Tahun ini masih stagnan, tahun depan akan tumbuh 5%.

Andria Nusa, Direktur Sales dan Marketing PT Pertamina Lubricants

Dominasi MPV dan LCGC

Pasar mobil tahun depan diproyeksi naik 5% dengan dominasi MPV dan LCGC

Eldo C Rafael

JAKARTA. Pasar mobil tahun depan masih diramaikan mobil berpenumpang atau *multi purpose vehicle* (MPV) dengan tujuh tempat duduk. Selain diramaikan agen pemegang merek (APM) yang agresif memasarkan mobil MPV, bergabungnya produsen mobil asal China, SAIC General Motor Wuling (SGMW) di segmen MPV membuat pilihan mobil MPV kian beragam.

Jongkie D Sugiarto, Ketua I Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) bilang, selain dukungan dari penjualan mobil MPV, tahun depan penjualan mobil juga akan di dorong oleh *low cost green car* (LCGC). "Mobil di bawah harga Rp 200 juta masih jadi idola tahun 2017," kata Jongkie kepada KONTAN, Kamis (15/12).

Geliat dari penjualan mobil MPV dan LCGC tersebut bakal berpengaruh ke penjualan mobil secara keseluruhan. Untuk itu, tahun depan Jongkie memperkirakan ada kenaikan penjualan mobil 5% dari realisasi tahun ini. Jika tahun ini penjualan mobil diproyeksikan 1,05 juta, maka tahun depan diproyeksikan sampai 1,1 juta unit.

Potensi kenaikan penjualan tahun 2017 tak lepas dari peran penjualan MPV dan LCGC sepanjang tahun ini. Merujuk data Gaikindo, sampai Oktober 2016, penjualan mobil nasional tercatat 874.703 unit. Dari angka tersebut, penjualan MPV tercatat 280.199 unit atau 32% dari total penjualan.

Adapun Fransiscus Soerjopranoto, *Executive General Manager* PT Toyota Astra Motor (TAM) memproyeksikan, penjualan mobil tahun 2017 berada di rentang 3%-6%. Franciscus sepaham dengan Jongkie. Ia bilang, potensi kenaikan penjualan tak lepas dari penjualan mobil MPV. "Market MPV bisa 50%, disusul *sport utility vehicle* (SUV) 23% dan *hatchback* 17%," kata Fransiscus.

Ia menambahkan, penjualan mobil dengan tujuh tempat duduk masih menjadi idola di Indonesia. Karena alasan inilah, Toyota meluncurkan LCGC dengan tujuh tempat duduk menyerupai *low* MPV bernama Toyota Calya. Sejak dirilis Agustus 2016 lalu, Toyota Calya berhasil mendongkrak penjualan Toyota secara keseluruhan.

Proyeksi kenaikan penjualan mobil tahun 2017 juga disampaikan oleh Amelia Tjandra, Direktur Pemasaran PT Astra Daihatsu Motor (ADM). Amelia bilang, penjualan mobil tahun depan naik 5% dan masih di dominasi oleh MPV dan LCGC. "Tahun depan Daihatsu target pangsa pasar 16%," kata Amelia kepada KONTAN Kamis (15/12).

Adapun sampai dengan November, Amelia mengklaim telah meraih pangsa pasar 17,5% atau di atas target mereka sebesar 15%. Untuk mengejar target penjualan tahun 2017, Daihatsu masih mengandalkan mobil MPV-nya, yakni Daihatsu Xenia.

Sama dengan Toyota, Daihatsu juga memiliki LCGC tujuh penumpang yakni Sigra yang juga menjadi pendorong penjualan Daihatsu tahun ini. "Kurang lebih 50% dari penjualan kami dari Xenia dan Sigra," kata Amelia.

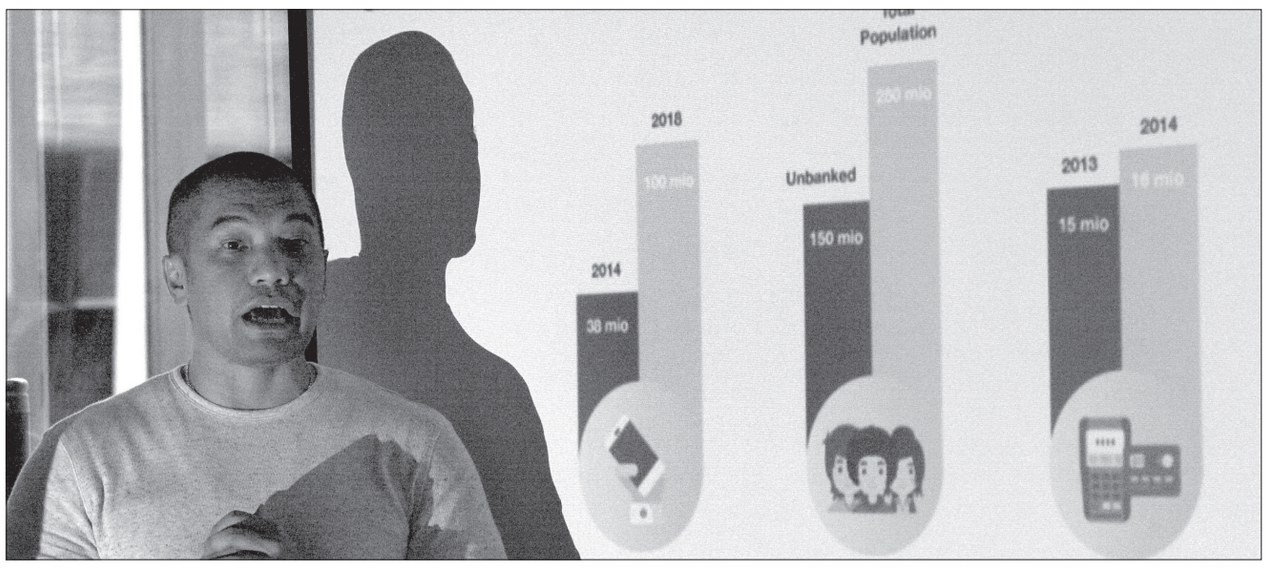
Sementara itu, Budi Nur Mukmin, *General Manager Marketing Strategy and Communication Division* PT Nissan Motor Indonesia (NMI) menyebutkan, penjualan mobil tahun depan akan diramaikan oleh LCGC. Jika tahun ini penjualan LCGC baru menguasai pangsa pasar 22%, maka tahun depan diproyeksikan naik menjadi 25%. "Meski begitu, Nissan masih fokus di segmen MPV dan SUV " kata Budi kepada KONTAN, Sabtu (12/11). ■

Penjualan Mobil Segmen MPV (Unit)

Kriteria	2012	2013	2014	2015	2016*
Low MPV	332.971	379.205	361.261	254.639	205.423
MPV	142.271	123.498	82.099	56.640	68.994
Upper MPV		11.898	6.589	8.651	5.782

* Sampai Oktober — Sumber: Gaikindo

Peran Fintech di Tahun 2017



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

CEO PT Dimo Pay Indonesia Brata Rafly, memberi paparan di *workshop Industri Finacial Technology (Fintech) di Tahun 2017*, Jakarta, Kamis (15/12). Menurut Brata Rafly, tahun depan peran *fintech* akan menjadi salah satu tulang punggung utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan finansial di Indonesia.

■ PELUMAS INDUSTRI

Bisnis Pelumas Industri Kian Kental

KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Saat ini lebih dari 60% perusahaan di Indonesia telah menggunakan pelumas Pertamina.

JAKARTA. Meski pertumbuhan ekonomi diproyeksikan belum menggembirakan, namun produsen pelumas berharap adanya kenaikan permintaan pelumas tahun depan. Geliat sektor industri terutama industri kelistrikan diharapkan mampu mendongkrak kebutuhan pelumas.

Halomoan Silalahi, *Manager Commercial Industrial Sales* PT Wiraswasta Gemilang Indonesia yang merupakan produsen pelumas merek Evalube bilang, penjualan pelumas tahun ini terbantu kenaikan permintaan pelumas untuk sektor industri.

Jika Evalube memproyeksikan kenaikan penjualan 5% dengan pangsa pasar 3%-4% tahun ini, tahun depan Halomoan optimistis bisa mengantongi pertumbuhan penjualan 10%-15% untuk segmen pelumas industri. "Kami sedang mencari pelanggan baru lagi," kata Halomoan kepada KONTAN Kamis, (15/12).

Saat ini, Evalube mengklaim memiliki 200 pelanggan dari kalangan industri. Jumlah pelanggan diproyeksikan naik menjadi 230 pelanggan. Asal tahu saja, sektor industri yang menjadi incaran adalah perusahaan pembangkit listrik yang memiliki banyak proyek pembangkit.

Senada dengan Evalube, perusahaan pelumas PT Pertamina Lubricants juga memproyeksikan kenaikan penjualan tahun depan. "Tahun ini masih stagnan, tahun depan akan tumbuh 5%," kata Andria Nusa, Direktur Sales & Marketing PT Pertamina Lubricants kepada KONTAN, Kamis (15/12).

Saat ini, Pertamina Lubricants mengklaim meraup pangsa pasar 60%. "Potensi pasar pelumas industri sangat besar. Saat ini lebih dari 60% perusahaan di Indonesia telah menggunakan pelumas Pertamina," tambah Arya Dwi Paramita, Sekretaris Perusahaan Pertamina Lubricants.

Sebagai gambaran, saat ini pelanggan industri yang menjadi pelanggan Pertamina Lubricants di antaranya adalah; industri pertambangan, energi, baja, timah, makanan dan minuman dan sebagainya.

Pertamina Lubricant klaim kuasai 60% pasar pelumas industri

Pemain lain yang juga berkecimpung di industri pelumas adalah PT Exxonmobil Lubricants Indonesia yang mengklaim telah menggenggam lebih dari 2.000 perusahaan menjadi pelanggannya. Sigit W. Wagito, *Manager Business Venture* PT Exxonmobil bilang, pertumbuhan pelumas industri sejalan dengan perkembangan industri. "Tahun depan kami harap tumbuh lebih tinggi," kata Sigit.

Meski belum berani membeberkan pertumbuhan tahun depan, setidaknya Exxonmobil berharap, pertumbuhan penjualannya bisa dobel digit. Asal tahu, menurut Sigit, produk pelumas untuk industri saat ini berkontribusi 50% pada pendapatannya.

Umi Kulsum

Siasat Bisnis

Mencari dan Menjadi Angel Investor

Angel investor atau sang penyandang dana mempunyai fungsi sosial yang terbilang penting. Apalagi saat ini makin banyak para penyandang dana tersebut membenamkan dana di berbagai bidang bisnis. Kondisi ini makin bisa menggerakan roda ekonomi.

Kalau dilihat secara makro, sejatinya para penyandang dana ini bisa membangun kesejahteraan bagi para pemangku kepentingan atau stakeholder, *termasuk Anda dan saya. Malah, kehadiran si investor ini bisa memberi efek bisnis* (trickle-down) *juga ke para penjaja informal di sekitar. Jadi keberadaan si sumber dana ini punya efek positif yang luar biasa.*

Padahal, si investor ini biasanya mensponsori para perintis usaha yang belum terasah. Justru adanya ide bisnis jenius yang bisa memberikan solusi bagi suatu masalah membuat tertarik para investor. Meski acapkali konsumen sendiri tidak menyadari adanya kebutuhan tersebut.

Bisakah Anda bayangkan hari-hari sebelum komputer tablet seperti iPad diciptakan? Saat itu, kita tidak begitu merasa membutuhkannya namun hari ini kita tidak bisa hidup tanpanya.

Walaupun penulis telah beberapa kali membahas mengenai angel investor, fenomena kehadirannya masih tetap menarik. Di Amerika Serikat (AS), ada acara televisi bernama Shark Tank *(http://abc.go.com/shows/shark-tank) yang diproduseri oleh Mark Burnett.*

Acara ini merupakan kompetisi ide bisnis yang dipresentasikan di hadapan para shark *yaitu para pebisnis kawakan seperti Mark Cuban pemilik Dallas Mavericks, Daymond John pendiri FUBU, Kevin O'Leary pendiri O'Leary Financial Group, Barbara Corcoran dan lainnya. Para pemenang kompetisi ini mendapatkan dana segar untuk merealisasikan bisnis mereka.*

Salah satu yang paling menarik perhatian penulis adalah Groove Book, yaitu jasa pencetak foto digital di telepon genggam yang mempunyai model bisnis subscription *alias berlangganan setiap bulan. Groove Book ini telah diakuisisi oleh Shutterfly, pionir digital foto cetak via pesanan* (mail order) *senilai US$ 14,5 juta.*

Para juri Shark Tank, entitas Shark Tank, dan Shutterfly merupakan contoh eks-

Jennie M. Xue,
Kolumnis internasional serial entrepreneur dan pengajar, bisnis, berbasis di California, aktif di blog JennieXue.com

trim jalur yang bisa diambil untuk mencari para investor. Tergantung dari perjanjian investasi mereka, bisa saja mereka merangkap sebagai si investor tersebut.

Dan yang menarik dari fenomena penyandang dana ini adalah tidak mempermasalahkan batas geografis. Para investor ini mempunyai pemikian bisnis global dan berani terjun langsung dalam melakukan uji tuntas analisis risiko serta bisnis.

Ini bisa diperhatikan dari berbagai bisnis gaya hidup di Indonesia dan Singapura, betapa banyak yang berasal dari investasi asing. Bisa saja sebagian besar berasal dari para investor murah hati yang bergabung dalam angel networks.

Di Inggris Raya, daftar para investor aktif tipe ini bisa dijumpai di direktori: http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/member/directory. *Di Amerika Serikat:* http://www.angelcapitalassociation.org/directory/. *Di Australia:* http://businessangels.com.au/. *Dan para investor murah hati ini tidak terbatasi oleh keanggotaan resmi dalam suatu organisasi. Siapa saja, termasuk teman dan anggota keluarga Anda bisa saja menjadi angle investor bagi bisnis atau proyek baru.*

Tentu saja, uji tuntas alias melakukan analisis mendalam baik oleh si investor bersangkutan juga turut menentukan sukses atau gagalnya suatu investasi. Kemampuan mengenali ketidakpastian dan hal-hal di luar dugaan yang menjadi ancaman dan kelemahan membutuhkan ketrampilan dan kejelian terasah bertahun-tahun.

Jadi, walaupun siapa saja bisa menjadi angle investor tapi kelonggaran konsep dari tipikal investasi ini sebaiknya tidak longgar diumbar begitu saja.

Pertama, *kenali nilai dari suatu bisnis. Ini membutuhkan aspek ganda (multiplier) ragam bidang industri serta riset cukup mendalam. Misalnya, untuk bisnis berbasis online, multiplier yang digunakan bersifat eksponensial, sebagaimana perkembangan Youtube yang luar biasa pesat, misalnya, sehingga nilai jualnya saat itu US$ 1,65 miliar. Lantas Facebook membeli Instagram dengan nilai US$ 1 miliar.*

Untuk bisnis tradisional atau brick-and-mortar, *seperti toko bakmi tentu mempunyai formula perhitungan nilai lebih ketimbang berdasarkan aset atau pendapatan semata, bukan nilai eksponensial di masa depan. Jadi* net present value *(NPV) bisa dihitung dengan lebih nyata lewat* internal rate of return *(IRR) yang bisa ditargetkan bisa mencapai 30% lebih.*

Kedua, *uji tuntas mencakup* risk-reward, business plan, marketing plan, *serta faktor legal dan lainnya yang sama sekali tidak bisa dilewatkan. Memang visi bisnis penting tapi perlu didukung data yang bisa dipertanggungjawabkan. Intuisi bisnis memang perlu tapi bukan faktor penentu akhir.*

Selamat mencoba dan mencari angel investor. ■

■ KIMIA

Selain Obat, Merck Membidik Makanan

JAKARTA. Perusahaan farmasi asal Jerman, Merck berusaha memperkuat bisnis di Indonesia. Selain mengibarkan bisnis farmasi lewat PT Merck Tbk, Merck juga mengembangkan bisnis alat laboratorium dan bahan baku khusus industri.

Di bisnis alat laboratorium dan bahan baku khusus industri ini, Merck mendirikan PT Merck Chemicals and Life Sciences (MCLS) tahun 2014. Syahroni Salam, *Head of Research and Applied Solutions Commercial* MCLS, menyatakan, mereka memiliki dua fokus bisnis di Indonesia.

Pertama, bisnis *life science* berupa penyediaan material dan alat laboratorium, penelitian dan layanan teknologi untuk farmasi dan industri. *Kedua*, layanan *performance materials* berupa penyediaan bahan kimia khusus untuk aplikasi industri tertentu.

Tidak hanya menggarap segmen pasar untuk farmasi, Merck juga menggarap industri makanan dan minuman yang kini sedang tumbuh subur di Indonesia. "Semakin banyak jenis makanan yang diproduksi semakin banyak yang kami analisis," kata Syahroni kepada KONTAN, Jumat (15/12).

Di antara pelanggan dari *sister company* PT Merck Tbk tersebut adalah PT Nestle Indonesia dan grup Indofood. Di sektor farmasi, pelanggannya adalah PT Dexa Media dan PT Kalbe Farma Tbk.

MCLS juga menyasar pasar bahan kimia untuk manufaktur perusahaan semen Holcim, Indocement dan Semen Indonesia. "Kami menjual bahan kimia, nanti perusahaan itu menggunakan untuk menganalisis produk supaya bisa mengambil keputusan apakah produk mereka layak jual atau tidak," kata Syahroni.

MCLS juga menyuplai bahan kimia ke laboratorium Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Soal asal muasal produk yang dijual, khususnya alat laboratorium, Syahroni bilang impor dari Jerman, Prancis dan Amerika Serikat (AS). Terkait potensi bisnis di Indonesia, Syahroni enggan menjelaskan.

Eldo C Rafael

Profil PT Merck Chemicals and Life Sciences

Berdiri	2014
Afiliasi	PT Merck Tbk
Pekerja	100 karyawan
Kantor pusat	Jakarta
Bisnis	■ Life Research Science (Pemurnian, analisis & sampel, reagents, bahan kimia& lab air, small molucele pharma, industri biofarmasi, industrial microbiologi, IVD/OEM kits, materials & reagents) ■ Performance Materials (Effect and functional pigments for coatings, plastics, food or cosmetics as well as functional materials for specialist applications)

Sumber: Merck

DILBERT™