

Kami berharap tahun ini porsi penjualan ekspor naik menjadi 13% dari pendapatan.

**Marco Hardy, Manager Keuangan PT Fajar Surya Wisesa Tbk**

# Mitra Pinastika Yakin Tumbuh 20% di 2014

Perusahaan membangun 14 diler penjualan Nissan

**Francisca Bertha Vistika, Herlina Kartika Dewi**

JAKARTA. Pasar otomotif diprediksi bakal stagnan pada tahun depan. Meski begitu, PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk tetap yakin pendapatannya bisa tumbuh positif.

Zahnia, *Head of Corporate Legal, Corporate Secretary and Communication* PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk menuturkan, tahun depan perusahaan memasang target pertumbuhan pendapatan sekitar 20% -25% dari realisasi pendapatan tahun ini. "Faktor pendukungnya adalah pertumbuhan di seluruh pilar bisnis perusahaan," ujarnya Rabu (18/12).

Catatan saja, perusahaan berkode emiten MPMX ini optimistis bisa mencapai target pendapatan tahun ini sebesar Rp 13,3 triliun. Keyakinan ini didorong oleh pesatnya pertumbuhan penjualan sepeda motor perusahaan. Hingga Oktober 2013, MPMX mampu

melego 753.608 unit sepeda motor, melonjak 26% dibanding periode yang sama 2012.

Dengan asumsi ini, artinya tahun 2014 Mitra Pinasthika Mustika (MPM) menargetkan bisa meraup pendapatan sekitar Rp 15,96 triliun - Rp 16,62 triliun.

Zahnia bilang, untuk tahun depan, perusahaan mengandalkan seluruh lini bisnisnya untuk mendorong pertumbuhan yakni bisnis distribusi sepeda motor Honda, bisnis penjualan pelumas Federal Oil, bisnis penyewaan kendaraan melalui MPM Rent, dan bisnis jasa keuangan melalui MPM finance dan MPM insurance. Baru-baru ini MPMX juga mulai terjun ke bisnis distribusi kendaraan roda empat melalui MPM Auto untuk mendistribusikan Nissan Datsun di pasar domestik.

### Bangun 14 diler

Untuk mengembangkan bisnis distribusi kendaraan

roda empat, Mitra Pinasthika mengubah alokasi penggunaan dana hasil penawaran umum (IPO) MPMX sebesar 13% untuk membangun fasilitas dealership. Sebelumnya, dana tersebut akan digunakan untuk ekspansi bisnis asuransi MPMX sebesar 7% dan modal kerja bisnis ritel sepeda motor sebesar 6%.

Catatan saja, pada akhir Mei 2013 perusahaan berhasil meraup dana segar Rp 1,45 triliun dalam penawaran saham perdana. Artinya, dana investasi yang dialokasikan untuk membangun fasilitas dealership sekitar 188,5 miliar.

Zahnia bilang, pada tahun 2014 MPMX akan membangun 14 diler untuk melayani penjualan dan layanan purna jual Nissan dan Datsun. Sayangnya, Zania masih enggan membeberkan berapa nilai investasi yang akan digelontorkan perusahaan untuk membangun diler ini.

Sementara itu, perusahaan juga akan terus mengembangkan bisnis penyewaan kendaraannya. Tahun depan, kata Zahnia MPMX akan menambah jumlah armada sewanya. Tahun ini, MPMX menargetkan bisa memiliki 14.300 unit armada. Hingga Oktober 2013, jumlah kendaraan sewa MPMX mencapai 13.339 unit. "Tahun depan kami akan menambah beberapa ribu kendaraan lagi," ujarnya.

### Lemari Es Pintar



Perakitan lemari es di pabrik LG, Legok, Tangerang, Kamis (19/12). PT LG Electronics Indonesia (LG) akan fokus menjual lemari es pintar pada 2014. Pertumbuhan lemari es pintar yang hingga saat ini mencapai 12% membuat vendor elektronik asal Korea Selatan ini menargetkan penjualan hingga tiga kali lipat tahun depan.

TRIBUNNEWS/Herudin

### MANUFAKTUR

## Rupiah Jeblok, Fajar Wisesa Genjot Ekspor

JAKARTA. Produsen kertas PT Fajar Surya Wisesa Tbk berencana mendongkrak penjualan ekspor. Tahun ini, perusahaan tersebut berharap ekspor kertas bisa menyumbang sekitar 13% total penjualannya tahun ini. Tahun-tahun sebelumnya, penghasilan dari ekspor kertas menyumbang sekitar 6%-10% dari total pendapatan Fajar Wisesa.

Manager Keuangan PT Fajar Surya Wisesa Tbk, Marco Hardy, menuturkan berkat modifikasi mesin kertas atau *paper machine* (PM7), kini kapasitas produksi Fajar Wisesa bisa naik sekitar 30% menjadi 1,5 juta ton per tahun. "Dengan kemampuan itu, kami berpeluang meningkatkan ekspor," kata Marco, Kamis (19/12).

Keyakinan perusahaan ber-

kode emiten FASW ini juga didukung oleh pelemahan rupiah. Pelemahan rupiah berpeluang menaikkan pendapatan ekspor.

Sebagai gambaran, sepanjang sembilan bulan pertama tahun ini, Fajar Wisesa membukukan penjualan bersih Rp 3,54 triliun, naik 22,91% ketimbang periode yang sama tahun lalu. Dari nilai penjualan tersebut, pendapatan dari ekspor menyumbang Rp 461,53 miliar atau 13% dari total penjualan. Sebagai perbandingan, September 2012, Fajar Wisesa meraih pendapatan ekspor sekitar Rp 162,71 miliar atau 5,63% dari total penjualannya.

Marco menjelaskan, Asia masih merupakan pasar utama tujuan ekspor kertas buatan Fajar Wisesa. Ekspor ke

kawasan ini (di luar Timur Tengah) menyumbang sekitar 91,2% terhadap nilai ekspor perusahaan ini selama sembilan bulan pertama tahun ini.

Bukan tanpa alasan Fajar

**Tahun ini, Fajar Wisesa berharap kontribusi ekspor naik menjadi 13% dari omzet.**

Wisesa menjadikan Asia sebagai pasar tradisional ekspornya. Asia lebih dekat dengan Indonesia. Alhasil, biaya pengiriman ke kawasan Asia lebih murah ketimbang ke Eropa, Amerika maupun Afrika.

"Contohnya ke Singapura atau Filipina, tentu lebih ringan biayanya," ujar Marco.

Hingga September 2013, Fajar Wisesa memproduksi kertas sekitar 794.000 ton. Dari jumlah tersebut, perusahaan ini telah menjual sebanyak 762.000 ton. Rinciannya, sebanyak 426.000 ton produk *corrugated medium paper* (CMP), 244.000 ton produk *kraft liner board* (KLB), sedangkan sisanya 92.000 ton adalah produk *coated duplex board* (CDB).

Sampai dengan akhir tahun ini, Fajar Wisesa berharap bisa menjual 1,06 juta ton kertas. Nilai penjualan yang dibidik perusahaan ini sekitar Rp 4,8 triliun.

Tendi Mahadi

### INDUSTRI ALAT BERAT

## Biaya Perakitan Alat Berat Naik di 2014



KONTAN/Baihaki

Beberapa komponen alat berat juga masih harus diimpor.

JAKARTA. Rencana kenaikan tarif listrik tahun 2014 bakal berimbas ke industri alat berat. Pasalnya, kenaikan tarif listrik bakal mendongkrak biaya perakitan alat berat. Untuk menyaikannya, pelaku bisnis alat berat akan menyesuaikan harga jual produk.

Ketua Himpunan Alat Berat Indonesia (Hinabi) Pratjojo Dewo mengatakan, kenaikan tarif listrik bisa mendongkrak biaya perakitan alat berat domestik hingga 5%. "Industri juga harus menanggung efek domino mulai dari hulu ke hilir," katanya Kamis (19/12).

Antara lain kenaikan harga bahan bakar minyak, kenaikan upah serta kenaikan tarif listrik. Beban pemerintah berencana menaikkan tarif listrik pelanggan golongan I3 dengan kenaikan 38,9%. Sedangkan pelanggan golongan I4 besaran kenaikannya mencapai 64,7%.

Beban semakin menggunakan bahan baku baja yang harganya tergantung internasional. Beberapa komponen alat berat masih harus diimpor. Pelemahan nilai tukar rupiah berimbas pada beban produksi industri ini. Maka itu, kenaikan harga tak terelakkan. Apalagi, ting-

kat kandungan dalam negeri dalam industri alat berat nasional baru sekitar 55%. Itulah sebabnya, sebagian komponen alat berat masih impor.

Tingginya kebutuhan komponen impor ini juga disebabkan sulitnya mencari pemasok komponen dengan kemampuan teknis yang dibutuhkan.

Menurut Pratjojo, ada tiga sektor industri pendukung yang belum mampu menunjang industri alat berat, yakni industri pengecoran logam dan baja, industri permesinan dan industri *heat treatment*.

Meski kenaikan harga jual menjadi salah satu strategi, Pratjojo bilang industri alat berat tak bisa serta merta langsung mengeksekusi. "Kami juga harus melihat kemampuan konsumen untuk menyerap produk di tengah kondisi ekonomi yang belum terlalu baik," katanya.

Pasalnya, saat ini harga komoditas tambang masih loyo sehingga permintaan alat berat di tahun depan diperkirakan akan membaik dengan signifikan. Hinabi memperkirakan tahun 2014 produksi alat berat hanya akan mencapai 6.500 unit, sama seperti tahun ini.

Tendi Mahadi

## Siasat Bisnis

### Startup Ramping

Dalam buku *The Lean Startup* oleh Eric Ries yang diterbitkan tahun 2011, ada lima prinsip startup *ramping*, terlepas dari berbagai mitos dan miskonsepsi tentang startup yang sering kita dengar. Sesungguhnya, sebuah startup bukan hanya berarti sebuah perusahaan kecil yang baru didirikan. Definisi yang tepat adalah "sebuah institusi manusia yang dirancang untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem."

Jadi, walaupun suatu bisnis sudah cukup lama didirikan, sepanjang ada ketidakpastian yang besar bahkan ekstrem yang disebabkan oleh faktor-faktor internal, maka ia masih atau masuk kembali ke dalam fase "startup." Sebuah startup perlu bertahan hidup dalam segala macam ketidakpastian dan ketidakjelasan. Dan ini memerlukan lebih dari sekadar identifikasi masalah dan pemecahannya.

Lima prinsip pengelolaan startup *ramping* dari Ries. Pertama, suatu perusahaan startup dimulai dengan ketidakpastian ekstrem dengan tujuan untuk menciptakan

produk-produk dan jasa-jasa baru. Kedua, suatu startup merupakan institusi dengan manajemen yang perlu difokuskan untuk bekerja baik dalam keadaan ekstrem.

Ketiga, berbagai eksperimen perlu dilakukan untuk menguji visi dan memvalidasi berbagai ide bisnis. Keempat, siklus membangun-mengukur-belajar perlu diterapkan setiap kali ada aktivitas. Kelima, pembukuan inovatif diperlukan untuk mengimbangi ketimpangan-ketimpangan di dalam startup, seperti periode yang menguntungkan secara bisnis masih belum bisa diraba dengan jelas.

Dalam ketidakpastian dan ketidakjelasan suatu startup, perencanaan agak sulit untuk bisa diterapkan dengan hasil optimal. Untuk itu, improvisasi manajemen sangat diperlukan. Dan visi yang jelas menjadi penunjuk arah yang cukup penting. Kuantifikasi dan kualifikasi tentu membantu dalam menentukan arah ini, namun yang lebih penting adalah pengetahuan bagaimana bisa menjadi motor ketika visi dan arah tidak lagi cukup.

Hubungan dengan pelang-



Jennie Maria Xue, Penulis buku-buku bisnis dan pengajar di California

**Sebuah startup sesungguhnya lebih dari sekedar investasi finansial belaka.**

gan pun perlu improvisasi dengan menempatkan "the best judgement" dalam setiap keputusan yang menentukan. Apa yang pelanggan katakan sebagai apa yang mereka perlukan, bisa saja bukan benar-

benar yang mereka butuhkan, karena mereka tidak mengenal alternatif-alternatif lainnya.

Layanan terbaik bagi pelanggan dicapai ketika suatu bisnis memberikan alternatif akan hal-hal yang belum atau bahkan tidak terpikirkan oleh para konsumen, baik berupa solusi atas suatu masalah maupun pengenalan akan produk-produk dan jasa-jasa baru. Suatu bisnis startup yang menawarkan berbagai alternatif baru membuat para pelanggan merasakan adanya perbedaan karakter bisnis dibandingkan dengan bisnis-bisnis lain di sekitarnya. "Menjadi berbeda" dengan memperkenalkan hal-hal yang berbeda merupakan salah satu kelebihan dan kesempatan emas suatu startup.

Idealnya, visi jangka panjang suatu startup sebaiknya memang sudah ada sebelum target-target jangka pendek dibentuk dan diterapkan. Target-target jangka pendek dapat diraih dengan strategi yang jelas dan terukur.

Manajemen lean dimulai oleh Toyota, yang sekarang menjadi tren manajemen dunia. Prinsip lean Toyota ini berfokus kepada peningkatan

nilai dan mengeliminasi hasil yang tidak diharapkan. Produk-produk berkualitas diharapkan bisa dihasilkan dari proses produksi dengan sampah minimal, tepat waktu, dan kontrol inventaris yang lebih efisien.

Sebuah startup sesungguhnya lebih dari sekedar investasi finansial belaka. Yang sering terlupakan sebenarnya yang terpenting: investasi sumber daya manusia (SDM). Mengingat ketidakjelasan dan ketidakpastian dalam manajemen suatu startup, SDM yang progresif, proaktif, dan antisipatif selain inovatif merupakan kunci keberhasilan pengembangannya.

Proses belajar dari kesalahan-kesalahan yang berujung memungkinkan pengenalan akan fitur-fitur dan layanan-layanan yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga pengembangan produk dan servis lebih sesuai harapan pasar. Akhir kata, beranilah bereksperimen dalam mencari bentuk-bentuk baru bagi produk maupun gaya manajemen. Fase "startup" bisa hadir di awal, di tengah, maupun di akhir umur suatu bisnis. Ini wajar dan mari merampingkan diri.

## DILBERT



12-20-13 © 2013 Scott Adams, Inc. Dist. by Universal Uclick