

Republika, Senin, 27 Juni 2005

Reposisi Kebijakan Teknologi Nasional

Poempida Hidayatulloh

Doktor dari Imperial College of Science, Technology and Medicine,
London, Pengusaha, dan Wakil Bendahara DPP Partai Golkar

Sudah sepuluh tahun pemerintah Malaysia memberikan dukungan bagi balapan Formula One (F1). Kebesertaan tersebut dimulai dengan kemitraan Petronas, perusahaan minyak nasional Malaysia, Tim F1 Sauber. Petronas membeli mesin F1 dari tim Ferrari yang kemudian di *re-badge* dengan nama Petronas dan kemudian dipasang di mobil balap buatan Sauber. Kemudian tim tersebut tersohor menjadi Tim Sauber-Petronas. Hal ini mereka terus lakukan sampai sekarang.

Di pertengahan dekade 90-an, pemerintah Malaysia sendiri pernah menjadi sponsor dari Tim Stewart-Ford. Alhasil, nama Malaysia yang terpampang di mobil Stewart-Ford, sangat melekat dan identik dengan F1. Barulah kemudian di akhir dekade 90-an Malaysia mulai membangun Sirkuit Sepang dan menggelar ajang balapan jet darat itu di belahan timur dunia, kedua setelah Australia. Pada saat itu, Sepang dianggap sirkuit terancang di bandingkan sirkuit-sirkuit lainnya. Sampai saat ini pun Sirkuit Sepang tetap dianggap sirkuit yang ideal untuk ajang atraksi F1.

Evolusi peran-serta pemerintah Malaysia dalam urusan F1 ini juga ditopang dengan penekanan pembangunan di sektor industri kendaraan bermotor. Dengan *positioning* yang tepat, industri otomotif Malaysia telah tumbuh dengan pesat, tidak hanya untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri, tetapi juga untuk kebutuhan ekspor. Di Eropa, khususnya di Inggris, produk kendaraan Malaysia, Proton, banyak diminati. Awal suksesnya Proton kemudian diikuti dengan Perodua dan sekarang Petronas telah mempunyai produk motor balap dan Gokart yang bisa diandalkan. Hal ini pun menimbulkan *multiplier effects* di mana para pengusaha lokal yang bergerak di bidang industri pendukung otomotif tumbuh dengan suburnya. Kesan yang diperoleh, Malaysia telah mampu menjadi negara Industri Automotif yang maju.

Bukan kebetulan

Cerita sukses negeri jiran, bukan suatu kejadian yang kebetulan saja terjadi. Hal tersebut merupakan suatu sinergi dari berbagai macam proses yang pada akhirnya dapat memobilisasi semua elemen terkait untuk dapat membangun suatu industri di bidang automotif. Awal daripada sukses tersebut tentunya dimulai dengan *positioning* yang tepat. Tanpa F1, mungkin persepsi bahwa Malaysia telah menguasai teknologi otomotif tidak terbentuk.

Berbeda dengan India dengan industri otomotifnya yang cukup maju tidak mendapatkan persepsi yang sama dengan Malaysia. Persepsi ini menjadi sangat penting karena jika kita mengacu kepada pasar, maka persepsi yang baik akan senantiasa mempunyai nilai jual yang tinggi. Tentunya hal itu dapat dimanfaatkan dalam berbagai macam hal. Intinya, persepsi yang baik membawa kredibilitas yang sulit diukur dengan suatu nilai tukar (*intangible asset*).

Di Indonesia, industri otomotif tidak menjadi tolok ukur (*bench mark*) dari proses industrialisasi nasional. Padahal, pasar domestik untuk produk tersebut sangat terbuka lebar. Kandungan lokal dari

produk otomotif yang berada di pasar domestik masih perlu ditingkatkan lebih jauh. Pada zaman Orde Baru telah dicoba pendekatan pembangunan teknologi nasional dengan menjadikan industri penerbangan sebagai pionir. Tetapi implementasi yang diterapkan tidak mengacu kepada pasar. Pendekatan yang dilakukan lebih cenderung menggunakan kekuasaan dan lobi. Sehingga sumber daya nasional yang ada terserap menjadi suatu investasi yang besar di bidang tersebut. Fatalnya, produk yang dihasilkan dari industri tersebut kurang laris di pasaran. Sehingga semua harapan pun sirna, tinggal kenangan belaka.

Penulis berpendapat bahwa pemerintah Indonesia sangat perlu memikirkan kembali dan menciptakan simbol-simbol pembaharuan dan inovasi dalam hal teknologi. Tidak mesti merupakan suatu program pemerintah yang dipaksakan dari atas ke bawah. Tetapi dalam hal ini pemerintah dapat memberikan berbagai macam fasilitas dan stimulus untuk tumbuh subur dan berkembangnya suatu teknologi yang dapat dijadikan tumpuan harapan dan kebanggaan nasional. Contoh sederhananya adalah industri telepon genggam di Finlandia yang dimulai dengan industri rakyat yang kemudian muncul menjadi salah satu *leading product* di bursa telepon genggam dunia dengan merek Ericsson. Dalam hal ini jelas pemerintah Finlandia sebagai pembuat kebijakan, memberikan strategi dan arahan bagi pertumbuhan suatu teknologi yang kemudian menjadi suatu ciri dan kebanggaan nasional mereka.

N250 dan kebijakan teknologi nasional

Sangatlah sulit bagi kita untuk dapat mengkategorikan posisi kita dalam hal implementasi teknologi pada saat ini. Jika dianggap negara agraris, produk sektor pertanian kita belum mencukupi kebutuhan domestik dan masih cenderung menggunakan pendekatan teknologi klasik. Di bidang industri, sangat terasa kurangnya riset dan pengembangan yang aplikatif, sehingga laju inovasi baru di sektor tersebut pun tidak seperti yang diharapkan. Hal ini membuat persepsi dunia akan kemajuan teknologi di republik ini masih terbelakang.

Negara-negara maju selalu berorientasi pada pasar dalam hal pengembangan teknologi di berbagai bidang. Sederhananya, teknologi secanggih apa pun jika tidak dapat dimanfaatkan oleh rakyat banyak tentunya hanya akan merupakan suatu penemuan di bidang ilmu pengetahuan. Dengan besarnya jumlah penduduk dan luasnya wilayah Indonesia, tidak diragukan lagi bahwa Indonesia mempunyai potensi pasar yang sangat besar untuk implementasi teknologi di sektor apa pun. Namun demikian diperlukan *positioning* yang tepat untuk dapat mengembangkan dan memanfaatkan suatu teknologi yang tepat secara optimal. Hal ini dikarenakan pendayagunaan suatu teknologi apa pun akan memerlukan kapital. Semakin besar skala pendayagunaan teknologi tersebut semakin besar kapital yang diperlukan dan dengan demikian semakin besar resiko yang terkait dengan kegiatan tersebut.

Kita semua tahu bahwa keadaan keuangan negara kita belum sehat. Lalu apakah pengembangan teknologi harus menjadi prioritas terakhir? Penulis sangat bergembira dengan rencana dihidupkannya kembali proyek pesawat N250 di PT Dirgantara Indonesia (PT DI). Dengan *positioning* yang baru tanpa memakai teknologi *fly by wire* yang sangat mahal, merupakan langkah yang tepat. Hal ini menunjukkan PT DI telah mempunyai suatu upaya yang mengacu ke pada pasar. Sederhananya, jika ongkos produksi murah, maka harga jual produk, dalam hal ini pesawat N250 akan menjadi kompetitif. Dan jika memang pasar bisa menerima pesawat tersebut dengan harga yang kompetitif, maka versi *upgrade* yang menggunakan teknologi *fly by wire* dapat kemudian dipertimbangkan untuk ditawarkan.

Strategi *positioning* PT DI yang baik belum tentu menjadi strategi yang jitu. Mengapa demikian? Dengan mencopot teknologi *fly by wire* memberikan persepsi adanya proses *downgrade* dari desain awal yang agak dipaksakan. Hal ini tentunya akan menimbulkan berbagai pertanyaan konsumen,

terutama dalam hal kenyamanan dan keselamatan terbang. Dalam hal ini, PTDI membutuhkan suatu program sosialisasi yang intensif dengan konsumen. Selain itu, dengan semakin murahny harga tiket domestik, dan semakin dahsyatnya persaingan antara maskapai penerbangan lokal, maka PT DI perlu mengkaji secara seksama *life cycle cost* dari pesawat N250. Walaupun harga jual produk tersebut murah, jika biaya pemeliharannya mahal maka hal tersebut akan menjadi poin minus.

Penulis berpendapat, pemerintah perlu mendukung dihidupkannya kembali proyek N250 ini. Tentunya dengan beberapa catatan, yaitu: program tersebut harus memberikan *multiplier effects* untuk perekonomian nasional, terutama di bidang industri dan perhubungan. Pemerintah hanya berperan sebagai fasilitator dan tidak menjadikan proyek tersebut anak emas sehingga proyek tersebut menjadi proyek yang *self-sustained* dan bukan proyek mercusuar. Dan yang terakhir, proyek tersebut harus dapat menjadi *leader* dari bangkitnya inovasi teknologi Indonesia.

Penulis pun berharap agar pengembangan teknologi nasional yang tepat dan strategi *positioning* yang jitu dapat membangkitkan kepercayaan diri dan martabat bangsa Indonesia terutama generasi mudanya. Lebih dari itu kita dapat berharap agar dunia tidak memandang sebelah mata kepada kompetensi nasional bangsa Indonesia. Penulis optimistis bahwa dengan semangat kebersamaan, idealisme, profesionalisme, kejujuran dan kerja keras, bangsa Indonesia akan dapat menjadi suatu bangsa dengan daya saing, kompeten, dan bermartabat tinggi melalui suatu proses pengembangan teknologi nasional yang terintegrasi dengan baik.

()