Positifnya penjualan alat berat diharapkan berlanjut hingga tahun depan.

Jamaluddin, Ketua Himpunan Alat Berat Indonesia (Hinabi)

Bisnis Alat Berat Eksis

Hingga akhir tahun target penjualan alat berat diproyeksikan dapat mencapai 4.400 unit

Eldo Rafael

JAKARTA. Produksi dan penjualan alat berat konstruksi dan pertambangan mulai menunjukkan tren kenaikan. Mengutip data Himpunan Alat Berat Indonesia (Hinabi), produksi alat berat hingga kuartal III-2017 tercatat 4.036 unit atau naik 59,7% dibandingkan dengan periode sama tahun lalu sebanyak 2.527 unit.

Jamaluddin, Ketua Hinabi mengatakan, melihat pencapaian sampai saat ini, pihaknya optimistis target yang ditetapkan tahun ini dapat tercapai. "Kami melihat sampai akhir kuartal IV-2017 bisa sampai 4.400 unit," kata Jamaluddin, saat dihubungi KONTAN, Senin (17/7).

Sekadar gambaran, penjualan alat berat sangat dipengaruhi oleh kondisi di sektor pertambangan, konstruksi dan perkebunan. Jamaluddin berharap, positifnya penjualan alat berat saat ini, diharapkan masih tetap berlanjut hingga tahun depan.

Produksi Alat Berat Konstruksi dan Pertambangan

Januari-September 2016	Januari-September 2017
2.527	4.036

Berlanjut tahun depan

Direktur PT Hexindo Adiperkasa Tbk Djonggi Gultom mengatakan, penjualan di periode fiskal April-Maret tahun depan menurutnya masih akan positif. Periode fiskal tahun lalu menurutnya penjualan per bulan hanya sebanyak 80 unit-100 unit. "Saat ini penjualan bisa sekitar 140 unit per bulan," kata Djonggi saat dihubungi KONTAN, Kamis (19/10).

Djonggi mengatakan, tahun fiskal yang akan datang, emiten berkode saham HEXA di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini menargetkan penjualan alat berat hingga 1.300 unit. Jumlah ini tumbuh mencapai 53%. Menurutnya Djonggi secara kuantitas 50% permintaan alat berat terutama di sektor tambang batubara dan nikel. Lalu perkebunan, konstruksi dan kehutanan.

PT United Tractors Tbk juga mengalami kenaikan penjualan. Sekretaris Perusahaan United Tractors, Sara K. Loebis mengatakan, periode *year to date* Agustus 2017, emiten berkode saham UNTR ini mencatat penjualan alat berat sebanyak 2.411 unit, meningkat 74,08% dari periode sama tahun sebelumnya.

Emiten alat berat PT Intraco Penta Tbk turut menikmati naiknya penjualan alat berat pasca bangkitnya harga produk pertambangan. "Tidak hanya batubara tapi tambang secara umum masih stabil," kata Ferdinand D, *Investor Relation Strategist* Intraco Penta. ■

Tren Produksi Alat Berat Konstruksi dan Pertambangan (Unit)

Tahun	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hydraulic Excavator	3.115	5.229	6.336	5.523	4.485	3.376	3.418
Motor Grade	0	0	0	0	3	48	74
Wheel Loader	0	0	0	0	0	0	0
Bulldozer	1.430	1.853	1.478	583	642	104	180
Dump Truck	146	271	133	21	42	7	6
total	4.691	7.353	7.947	6.127	5.172	3.535	3.678

Sumber: Hinabi

Tempat Tidur Perawatan Anak

ANTARA/ama

CEO Nuri Teknik Indonesia Ahmad Syarifudin (tengah) dan Direktur Pemasaran Linda Mardalina (kanan) menjelaskan produk baru perusahaan ini, yaitu ICU *Children Bed* dan *Hospital Bed* pada Hospital EXPO 2017 di Jakarta Convention Center, Kamis (19/10). ICU *Children Bed* adalah tempat tidur khusus anak yang didesain unik agar anak-anak nyaman saat mendapatkan perawatan di rumahsakit.

Gerai

Mitsubishi Motors Dukung Mobil Listrik

JAKARTA. Mitsubishi Motors Corporation akan memberikan bantuan berupa 10 unit *prototype* kendaraan listrik untuk penelitian di Indonesia. Hal ini diungkapkan oleh *Chief Executive Officer* (CEO) Mitsubishi Motors Corporation Osamu Masuko saat menerima kunjungan Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto. "Kami mengapresiasi dukungan Mitsubishi yang selama ini turut memacu peningkatan daya saing dan produktivitas industri otomotif di Indonesia, termasuk rencananya memberikan 10 *prototype* kendaraan elektrik untuk mendukung riset di dalam negeri," kata Airlangga, Kamis (19/10).

Sekadar informasi, Indonesia memang membutuhkan banyak masukan terkait langkah pengembangan platform kendaraan listrik hingga komponen dan industri pendukungnya. Apalagi saat ini peta jalan atau *roadmap* otomotif yang disusun oleh Kementerian Perindustrian dalam fokus mendorong produksi kendaraan beremisi karbon rendah atau *low carbon emission vehicle* (LCEV). "Kami sedang mendorong penelitian penggunaan *electric vehicle*, bukan hanya dari segi kendaraan, tetapi juga infrastruktur, *charger*-nya, stasiun pengisian listrik, *availability*-nya, dan semuanya," ujar Airlangga.

Ketua Umum Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) Johannes Nangoi menuturkan, perlu kebijakan yang jelas terkait pengembangan kendaraan listrik di Indonesia. Pasalnya, industri otomotif Indonesia masih didominasi oleh kendaraan-kendaraan berbasis bahan bakar minyak (BBM). "Terkait pengembangan kendaraan listrik, kami tidak mau hanya menjadi pasar," ujar Johannes.

Eldo Rafael

Sharp Merilis Produk Vacuum Cleaner Anyar

JAKARTA. Agar bersaing di pasar *small home appliances* atau barang elektronik kecil rumah tangga, PT Sharp Electronics Indonesia terus meluncurkan produk baru. Melalui produk *small home appliances* terbaru, yakni SHARP Cordless Vacuum Cleaner (EC-A1RA-A), produk ini dilepas ke pasaran dengan harga sekitar Rp 5 juta per unit.

Sesuai namanya, produk ini mengusung konsep *cordless stick cleaner* yaitu perangkat pengisap debu tanpa kabel. Tidak seperti *vacuum cleaner* konvensional pada umumnya, saat bekerja produk ini tidak menggunakan kabel sebagai pengisi dayanya. Sebagai pengganti sumber daya, di produk ini Sharp membenamkan sebuah baterai (*lithium ion* 18 volt) hingga mampu digunakan selama 30 menit tanpa berhenti.

Bila daya dalam baterai telah habis, konsumen dapat melepaskan baterai tersebut dari perangkat alat lalu memasangkan pada sebuah *battery dock*. "Pengisian daya ulang hanya memakan waktu selama 80 menit *(quick charging)*, dibandingkan dengan produk sejenis, Shargp Cordless Vacuum Cleaner lebih unggul dalam kecepatannya mengisi daya", ungkap Andrew Gultom, *Product Strategy Group Assistant General Manager* Sharp Electronics Indonesia dalam siaran pers yang diterima KONTAN, Kamis (19/10).

Produk ini tersedia dalam dua warna pilihan, warna abu dan biru. *Vacuum cleaner* ini juga dapat digunakan untuk menghilangkan kotoran yang menempel pada mobil, karena dilengkapi dengan tiga macam model pengisap yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan area yang hendak dibersihkan.

Eldo Rafael

Siasat Bisnis

Membangun Emirates Airlines

Jennie M. Xue,
Kolumnis Internasional Serial *Entrepreneur* dan Pengajar Bisnis, Berbasis di California

Para pramugari Emirates Airlines mengenakan blazer cantik dan topi manis yang dihiasi cadar menggantung di samping. Mirip dengan yang dikenakan Barbara Eden dalam sitkom TV zaman baheula I Dream of Jeannie. *Maskapai ini dikenal dengan servis luar biasa, selain harga tiket kompetitif.*

Dalam salah satu perjalanan dari San Francisco ke Jakarta, penulis pernah tercatat sebagai penumpang Emirates. Perjalanan cukup jauh dan perlu menginap di Dubai, mengingat rute yang diambil bukan dari San Francisco via Samudera Pasifik, tapi via Samudera Atlantik.

Di akhir tahun fiskal 2014-2015, Emirates Airlines mencatat pendapatan US$ 24,2 miliar, naik 7,5% dibanding tahun sebelumnya. Jumlah penumpang meningkat dari 44,5 juta menjadi 49,2 juta. Biaya bahan bakar termasuk yang tertinggi dari biaya operasional, yaitu mencakup 34,6%.

Emirates menduduki tangga ke-7 maskapai penerbangan terbesar dunia dari jumlah penumpang dan kilometer terbang per tahun. Kapasitas maskapai ini sangat besar, hubungannya dengan kapasitas Bandara Dubai yang dapat digunakan 24 jam per hari.

Ada beberapa hal yang menarik dari Emirates Airlines dari masa pendirian hingga hari ini. Sukses mereka pantas dihargai dan dipelajari sebagai kasus maskapai penerbangan yang semakin populer.

Satu, *di tahun 1985, penguasa Uni Emirat Arab (UEA) Sheikh Rashid bin Saeed Al-Maktoum dan puteranya mendirikan Emirates Airlines untuk mewujudkan Dubai sebagai hub bisnis dan turisme. Lokasi strategis Dubai di dunia internasional sangat membantu.*

Kini Emirates dipimpin Tim Clark yang bergelar Sir *dan pernah memimpin Srilankan Airlines hingga 2008. Lulusan University of London tahun 1971 ini menggunakan data demografi penumpang dengan jeli dalam menentukan rute-rute baru bagi Emirates. Salah satu rute awal Pakistan. Di sana hanya ada satu maskapai, padahal jumlah populasi 150 juta. Lokasi strategis Dubai juga memungkinkan membuka rute ke India.*

Prestasi kelas dunia Tim Clark diakui berbagai institusi, baik negara maupun badan aviasi. Di tahun 2009, ia menerima penghargaan Officier de la Legion d'Honneur *untuk bidang aviasi dan transportasi. Di tahun yang sama, ia mendapat* Gold Award *dari The Royal Aeronautical Society.*

Di tahun 2011, ia menerima Airline Business dan Flightglobal Achievement Awards. *Di tahun 2012, ia menerim*a Center fo Aviation Legends Award. *Dan di tahun 2014, ia menerima gelar* Sir *dari Ratu Elizabeth Inggris Raya sebagai Knight of the Most Excellent Order of the British Empire.*

Dua, *Emirates tidak membayar pajak ke UEA dan tidak menghadapi berbagai masalah perburuhan, mengingat struktur organisasi tanpa serikat buruh. Perjanjian perdagangan bebas internasional* Open and Fair Skies *juga sangat menguntungkan Emirates dengan jumlah penerbangan tanpa batas antara Amerika Serikat dan Teluk Persia. Etihad, Qatar Aieways dan Turkish Airlines kini meniru model bisnis Emirates dan juga menikmati kemudahan perjanjian* Open and Fair Skies.

Tiga, *Emirates menggunakan pesawat-pesawat ramah lingkungan yang irit bahan bakar, sehingga biaya operasional ditekan. Harga tiket Emirates dan para kompetitor yang mengikuti jejaknya, seperti Turkish, Etihad dan Qatar, cukup miring untuk perjalanan-perjalanan jauh antar benua. Ini sangat menguntungkan konsumen dan kompetitif di dunia maskapai yang semakin banyak pemain.*

Empat, partnership *dengan* low-cost carrier *FlyDubai menggabungkan konektivitas Emirates di seluruh dunia. Kerjasama dengan sistem operasi sinergistik di* hub *Dubai. Emirates menerbangkan 259 pesawat wide-body A380-800 ke 157 destinasi, sedangkan FlyDubai menggunakan 58 unit Boeing 737 ke 95 tujuan.*

Diharapkan tahun 2022, gabungan Emirates dan FyDubai mencapai 240 destinasi dan 380 pesawat. Sebagai perbandingan, Garuda Indonesian Airlines memiliki 144 unit pesawat dan 133 destinasi domestik dan internasional.

Lima, customer service *p Emirates berkualitas kelas dunia yang patut dipuji. Pelayanan* excellent *dari* check-in *di* counter *hingga perjalanan jauh di udara yang memakan waktu belasan jam tidak berubah. Konsistensi ini sangat erat hubungannya dengan efisiensi training profesional dan sistem komputer yang terintegrasi. Kualitas pelayanan luar biasa ini dibuktikan dengan 500 penghargaan internasional. Di tahun 2017, Emirates memenangkan* Best Airline Worldwide, Best First Class, Best Frequent Flyer Programme *dan Best First Class Lounge.*

*Konklusinya, Emirates sangat jitu mempekerjakan pimpinan puncak dan tim c*ustomer service. *Kultur korporat juga sangat mendukung dan memotivasi loyalitas dan antusiasme para pekerja, tercermin ketika melayani penumpang.*

Kepiawaian memilih teknologi aviasi dan sistem integrasi sangat membantu operasi di seluruh dunia. Kini, partnership *dengan FlyDubai diharapkan membangun jaringan yang semakin dikagumi dan dihargai. Kisah sukses Emirates bukti kehebatan manajemen bisnis korporat internasional dari negara Arab* ■

DILBERT

■ ALAT KESEHATAN

Fujifilm Membidik Bisnis Alat Kesehatan

JAKARTA. Persaingan industri alat kesehatan (alkes) semakin ketat. Pangsa pasar alat kesehatan tanah air yang besar mencapai Rp 12 triliun memicu para produsen rajin berinovasi untuk memperbarui produk-produk mereka.

PT Fujifilm Indonesia misalnya, perusahaan yang dikenal sebagai produsen alat fotografinya ini akan fokus mengembangkan produk bantu *scanning* dan *printing* untuk diagnosis kesehatan. Setelah lama menjajal produk *computer radiografi scanning and printing* di Indonesia, Fujifilm meluncurkan produk *hardware* dan *software* yang mengintegrasi kerja diagnosis rumah sakit dan membantu kerja dokter.

"Yang terbaru kami meluncurkan *picture archiving and communication system* dan mesin radiografi digital portabel," kata Jatmiko Dwiwantoro, *National Sales Manager Medical Division* Fujifilm Indonesia, Kamis (19/10).

Layanan *picture archiving and communication system*, Fujifilm memberi nama Synapse. Sedangkan mesin radiografi digital portabel ialah FDR D-EVO II. Sekadar catatan, Synapse merupakan perusahaan Amerika Serikat yang diakuisisi Fujifilm. Sistem ini mampu membantu dan mempercepat diagnosa tenaga kesehatan.

Saat ini, beberapa rumah sakit di Indonesia sudah mulai menyatakan ketertarikan menggunakan *picture archiving and communication system* Fujifilm. "Setidaknya sampai tahun depan ada lima rumahsakit yang sudah kami *approach*," sebut Jatmiko.

Sayang, Fujifilm belum bisa mengungkapkan nama-nama rumahsakit yang tertarik menggunakan teknologi ini. Yang pasti, instansi kesehatan seperti RS Hermina dan RS Bali Mandara disebut-sebut sudah menyatakan ketertarikan untuk memasang sistem *picture archiving and communication system* Fujifilm.

Di bisnis ini, Fujifilm bersaing dengan perusahaan kelas global seperti Siemens, Phillips dan General Electrics. Guna lebih meningkatkan pelayanan terhadap teknologi kesehatan. Fujifilm berencana mengembangkan produk teknologi informasi medik yang mengintergrasikan peralatan penangkap gambar dan akses terhadap transfer data dan penyimpanan.

Moncernya bisnis alat kesehatan ini juga diamini oleh PT Pyridam Farma Tbk. Sekretaris Perusahaan Pyridam Farma Steven Setiawan pernah mengatakan, pihaknya berupaya mengembangkan bisnis alat kesehatan dengan memperluas pasar ritel.

Perusahaan lain, yakni PT Kalbe Farma Tbk juga mencicipi manisnya alat kesehatan ini. Pangsa pasar utama perusahaan ini adalah rumahsakit dan apotek. Kontribusi alat kesehatan bagi Kalbe mencapai 5%-6% dari penjualan.

Di divisi alat kesehatan, Kalbe mulai menjual produk mesin untuk rumahsakit, alat diagnosa dan bahan habis pakai, misalnya masker, sarung tangan bedah, kateter, jarum suntik dan lainya. Sebagian besar produk masih impor. Sisanya, diproduksi lokal.

Agung Hidayat, Eldo Rafael