Perlu pemetaan bahan baku yang bisa diproduksi di dalam negeri secara detil.

Elisa Sinaga, Ketua Umum Asosiasi Aneka Industri Keramik Indonesia

Pasar Baru Garuda Metal

PT Garuda Metalindo Tbk mulai memproduksi produk mur dan baut mutu tinggi

Issa Almawadi

JAKARTA. Pasar otomotif dalam negeri yang lesu membuat bisnis onderdil ikut lesu. Sembari menunggu pasar kembali bergairah, produsen komponen otomotif PT Garuda Metalindo Tbk berupaya menjaga mitra bisnis yang loyal agar roda bisnis berputar.

Sebagai catatan, hingga 31 Maret 2016, PT Astra Honda Motor (AHM) menjadi pasar utama bagi penjualan Garuda Metalindo. Dari pendapatan Rp 216,56 miliar pada periode itu, penjualan komponen ke AHM mencapai Rp 132,04 miliar. Artinya penjualan ke AHM mencapai 60,97%. Kontribusi AHM pada kuartal I-2016 tersebut meningkat ketimbang kontribusi sepanjang tahun 2015, yakni 59,22% atau senilai Rp 508,52 miliar.

Ervin Wijaya, Direktur Komersial PT Garuda Metalindo Tbk menjelaskan, jalinan bisnis dengan AHM sudah berlangsung puluhan tahun. Makanya tak heran kalau Garuda Metalindo memprediksi AHM masih akan menjadi kontributor utama penghasilan hingga akhir tahun 2016.

Meskipun begitu, Garuda Metalindo tak mau seperti memakai kacamata kuda. Perusahaan berkode BOLT di Bursa Efek Indonesia tersebut tetap mengincar aneka peluang yang ada. "Sambil berjalan penetrasi global dan fokus ke AHM, kami juga tingkatkan produk ke merek lain, khususnya roda empat," beber Ervin, Kamis (12/5).

Menurut catatan keuangan kuartal I-2016, ada 17 nama perusahaan yang menjadi mitra bisnis Garuda Metalindo. Setelah AHM, mitra terbesar kedua dan ketiga mereka yakni PT Astra Daihatsu Motor dan PT Krama Yudha Tiga Berlian Motor.

Selain menjaga jalinan bisnis dengan mitra, Garuda Metalindo menambah portofolio produk dari kategori mur dan baut. Kebetulan, kedua produk tersebut adalah produk terlaris yang mereka jual.

Mereka akan membikin mur dan baut bermutu tinggi atawa *high tension bolt* (HTB). Pembuatan produk ini melalui proses *cold forming* atau penempaan logam suhu dingin dengan kecepatan dan tekanan tinggi.

Garuda Metalindo berharap, alternatif produk anyar itu bisa mendukung kinerja mereka ke depan. "Mur baut *high tension* ini untuk kebutuhan mesin dan rem," terang Janto I. Pangestu, Direktur Operasional PT Garuda Metalindo Tbk, dalam kesempatan yang sama.

Penetrasi pasar ekspor

Sembari mulai membikin produk baru, Garuda Metalindo akan berburu pasar ekspor. Target mereka, dalam tiga tahun hingga lima tahun ke depan, kontribusi penjualan dari pasar ekspor sebesar 35%.

Menurut catatan keuangan kuartal I-2016, penjualan ekspor tercatat Rp 5,6 miliar atau setara dengan kontribusi pendapatan 2,59%.

Pasar ekspor yang Garuda Metalindo bidik yakni kawasan Amerika, Eropa dan negara Jepang. Strategi mereka dengan cara akan mengikuti sejumlah pameran global pada tahun ini.

Sementara khusus untuk pasar ekspor China, Garuda Metalindo memastikan tak kepincut masuk sana. Alasan mereka, persaingan bisnis pelaku komponen di Negeri Panda sudah sangat ketat.

Perlu diketahui, selama ini Garuda Metalindo mengekspor komponen dengan skema penjualan tak langsung. Nah, mulai tahun ini mereka mengupayakan mulai menjual langsung. "Untuk yang sudah ekspor, lebih banyak ke Eropa, Brasil dan juga Thailand," beber Janto.

Strategi berburu ekspor adalah upaya Garuda Metalindo agar tak selalu bergantung pada pasar domestik. Sementara pasar domestik tak selalu menjanjikan. Contohnya saat ini, pasar otomotif domestik lesu sejak tahun lalu.

Berbekal aneka strategi tadi, Garuda Metalindo berharap minimal tahun ini bisa mencetak penjualan sama dengan tahun 2015. Pendapatan mereka pada tahun lalu senilai Rp 858,65 miliar. ■

Pendapatan Turun

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Direktur PT Garuda Metalindo Tbk, Ervin Wijaya (tengah) bersama Direktur Janto Inggonoto Pangestu dan Direktur Independen Iwan Harianto saat jumpa pers Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) di Jakarta, Kamis (12/5). Tahun lalu pendapatan perusahaan pemasok komponen di industri otomotif ini menurun sebesar 10,7% dari Rp 962 miliar menjadi Rp 859 miliar. Kelesuan industri otomotif menjadi penyebab penurunan kinerja Garuda Metalindo

KERAMIK

Bahan Keramik Lokal Akan Dikembangkan

JAKARTA. Industri keramik Indonesia saat ini masih tergantung kepada beberapa bahan baku impor. Padahal dalam kajian Kementerian Perindustrian (Kemprin) ada beberapa jenis bahan baku yang tersedia sumber daya yang ada di dalam negeri.

Karena itu, saat ini Kemprin berupaya agar beberapa bahan baku yang biasa diimpor bisa dicukupi dari dalam negeri. Tujuannya agar industri keramik bisa melakukan efisiensi dan mengurangi ketergantungan dari bahan baku impor.

Perlu pemetaan agar kebijakan tidak kontra produktif bagi industri.

Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Industri (BPPI) Kemprin Haris Munandar, menyatakan, bahan baku yang tersedia di dalam negeri di antaranya adalah tanah lempung kaolin (*ball clay*), serta mineral jenis feldspar dan zirkonium.

Nah untuk mewujudkan rencana tersebut, Kemprin akan memasukkan produk bahan baku industri keramik ini dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN). Namun, ia memastikan kebijakan ini tujuannya bukan untuk membatasi impor bahan baku bagi industri keramik di dalam negeri. Jika industri dalam negeri sudah mampu memproduksi bahan baku keramik, ekspor beberapa jenis mineral untuk bahan baku keramik tersebut akan dibatasi.

Elisa Sinaga Ketua Umum Asosiasi aneka Industri Keramik Indonesia (Asaki) mengingatkan, saat ini tidak semua bahan baku keramik bisa dipenuhi dari produksi dalam negeri. Ia menyarankan agar Kemprin lebih dahulu memetakan secara detil dan tepat apa saja bahan baku yang bisa diproduksi di dalam negeri. Pemetaan tersebut akan menjadi dasar pertimbangan yang tepat untuk membatasi atau membuka impor bahan baku keramik.

Dia mencontohkan, saat ini pasokan bahan baku keramik glasir masih kurang. Produsen bahan baku itu juga banyak yang tidak mau memproduksi di Indonesia akibat tingginya biaya produksi.

Mereka juga masih mengimpor pewarna keramik karena belum ada di Indonesia. "Peralatan *digital printing* juga belum tersedia di dalam negeri," ujar Elisa.

Issa Almawadi

Info Tender & Lelang

Lelang Kendaraan Bermotor di Jakarta

■ PT Balai Lelang Serasi bekerjasama dengan Pejabat Lelang Kelas II Jakarta mengadakan lelang sukarela sekitar 400 unit kendaraan bermotor berbagai merk dan tipe.

Open house: Minggu, 15 Mei – Selasa, 17 Mei 2016 jam 09.00 – 17.00 WIB di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan
Lelang: Rabu, 18 Mei 2016 jam 13.00 WIB – selesai di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan

Open house: Minggu, 22 Mei – Selasa, 23 Mei 2016 jam 09.00 – 17.00 WIB di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan
Lelang: Rabu, 25 Mei 2016 jam 13.00 WIB – selesai di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan

Open house: Minggu, 29 Mei – Selasa, 31 Mei 2016 jam 09.00 – 17.00 WIB di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan
Lelang: Rabu, 1 Juni 2016 jam 13.00 WIB – selesai di Pool IBID, Jl. Ciputat Raya No. 100, Kebayoran Lama Jakarta Selatan

Hubungi PT Balai Lelang Serasi, Telp. 021-72895544, 081287735544 atau melalui website: *www.ibid.astra.co.id*

Pekerjaan di Kabupaten Agam

■ Lelang: pembangunan kawasan relokasi (paket 04)
Agency: Kantor Layanan Pengadaan – Kabupaten Agam (Kode Lelang: 440645)
Satuan kerja: Badan Penanggulangan Bencana Daerah
Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi / jasa pelaksana konstruksi bangunan hunian tunggal dan kopel (BG001) dan jasa pelaksana untuk konstruksi jalan raya (kecuali jalan layang), jalan, rel kereta api, dan landas pacu bandara (SI003) yang masih berlaku

Nilai pagu paket:
Rp 8.728.000.000
Nilai HPS paket:
Rp 8.728.000.000
Sumber dana: APBN

Pendaftaran:
Rabu, 11 Mei –Kamis, 19 Mei 2016 melalui *http://lpse.agamkab.go.id/eproc/*

Pekerjaan di Kabupaten Abdya

■ Lelang: peningkatan jalan Simpang Jalan 30 – Lama Muda (DAK IPD)
Agency: Pemkab Abdya (Kode Lelang: 786625)
Satuan kerja: Dinas Pekerjaan Umum Kab. Aceh Barat Daya
Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi / SI003 (jasa pelaksana untuk konstruksi jalan raya (kecuali jalan layang), jalan, rel kereta api, dan landas pacu bandara) yang masih berlaku
Klasifikasi: kecil

Nilai pagu paket: Rp 1.700.000.000
Nilai HPS paket: Rp 1.324.300.000
Sumber dana: APBD

Pendaftaran:
Rabu, 11 Mei –Kamis, 19 Mei 2016 melalui *http://lpse.acehbaratdaya-kab.go.id/eproc/*

Siasat Bisnis

Peran Anna Wintour di Fashion Dunia

Jika Anda pembaca majalah Vogue, Harper's Bazaar, dan Cosmopolitan, Anda pasti mengenal satu nama ini: Anna Wintour. Ia adalah Editor-in-Chief alias pemimpin redaksi majalah American Vogue sejak 1983. Perempuan dengan trademark *rambut ala bob dengan berponi lurus ini dikenal dengan perannya yang luar biasa dalam menentukan arah* fashion *dunia.*

Jika karya fashion, *gaya, wajah atau tubuh Anda dinilai baik oleh Wintour, bisa dipastikan nama Anda akan melonjak seketika. Anna Wintour adalah seorang aristokrat industri terbesar dalam dunia* fashion *dunia yang opininya mengorbitkan atau mematikan suatu produk atau tren. Dan ia selalu hadir di setiap* fashion week di kota New York, *London, Milan, dan Paris.*

Anna Wintour adalah thought leader, influencer, opinion maker, *dan* agent of change *dengan* power *yang luar biasa. Bagaimana sepak terjangnya? Bagaimana memposisikan diri sebagai seorang ikon kultural, pakar, sekaligus* trend setter *sekaliber Wintour?*

Vogue is a brand, not just a magazine. *Ini adalah prinsipnya yang dipegang teguh oleh Wintour dan selalu ia cerminkan dengan prinsip, strategi, taktik, dan gaya hidup. Ia mungkin bergaya ala sosialita, namun Wintour sesungguhnya adalah seorang jenderal yang tegas dan perfeksionis dengan kecerdasan sangat tinggi.*

Bukan hanya sangat modis dan terpelajar, ia juga sangat berdisiplin dalam menjaga kebugaran dan kecantikannya. Ia bangun pagi jam 5:45, berolah raga, dan pada jam 7 ia sudah mulai dirias oleh perias wajah dan penata rambut pribadi.

Sebagai pribadi, Anna Wintour dijuluki "nuclear wint(ou)er" *untuk sifatnya yang dingin bak musim dingin, yang disebabkan oleh ledakan nuklir. Dalam novel dan film* chick-lit The Devil Wears Prada, *tokoh Miranda Priestly yang diperankan oleh Meryl Streep merupakan bentuk inspirasi dari kepribadian Anna Wintour, yakni sosok yang sangat profesional, tanpa basa-basi, tegas, dan tentu saja cerdas.*

Setiap warna, setiap gaya, setiap tren, setiap wajah, dan setiap kata dalam majalah Vogue telah disetujui Wintour hampir bisa dipastikan "perfek," karena setiap detil kecil tidak pernah luput dari perhatiannya hingga ke makna-makna simbolis dan filosofis.

Jennie M. Xue,
Kolumnis internasional serial entrepreneur dan pengajar, bisnis, berbasis di California

Adakah hubungan antara posisi Wintour yang sangat krusial dalam dunia fashion *dengan kepribadiannya yang "dingin"? Tentu ada.*

Dengan profesionalisme supernya, keunikan gaya yang sangat classy *dan* classic-*nya sangat tepat untuk diproyeksikan dalam publikasi yang dipimpinnya. Tanpa keyakinan diri 100% akan kelebihannya yang langka ini, akan sulit untuk menjadi kualitas Vogue yang tidak bisa ditawar lagi.*

Walaupun dunia fashion *dan dunia majalah* fashion *tidak pernah luput dari celaan bahwa dunia mereka mendewakan perempuan–perempuan super langsing, kecantikan yang mustahil dicapai, dan* vanitas *merek-merek* branded, *Wintour selalu mampu menepisnya dengan cerdas, tegas dan gagah.*

Ia mengingatkan para pencela bahwa dunia fashion *merupakan salah satu penentu arah kultur penting. Dan ini merupakan industri yang serius, bukan hanya berisi para sosialita yang mungkin dianggap sebagai sekelompok orang tidak berotak.*

Wintour berargumen bahwa seseorang tidak bisa dinilai dari sekadar gaya fashion yang mereka kenakan belaka. Artinya, tidak berarti mereka yang bermerek-ria lebih baik dari mereka yang membeli pakaian di Walmart (atau sekelas Tanah Abang, versi Indonesia) dan sebaliknya.

Industri fashion *merupakan industri yang kompleks serta sarat dengan nuansa seni atau desain, dan teknologi baik dari instrumen produksi maupun kualitas fabrikasinya. Industri* fashion *sendiri nilainya telah melampaui US$ 1,2 triliun di tahun 2015 dan mempekerjakan 75 juta orang. Bak mesin raksasa, industri ini sangat besar artinya bagi ekonomi global dan lokal.*

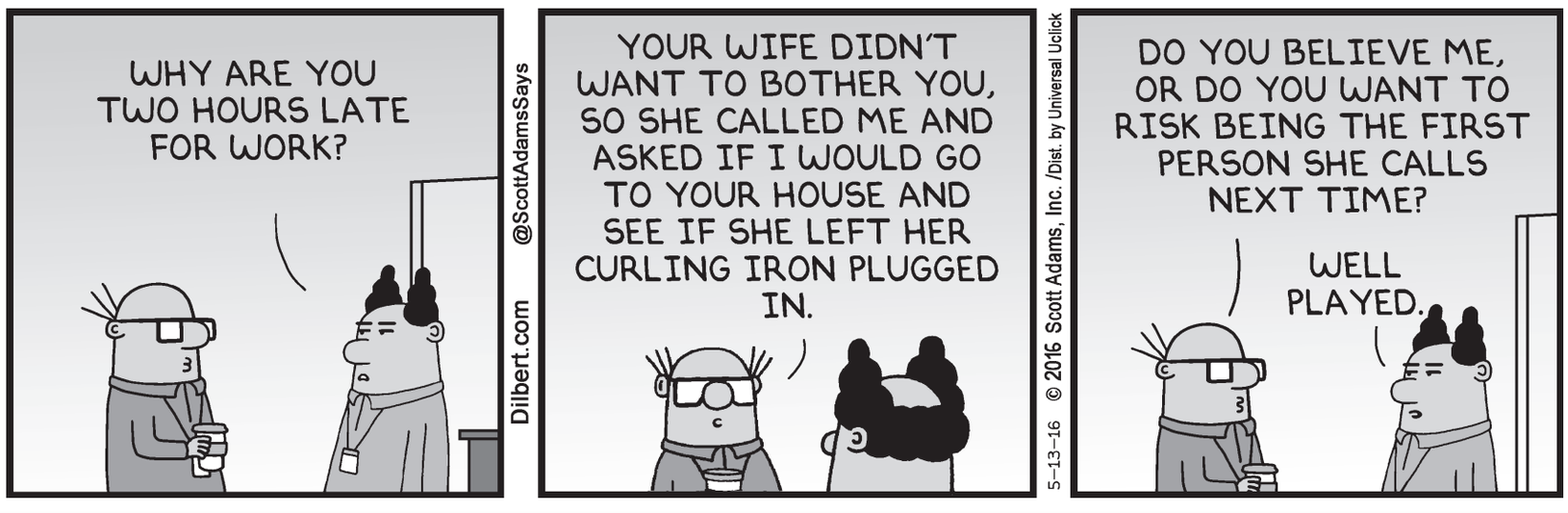
Untuk kemampuannya yang luar biasa dalam mendireksi Vogue dan menentukan sejarah fashion *dunia, berapa ia dibayar?*

Kabarnya, gaji yang diterima Wintour dalam satu tahun sebesar US$ 2 juta dengan benefit mobil Mercedes plus dengan gaji sopir. Uang saku belanjanya US$ 200.000 per tahun. Holding company *Conde Nast juga meminjamkan US$ 1,6 juta tanpa bunga untuk membeli* townhouse *di Greenwich Village. Net worth-nya keseluruhan di tahun 2014 sebesar US$ 35 juta.*

Sungguh Wintour merupakan individu luar biasa. Bisakah Anda mengikuti jejaknya? Tentu bisa. Mulailah dengan mensejajarkan arah bisnis dengan kepribadian Anda. Siapa Anda, bagaimana Anda bekerja, dan gaya hidup Anda merupakan perpanjangan tangan bisnis dari segi strategis dan filosofis.

Jadikan diri Anda sebagai motor terbesar dan terpenting bisnis Anda dan gunakan big picture *dalam bertindak. Setiap aktivitas kecil yang Anda lakukan membantu mengarahkan sejarah.* ■

DILBERT



SEREMONI

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung, Simposium Komunikasi 2016: "Ngabibingah Urang Sunda"

POSTMODERNISASI dan globalisasi telah menggeser kebudayaan lokal ke pinggiran budaya dan ke pojok memori kolektif masyarakat. Dua kegiatan yang dikemas dalam budaya Sunda menyambut hangat budaya luar yang semakin lama akan mengikis kearifan lokal, *Mulas Lumpat (Color Run)* dan *Ngariung Bareng (Talk Show)* Budaya Sunda Kiwari di era Postmodern, Minggu, 8 Mei 2016 di Universitas Bina Sarana Informatika Bandung.

Mulas Lumpat; berlari 5 km dengan ditaburi *powder* dihadiri 200 peserta, dibuka oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Dr. Asep Cucu Cahyadi, M.Si. Dimeriahkan musik DJ dan seni. *Mulas Lumpat* disuguhkan dengan memasukan budaya Sunda.

Ngariung Bareng (Talk Show) dihadiri 50 perwakilan mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung, Universitas Islam Nusantara, Komunitas Budaya Sunda Sawanda Telkom, Politeknik LP3I Bandung, dan Politeknik Piksi Ganesha. Acara ini dihadiri Dr. H. Wawan Setiawan (Hawe); Paguyuban Pasundan Bandung dan Lukman Nul Hakim, Spd; motivator budaya. Public Relations Officer Simposium Komunikasi 2016, Ferra Martian fmartian20@gmail.com