

Konferensi pers tahunan 2018 di Jakarta **Bosch catat pertumbuhan dua digit di Indonesia** Ekspansi jejak lokal, produk, dan portofolio layanan

18 Jul 2018
C/CCR-AS

- ▶ Pertumbuhan penjualan yang kuat di seluruh sektor bisnis
- ▶ Penjualan di Indonesia mencapai 1,6 triliun rupiah (104 juta euro)
- ▶ Pertumbuhan penjualan sebesar 28 persen dibandingkan tahun sebelumnya
- ▶ Ekspansi lokal dari segi jangkauan geografis dan digital
- ▶ Bosch lanjutkan advokasi untuk mewujudkan kendaraan dan jalan Indonesia yang lebih aman

Jakarta – Bosch, perusahaan penyedia layanan dan teknologi global terkemuka di dunia, mengakhiri tahun fiskal 2017 dengan nilai penjualan sekitar 1,6 triliun rupiah (104 juta euro) di Indonesia – atau mencatat pertumbuhan dua digit sebesar 28 persen dibandingkan tahun sebelumnya. “Pada tahun 2017, kami memperoleh pencapaian besar dengan memperkuat struktur organisasi perusahaan, memperluas saluran distribusi dan menyelesaikan berbagai proyek penting. Langkah-langkah ini mendorong peningkatan keuntungan kami secara keseluruhan,” kata Andrew Powell, managing director Bosch di Indonesia. Saat ini, Bosch mempekerjakan sekitar 230 karyawan yang diharapkan akan terus tumbuh di tahun-tahun mendatang.

Perluasan jangkauan geografis dan portofolio produk

Pertumbuhan ekonomi yang kuat di Indonesia diperkirakan terus berlanjut dan menghadirkan banyak peluang bagi Bosch, yang ditopang oleh perkembangan sektor otomotif, infrastruktur dan proyek komersial di Tanah Air. “Kami menggiatkan upaya-upaya untuk memperluas jangkauan geografis serta portofolio produk dan layanan perusahaan kami. Upaya ini memungkinkan kami untuk memasuki segmen pasar baru, sejalan dengan peningkatan perekonomian negara serta bertambahnya permintaan terhadap teknologi terdepan yang memudahkan kehidupan sehari-hari,” papar Powell. Pada tahun 2018, Bosch menjajaki Makassar, Palembang, dan Jayapura sebagai lokasi kantor-kantor cabang barunya. Ketiga kota tersebut membuka akses lebih besar ke segmen pasar yang menjanjikan, antara lain pertanian, infrastruktur dan pertambangan – yang merupakan industri penting bagi Bosch. Penjualan secara *online* menjadi faktor penting bagi pertumbuhan perusahaan. Bosch menghadirkan gerai-gerai

online di berbagai platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia, antara lain Lazada, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli, JD.id, dan iLotte.

Menggiatkan kemampuan otomotif dan upaya lokalisasi

Indonesia menjadi [pasar penjualan mobil terbesar di Asia Tenggara](#); sekitar sepertiga dari total penjualan mobil per tahun di kawasan ASEAN berasal dari Indonesia. Sementara, berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor di Indonesia mencapai [5,88 juta unit](#) selama 2017 saja – terbesar di Asia Tenggara (dan ketiga tertinggi di dunia). Mengimbangi industri otomotif yang berkembang pesat di Tanah Air, Bosch berfokus pada upaya lokalisasi untuk beragam produk dan komponen otomotifnya. Pada April 2018, Bosch memproduksi unit kontrol elektronik (ECU) berlabel “Made in Indonesia” perdananya di fasilitas *powertrain* milik perusahaan di Cikarang, Jawa Barat. Pada Oktober 2017, Bosch mendapatkan hak penggunaan lahan di Cikarang untuk pengembangan jejak lokal yang potensial di masa depan.

Advokasi berkelanjutan untuk keselamatan kendaraan dan jalan

Bosch terus berfokus pada pengembangan dan penyebarluasan solusi pintar yang dirancang untuk meningkatkan keselamatan dan kenyamanan kendaraan di Indonesia. Upaya ini sejalan dengan tujuan pemerintah untuk mengurangi angka kecelakaan lalu lintas di Tanah Air. Pada Maret 2018, Bosch menandatangani Nota Kesepahaman (MoU) dengan Kementerian Perhubungan untuk melakukan rangkaian aktivitas bersama guna menumbuhkan kesadaran tentang keselamatan jalan serta berbagi praktik terbaik terkait teknologi kendaraan yang berkeselamatan. Selanjutnya Bosch membagikan hasil kolaborasi penelitian antara Bosch Accident Research dan Universitas Indonesia. Studi tersebut menganalisis situasi lalu lintas jalan saat ini, khususnya kecelakaan sepeda motor, untuk membantu mengidentifikasi tindakan penanggulangan yang efektif. Studi tersebut menunjukkan bahwa 76 persen kecelakaan yang melibatkan sepeda motor berkaitan dengan sistem pengereman – yang sebenarnya dapat dihindari apabila kendaraan roda dua dilengkapi dengan ABS. Bosch mengembangkan solusi untuk semua skenario kecelakaan demi menghilangkan sepenuhnya risiko kecelakaan fatal di seluruh dunia.

Perkembangan positif di seluruh sektor bisnis Bosch

Pada tahun fiskal 2017, pendapatan penjualan untuk Bosch di Indonesia meningkat di keempat sektor bisnisnya. Sektor bisnis Mobility Solutions membukukan pertumbuhan dua digit sepanjang 2017. Peningkatan ini didukung oleh ekspansi pasar kendaraan roda dua di Indonesia serta pertumbuhan divisi Automotive Aftermarket. Pengenalan iBooster - penguat rem elektromekanis

tanpa vakum untuk semua konsep *powertrain* - juga berkontribusi terhadap keberhasilan sektor bisnis tersebut. Penjualan sektor bisnis Consumer Goods serta Energy and Building Technology tumbuh sejalan dengan pertumbuhan pasar, didukung oleh penyelesaian proyek hunian kelas atas dan proyek-proyek utama pada 2017, seperti peralatan rumah tangga untuk Pondok Indah Residence, sistem multimedia DCN untuk Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia, serta solusi pengawasan video (CCTV) untuk Bank Mandiri. Sektor bisnis Industrial Technology menaruh fokus yang kuat pada otomatisasi pabrik dan manufaktur tingkat lanjut. Peluncuran peta jalan "[Menjadikan Indonesia 4.0](#)" baru-baru ini oleh Pemerintah Indonesia akan meningkatkan permintaan terhadap solusi pabrik yang saling terhubung dan proses manufaktur terotomatisasi.

Sebagai bagian dari komitmen perusahaan terhadap lingkungan sosial yang sehat, Bosch akan melanjutkan aktivitas sosialnya dengan mendukung biaya pemeliharaan Panti Asuhan Bersinar—yang telah dimulai sejak 2015, dan sedang menyiapkan proyek CSR lain di Papua pada 2018 ini.

Group Bosch: Strategi global dan prospek bisnis 2018

Bosch menargetkan pertumbuhan lebih lanjut pada 2018, meskipun di tengah iklim ekonomi yang sulit. Setelah mencapai rekor pendapatan pada 2017 serta mempertimbangkan risiko ekonomi maupun geopolitik, Grup Bosch mengharapkan pendapatan penjualannya tumbuh 2 hingga 3 persen di 2018. Dalam tiga bulan pertama, pendapatan penjualan perusahaan sudah setara dengan capaian atas periode yang sama di tahun sebelumnya, bahkan lebih tinggi sekitar 5 persen bila disesuaikan efek nilai tukar. "Perusahaan kami unggul dalam hal menggabungkan keahlian di bidang konektivitas yang komprehensif dengan pengetahuan yang luas mengenai produk dan industri. Ini adalah proposisi penjualan yang unik dari Group Bosch," ujar CEO Bosch, Dr. Volkmar Denner, saat berbicara di konferensi pers tahunan di Renningen.

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi::

Shinta Maryke

Manager, Corporate Communications Indonesia

shinta.maryke@id.bosch.com

+62 21 3005 5890

Tentang Bosch di Indonesia

Bosch telah hadir di Indonesia sejak 1919. Pada Mei 2008, Grup Bosch mendirikan anak usahanya, PT Robert Bosch, di Jakarta dengan lokasi kantor cabang di Surabaya, Medan, Balikpapan, Semarang dan Bali. Pada 2017, Bosch mencatatkan penjualan terkonsolidasi sebesar 1,6 triliun rupiah (104 juta euro). Di Indonesia, perusahaan mempekerjakan sekitar 230 karyawan. Bosch di Indonesia menyediakan berbagai macam produk dan solusi teknologi termasuk komponen, alat diagnostik dan perlengkapan otomotif, solusi hidrolik drive and control, peralatan rumah tangga, power tools, teknologi bangunan, serta solusi pemanasan.

Informasi lebih lanjut dapat diakses melalui www.bosch.co.id, www.mendukung.bosch.co.id dan <https://www.facebook.com/BoschID>.

Tentang Group Bosch

Grup Bosch merupakan penyedia layanan dan teknologi global terkemuka dan mempekerjakan sekitar 402.000 karyawan di seluruh dunia (per 31 Desember 2017). Perusahaan telah menghasilkan penjualan 78,1 miliar euro sepanjang 2017. Operasional perusahaan dibagi menjadi empat sektor bisnis: Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods, dan Energy and Building Technology. Sebagai pemimpin di bidang IoT, Bosch menghadirkan solusi inovatif untuk rumah pintar, kota pintar, mobilitas terkoneksi, dan industri terkoneksi. Bosch memanfaatkan keahlian dalam teknologi sensor, perangkat lunak, dan pelayanan, serta cloud IoT-nya sendiri, untuk menawarkan solusi terkoneksi lintas domain dari sumber tunggal kepada para pelanggannya. Tujuan strategis Grup Bosch adalah menciptakan solusi bagi kehidupan terkoneksi, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di seluruh dunia dengan menyediakan beragam produk dan layanan yang inovatif dan memicu antusiasme. Singkatnya, Bosch menciptakan teknologi yang "Invented for Life". Grup Bosch terdiri atas Robert Bosch GmbH serta lebih dari 440 anak usaha dan perusahaan-perusahaan tingkat regional di 60 negara. Dengan memperhitungkan seluruh rekanan bisnis dan penjualan, kegiatan manufaktur, permesinan, dan jaringan penjualan global Bosch mencakup hampir seluruh negara di dunia. Kekuatan inovatif perusahaan menjadi dasar pertumbuhan Bosch selanjutnya. Bosch mempekerjakan 64.500 karyawan untuk penelitian dan pengembangan yang tersebar di 125 lokasi di seluruh dunia.

Informasi lebih lanjut dapat diakses melalui www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.boschpress.com, www.twitter.com/BoschPresse.