnya pemain baru di segmen SUV, Suzuki perlu memastikan XL7 tetap relevan dan kompetitif di pasar (Ferdian & Sari, 2024). Tidak hanya di pasar domestik, Suzuki XL7 juga memiliki potensi besar untuk pasar ekspor. Beberapa negara di Asia Tenggara, seperti Filipina dan Thailand, menjadi tujuan utama ekspor XL7, mengingat permintaan SUV di wilayah tersebut terus meningkat. Suzuki melihat peluang untuk memperluas jangkauan XL7 dengan menawarkan spesifikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kontribusi ekspor terhadap pendapatan perusahaan secara keseluruhan, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai basis produksi otomotif regional. Selain aspek pasar, Suzuki XL7 juga menghadapi tantangan dalam rantai pasokan dan produksi. Pandemi COVID-19 yang melanda pada tahun 2020-2021 menyebabkan gangguan besar pada rantai pasokan global, termasuk bahan baku dan komponen penting untuk produksi mobil. Situasi ini mendorong Suzuki untuk mencari solusi yang lebih efisien, seperti diversifikasi pemasok dan peningkatan kapasitas produksi lokal. Hal ini juga membuka peluang untuk berkolaborasi dengan pemasok lokal, yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif bagi industri otomotif Indonesia secara keseluruhan (Hidayat, 2023).

Dengan pendekatan yang strategis dan inovatif, Suzuki XL7 berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu SUV terkemuka di pasar Indonesia. Peluncuran varian hybrid adalah bukti komitmen Suzuki terhadap keberlanjutan dan adaptasi terhadap tren pasar global. Ke depan, upaya untuk meningkatkan daya saing produk melalui teknologi, kualitas, dan strategi pemasaran yang terarah akan menjadi kunci keberhasilan Suzuki XL7 dalam mempertahankan pangsa pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional (Ferdian & Sari, 2024; Rhedian, 2023). Meskipun Suzuki XL7 telah mendapatkan respons positif di pasar domestik, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan ketat dengan merek-merek lain seperti Toyota dan Honda. Kedua merek ini memiliki lini SUV yang serupa dengan XL7, baik

dari segi harga maupun fitur, seperti Toyota Rush dan Honda BR-V. Keunggulan reputasi merek serta jaringan distribusi yang lebih luas sering kali menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih kendaraan, sehingga Suzuki perlu terus berinovasi untuk mempertahankan daya saingnya (Suzuki, 2020).

Persaingan ini semakin diperketat dengan perubahan preferensi konsumen terhadap kendaraan yang lebih ramah lingkungan. Suzuki XL7 telah memperkenalkan varian hybrid pada tahun 2023, namun langkah ini juga dilakukan oleh pesaingnya. Toyota, misalnya, telah memiliki reputasi kuat dalam teknologi hybrid dengan model seperti Toyota Innova Zenix, sedangkan Honda terus memperluas portofolio kendaraan hemat energinya. Suzuki perlu memastikan bahwa teknologi hybrid mereka tidak hanya memenuhi standar global tetapi juga menawarkan keunggulan unik bagi konsumen lokal. Di sisi lain, isu rantai pasokan global menjadi tantangan signifikan. Pandemi COVID-19 telah mengganggu rantai pasokan komponen otomotif, menyebabkan keterlambatan produksi dan distribusi kendaraan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Suzuki XL7 yang juga memanfaatkan komponen impor terkena dampak langsung dari fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan logistik. Langkah untuk memperkuat rantai pasokan lokal dapat menjadi solusi strategis bagi Suzuki dalam mengurangi ketergantungan pada komponen impor (Leksana, 2020).

Kebijakan pemerintah mengenai emisi kendaraan juga menjadi faktor yang memengaruhi produksi dan distribusi Suzuki XL7. Indonesia saat ini sedang mengadopsi regulasi emisi Euro 4 untuk kendaraan bensin dan diesel, yang mendorong produsen untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi dampak lingkungan dari produk mereka. Suzuki telah mulai menyesuaikan teknologinya dengan regulasi ini, namun investasi yang dibutuhkan cukup besar, sehingga memengaruhi struktur biaya perusahaan. Selain regulasi emisi, pemerintah juga memberikan insentif bagi kendaraan listrik dan hybrid untuk mendorong adopsi teknologi ramah lingkungan. Hal ini membuka peluang sekaligus tantangan bagi Suzuki dalam memperluas penetrasi pasar varian hybrid XL7. Namun, daya beli konsumen lokal yang belum merata dan infrastruktur kendaraan listrik yang belum sepenuhnya siap menjadi hambatan yang harus diatasi melalui edukasi pasar dan kolaborasi dengan pihak terkait (Soedibyo, 2021).

Secara keseluruhan, keberhasilan Suzuki XL7 di pasar domestik dan internasional sangat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Strategi pemasaran yang inovatif, penguatan rantai pasokan lokal, serta adaptasi terhadap kebijakan pemerintah menjadi kunci utama bagi Suzuki untuk terus bersaing. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti tren kendaraan ramah lingkungan, Suzuki dapat

memperkuat posisi XL7 sebagai salah satu pemain utama di segmen SUV, baik di pasar Indonesia maupun global.

2. KAJIAN LITERATUR

a. Impor

Impor adalah proses memasukkan barang dan jasa dari negara lain ke dalam pasar domestik untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi secara lokal. Impor barang di Indonesia sebagian besar terdiri dari bahan baku, mesin, kendaraan, dan barang modal lainnya yang diperlukan untuk mendukung kegiatan industri dan perekonomian domestik. Produk impor sangat penting untuk menjaga kelancaran produksi dan memenuhi permintaan pasar dalam negeri, terutama untuk barang-barang yang belum dapat diproduksi dengan efisien atau dengan kualitas setara oleh industri lokal. Indonesia memiliki sejumlah kebijakan terkait impor untuk mengatur aliran barang masuk dan untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan domestik dan kapasitas produksi dalam negeri. Kebijakan impor sering dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebijakan fiskal, bea masuk, tarif impor, dan regulasi terkait standar kualitas barang. Pemerintah juga mengatur impor barang-barang tertentu untuk melindungi industri lokal melalui pembatasan atau tarif tinggi, terutama pada produk yang dapat diproduksi di dalam negeri, seperti barang konsumsi dan produk manufaktur. Namun, impor juga memiliki dampak negatif, seperti mengurangi daya saing industri lokal dan ketergantungan pada barang dari luar negeri. Selain itu, fluktuasi nilai tukar mata uang dan gangguan pasokan global (seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19) dapat mempengaruhi kestabilan pasar dan perekonomian Indonesia (Astuti, 2020).

Proses impor mobil melibatkan membawa kendaraan atau komponennya dari negara lain ke pasar domestik untuk memenuhi kebutuhan lokal. Dalam kasus Suzuki XL7, meskipun sebagian besar produksi dilakukan di Indonesia, beberapa komponen kunci atau teknologi canggih, seperti perangkat hybrid atau fitur keselamatan tertentu, diimpor dari negara-negara lain yang memiliki kapasitas teknologi lebih maju seperti India. Hal ini memungkinkan Suzuki untuk tetap kompetitif di pasar dengan menawarkan fitur terkini kepada konsumen. Selain itu, impor komponen dapat menjadi solusi sementara untuk memenuhi permintaan konsumen yang tinggi sebelum kapasitas produksi lokal ditingkatkan (Rayanti, 2024).

b. Ekspor

Ekspor adalah proses pengiriman barang dan jasa dari suatu negara ke negara lain untuk dijual di pasar internasional. Bagi Indonesia, ekspor memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, karena dapat memberikan pendapatan devisa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan luar negeri serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Produk ekspor Indonesia sangat beragam, mulai dari komoditas alam seperti minyak kelapa sawit, batu bara, gas alam, hingga produk manufaktur seperti otomotif, elektronik, dan tekstil. Ekspor Indonesia didorong oleh berbagai kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Salah satunya adalah kebijakan promosi ekspor yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan melalui pameran internasional, bantuan pemasaran untuk UKM, serta perjanjian perdagangan bebas dengan berbagai negara dan kawasan seperti ASEAN, Jepang, dan Uni Eropa. Indonesia juga memanfaatkan sistem sistem perdagangan preferensial seperti Generalized System of Preferences (GSP) untuk mempercepat akses ke pasar internasional dan mengurangi hambatan tarif. Namun, ekspor Indonesia juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti ketergantungan pada komoditas tertentu, fluktuasi harga internasional, serta isu-isu terkait keberlanjutan dan regulasi lingkungan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan ekspor, Indonesia berusaha untuk mengalihkan ketergantungan pada komoditas dengan mengembangkan sektor manufaktur dan teknologi yang lebih bernilai tambah (Astuti, 2020).

Ekspor mobil adalah langkah strategis yang dilakukan Suzuki untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing global. Suzuki XL7 telah berhasil menembus lebih dari 25 pasar internasional, termasuk kawasan Asia, Timur Tengah, dan Afrika. Dengan desain yang modern, fitur yang lengkap, serta harga yang kompetitif, XL7 menjadi pilihan menarik di pasar luar negeri. Strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan perusahaan tetapi juga memperkuat citra Suzuki sebagai produsen kendaraan berkualitas global. Keberhasilan ekspor juga mendorong investasi lebih lanjut dalam teknologi dan inovasi, yang pada akhirnya memberikan keuntungan bagi pasar domestik (Soediby, 2023).

c. Teknologi Hybrid Pada Mobil

Teknologi hybrid pada mobil menggabungkan dua sumber tenaga utama, yaitu mesin pembakaran internal (mesin bensin atau diesel) dan motor listrik, untuk meningkatkan efisiensi bahan bakar dan mengurangi emisi gas buang. Sistem ini memungkinkan mobil untuk beroperasi dengan menggunakan kombinasi kedua sumber

daya tersebut, tergantung pada kondisi berkendara. Pada kecepatan rendah atau dalam kondisi stop-and-go, mobil hybrid sering mengandalkan motor listrik untuk mengurangi konsumsi bahan bakar dan emisi. Di jalan raya atau saat membutuhkan tenaga lebih besar, mesin pembakaran internal akan aktif, atau keduanya bisa bekerja bersamaan. Selain itu, sebagian besar mobil hybrid juga dilengkapi dengan sistem regenerative braking, yang memungkinkan motor listrik untuk menghasilkan energi listrik saat pengereman, yang kemudian disimpan dalam baterai untuk digunakan kembali. Keuntungan utama teknologi hybrid adalah pengurangan konsumsi bahan bakar dan emisi karbon, menjadikannya pilihan ramah lingkungan yang semakin populer di pasar global, terutama dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan (Iskandar, 2021).

Teknologi hybrid pada Suzuki XL7 merupakan inovasi penting yang menggabungkan mesin pembakaran internal dengan motor listrik untuk meningkatkan efisiensi bahan bakar dan mengurangi emisi karbon. Teknologi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan serta menyesuaikan dengan regulasi emisi yang semakin ketat, seperti Euro 4. Dengan teknologi hybrid, XL7 tidak hanya lebih hemat energi tetapi juga memberikan pengalaman berkendara yang lebih halus dan nyaman. Suzuki juga melihat teknologi ini sebagai peluang untuk bersaing di segmen kendaraan ramah lingkungan yang terus berkembang pesat, baik di pasar domestik maupun internasional (Hidayat, 2023).

d. Pasar Otomotif

Pasar otomotif merupakan ekosistem kompleks yang melibatkan dinamika permintaan konsumen, persaingan antarprodusen, dan regulasi pemerintah. Di Indonesia, pasar otomotif telah berkembang pesat dengan peningkatan minat terhadap kendaraan SUV, termasuk Suzuki XL7. Tren ini didorong oleh perubahan gaya hidup konsumen yang menginginkan kendaraan serbaguna dengan kenyamanan ekstra. Selain itu, regulasi seperti insentif untuk kendaraan ramah lingkungan turut memengaruhi strategi pemasaran dan inovasi produk. Suzuki memanfaatkan peluang ini dengan mengembangkan varian hybrid XL7, yang tidak hanya menjawab kebutuhan pasar lokal tetapi juga membuka jalan untuk ekspor ke pasar-pasar dengan preferensi serupa (Rhedian, 2023).

e. Relevansi Variabel

Keberhasilan Suzuki XL7 di pasar domestik dan internasional sangat bergantung pada pemahaman mendalam tentang variabel-variabel kunci, seperti impor, ekspor, teknologi hybrid, dan dinamika pasar otomotif. Misalnya, penerapan teknologi hybrid menjadi daya tarik bagi konsumen yang peduli lingkungan, sementara kemampuan ekspor menunjukkan kapasitas Suzuki untuk bersaing di tingkat global. Di sisi lain, impor komponen memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan teknologi terbaru meskipun kapasitas produksi lokal belum mencukupi. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel ini, Suzuki dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

f. Penguatan Strategi

Melalui pendekatan yang holistik, Suzuki mampu memanfaatkan impor untuk memastikan kualitas produknya, sementara ekspor membantu memperluas pasar sekaligus meningkatkan reputasi merek secara global. Teknologi hybrid, sebagai salah satu inovasi utama, menempatkan Suzuki XL7 dalam posisi strategis di tengah meningkatnya preferensi konsumen terhadap kendaraan ramah lingkungan. Di sisi lain, analisis pasar otomotif memberikan wawasan penting bagi Suzuki untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang relevan dengan kebutuhan lokal maupun tren global. Dengan integrasi semua variabel ini, Suzuki XL7 memiliki potensi besar untuk terus tumbuh sebagai pemain utama dalam industri otomotif, baik di Indonesia maupun di pasar internasional (Mega, Nanda & Azwar, 2023).

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka dengan meninjau literatur yang relevan dari lima tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pengumpulan data yang bersumber dari pustaka. Menurut Sugiyono (2013), studi literatur mencakup aktivitas membaca, mencatat, dan mengolah bahan dari sumber pustaka, tanpa perlu pengambilan data lapangan. Data yang diperoleh melalui literatur ini berperan sebagai dasar untuk menganalisis dan membahas topik penelitian yang relevan (Sugiyono, 2013). Penelusuran literatur dilakukan melalui database seperti Google Scholar dengan fokus pada artikel yang berkaitan dengan impor mobil Suzuki XL7. Literatur yang dipilih meliputi artikel dari industri otomotif Suzuki. Artikel-artikel tersebut dianalisis berdasarkan relevansi dengan topik, metode penelitian yang digunakan, dan hasil yang diperoleh.

4. PEMBAHASAN

Dampak Teknologi Hybrid pada Daya Tarik dan Penjualan Suzuki

Penerapan teknologi hybrid pada Suzuki XL7, yang diperkenalkan pada tahun 2023, membawa dampak signifikan terhadap daya tarik produk dan penjualannya, baik di pasar domestik maupun internasional. Teknologi hybrid memungkinkan mobil ini menggabungkan mesin pembakaran internal dengan motor listrik, yang meningkatkan efisiensi bahan bakar dan mengurangi emisi gas buang. Hal ini menjadikannya pilihan menarik bagi konsumen yang semakin peduli dengan isu lingkungan dan peraturan pemerintah yang semakin ketat terkait emisi kendaraan. Dalam konteks pasar domestik, teknologi hybrid XL7 menarik perhatian konsumen yang ingin memiliki kendaraan dengan biaya operasional lebih rendah serta kontribusi positif terhadap lingkungan. Selain itu, konsumen Indonesia semakin cenderung memilih kendaraan dengan teknologi ramah lingkungan mengingat adanya insentif pajak dan program pemerintah yang mendukung kendaraan rendah emisi. Di pasar internasional, teknologi hybrid juga menjadi salah satu keunggulan kompetitif, terutama di pasar yang semakin memprioritaskan kendaraan beremisi rendah, seperti Eropa dan Amerika Utara. Dampaknya terhadap penjualan sangat positif, dengan banyak konsumen yang beralih ke varian hybrid karena mempertimbangkan biaya bahan bakar yang lebih hemat dan kemudahan dalam memenuhi regulasi emisi yang semakin ketat (Ferdian & Sari, 2024; Friska & Fathoni, 2020).

Tantangan Pasar dalam Mempertahankan Pangsa Pasar Suzuki

Meskipun Suzuki XL7 telah berhasil menarik perhatian banyak konsumen, perusahaan menghadapi beberapa tantangan besar dalam mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu tantangan terbesar adalah kompetisi yang datang dari merek-merek besar seperti Toyota dan Honda, yang juga menawarkan model SUV dengan fitur serupa. Toyota dengan model Fortuner dan Honda dengan CR-V, misalnya, memiliki basis pelanggan yang besar dan kuat, serta jaringan distribusi yang luas, baik di pasar domestik maupun internasional. Persaingan harga dan inovasi produk juga semakin intens, dengan merek-merek pesaing terus meningkatkan kualitas dan menambahkan fitur baru pada kendaraan mereka. Selain itu, perubahan preferensi konsumen yang semakin mengarah pada kendaraan dengan teknologi lebih canggih, seperti mobil listrik (EV), memaksa Suzuki untuk beradaptasi dengan tren baru ini. Meski teknologi hybrid menjadi langkah yang baik untuk merespons permintaan kendaraan ramah lingkungan, Suzuki harus terus berinovasi dan menjaga kualitas produk agar tidak kehilangan konsumen, terutama di pasar yang semakin mengutamakan efisiensi energi dan

keberlanjutan lingkungan. Tekanan dari persaingan ini mendorong Suzuki untuk lebih agresif dalam pemasaran, inovasi produk, serta meningkatkan kualitas layanan purna jual untuk menjaga loyalitas pelanggan (Friska & Fathoni, 2020; Hidayat, 2023; Soedibyo, 2021).

Regulasi Pemerintah dan Pengaruhnya Terhadap Produksi dan Distribusi Suzuki XL7

Regulasi pemerintah yang mengatur emisi kendaraan dan kebijakan terkait kendaraan ramah lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap produksi dan distribusi Suzuki XL7. Di Indonesia, pemerintah telah memperkenalkan kebijakan yang mendukung adopsi kendaraan ramah lingkungan, seperti insentif pajak untuk kendaraan dengan emisi rendah dan program pengurangan emisi karbon. Kebijakan ini mendorong produsen untuk berinovasi dan mengembangkan kendaraan yang lebih ramah lingkungan, termasuk varian hybrid seperti XL7. Hal ini memberikan keuntungan bagi Suzuki, karena teknologi hybrid pada XL7 dapat memenuhi kebutuhan pasar yang semakin mengutamakan efisiensi bahan bakar dan rendahnya emisi. Di pasar internasional, regulasi yang lebih ketat tentang emisi di Eropa dan Amerika Utara mendorong Suzuki untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi varian hybrid XL7. Negara-negara ini memberlakukan standar emisi yang lebih ketat, yang mengharuskan produsen mobil untuk menawarkan kendaraan yang lebih ramah lingkungan agar dapat memenuhi persyaratan pasar. Suzuki harus terus menyesuaikan produk dan strategi distribusinya agar tetap dapat bersaing di pasar internasional yang sangat memperhatikan aspek keberlanjutan. Selain itu, regulasi terkait subsidi dan insentif untuk kendaraan ramah lingkungan di beberapa negara juga turut memengaruhi keputusan distribusi dan penetapan harga XL7 di pasar-pasar tersebut (Suzuki, 2020, 2023).

Studi Kasus dan Cara Mengatasinya: Peluncuran XL7 Hybrid pada Tahun 2023

Peluncuran Suzuki XL7 Hybrid pada tahun 2023 merupakan langkah strategis PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) untuk merespons permintaan pasar akan kendaraan yang lebih ramah lingkungan. Namun, meskipun XL7 Hybrid mendapat sambutan positif dari konsumen, peluncurannya tidak lepas dari tantangan yang cukup signifikan dalam hal memenuhi target produksi dan ekspor yang telah ditetapkan. Tantangan pertama yang dihadapi adalah tekanan pada kapasitas produksi, di mana permintaan akan varian hybrid jauh lebih tinggi daripada yang diperkirakan sebelumnya. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman unit ke dealer-dealer lokal, serta keterbatasan pasokan untuk pasar ekspor, terutama di negara-negara yang sudah memiliki regulasi ketat

mengenai emisi kendaraan. Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah ketidakpastian dalam rantai pasokan global. Meskipun Suzuki memiliki pemasok komponen yang beragam, pasokan komponen kunci untuk sistem hybrid seperti baterai dan motor listrik sangat bergantung pada pemasok luar negeri yang terpengaruh oleh kondisi ekonomi global, termasuk lonjakan harga bahan baku dan gangguan produksi akibat kebijakan lockdown di beberapa negara. Permasalahan ini juga diperburuk oleh ketidakstabilan mata uang yang memengaruhi biaya impor komponen dan daya saing harga kendaraan di pasar internasional (Soediby, 2023; Suzuki, 2023).

Untuk mengatasi tantangan ini, PT SIS mengimplementasikan sejumlah solusi strategis. Salah satu solusi utama yang diambil adalah dengan meningkatkan kapasitas produksi melalui investasi dalam fasilitas pabrik dan mesin yang lebih efisien. PT SIS menggandeng mitra lokal dan internasional untuk memperluas pasokan komponen penting, termasuk baterai lithium-ion dan motor listrik, yang digunakan dalam varian hybrid. Untuk mempercepat proses produksi, perusahaan juga melakukan optimalisasi lini produksi dengan menerapkan sistem produksi yang lebih fleksibel dan mengurangi lead time. Melalui langkah ini, PT SIS berhasil meningkatkan volume produksi XL7 Hybrid untuk memenuhi permintaan baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, PT SIS memperkuat jaringan distribusinya dengan meningkatkan kerja sama dengan dealer-dealer resmi, serta memperluas jaringan distribusi untuk mencakup lebih banyak daerah di Indonesia dan pasar internasional. Penguatan distribusi dilakukan dengan menambah jumlah dealer dan pusat layanan purna jual di berbagai wilayah strategis, serta memanfaatkan saluran distribusi digital yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pemesanan dan memperoleh informasi secara lebih efisien. Hal ini tidak hanya memastikan ketersediaan stok yang memadai, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Suzuki di pasar internasional (Rayanti, 2024; Soediby, 2023; Suzuki, 2023).

Sebagai langkah proaktif lainnya, PT SIS memperkenalkan program insentif dan promosi untuk menarik lebih banyak konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional. Program tersebut mencakup diskon khusus untuk model hybrid, insentif pajak, serta penawaran paket servis yang menarik bagi pembeli pertama kali. Selain itu, untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar SUV, PT SIS juga memperkenalkan fitur-fitur tambahan yang lebih canggih pada XL7 Hybrid, seperti sistem infotainment yang lebih modern, fitur keselamatan canggih, dan desain eksterior yang lebih menarik. Langkah-langkah ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik XL7 Hybrid, serta

memperkuat posisinya di pasar otomotif global. Dengan solusi-solusi tersebut, PT SIS berhasil mengatasi tantangan yang dihadapi selama peluncuran XL7 Hybrid dan meraih keberhasilan dalam mencapai target produksi dan ekspor. Ke depannya, perusahaan berencana untuk terus mengembangkan varian hybrid dan kendaraan ramah lingkungan lainnya guna memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, sekaligus memperkuat posisinya sebagai pemain utama dalam industri otomotif global (Soediby, 2023; Suzuki, 2020, 2023).

5. SIMPULAN

Suzuki XL7 telah menunjukkan potensi besar sebagai salah satu SUV unggulan di Indonesia dengan inovasi teknologi hybrid yang diperkenalkan baru-baru ini. Meskipun menghadapi tantangan dari kompetitor dan regulasi pemerintah, strategi pemasaran yang tepat serta pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar dapat membantu PT SIS mempertahankan posisinya di industri otomotif global. Keberhasilan ekspor XL7 ke berbagai negara juga menunjukkan bahwa produk lokal dapat bersaing di pasar internasional dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. P. (2020). Manfaat ekspor dan impor di Indonesia. Alprin.
- CarDekho. (2024). Mobil Suzuki XL7 2024. Oto.Com. <https://www.oto.com/mobil-baru/suzuki/xl7>
- Ferdian, A., & Sari, J. P. . (2024). Ada XL7 dan Grand Vitara, Penjualan Mobil Hybrid Suzuki Naik Drastis. Kompas.Com. <https://otomotif.kompas.com/read/2024/01/24/160100415/ada-xl7-dan-grand-vitara-penjualan-mobil-hybrid-suzuki-naik-drastis>
- Friska, A., & Fathoni, M. (2020). KONTRIBUSI JEPANG DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN MELALUI SEKTOR INDUSTRI OTOMOTIF (STUDI KASUS: INDUSTRI MOBIL TOYOTA JEPANG 2012-2018): Array. Jurnal Sosial Politik Peradaban (JSPP), 1(2), 47–55.
- Hidayat, H. (2023, July 23). Penjualan Suzuki Juni 2023 Meningkatkan Berkat XL7 Hybrid. Dkatadata.Co.Id. <https://otomotif.katadata.co.id/mobil/penjualan-suzuki-juni-2023-meningkat-berkat-xl7-hybrid-6301>
- Iskandar, H. (2021). Studi analisis perkembangan teknologi kendaraan listrik hibrida. Journal of Automotive Technology Vocational Education, 2(1), 31–44.
- Leksana, A. (2020). Intip Spesifikasi Suzuki XL7 yang Segera Dipasarkan di Indonesia. Oto.Com. <https://www.oto.com/berita-mobil/intip-spesifikasi-suzuki-xl7-yang-segera-dipasarkan-di-indonesia>

- Mega, Nanda, A., & Azwar, F. (2023, September 26). XL7 Hybrid Dongkrak Penjualan Suzuki. Kompas.Com. https://otomotif.kompas.com/read/2023/09/26/150100115/xl7-hybrid-dongkrak-penjualan-suzuki#google_vignette
- Rayanti, D. (2024). Tak Cuma di Indonesia, Suzuki Jepang Juga Impor Mobil dari India. Detikoto. <https://oto.detik.com/mobil/d-7603009/tak-cuma-di-indonesia-suzuki-jepang-juga-impor-mobil-dari-india>
- Rhedian, R. (2023, July 17). Penjualan Mobil Suzuki XL7 Naik 24 Persen, Didominasi Varian Hybrid. Tempo.Co. <https://otomotif.tempo.co/read/1748926/penjualan-mobil-suzuki-xl7-naik-24-persen-didominasi-varian-hybrid>
- Soediby, J. Y. (2021). Suzuki XL7 dan Ertiga Hybrid Bakal Dijual di Indonesia, Ada Tapinya! Suzuki.Co.Id. <https://www.100kpj.com/mobil/14176-suzuki-xl7-dan-ertiga-hybrid-bakal-dijual-di-indonesia-ada-tapinya>
- Soediby, J. Y. (2023). Suzuki XL7 Hybrid Buatan Indonesia Siap Ekspor ke 25 Negara. 100kpj.Com. <https://www.100kpj.com/mobil/19524-suzuki-xl7-hybrid-buatan-indonesia-siap-ekspor-ke-25-negara>
- Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & DKUANTITATIF (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Suzuki. (2020). PELUNCURAN GLOBAL SUZUKI XL7 DI INDONESIA. Suzuki.Co.Id. <https://www.suzuki.co.id/news/peluncuran-global-suzuki-xl7-di-indonesia>
- Suzuki. (2023). PRODUK LOKAL YANG MENDUNIA, SUZUKI OPTIMIS NEW XL7 HYBRID AKAN JADI PRIMADONA BARU BAGI EKSPOR MOBIL. Suzuki.Co.Id. <https://www.suzuki.co.id/news/produk-lokal-yang-mendunia-suzuki-optimis-new-xl7-hybrid-akan-jadi-primadona-baru-bagi-ekspor-mobil>