Harga bahan baku Etilena cenderung berubah-ubah.

Calvin Wiryapranata, Chief Financial Officer PT Lotte Chemical Titan Tbk

Bidik Penjualan Naik 17%

PT Lotte Chemical Titan Tbk maksimalkan kapasitas produksi untuk mengerek penjualan

Agung Hidayat

JAKARTA. Produsen petrokimia, PT Lotte Chemical Titan Tbk harus terus menggenjot kinerja produksi pabrikannya. Sebab jika turun sedikit saja, keuntungan yang didapatkan perusahaan makin menipis.

Per kuartal I-2017, emiten berkode FPNI ini sudah memproduksi polethilena sebanyak 90.000 ton. Sedangkan total penjualan produk polietilena hingga triwulan pertama tahun ini mencapai 95.000 ton. "Sebanyak 5.000 ton itu terdiri dari 3.000 ton stok tahun lalu dan 2.000 ton trading produk grup kami," ucap *Chief Financial Officer* PT Lotte Chemical Titan Tbk, Calvin Wiryapranata, saat paparan publik, Kamis (15/6).

Menilik laporan keuangan perusahaan ini di kuartal I-2017, FPNI mencatat pertumbuhan pendapatan 7% dari US$ 110 juta menjadi US$ 118 juta. Sedangkan laba bersihnya perusahaan ini melonjak tajam hampir tiga kali lipat menjadi US$ 1,6 juta. "Volume produksi di kuartal satu memang lebih tinggi dan margin antara bahan baku dengan harga produk dirasa menguntungkan," kata Calvin.

Makanya, Lotte Chemical menargetkan utilitas produksinya tahun ini bisa di kisaran 90%. Adapun utilisasi pabrik tahun lalu masih sekitar 76%. Pada 2017 ini, kata Calvin, FPNI bakal memaksimalkan kapasitas produksi yang dimiliki, yakni 450.000 ton Polyethilene per tahun.

Ini artinya produksi Polyethilene FPNI diharapkan bisa tumbuh sebesar 23% dari realisasi produksi tahun 2016 lalu yang mencapai 344.000 ton.

Sedangkan untuk penjualannya, Calvin bilang, FPNI menargetkan bisa menggapai pertumbuhan bisnis hingga 17%. Sepanjang 2016, penjualan Polyethilene buatan Lotte Chemical tercatat berada di angka 346.000 ton, yang mana 299.000 ton untuk pasar domestik dan 47.000 ton diekspor. Jika dihitung dengan target penjualan tersebut, maka FPNI memproyeksikan mampu merealisasi penjualan di angka 404.000 ton.

Harga bahan baku

Meski menargetkan volume penjualan, FPNI masih tergolong hati-hati mematok angka penjualan tersebut. Sebab dalam dua tahun belakangan, perseroan meraih penurunan pendapatan bersih dan juga perolehan laba bersih.

Seperti di 2014, 2015, dan 2016 yang *revenue*-nya masing-masing US$ 622 juta, US$ 457 juta, dan US$ 442 juta. "Kalau di industri petrokimia ini jangan hanya lihat pendapatan saja. Tapi perhatikan pula margin antara harga bahan baku dan produk yang dijual, bisa dapatkan profit tidak?" sebut Calvin.

Kenapa demikian? Calvin berdalih, harga bahan baku yakni etilena cenderung berubah-ubah.

Jika terlalu mahal sedangkan harga produk Polyethilene malah turun, maka margin yang didapat semakin mini.

Sekadar contoh, beberapa waktu lalu, FPNI pernah merasakan margin di kisaran US$ 175-US$ 200 per ton. Kondisi ini cukup menguntungkan, namun belum tentu bisa selamanya seperti itu.

Untuk itu, Lotte Chemical bakal fokus meningkatkan produksi Polyethilene. Tahun ini, perusahaan hanya menganggarkan belanja modal US$ 9 juta. ■

Kinerja Keuangan PT Lotte Chemical Titan Tbk

(dalam US$ ribu)

	Mar 2017	Des 2016
Jumlah Aset	195,522	204,709
Jumlah Liabilitas	95,921	106,765
Jumlah Ekuitas	99,601	97,944
Pendapatan bersih	118,369	110,032
Beban Pokok Penjualan	113,798	107,616
Laba Kotor	4,571	2,416
Laba Bersih	1,657	424

Sumber: Laporan keuangan

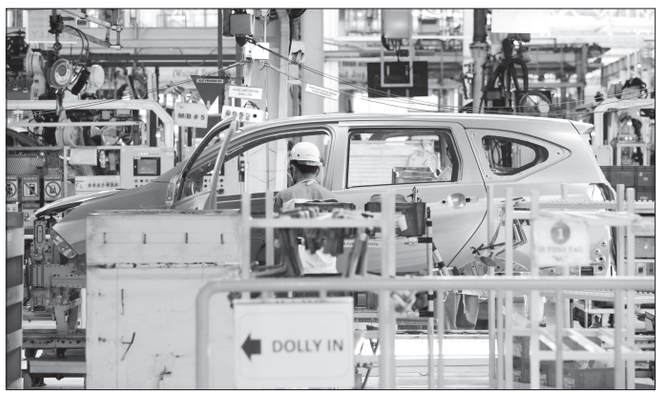
Herbalife Luncurkan Varian Baru

ANTARA/Andreas Fitri Atmoko

Chairman Herbalife Nutrition Institute and Nutrition Advisory Board Dr. David Heber (kanan) dan Senior Director & Country General Manager Herbalife Indonesia Andam Dewi (kiri) berbincang disela seminar kesehatan bertajuk "Wellness Tour 2017" di Yogyakarta, Kamis (15/6). Bersamaan dengan seminar tersebut, Herbalife Indonesia meluncurkan produk baru Herbalife *Aloe Concentrate* (HAC) varian rasa mangga untuk melengkapi produk yang sudah ada sebelumnya.

INDUSTRI OTOMOTIF

Ekspor Mobil Bisa Tumbuh 25%-30%



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Ekspor Toyota menyumbang 88% total ekspor mobil nasional.

JAKARTA. Ekspor mobil Indonesia terus meningkat. Sinyalemen positif ini diharapkan bisa merangsang gairah agen pemegang merk (APM) di Tanah Air memproduksi berbagai jenis kendaraan.

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) per Januari-April 2017, total ekspor kendaraa jadi atawa *completely built up* (CBU) sebanyak 74.947 unit. Jumlah tersebut naik 34,4% dibanding periode sama 2016 yang hanya 55.728 unit.

Ketua I Gaikindo Jongkie Sugiarto mengatakan, pertumbuhan ekspor didorong oleh semakin banyaknya jenis kendaraan bermotor yang diproduksi. "Gaikindo memproyeksikan sampai akhir tahun nanti ekspor mobil Indonesia bisa tumbuh 25%-30% dari tahun lalu," katanya kepada KONTAN, Rabu (14/6).

Asal tahu saja, jumlah CBU yang diekspor pada 2016 sebanyak 194.397 unit. Artinya, jika target tersebut bisa dicapai maka jumlah ekspor mobil nasional pada 2017 berada dikisaran 242.000 unit-252.000 unit.

Cuma, angka tersebut belum memuaskan jika bicara level Asia Tenggara saja. Jongkie membandingkan keberhasilan Thailand yang memproduksi semua jenis kendaraan dan bisa mengekspor sebanyak 1,5 juta unit.

Apabila Indonesia ingin memperbesar volume ekspor mobil, maka pemerintah kudu memberikan keringanan pajak untuk produksi kendaraan jenis sedan, pikap, dan *sport utility vehicle* (SUV).

Dengan demikian, Indonesia tidak hanya menjadi basis produksi kendaraan multiguna atau *multi purpose vehicle* (MPV). "Idealnya samakan saja pajaknya dengan MPV. Pasti prinsipal mau produksi yang akhirnya berorientasi ekspor," beber Jongkie.

Presiden Direktur PT Hyundai Indonesia Mukiat Sutikno menganggap pasar ekspor masih sangat baik seiring dengan membaiknya perekonomi dunia. Tahun ini, Hyundai menargetkan ekspor *complete knocked down* (CKD) sebanyak 3.000 unit naik dari tahun lalu yang sebanyak 2.000 unit.

Gaikindo memproyeksikan ekspor mobil bisa tumbuh 25%-30%

Ke depan, Hyundai sangat mengharapkan lebih banyak lagi kesepakatan dagang antara Indonesia dengan negara lain seperti Australia. "Kualitas produk otomotif Indonesia sudah memenuhi standar global," ungkap Mukiat.

Peningkatan pertumbuhan ekspor mobil juga menjadi perhatian serius Presiden Direktur Toyota Motor Manufacturing Indonesia Warih Andang Tjahjono. Apalagi ekspor Toyota menyumbang 88% total ekspor mobil nasional. Sampai April 2017, ekspor CBU Toyota naik 27% dibanding periode sama tahun lalu,. dari 51.400 unit menjadi 65.700 unit.

Agung Hidayat

Siasat Bisnis

Model Bisnis Ebook dan BookBboon

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

*Siapakah penerbit buku elektronik (ebook) terbesar di dunia? Mungkin jawaban Anda adalah Amazon. Ini benar, namun Amazon mempunyai peran lebih besar sebagai kanal distribusi bagi para penerbit besar (*publishing house*), penerbit perorangan (*self published*) maupun penerbit independen (*indie publisher*).*

*Selain itu, Amazon juga merupakan penerbit dan kanal distribusi buku-buku cetak (*print books*). Penerbit ebook terbesar dunia yang semata-mata menerbitkan buku di dunia maya adalah BookBoon.com yang berbasis di Copenhagen dan London. Mereka menerbitkan 1.000 buku teks dan 600 buku bisnis yang dapat di-download secara gratis*

Dirikan tahun 1988 di Copenhagen dengan nama Ventus dan berganti nama menjadi BookBoon.com di tahun 2005, namanya sangat dikenal oleh para penggemar buku-buku bisnis.

*Mayoritas penulisnya adalah para dosen di berbagai universitas di Eropa dan AS. Kebetulan, penulis juga merupakan salah satu penulis buku dengan judul White Paper Writing for Business. Yang super menarik dari BookBoon.com adalah model bisnisnya yang luar biasa, bahkan setengah karitas (*charity*) dengan pengunduhan gratis bergilir.*

Jadi, setiap judul ebook akan kebagian untuk dibagikan gratis, sebelum ia menjadi bagian dari perpustakaan 1.600-an judul buku yang dapat dinikmati oleh para anggota dengan biaya US$ 3 per bulan.

Ada empat revenue model BookBoon.com yang patut dicatat. Pertama, *ketika ebook dibagikan gratis secara bergiliran, penerbit masih menikmati revenue dari iklan-iklan bisnis yang erat hubungannya dengan pendidikan bisnis bergelar, training, dan* headhunting. *Jelas bahwa target pembaca iklan (persona) adalah para pemburu pelatihan bisnis dan para eksekutif.*

Kedua, *ketika ebook tidak lagi dibagikan gratis, revenue diperoleh dari biaya bulanan anggota perpustakaan online sebesar US$ 3. Setiap bulan, lima ebook dapat diunduh pelanggan untuk dinikmati di iPad dan Kindle.*

Jadi, per ebook dijual kurang dari US$ 1. Harga luar biasa untuk buku-buku teks dan bisnis yang bisa mencapai ratusan ribu rupiah per kopi di Gramedia.

Ketiga, *untuk pasar business-to-business (B2B), perpustakaan ebook BookBoon dapat digunakan sebagai materi pelatihan korporat (in-house training), karena setiap buku dilengkapi dengan berbagai kuis dan tes.*

Jadi, setiap ebook yang diterbitkan BookBoon dapat berdiri sendiri sebagai materi pelatihan korporat. Di Eropa dan AS, ini berarti korporasi perlu membayar biaya untuk pemakaian setiap materi. BookBoon menyediakan sarana Intranet untuk proses pembelajaran online learning.

Keempat, *setiap ebook terbitan BookBoon juga dapat dibeli lisensinya sebagai instrumen lead generation baik dalam employer branding maupun student hiring.*

Revenue model seperti ini belum popular untuk digunakan dalam konteks demikian, biasanya hanya untuk lead generation yang bersifat umum, seperti newsletter subscription.

Sekarang, pertanyaannya, sehebat apakah model bisnis yang "tidak lazim" seperti ini? Hingga akhir 2016, sebanyak 75 juta ebook *telah diunduh, terutama buku-buku teks.*

Inspirasi pendirian perusahaan penerbitan ini pun diawali dengan tingginya harga buku-buku teks engineering, IT, dan bisnis, sehingga pendiri BookBoon yang ketika itu masih duduk di universitas tergerak.

Dua bersaudara Thomas Buus Madsen and Kristian Buus Madsen tergerak untuk menerbitkan buku-buku teks gratis dalam bentuk PDF setelah mereka "kapok" memfotokopi buku-buku teks untuk dibagikan kepada rekan-rekan mereka.

Saat itu mereka juga bekerja di sebuah suratkabar gratis di Swedia, sehingga ide ebook gratis yang dibiayai oleh iklan pun diterapkan. Kapasitas iklan dibatasi 15 persen dari keseluruhan konten suratkabar.

Kini, BookBoon telah mempunyai cabang di 11 negara dan buku-buku diterbitkan dalam bahasa Inggris, Jerman, Belanda, Denmark, Perancis, Swedia, Norwegia, Finlandia, Spanyol, dan Cekoslovakia.

Buku-buku yang diterbitkan dalam satu bahasa, telah diterjemahkan pula ke dalam bahasa-bahasa lainnya. Di tahun 2016, BookBoon telah ekspansi ke Afrika Selatan.

Penulis sendiri sangat tertarik dengan business model dan revenue model yang kreatif dan bersifat semi karitas. Idealisme di masa kuliah tidak perlu ditinggalkan, sepanjang kreativitas dalam memilih revenue model digabungkan dengan teknologi terkini yang memungkinkan business model bergulir secara organik antara B2C dan B2B.

Bagi Indonesia, ini merupakan kesempatan baik, mengingat mayoritas penduduk Indonesia masih belum berani merogoh kocek untuk membeli buku-buku mahal.

Yuk, kita mulai. Siapa pionirnya? ■

INDUSTRI BAJA

Spindo Fokus di Proyek Infrastruktur

JAKARTA. Berharap banyak kecipratan dari proyek infrastruktur, PT Steel Pipe of Indonesia Tbk, membidik pertumbuhan bisnis bisa naik 20% pada tahun ini.

Untuk mengerjar target tersebut, produsen pipa baja tersebut mengincar proyek pengadaan jaringan pipa minyak dan gas (migas) serta pembangkit listrik. Tahun ini, pendapatan perusahaan yang lebih dikenal publik dengan Spindo itu lebih banyak berasal dari proyek jembatan, pelabuhan, dan otomotif.

"Sebesar 70% dari total pendapatan berasal dari proyek infrastruktur," sebut *Hubungan Investor* PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk, Johanes Wahyudi Edward kepada KONTAN, Kamis (15/6).

Sampai dengan saat ini, porsi pendapatan yang sudah dikempit perseroan ini masih di bawah 20%. Johanes bilang, Spindo menargetkan pertumbuhan pendapatan bisa naik *double* digit sampai dengan 20% dari capaian tahun lalu.

Menilik laporan keuangan per 2016 lalu, penjualan ISSP Rp 3,2 triliun atau turun 8,5% dari periode yang sama tahun lalu, yakni Rp 3,5 triliun. Tanda-tanda pertumbuhan penjualan terlihat dari laporan keuangan kuartal I-2017. Spindo membukukan penjualan Rp 809,7 miliar, tumbuh 5,4% dari periode yang sama tahun lalu, Rp 767,1 miliar.

Kini, emiten dengan kode dagang ISSP ini siap mengerek produksi pipa baja. Pada tahun ini, Spindo memproyeksikan bisa memproduksi lebih dari 380.000 ton pipa baja. Tahun lalu, produksi Spindo sekitar 330.000-340.000 ton.

Johanes mengungkapkan, tahun ini proyek infrastruktur banyak menopang penjualan perseroan. Seperti penggunaan baja spiral untuk jembatan, dermaga dan pelabuhan yang membutuhkan tonase besar. Kebanyakan industri jenis ini termasuk, Spindo memang banyak memperoleh kontrak dari proyek pemerintahan dan sebagian perusahaan swasta.

Meski demikian, mengincar proyek infrastruktur skala besar bukan perkara gampang. Maklum, ISSP kudu bersaing dengan kompetitor lainnya. Sebab itu, Johanes berujar, perusahaannya kudu menjaga kualitas dan menawarkan harga kompetitif.

Spindo berecana menambah gudang penyimpanan pipa baja. Tujuannya, stok barang bisa terjamin untuk penetrasi pasar yang lebih luas lagi. "Dalam dua sampai tiga tahun ke depan, kami akan menambah delapan gudang lagi," beber Johanes. Saat ini, Spindo memiliki tiga gudang penyimpanan dengan lokasi Jakarta, Bandung dan Samarinda.

Alif Pohan

Kinerja Keuangan PT Steel Pipe Industry of Indonesia

(dalam jutaan rupiah)

	Maret 2017	Des 2016
Jumnlah Aset	5.843.444	6.041.811
Jumlah Liabilitas	3.183.922	3.396.754
Jumlah Ekuitas	2.659.522	2.645.057
Penjualan	809.709	767.110
Beban Pokok	681.063	672.876
Laba Kotor	128.646	94.234

Sumber: Laporan keuangan

DILBERT