Pangsa pasar mi instan di Indonesia terus berkembang.

Christopher Tanuwidjaja, Co-Founder PT Fit Indonesia Tama

Mi Instan Baru Serbu Pasar

Namun, dominasi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di pasar mi instan belum tergoyahkan

Agung Hidayat

JAKARTA. Industri mi instan dalam negeri bertambah semarak. Ada tiga pemain raksasa di bisnis ini. Yang paling besar tentu saja PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Lalu ada Wings Food dan Mayora. Pemain baru di industri ini terus bermunculan. Segmen yang dibidik oleh produsen mi pun semakin beragam.

Terbaru adalah PT Fit Indonesia Tama (FIT) yang memperkenalkan *brand* Fit Mee. Menyasar konsumen kalangan menengah ke atas *(middle up)*, pada tahap awal Fit Indonesia Tama akan lebih menggeber penjualan melalui jalur *e-commerce*.

Christopher Tanuwidjaja, salah satu *Co-Founder* Fit Indonesia Tama mengakui, pangsa pasar mi instan di Indonesia terus berkembang. "Seiring peningkatan produk *fast moving consumer goods* (FMCG) juga, apalagi ditunjang jumlah populasi masyarakat Indonesia," katanya, Rabu (9/5).

Menilik data World Instant Noodles Association (WINA), Indonesia berada di posisi ke dua dengan konsumsi mi instan terbesar di dunia setelah China dan Hong Kong. Tahun 2017, tercatat konsumsi mi instan di dalam negeri sebanyak 12,62 miliar bungkus, turun 3% dibandingkan tahun sebelumnya *(lihat tabel)*.

Dengan besarnya pangsa pasar mi instan tersebut tidak heran bila Fit Indonesia Tama cukup berambisi dapat mencuil porsi penjualan produknya. "Bayangkan dengan market sebesar itu, jika kami dapat kuasai 10% saja dari *market share* sudah luar biasa," ungkap Christopher.

Untuk memproduksi mi instan tersebut, Fit Indonesia Tama mengandalkan jasa maklon *(contract manufacturing)* dari PT Quindofood yang berlokasi di Bogor, Jawa Barat. Sedangkan bahan baku produksi diperoleh dari Rodamas Group.

Saat ini, produksi Fit Mee baru mencapai sekitar 500.000 boks. Kapasitas produksi ini masih dapat ditingkatkan sesuai permintaan pasar. Adapun harga mi instan ini adalah Rp 15.000 per bungkus.

Inovasi produk

Di tengah persaingan yang ketat, inovasi produk menjadi kunci bagi produsen mi instan untuk memikat hati konsumen. Sebagai pendatang baru, Christopher tidak khawatir karena produknya berbeda dengan merek lain.

Christopher bilang, bila rata-rata mi instan yang beredar di pasaran mengandung antara 350-500 kalori per porsi, Fit Mee hanya 60 sampai 150 kalori saja. "Produk sejenis seperti yang kami punya ini sebelumnya tidak ada," kata Christopher.

Sebelumnya, Sribugo Suratmo, Kepala Divisi Komunikasi PT Mayora Indah Tbk, mengatakan, inovasi merupakan kunci bagi produsen mi instan mempertahankan pangsa pasar. "Kalau ingin bertahan produsen harus inovasi rasa, selain promosi," ujar Sribugo.

Selama ini, Mayora dikenal sebagai produsen makanan ringan dan biskuit. Tetapi, di awal tahun 2016 emiten berkode saham MYOR di Bursa Efek Indonesia ini memulai memproduksi mi instan dengan merek Bakmie Mewah.

Di Indonesia, tercatat ada lebih dari 20 perusahaan yang memproduksi mi instan dengan berbagai skala bisnis. Namun, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk menguasai hampir 72% dari total pangsa pasar mi instan di Indonesia. ■

Sepuluh Besar Konsumen Mi Instan Dunia

No	Negara	2013	2014	2015	2016	2017
1	China/Hong Kong	46,22	44,40	40,43	38,52	38,97
2	Indonesia	14,90	13,43	13,20	13,01	12,62
3	Jepang	5,52	5,50	5,54	5,66	5,66
4	India	4,98	5,34	3,26	4,27	5,42
5	Vietnam	5,20	5,00	4,80	4,92	5,06
6	Amerika Serikat	4,35	4,28	4,08	4,10	4,13
7	Filipina	3,15	3,32	3,48	3,41	3,75
8	Korea Selatan	3,63	3,59	3,65	3,83	3,74
9	Thailand	3,02	3,07	3,07	3,36	3,39
10	Brasil	2,37	2,37	2,37	2,35	2,23

Ket: miliar bungkus — Sumber: WINA dan Riset KONTAN

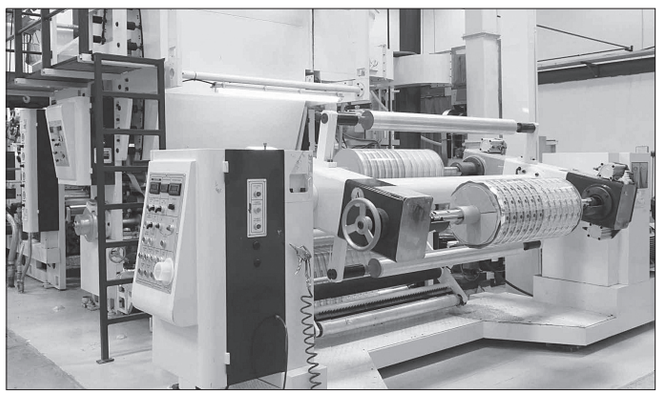
Mi Instan Anyar

KONTAN/Carolus Agus Waluyo

(Kiri ke kanan) *Co-Founder* PT Fit Indonesia Tama Jeff Budiman, *Brand Ambasador* Fit Mee Bambang Reguna Bukit (Bams), *Head of Business Official Store* Tokopedia Erika Agustine dan *Co-Founder* PT Fit Indonesia Tama Chirstopher Tanuwidjaja saat memperkenalkan mi instan FitMee di Jakarta, Rabu (9/5). Untuk saat ini penjualan Fit Mee hanya melalui jalur *online* Tokopedia.

MANUFAKTUR

IGAR Menargetkan Pertumbuhan 8,5%



Dok.IGAR

Sepanjang tahun ini, IGAR menargetkan pertumbuhan kinerja bisnis sebesar 8,5%.

JAKARTA. PT Champion Pacific Indonesia Tbk mencatatkan pertumbuhan pendapatan yang signifikan di kuartal I-2018. Namun, laba bersih emiten berkode saham IGAR di Bursa Efek Indonesia ini belum terungkit, akibat ada beban tambahan.

Menilik laporan keuangan tiga bulan pertama tahun ini, pendapatan bersih IGAR tercatat naik 7,6% menjadi Rp 198 miliar *year-on-year* (yoy). Sementara, beban pokok penjualan melambung 12% menjadi Rp 168 miliar.

Akibatnya, terjadi penurunan laba kotor sebesar 14% menjadi Rp 30 miliar. Serta, laba bersih tumbuh negatif 19% dari Rp 20,7 miliar di kuartal I-2017, menjadi Rp 16,6 miliar di periode yang sama tahun ini.

Antonius Muhartoyo, Presiden Direktur Champion Pacific Indonesia, mengatakan, *net profit* belum naik lantaran pembeli mesin baru. "Artinya ada biaya *research & development* (R&D) yang cukup besar, jadi selama bulan tersebut *profit* dibawah *budget*," ujarnya, Rabu (9/5).

Memasuki bulan April, keadaan keuangan IGAR sudah mulai normal. Melihat hal tersebut, Antonius optimistis IGAR akan mampu mencatatkan pertumbuhan *bottom line* yang positif tahun ini.

Sepanjang tahun ini, IGAR menargetkan pertumbuhan kinerja bisnis sebesar 8,5%. "Kenapa demikian (konservatif) karena meski permintaan obat BPJS meningkat, secara nilai harga produk agak turun sedikit," ujar Antonius.

Sampai dengan kuartal I-2018, penjualan kemasan untuk industri farmasi mencapai Rp 171 miliar. Jumlah ini menyumbang 86% dari total pendapatan IGAR. Sementara, dari sisi penjualan produk meningkat sebesar 7,6% dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Sepanjang kuartal I-2018, laba bersih IGAR tercatat turun hingga 19%.

Untuk memacu keuntungannya, ke depan IGAR akan meningkatkan efisiensi. Selain itu, agar ekspansi bisnis tetap berjalan tahun ini IGAR menggelontorkan belanja modal atau *capital expenditure* (capex) senilai Rp 60 miliar. Dana tersebut sebagian besar akan digunakan untuk membeli mesin baru.

Agung Hidayat

Siasat Bisnis

Membangun Performa Super

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

Performance *sangat menentukan sukses, bukan ide dan bukan wacana. Untuk itu, membangun suatu sistem dengan objektif untuk melipatgandakan* performance. *Ingat.* mindset, *ide, dan wacana hanya berguna apabila dieksekusi.*

Ada beberapa prinsip penting desain sistem performance. Satu, fokus pada 20 % yang berjalan baik, bukan 80% yang tidak punya arti. Ini berdasarkan teori Pareto 80/20 yang berlaku dalam kebanyakan situasi, termasuk situasi-situasi bisnis dan di tempat kerja. Untuk menentukan mana saja yang 20%, membutuhkan data terstruktur yang baik dan bersih (structured and clean *data) dari berbagai data set divisi sales dan* marketing.

Dua, *bangun visi alias gol akhir dengan jelas di dalam pikiran. Bangun strategi dan taktik* backward *alias dari belakang. Rencana dan skedul dibangun berdasarkan gol akhir yang dituju. Apabila memerlukan* project management, *pertimbangkan risiko dari awal dan gunakan* milestone *dan* scheduling *profesional. Bisa menggunakan berbagai perangkat* software as a service *(SaaS) agar* deadline *dapat dicapai.*

Tiga, *gunakan matriks atau* key performance indicators *(KPI) untuk mengukur performance. Pengukuran harus tepat dan jelas langkah-langkahnya. Sebagai contoh, ada indikator* lag *dan indikator* lead. Lag indicator *mengacu kepada gol akhir yang akan dicapai, misalnya 10.000 pelanggan baru sebagai output.* Lead indicator *mengacu pada berapa pelanggan baru perlu diraih per hari dan bagaimana mengukur dan mencapainya.*

Empat, *kompresi 12 bulan menjadi tiga bulan. Dalam jangka waktu ini, setiap pekan, hari, dan jam menjadi sangat berharga. Tidak ada lagi alasan* deadline *masih lama. Rasa urgensi menjadi motor penggerak terbesar. Kompresi target 12 bulan dicapai dalam 3 bulan. Secara psikologis, ini memacu peserta tim bergerak dengan secepat dan seakurat mungkin. Sudah dekat* deadline *menjadi alasan utama tidak menunda-nunda.*

Lima, *selalu gunakan* best practices *berdasarkan strategi-strategi terbukti dan data, bukan berdasarkan rasa ingin dan emosi tanpa dasar. Dalam setiap penggunaan perangkat baru dan pengambilan keputusan, perhatikan* best practices *alias praktik-praktik terbaik berdasarkan berbagai studi kasus. Jauhkan dari pengambilan keputusan berdasarkan "rasanya" atau "perasaan, sih."*

Case studies and success stories *menjadi bagian penting* knowledgebase management. *Jadi, usahakan agar bisnis Anda memiliki divisi ini yang bertugas merekam informasi edukasi yang berharga di masa depan.*

Enam, *kembangkan satu ketrampilan* (skill) *sebaik mungkin, sebelum pindah ke* skill *lain.* Performance *sangat ditentukan oleh kualitas* skill. *Jadi, lebih baik mempunyai satu* skill *yang sangat mendalam dan super baik daripada mempunyai beberapa* skill *yang sedalam kulit belaka.*

Dengan skill *mendalam, dapat dipastikan kualitas lebih tinggi daripada mereka yang hanya pas-pasan. Namun performance keseluruhan tidak dapat mengandalkan* skill *saja. Berbagai elemen bermain bersama, seperti akurasi dan komunikasi di dalam dan di luar proyek yang sedang dikerjakan.*

Tujuh, *"Anda pasti bisa" yang seringkali digaung-gaungkan para motivator, se hanya akan punya arti apabila disertai dengan* willpower *(tekad) dan* determination *(ketetapan hati). Dua elemen ini perlu dilatih terus-menerus sebagaimana otot di dalam tubuh Anda.*

Rencana mingguan dan accountability meeting *alias* melapor progres *kepada mentor atau* coach *akan sangat membantu eksekusi proyek apapun. Rencana mingguan dapat dibagi lagi menjadi rencana harian dan ini perlu ditepati setiap hari tanpa kecuali. Mentor dan* coach *bisa saja dalam format team* leader *atau supervisor, namun fungsi* mentoring *dan* coaching *lebih dominan.*

Delapan, *gunakan tiga jenis blok dalam beraktivitas sehingga performance dapat optimal atau, bahkan, maksimal. Blok strategis dilakukan dengan hanya menjalankan aktivitas-aktivitas yang menjadi fokus. Tidak ada fokus sampingan alias sekalian dikerjakan.*

Blok interupsi dipraktikkan dengan mengerjakan hal-hal yang dapat dijalankan serentak secara bersamaan. Biasanya ini adalah hal-hal yang serupa atau sekalian jalan.

Blok terakhir adalah blok waktu untuk beristirahat tanpa gangguan digital dan interupsi komunikasi apapun. Blok ini dapat dijalankan harian selama beberapa menit setiap 3 jam-4 jam, beberapa jam sepekan dan beberapa hari dalam sebulan.

Akhir kata, membangun performance *super membutuhkan kesiapan mental, kemampuan memilah mana yang 20% berarti dan mana yang 80% sia-sia, menggunakan matriks yang tepat, pengelolaan* skill *secara tepat, dan penggunaan blok-blok yang membantu fokus dan konsentrasi. Dengan* performa *prima, dapat dinaikkan probabilitas pencapaian gol 12 bulan dalam waktu kurang dari setengahnya.* ■

Gerai

Semen Baturaja Ekspor Perdana Produk Clinker

JAKARTA. PT Semen Batu Raja Tbk (SMBR) ekspor perdana produk semen setengah jadi *(clinker)* ke Australia. Volume ekspor *clinker* yang dilakukan pada Rabu (9/5) tersebut mencapai 30.000 metrik ton (mt) dengan nilai sekitar US$ 1 juta.

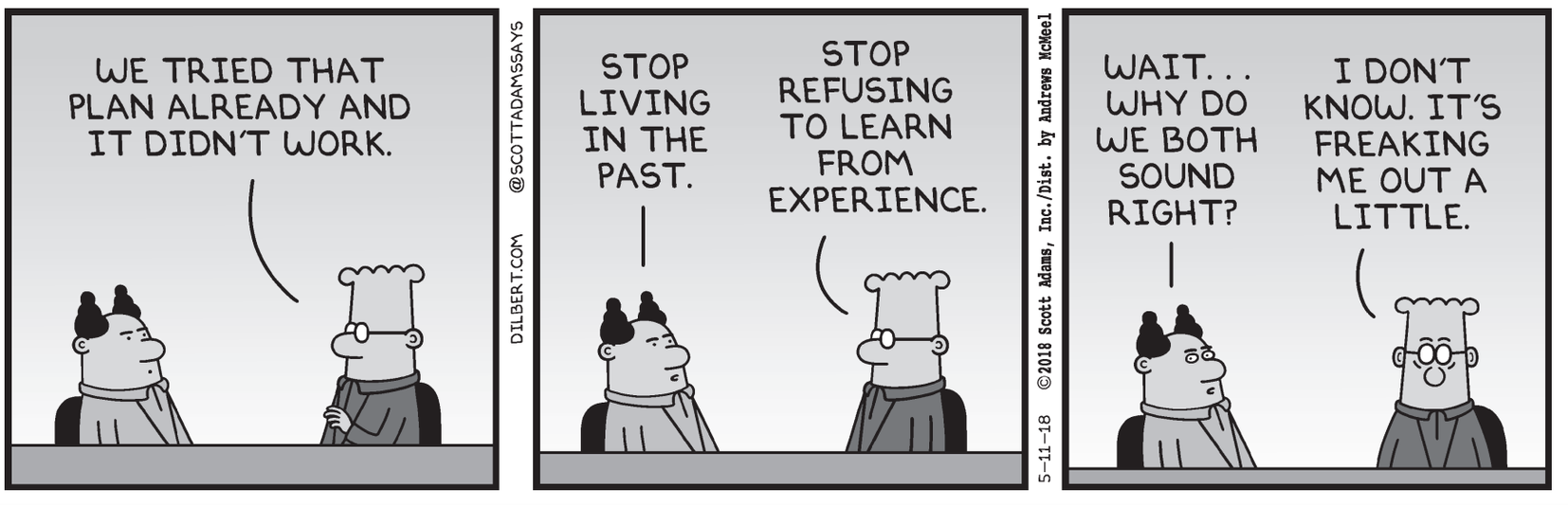
Direktur Utama Semen Baturaja Rahmad Pribadi berharap, ekspor perdana *clinker* ini berdampak positif terhadap perusahaan ini, di tengah gejolak pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat (AS) yang menembus Rp 14.000 per dollar AS.

Melemahnya mata uang rupiah ini menurut Rahmad ,justru dapat menguntungkan para eksportir untuk meningkatkan laba. "Saya berpikir saat ini adalah momentum yang paling tepat untuk memulai ekspor, termasuk ekspor *clinker* yang baru saja kami lakukan," kata Rahmad, dalam siaran pers, Kamis (10/5).

Apalagi, saat ini di Indonesia masih dihadapkan dengan persoalan kelebihan pasokan *(oversupply)* semen. Sehingga, dengan ekspor tersebut diharapkan dapat menjadi solusi bagi Semen Baturaja untuk tetap meningkatkan utilisasi pabrik.

Agung Hidayat

DILBERT



SEREMONI

National Governance Days 2018, HIMA Ilmu Pemerintahan Universitas Padjadjaran

HIMA Ilmu Pemerintahan Universitas Padjadjaran, tanggal 8 - 11 Mei 2018 menyelenggarakan kompetisi nasional: National Governance Days bertema "Pemuda Mentransformasi Indonesia". Sasarannya adalah mahasiswa perguruan tinggi seluruh Indonesia. Ada 62 tim partisipan, diseleksi menjadi 18 tim dan dibagi dalam tiga kelas yaitu Pemuda Bersinergi, membahas peningkatan kesehatan dan kesejahteraan serta penegakan dan kebijakan untuk mendorong kesetaraan gender dan lingkungan; Pemuda Berdikari, membahas strategi dan kebijakan dalam mendorong investasi dan industrialisasi juga inovasi infrastruktur dalam agenda pembangunan berkelanjutan; dan Pemuda Berwawasan Lingkungan, membahas pembangunan berkelanjutan dalam mengelola dan melindungi kelestarian ekosistem laut dan mengatasi ancaman akibat perubahan iklim dan kerusakan lingkungan.

Selain itu, diadakan seminar nasional bertemakan "Tantangan Integrasi Lingkungan dalam Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia", pembicara Kepala Bappeda Provinsi Jawa Barat, Bupati Kabupaten Pesisir Selatan, Akademisi, PJS Wali Kota Bandung, dan Deputi Direktur SDG's Center Unpad.