Target penjualan kami tahun ini tumbuh 8% sampai dengan 10%.

**Vidjongtius,**
**Direktur Kalbe Farma Tbk**

# Kinerja Kalbe Masih Sehat

Semua lini usaha PT Kalbe Farma Tbk membukukan kenaikan penjualan

**Eldo Rafael**

JAKARTA. Tren permintaan obat yang terus meningkat membawa berkah bagi sektor farmasi. Terlebih, ditopang nilai tukar rupiah yang relatif stabil. Walhasil, industri farmasi mampu membukukan penjualan positif pada awal tahun ini.

Salah satu produsen farmasi yang menikmati peningkatan penjualan hingga kuartal pertama 2017 adalah PT Kalbe Farma Tbk. Sekretaris Perusahaan Kalbe Farma Vidjongtius tidak menampik kinerja semua segmen usaha bertumbuh merata dalam menopang penjualan.

Atas dasar itu, Kalbe optimistis pada kuartal selanjutnya bisa mencatatkan penjualan yang lebih tebal lagi. "Target penjualan kami tahun ini bisa tumbuh 8%-10%," sebut Vidjongtius saat dihubungi KONTAN, Kamis (4/5).

Dalam laporan keuangan Kalbe per kuartal I-2017, tercatat penjualan neto Rp 4,89 triliun atau naik 7,7% dibandingkan tahun lalu yang senilai Rp 4,54 triliun. Bila diperinci, empat segmen yang berkontribusi terhadap pendapatan Kalbe memang semua naik. Mulai pendapatan obat resep Rp 1,2 triliun atau tumbuh 4,5% dibanding periode sama tahun sebelumnya.

Menyusul produk kesehatan tercatat Rp 880,5 miliar atau tumbuh 10,7% ketimbang periode sama tahun sebelumnya. Pun dari segmen nutrisi tercatat Rp 1,41 triliun yang tumbuh 12,1% dari periode yang sama tahun lalu. Kemudian, distribusi dan logistik menyumbang Rp 1,39 triliun atau tumbuh 4,4% ketimbang periode yang sama tahun sebelumnya. Alhasil, laba bersih ikut menggeliat menjadi Rp 596,34 miliar atau naik 3,3% dibanding periode sama tahun sebelumnya yang hanya Rp 563,23 miliar.

Di sektor obat resep, Kalbe terbantu dari proyek e-katalog pemerintah yang diklaim menyumbang 10%-15% dari total pendapatan tahun ini. Bila ditaksir nilainya sekitar Rp 100 miliar-Rp 200 miliar. "Pertumbuhan sekitar 10% per tahun," kata Vidjongtius.

Sedangkan di divisi nutrisi, produk susu dari Kalbe yang menjadi penopang pendapatan perusahaan selama kuartal I-2017. Seperti diketahui tahun lalu, Kalbe baru meresmikan pabrik susu yang berlokasi di Sukabumi dan Cikampek, Jawa Barat.

**Laporan Keuangan PT Kalbe Farma Tbk**

| | 31 Maret 2017 | 31 Desember 2016 |
|---|---|---|
| Total aset | Rp 15,91 triliun | Rp 15,22 triliun |
| Total liabilitas | Rp 2,83 triliun | Rp 2,76 triliun |
| Penjualan neto | Rp 4,89 triliun | Rp 4,54 triliun |
| Beban pokok penjualan | Rp 2,48 triliun | Rp 2,35 triliun |
| Laba bruto | Rp 2,41 triliun | Rp 2,19 triliun |
| Beban penjualan | Rp 1,32 triliun | Rp 1,18 triliun |
| Laba periode berjalan | Rp 596,34 miliar | Rp 576,33 miliar |

Sumber: Laporan Keuangan Kalbe Farma

## Menambah varian

Meski memasang target konservatif, emiten berkode dagang KLBF ini belum mau menaikkan harga jual produk. Kalbe Farma lebih memilih menambah varian produk baru di setiap lini usaha, baik itu obat resep, nutrisi, maupun produk konsumer. "Ada sekitar 10 produk baru," sebut Vidjongtius.

Saat ini, KLBF tengah mengembangkan produksi *erythropoietin*, yang mulai diproduksi pada pertengahan tahun depan. Dengan pencapaian tersebut, Edward Lowis, Analis Ciptadana Sekuritas Asia dalam riset Selasa (2/5), yakin, prospek Kalbe masih positif dan menjanjikan dalam jangka panjang, seiring naiknya tingkat konsumsi masyarakat kelas menengah.

"Nantinya, kemampuan daya beli yang bertahap naik akan mendorong pada keinginan membeli produk kesehatan premium," urai Edward. Kendati demikian, fluktuasi mata uang dan belanja rumah tangga yang stagnan masih dapat menghambat kinerja perusahaan ini dalam jangka pendek. ■

## Produk Elektronik

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

**Petugas** memberikan penjelasan tentang produk peralatan elektronik rumah tangga berbasis internet, yakni AQUA Japan di Jakarta, Rabu (3/5). Tahun lalu AQUA Japan mengklaim mencatatkan pertumbuhan hingga 12,5%. Melihat hasil tersebut, perusahaan ini menargetkan bisa mengerek pertumbuhan penjualan sampai 20%. Salah satu upaya adalah dengan merambah segmen menengah atas lewat produk elektronik berbasis internet.

INDUSTRI SEMEN

# Pasokan Lebih, Bisnis Semen Tertekan

KONTAN/Fransiskus Simbolon

**Sampai** kuartal pertama tahun ini bisa dibilang tidak ada pertumbuhan penjualan.

JAKARTA. Hingga kuartal I-2017, kinerja emiten semen belum juga menunjukkan tanda-tanda perbaikan. Permintaan semen yang masih seret menjadi biang penjualan cenderung stagnan.

Industri semen juga masih dihantui kelebihan pasokan alias *oversupply* semen, yang mencapai 37 juta ton. *Corporate and Public Communication Manager* PT Indocement Tunggal Perkasa Pigo Pramusakti mengungkapkan, sampai kuartal pertama tahun ini bisa dibilang tidak ada pertumbuhan penjualan. "Market cenderung *flat*," ujarnya kepada KONTAN, Rabu (3/5).

Pangsa pasar Indocement turun 25,8% pada Maret 2017 ketimbang periode yang sama tahun lalu yang masih 26,7%. Alhasil, penjualan emiten berkode saham INTP di kuartal I-2017 turun 4,2%. Saat kelebihan pasokan, Pigo berujar, hanya menunggu terbentuknya keseimbangan pasar.

Sebab itu, Indocement belum bisa menyebutkan target penjualan. "Dalam kondisi *over supply*, kami belum tahu harga akan terbentuk keseimbangannya di mana dan kapan," kata Pigo saat dihubungi KONTAN, Rabu (2/5).

Pun dengan PT Holcim Indonesia Tbk, yang mengalami penurunan penjualan 12,1% dibandingkan periode yang sama tahun lalu, yakni Rp 2,45 triliun. Pada kuartal 1-2017, emiten berkode SMCB hanya membukukan penjualan Rp 2,15 triliun.

CEO PT Holcim Indonesia Tbk Gary Schutz bilang, penurunan penjualan akibat pengaruh perubahan cuaca dan tertundanya proyek infrastruktur plus perumahan. "Kondisi pasar semen di dalam negeri masih sangat menantang," aku Gary dalam keterangan resminya.

Kinerja PT Semen Indonesia Tbk juga tertekan. Meski membukukan pendapatan sekitar Rp 6,39 triliun atau naik 5% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya yang Rp 6,02 triliun, laba bersih Semen Indonesia tergerus 27,5%. Di periode sama tahun lalu, laba perusahaan ini Rp 1,03 triliun. Per kuartal I-2-

**Kondisi pasar semen di Indonesia masih sangat menantang.**

17, laba bersih SMGR hanya Rp 746,5 miliar. Penyebabnya, beban pokok pendapatan Semen Indonesia bengkak menjadi Rp 4,45 triliun, naik 23,9% ketimbang periode sama tahun lalu Rp 3,59 triliun.

Menyikapi pasar semen yang fluktuatif, Agung Wiharto, Sekretaris Perusahaan Semen Indonesia, menuturkan, pihaknya tetap melakukan ekspansi agar bisa tetap menjadi pemimpin pasar, selain melakukan efisiensi.

Setali tiga uang dengan Indocement, yang memilih membangun terminal semen di beberapa titik dan menunda pembangunan pabrik baru di Jawa Tengah. "Realisasinya tergantung situasi pasar," sebut Pigo.

**Eldo Rafael**

**Siasat Bisnis**

# *Disrupsi Bisnis Bunga A Better Florist*

*Bisnis bunga termasuk salah satu jenis bisnis yang masih sangat mengandalkan metrik-metrik konvensional. Padahal, bisnis bunga ini cukup besar* waste *dan* mark-up *para* middlemen. *Syukurlah, era baru telah tiba.*

*Di Asia Tenggara, disrupsi bisnis ini dipelopori oleh ABetterFlorist.com. Toko bunga* online *paling high-tech di Asia Tenggara ini didirikan oleh Steve Feiner, yang pernah bekerja di Google di bagian* e-commerce *sales dan strategi bisnis.*

*Menurut observasinya, industri bunga termasuk yang paling tidak efisien. Bayangkan saja, bunga berpindah tangan beberapa kali di antara para* middlemen, *sebelum jatuh ke tangan konsumen setelah 10 hari hingga 16 hari kemudian. Belum lagi jika terjadi "kesalahan" stok, sehingga menimbulkan kekacauan.*

*Dalam sistem lama, kesegaran bunga tidak dapat ditawar. Di sisi lain, harga yang dibayarkan oleh konsumen sudah di-*mark-up *hingga berkali-kali. Juga bisa dipahami apabila karangan bunga diterima terlambat. Atau malah bunga hanya bertahan sebentar saja sebelum akhirnya layu dan mati.*

*Pasar global bunga senilai US$ 60 miliar dan pasar bunga Asia mencapai US$ 7 miliar. Sedangkan pasar Asia Tenggara mencapai US$ 2,5 miliar.*

*Angka-angka tersebut sangat menantang untuk didisrupsi. Jadilah mantan* "Google-er" *hijrah ke Negara Singa dan membuka ABetterFlorist.com. Mungkin Anda bertanya, bagaimana cara disrupsi industri bunga tersebut?* Pertama, smile guaranteed. *Ini adalah filosofi dasar.*

*Semua bergerak cepat, tepat, akurat, dan tanpa ragu. Artinya, dari pengumpulan* leads *untuk pemasangan tar-*getted ads *saja, sudah dilakukan dengan menggunakan* analitiks big data.

*Sehingga perilaku dan ekspektasi konsumen tidak bergeser dari fakta. Penggunaan* big data, *aplikasi mutakhir dan* delivery *dalam satu jam melengkapi disrupsi ini.*

Kedua, *penyetokan bunga terbatas, sesuai* analitiks *data. Artinya, ada pembagian, hari-hari sepi dan hari-hari super ramai. Namun, seberapa ramaikah? Dua kalinya? Tiga? Lima kali?*

*Semua dapat diprediksi dengan tepat dari data yang terkumpul berdasarkan wila-*

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

*yah, tanggal-tanggal penting pribadi dan musim menikah berdasarkan kultur setempat. Juga pilihan jenis bunga dan model karangan bunga dibatasi yang paling populer saja.*

Ketiga, *pemesanan bunga oleh konsumen dilakukan secara* online, *sehingga lebih efisien dari segi biaya operasional. Berbagai program pengiriman bunga otomatis secara* subscription *juga ditawarkan, selain juga* alert *setiap tanggal-tanggal penting. Dengan demikian, para bapak tidak perlu khawatir "lupa" hari ulang tahun pernikahan, Hari Ibu dan lain-nya.*

Kempat, *pengiriman bunga dilakukan ala Uber atau Go-Jek dengan delivery satu jam. Sehingga kesegaran bunga terjaga. Sebelum dan setelah bunga dikirimkan ke alamat tujuan, para petugas delivery akan mengambil foto terlebih dahulu. Setelah itu, foto tersebut dikirimkan via aplikasi kepada pengirim dan penerima bunga.*

*Dengan demikian, tidak ada komplain mengenai "kok bunganya tidak secantik di foto." Dan pengirim bunga dapat tersenyum lega karena kekasih pasti bersuka hati menerimanya.*

Kelima, *stok bunga diimpor langsung dari* nursery *bunga di Cameron Highlands, Malaysia. Dalam dua hari, bunga akan diterima oleh konsumen, sehingga kesegarannya dapat dijamin.*

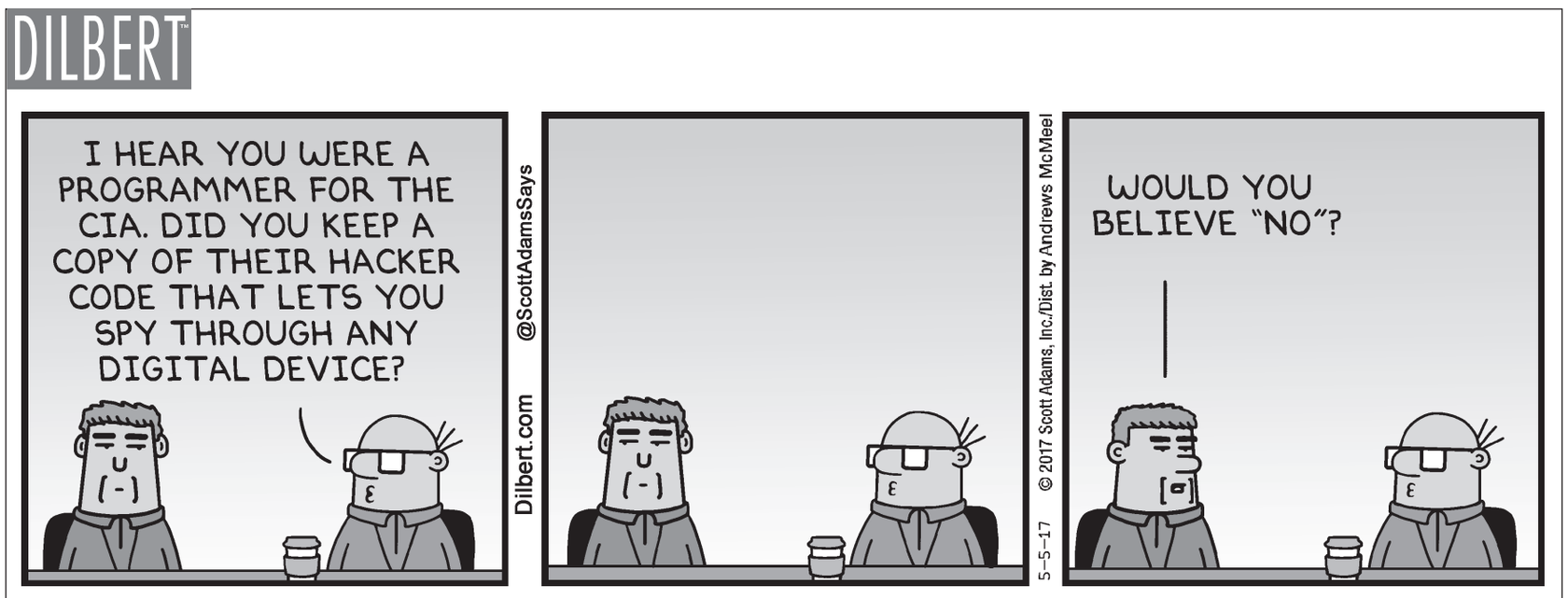
*Tanpa para* middlemen, *harga jual ke konsumen dapat ditekan hingga angka 20%. Dengan penerapan strategi seperti itu, otomatis ABetterFlorist.com sangat kompetitif dibandingkan dengan toko-toko bunga konvensional.*

Keenam, *buket bunga dalam boks spesial. Ternyata bunga-bunga yang dikemas dalam boks juga memberi hidup baru bagi stok dalam kondisi tertentu dan stok berlebih yang dibeli dengan harga rendah dari para* wholesaler.

*Ini juga menurunkan biaya tenaga kerja yang merangkai bunga. Dalam tradisi* potpourri *Eropa, bunga-bunga dalam boks merupakan aromaterapi yang digemari, jadi memang telah mempunyai pasar tersendiri.*

*Tampaknya, semakin dalam teknologi memasuki kehidupan kita, era pasca-industri ini membuka demikian besar kesempatan bergerak dengan model-model bisnis disruptif. Dengan* big data *dan analitiks terukur, kesuksesan sudah hampir bisa dipastikan akan menghampiri. Kuncinya adalah mengenali data* set *apa yang dapat dipakai untuk suatu bisnis dan bagaimana mendapatkannya. Bisnis data* driven *belum menjadi bagian arus utama. Namun ini diperkirakan akan terjadi akselerasi.*

*Dapat diprediksikan dalam beberapa tahun ke depan, hampir semua lini bisnis menggunakan strategi disruptif. Mulailah menggunakan pola-pola pikir yang selaras. Siapa tahu Anda menemukan metode disrupsi. Dan metode itu bisa jadi pantas dimulai sekarang juga.* ■

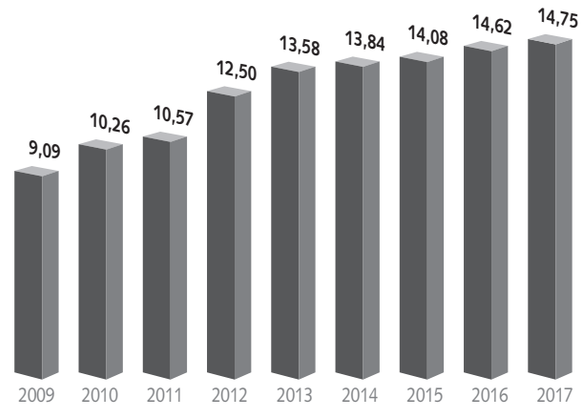



Kontan Infografik

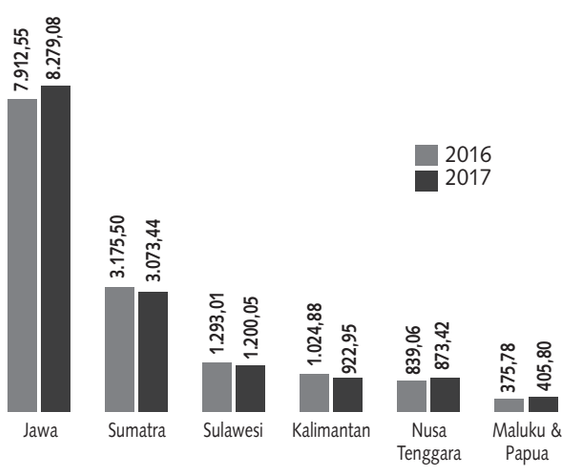
## Konsumsi Semen Indonesia Melambat

Pertumbuhan konsumsi semen di pasar domestik periode Januari-Maret 2017 naik tipis 0,92% (yoy) ketimbang pertumbuhan serupa di periode Januari-Maret 2016 yang mencapai 3,87%. Di periode tersebut, pelambatan konsumsi semen terjadi di beberapa daerah seperti Kalimantan, turun 9,95%), Sulawesi melorot -7,19%, serta Sumatra turun 3,21%. Sementara pertumbuhan konsumsi semen terjadi di Maluku & Papua (7,99%), Nusa Tenggara (4,09%) serta Jawa (4,63%).
**(Petrus Dabu/KONTAN)**

**Konsumsi Semen Domestik Januari - Maret (dalam juta ton)**




**Konsumsi Semen Domestik Per Wilayah Periode Jan-Mar (ribu ton)**




Sumber: Situs PT Semen Indonesia

Kontan Infografik