Pabrik baru di Jawa Tengah bisa beroperasi pada tahun depan.

Lukman Hakim, Sekretaris Perusahaan PT Panca Budi Idaman Tbk (PBID)

Melirik Potensi Mobil Listrik

Draf Peraturan Presiden Kendaraan Listrik masuk tahap harmonisasi antarkementerian

Sugeng Adji, Eldo Christoffel Rafael

JAKARTA. Pemerintah terus mengejar penyelesaian Peraturan Presiden (Perpres) mengenai pengembangan kendaraan listrik. Saat ini, penyusunan draf dari payung hukum mobil listrik tersebut masuk tahap harmonisasi antarkementerian.

Kendati beleidnya belum terbit, sejumlah pebisnis dan perusahaan berancang-ancang mengalap berkah bisnis mobil listrik. PT Bakrie & Brothers Tbk, misalnya, sudah menjalin kerjasama dengan pabrikan mobil listrik terbesar dunia, Build Your Dreams (BYD) Corp asal China untuk mengembangkan mobil listrik. Di tahap awal kerjasama itu, mereka akan membangun bus listrik untuk Jakarta.

Head of Corporate Communications PT Bakrie & Brothers Tbk, Bayu Nimpuno, menjelaskan pihaknya akan mengembangkan kendaraan listrik mulai dari komponen hingga menjadi bus listrik seutuhnya. Perusahaan berkode saham BNBR di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini merambah bisnis otomotif melalui anak usaha PT Bakrie Autoparts yang memasok komponen otomotif.

Belum lama ini, BNBR meneruskan pengembangan usaha di bidang otomotif setelah menandatangani nota kesepakatan (MoU) dengan BYD, yang dikenal sebagai produsen otomotif bertenaga listrik. Selain itu, BYD memproduksi baterai kendaraan, mobil penumpang, bus dan truk yang semuanya bertenaga listrik.

"Pada intinya kami akan membentuk konsorsium perusahaan dengan BYD. Perincian konsorsium itu masih dalam pembicaraan. Tetapi, kami sepakat untuk mengembangkan bus listrik di Indonesia," ungkap Bayu kepada KONTAN, Kamis (19/7).

Jejak langkah Bakrie bermain di bus listrik sejatinya mengikuti langkah PT Mobil Anak Bangsa (MAB). Bahkan, perusahaan yang dimiliki oleh Jenderal (Purn) Moeldoko, Kepala Kantor Staf Kepresidenan ini sudah memamerkan prototipe bus listriknya pada awal tahun ini.

Saat dihubungi KONTAN beberapa waktu lalu, Leonard, *President Director* PT MAB, menjelaskan sejak tahun lalu ada dua prototipe milik MAB. Saat ini, keduanya sudah masuk proses administrasi uji laik jalan di Kementerian Perhubungan dan surat rekomendasi uji tipe ke Kementerian Perindustrian.

Potensi pasar

Sejatinya, Nissan Motor Indonesia (NMI) juga siap menghadirkan mobil listrik. Cuma, untuk Indonesia masih akan dipelajari lebih lanjut terkait aturan dan pasar di Indonesia. Hanna Maharani, *Head of Communication* NMI menyatakan, sebagai produsen, NMI menyambut baik jika aturan mobil listrik di Indonesia sudah ada. "Ini adalah tanda ada potensi untuk masuk ke pasar Indonesia lebih dalam," ujar dia kepada KONTAN, kemarin.

NMI terbilang sudah siap untuk mengembangkan kendaraan listrik. Sebab, pabrikan asal Jepang ini sudah memiliki produk mobil listrik, Nissan Leaf. Selain itu, mobil *low carbon emission vehicle* (LCEV) juga sudah ada dengan produk e-Powernya.

Menurut Hanna, Nissan belum bisa memproyeksikan sejauh mana potensi pasar kendaraan listrik ini. Sebab pihaknya belum pernah melakukan kajiannya. Tapi setidaknya merujuk riset Nissan Region Asean Oceania bersama Frost & Sullivan pada Februari 2018 lalu, terkait antusiasme dan *awareness* di Asia Tenggara, hasilnya cukup positif. Atensi masyarakat Indonesia untuk membeli mobil listrik mencapai 41%, sedangkan hasil tertinggi adalah Filipina dengan 46%.

Senada, Jongkie Sugiarto, Ketua I Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) menuturkan, untuk potensi memang masih harus melihat aturan yang akan diterapkan pemerintah. "Khususnya terkait persoalan pajak dan harga juga penting untuk mendorong penjualan," tukas dia. ■

Festival Kopi Nusantara

KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Pengunjung menyaksikan proses menyeduh kopi di Festival Kopi Nusantara yang berlangsung di Bentara Budaya Jakarta, Kamis (9/7). Festival Kopi Nusantara yang diselenggarakan Harian Kompas ini diikuti para pengusaha dan petani kopi dari Aceh, Sumatra Utara, Jambi, Lampung, Bondowoso, Flores dan Papua ini berlangsung selama tiga hari.

EKSPANSI USAHA

Panca Budi Idaman Garap Pasar Malaysia

Dok.Panca Budi Idaman

Hingga akhir tahun nanti, PBID menargetkan kapasitas produksi pabriknya mencapai 90.000 ton.

JAKARTA. PT Panca Budi Idaman Tbk melanjutkan ekspansi ke negeri jiran. Produsen kantong plastik ini baru saja membangun pabrik di Johor Bahru, Malaysia. Nilai total investasinya RM 7 juta atau Rp 24,86 miliar.

Dari total investasi tersebut, manajemen Panca Budi Idaman menggunakan dana RM 5,5 juta untuk membangun pabrik dan RM 1,5 juta untuk pengadaan mesin.

Sekretaris Perusahaan Panca Budi Idaman, Lukman Hakim, menyebutkan hingga akhir tahun nanti nilai investasi yang dikeluarkan terus bertambah. Namun, manajemen belum bisa mengungkapkan angka pastinya.

Panca Budi memilih pasar Malaysia karena negara tersebut memiliki kesamaan karakter dengan Indonesia, yakni dalam hal penggunaan plastik untuk makanan berkuah. Kelak, pabrik di sana akan dikelola anak usaha Panca Budi, yakni Penta Packaging Solution Sdn Bhd.

Di sisi lain, industri petrokimia di Malaysia sedang berkembang sehingga pabrik Panca Budi juga akan memproduksi *resin bag*. "Targetnya bisa memproduksi 4.000 ton, yang dimulai awal tahun depan," ujar Lukman kepada KONTAN, Kamis (19/7).

Di Indonesia, emiten berkode saham PBID di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini berencana membangun lagi pabrik di wilayah Jawa Tengah. "Progresnya dalam tahap negosiasi," ujar Lukman. Ia memproyeksikan pabrik baru di Jawa Tengah bisa beroperasi pada tahun depan.

Secara umum, Panca Budi Idaman telah mengeluarkan dana Rp 105,02 miliar hingga semester pertama tahun ini. Manajemen menggunakan dana tersebut untuk sejumlah ekspansi, misalnya membangun pabrik, menambah mesin produksi hingga memperkuat modal kerja.

Sepanjang 2018, PBID telah mengalokasikan dana sebesar Rp 305,21 miliar untuk mendukung ekspansi usaha dan modal usaha. Hingga akhir tahun nanti, Panca Budi menargetkan kapasitas produksi pabriknya mencapai 90.000 ton. Sampai saat ini, kapasitas produksinya 83.024 ton.

Panca Budi sudah memiliki total tujuh pabrik dan gudang distribusi yang tersebar di Jawa. Perinciannya, empat pabrik di Tangerang, satu pabrik di Medan, satu pabrik di Cilegon, serta satu pabrik di Solo. Hingga akhir 2018, Panca Budi akan memiliki delapan pabrik karena tengah menjajaki pembangunan pabrik di Jawa Tengah.

Sepanjang tahun ini, Panca Budi Idaman menargetkan pendapatan tumbuh sebesar 12% *year-on-year* (yoy) menjadi Rp 3,91 triliun.

Sugeng Adji

Siasat Bisnis

Kata Coaching Ala Toyota

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

Kata adalah istilah yang digunakan dalam ilmu bela diri Jepang, seperti Karate. Dengan pendekatan serupa, Toyota menciptakan rutinitas untuk mendukung perbaikan yang berkesinambungan (continual improvement). *Metodologi ini efektif sepanjang dijalankan dengan tepat dan benar.*

Dalam artikel ini, kita bahas apa yang dimaksud dengan Kultur Kata, bagaimana memulai kultur ini di suatu organisasi dan bagaimana menerapkannya dalam memecahkan masalah.

Satu, apa itu Kultur Kata. Kata Toyota berfokus pada perbaikan terus-menerus dan belajar sepanjang hayat. Kata "Kata" mempunyai arti rutinitas atau pola yang memperbaiki praktek dan berpusat pada tujuan bersama. "Kata" juga bermakna "jalan untuk menempatkan dua hal secara sejajar."

Metodologi yang dipakai bersifat saintifik, sehingga pola-pola pikir dan perspektif yang digunakan bersumber dari sains. Ini sangat erat hubungannya dengan eksperimentasi dan belajar serta berpikir secara sistematis.

Dua, memulai Kata dalam organisasi. Memulai Kata dalam korporasi atau institusi apapun sebaiknya diawali dengan training *dan* coaching, *mengingat menggunakan pola pikir berbeda dari kebiasaan lama tentu membutuhkan penyesuaian mengingat* learning curve *setiap orang berbeda. Mulailah dengen mempraktekkan Kata 30 menit atau 1 jam dalam satu hari sampai menjadi kebiasaan baru. Idealnya, proses belajar dibimbing seorang mentor atau* coach.

Kata sendiri mempunyai empat fase: mengenali arah atau tantangan, menangkap kondisi saat ini, menetapkan kondisi berikut dan eksekusi dengan bereksperimen. Dalam tahap awal proses belajar, pastikan setiap mentee *atau* coachee *mengenali setiap fase tersebut.*

Tiga, aplikasi Kata dalam memecahkan masalah. Inti dari Kultur Kata adalah kultur korporasi atau institusi yang menyambut hangat pemecahan masalah (problem solving). *Tahap pemecahan masalah Kata ada empat sebagaimana disebutkan di atas.*

Pertama, mengenali arah atau tantangan yang ada, seorang coachee *pembelajar Kata dapat segera menunjukkan kemampuan baru di bawah bimbingan manajer yang juga berposisi sebagai* coach. *Idealnya, kemampuan baru tersebut sejalan dengan arah tujuan organisasi.*

Kedua, kemampuan menangkap kondisi saat ini merupakan salah satu keterampilan penting. Ini harus dilakukan dengan menggunakan kerangka analisis proses Kata sehingga assessment *dapat dikenali sejak awal.*

Ketiga, menetapkan kondisi berikutnya berarti mengidentifikasi langkah berikut. Biasanya tenggat waktu ditetapkan sehingga berbagai eksperimentasi dapat dijalankan dalam kerangka waktu tertentu.

Keempat, setelah berbagai eksperimen berhasil memperoleh "kondisi berikut" yang merupakan perbaikan dari persoalan awal, tibalah proses eksekusi yang butuh pengukuran kuantitas dan proses terstruktur. Berbagai eksperimen di muka sesungguhnya telah memberikan tahapan-tahapan berharga.

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan pembentuk kerangka Kata yang diformulasikan oleh Mike Rother.

Bagaimana kondisi yang ditargetkan? Bagaimana kondisi terkini? Hambatan-hambatan apa saja yang dapat menghambat pencapaian kondisi yang ditargetkan? Apa saja yang telah dikenali dan diatasi? Apa langkah atau eksperimen berikutnya? Bagaimana hasil yang diharapkan? Secepat apa aplikasi dapat dilakukan setelah eksperimen terakhir?

Seorang coach *pakar Kata merupakan individu penentu bagaimana Kultur Kata dapat diterapkan, karena dialah yang mengingatkan para* coachee *akan metode-metode berpikir sistematis dan terukur. Lakukan ini setiap hari, misalnya di pagi hari, sehingga setiap persoalan yang ditemui hari itu dipecahkan dengan metode Kata.*

Membangun Kultur Kata dalam suatu organisasi membutuhkan kemampuan analisis yang perlu diasah. Berbagai tim perlu dibentuk dengan tugas-tugas berbeda. Mulailah dengan tim yang "mencari" gambaran besar suatu masalah. Setelah itu, bisa saja tim lainnya membantu dengan masukan-masukan eksperimen mereka.

Metodologi Kata berlawanan dengan kepemimpinan komando-kontrol dari top-bottom *yang ketat. Kata mendistribusikan kemampuan memecahkan masalah secara demokratis ke seluruh bagian organisasi.* Brainstorming *merupakan awal dari solusi yang berarti. Dan ini dapat dimulai dari posisi mana pun.*

Tentu saja mengubah kultur top-bottom *ke Kultur Kata membutuhkan fase transisi,* training *dan* coaching. *Dengan latihan setiap hari, dapat dipastikan progres berjalan baik cepat maupun lambat. Kuncinya adalah kesediaan belajar sepanjang hayat, dengan menggunakan kerangka berpikir saintifik dan semangat untuk memperbaiki dan memberi jawaban atas setiap masalah yang timbul di dalam organisasi. Selamat ber-Kata ria.* ■

Gerai

DFSK Meluncurkan Mobil Penumpang Glory 580

JAKARTA. PT Sokonindo Automobile (DFSK) resmi meluncurkan mobil penumpang pertamanya di Indonesia, Glory 580. Mobil jenis *sport utility vehicle* (SUV) ini dipasarkan dalam empat varian model.

Glory 580 1.8L Comfort 5MT dijual seharga Rp 245 juta per unit, Glory 580 1.5T Comfort CVT sebesar Rp 282 juta, Glory 580 1.5T Luxury 6MT sebesar Rp 295 juta, dan Glory 580 1.5T Luxury CVT sebesar Rp 308 juta.

Franz Wang, *Managing Director of Sales Center* PT Sokonindo Automobile menjelaskan, varian terbaru ini diproduksi di Indonesia. "Kami mengharapkan Glory 580 akan menjadi pilihan yang menarik bagi pasar Indonesia," kata dia, Kamis (19/7).

Untuk menarik minat konsumen, Glory 580 menawarkan garansi selama tujuh tahun atau 150.000 kilometer (km) meliputi komponen utama bodi, mesin, transmisi, *chasis*, kelistrikan dan aksesori bodi.

Sedangkan untuk layanan purna jual, Sokonindo Automobile akan terus memperkuat jaringannya dengan membangun sebanyak 50 *outlet* hingga akhir tahun ini. "Kota-kota besar di Indonesia menjadi target kami membuka jaringan di masa awal ini. Potensi dan perkembangan *market* di masing-masing kota itu menjadi pertimbangan kami dalam menentukan pembukaan jaringan," papar Franz.

Eldo Christoffel Rafael

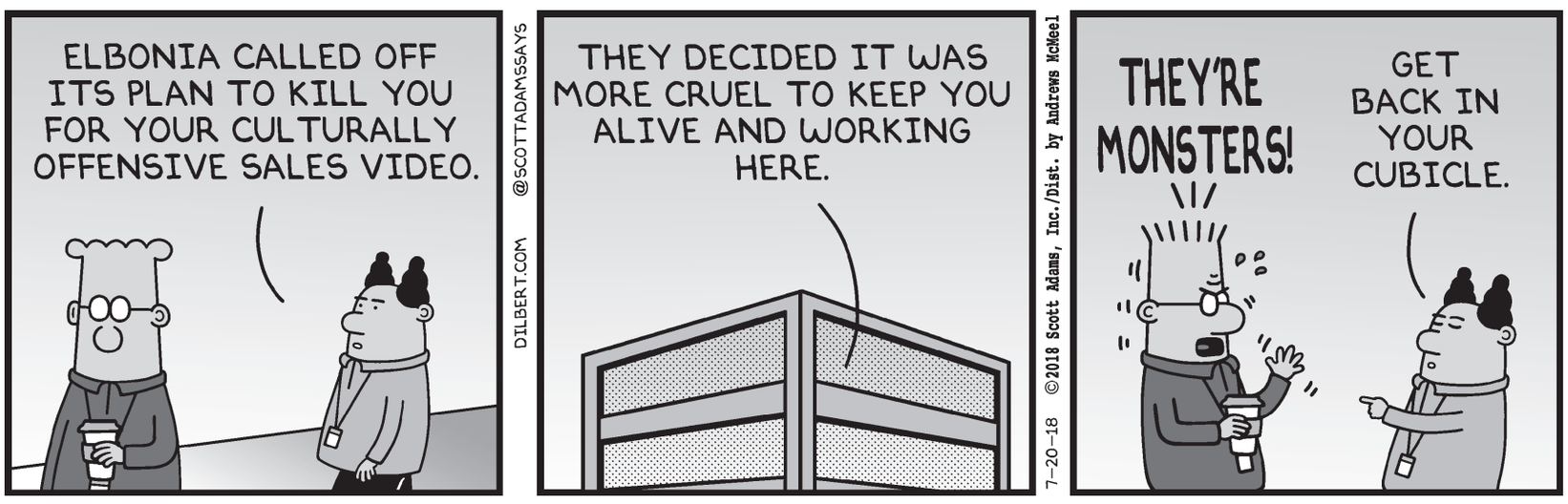
Kemperin Proyeksi Industri Komestik Nasional Naik 7%

JAKARTA. Kementerian Perindustrian (Kemperin) memperkirakan industri kosmetik nasional tahun ini mampu tumbuh 7%. Adapun pertumbuhan pada kuartal I 2018 mencapai 7,36%.

Target pertumbuhan itu lebih tinggi dibandingkan realisasi tahun lalu yang sebesar 6,35%. Adapun tahun lalu, 153 perusahaan kosmetik baru menggenapi total perusahaan kosmetik nasional menjadi 760. Sebanyak 95% di antaranya adalah pelaku industri kecil dan menengah (IKM).

Tak cuma menjajakan produk di dalam negeri, para pelaku usaha juga mengekspor. Tahun lalu nilai ekspor kosmetik nasional naik sekitar 9,93% *year on year* (yoy) menjadi US$ 516,99 juta. "Dari industri yang skala menengah dan besar, beberapa dari mereka sudah mengekspor produk ke ke negara-negara di ASEAN, Afrika, Timur Tengah dan lain-lain," tutur Achmad Sigit Dwiwahjono, Dirjen Industri Kimia Tekstil dan Aneka (IKTA) Kemenperin dalam keterangna pers, Kamis (19/7).

Sementara Sancoyo Antarikso, Ketua Umum Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) berpendapat, pola konsumsi masyarakat juga turut mendorong geliat industri kosmetik Indonesia. "Kalau sebelumnya hanya dua langkah, sekarang konsumen sudah banyak mengaplikasikan kosmetika 5-10 langkah," ujar dia.

Eldo Christoffel Rafael

DILBERT™