

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1.Deskripsi bisnis

Plastik merupakan salah satu bahan baku yang menjadi dasar utama dari berbagai produk industri. Hal tersebut terjadi karena plastik memiliki dianggap memiliki karakteristik yang vital dalam berbagai industri. Industri plastik di Indonesia akan terus berkembang karena kebutuhan masyarakat yang tinggi. Hingga kini, industri plastik dalam negeri menjadi semacam tulang punggung bagi industri-industri hilir. Kementerian Perindustrian (Kemenperin), lewat siaran pers Maret 2015, menekankan pentingnya industri petrokimia nasional, termasuk industri plastik di dalamnya, sebagai indikator kemajuan sebuah negara. Pada Februari 2017, Kemenperin menambahkan bahwa industri kemasan plastik berperan penting dalam rantai pasok bagi sektor-sektor strategis seperti makanan dan minuman, farmasi, kosmetika, serta elektronika.

Permintaan produk plastik diperkirakan berada dalam tren meningkat hingga kuartal II/2019. Sektor makanan dan minuman jadi faktor utama yang mempengaruhi serapan plastik. Fajar Budiyo, Sekretaris Jenderal Asosiasi Asosiasi Industri Olefin, Aromatik, dan Plastik Indonesia (Inaplas), mengatakan kondisi pada permintaan pada 3 bulan pertama tahun ini dirasa baik seiring dengan peningkatan di sektor makanan dan minuman. Dengan realisasi sepanjang kuartal

I/2019, Fajar memproyeksikan hingga akhir tahun pertumbuhan industri plastik mencapai 5,2% secara tahunan.

Di sisi lain, Wakil Ketua Asosiasi Industri Aromatik, Olefin, dan Plastik Indonesia Budi Susanto Sadiman mengatakan, proyeksi tersebut didasarkan kepada perkiraan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun depan. Dalam asumsi makro di Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019, pertumbuhan ekonomi 2019 ditaksir mencapai 5,3%. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN), Kemenperin mencatat ada 925 perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk plastik. Sektor ini menyerap 37.327 orang tenaga kerja dan memiliki kesanggupan produksi sebesar 4,68 juta ton per tahun. Dengan demikian, plastik merupakan produk yang sangat penting dalam industri.

Salah satu bidang industri plastik yang memiliki potensi pengembangan yang besar, adalah kerajinan fiber glass. Fiberglass adalah bahan atau material dari hasil produk industri, merupakan bubuk sintesis yang didapat dari proses kimia. Fiberglass untuk penggunaannya menggunakan teknik moulding, casting atau cetakan. Fiberglass mengandung unsur-unsur Styrene Monomer unsur sejenis plastik yang pada reaksi kimia menghasilkan kristal-kristal, molekul material ini saling mengikat, bergabung dan bertautan erat dalam proses kimiawi dengan molekul-molekul resin dan menyatu menjadi wujud material padat dan kuat setelah mencampur bahan katalis untuk mempercepat proses reaksi kimia. D.L. Sanggarang, (2004) menerangkan bahwa, “fiberglass adalah campuran bahan-bahan yang terdiri dari cairan resin (water glass), witon (kalsium karbonat), cobalt blue, serat fiber, dan katalis yang bercampur menjadi satu dari bahan berbentuk cair

berubah menjadi padat”. hal ini membuat fiberglass memiliki bentuk yang dapat diatur, sehingga bisa menghasilkan bentuk-bentuk yang sukar.

Benda-benda seperti bath tub, tatakan pancuran, bak mandi, dan berbagai benda kebutuhan lainnya, seperti tangki septic tank dapat dibuat dari Fiber Glass sebagai bahan utama. Material Fiberglass adalah salah satu jenis bahan fiber komposit yang memiliki keunggulan yaitu kuat namun tetap ringan. Walaupun tidak sekaku dan seringan bahan carbon fiber, fiberglass lebih ulet dan relatif lebih murah di pasaran. Fiberglass biasa digunakan untuk bahan pembuatan pesawat terbang, perahu, bodi atau interior mobil, perlengkapan kamar mandi, kolam renang, septic tank, tangki air, atap, perpipaan, dinding isolator, papan selancar, tong sampah dan lain-lain. Kombinasi kekerasan dari resin kering dan kekuatan dari serat fiberglass inilah yang membuat bahan paduan komposit fiberglass menjadi kuat, keras dan ulet. Selain mencegah buckling, resin juga berfungsi untuk meratakan tegangan antara serat satu dengan serat lainnya, sehingga komposit dapat menahan beban yang berat.

Pada komposit fiberglass, komponen penguat tersebut adalah serat kaca. Kaca yang kita kenal sehari-hari memiliki sifat yang mudah retak dan pecah, hal tersebut diakibatkan karena kekerasan permukaan kaca yang terlalu tinggi, sehingga memudahkan proses perambatan retak pada permukaan kaca walaupun dengan sedikit saja cacat atau beban. Untuk menghindari retak awal atau cacat pada permukaan kaca tersebut, kaca dibuat benang yang sangat tipis dengan diameter sekitar 5-25 mikrometer. Diamter yang sangat kecil tersebut membuat serat kaca yang sangat kuat ini tidak diberikan kesempatan untuk mendapatkan cacat

permukaan yang menjadi awal perambatan retak. Serat-serat kaca yang kecil ini dipintal untuk kemudian disusun menjadi bentuk jahitan (woven), bulu-bulu yang disatukan membentuk lembaran (chopped strand mat), potongan-potongan kecil (chopped strand) ataupun benang panjang yang kontinyu (continuous roving). Fiberglass sering juga dikenal dengan nama Glass-reinforced plastic (GRP) atau glass-fiber reinforced plastic (GFRP) karena terdiri dari komponen glass-fiber dan dikuatkan dengan plastik (resin).

Material komposit itu sendiri adalah material yang terdiri dari dua komponen yaitu penguat (reinforcement) berupa serat dan pengikat (matrix) berupa plastik, sehingga menghasilkan kombinasi sifat yang kaku, kuat dan ringan. Salah satu aplikasi produk Fiberglass yang dibuat, adalah untuk membuat benda-benda sanitair, yaitu untuk kebutuhan di lingkungan kamar mandi.

1.2. Peluang Bisnis

Perusahaan ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan bahan lain seperti plastic, karena memproduksi bahan Fiberglass lebih tahan lama dan tahan terhadap cuaca apapun. Contohnya seperti membuat tangki panel, Fiberglass akan membuat barang menjadi ketahanan yang lama dalam penggunaannya, kuat terhadap cuaca yang panas ataupun dalam cuaca hujan, dan tidak akan mengalami penyusutan walaupun dalam jangka waktu yang panjang. Karena pada umumnya, tangki panel yang terbuat dari Fiberglass dapat berguna untuk menampung air dengan skala volume yang besar, jadi didalam pembuatannya diperlukan bahan yang kuat dan

tahan lama. Lalu untuk didalam kamar mandi, untuk menampung air juga dibutuhkan bak air, dengan bahan Fiberglass bak air tersebut dapat memiliki bentuk yang berbeda dari pada umumnya.

Fiberglass adalah jenis bahan baku baru, yang diproduksi oleh industri kecil dan industri yang dikelola dirumah-rumah tangga. Bahan baku cair ini disebut Resin, terbukti telah banyak dipakai pada industri berskala besar seperti pada industri pesawat terbang, sedangkan pada industri kecil baru sedikit sekali yang mengetahui bahkan memproduksinya.

1.3.Produk

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1. Bath tub dengan bahan fiberglass

Bath tub merupakan salah satu produk yang paling banyak dibuat dan dipasarkan oleh perusahaan, yang memiliki ukuran yang cukup besar. Bath tub biasa dipasangkan ke kamar mandi yang cukup luas, dan dapat digunakan untuk berendam.



Gambar 2.1. Bak Mandi Kotak Air Glass

Bak mandi merupakan peralatan tradisional yang digunakan untuk menyimpan air dan memudahkan aktivitas di kamar mandi yang lebih tradisional, yang terutama tidak menggunakan shower. Dengan demikian, bak mandi biasa digunakan untuk kamar mandi dengan ukuran yang lebih kecil, dan lebih tradisional. Berbeda dengan bak mandi tradisional yang dibuat dari batu bata atau semen, bak mandi

dengan bahan fiber akan lebih mudah dipasang dan dibersihkan, dan memiliki model yang lebih enak dilihat. Lalu dapat memilih warna yang diinginkan.



Gambar 1.3. Biotank / Septictank

Septic tank merupakan salah satu peralatan yang sangat penting, yang menjadi tempat akhir pembuangan dari *brown water* atau air kotor. Di dalam septic tank, *brown water* akan mengalami proses fermentasi, sampai akhirnya kualitas air menjadi lebih bersih dan dapat dibuang. Perusahaan membuat septic tank dalam berbagai ukuran yaitu 500Lt, 1000Lt, 2000Lt, 3000Lt. Hal ini untuk menyesuaikan kebutuhan dan skala rumah yang ada. Septic tank ini dibuat dengan standar SNI, untuk memastikan tidak ada kebocoran atau kerusakan ketika digunakan.



Gambar 1.4. Sink Hair / Bak cuci rambut

Sink hair ini merupakan salah satu produk yang banyak dicari oleh salon atau barbershop, karena digunakan sebagai tempat untuk keramas dan mencuci rambut dari pelanggan. Karena bentuknya yang unik dan pemasangannya yang khusus, wastafel ini merupakan *niche market* yang cenderung unik yang dimiliki oleh perusahaan.

1.4. Target dan Potensi Pasar

Penentuan target pasar sangat penting untuk perusahaan sebelum memulai bisnis. Di mana, perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui siapa saja konsumen yang menjadi sasaran bisnis. Salah dalam memasarkan produk, hanya akan membuat produk yang dipasarkan menjadi tidak laku dipasaran. Jadi, sebelum memulai bisnis, perusahaan perlu untuk mengetahui target pasar dengan tepat.

Target pasar dalam usaha ini adalah:

Target pasar b2b (business to business):

- Toko bahan bangunan
- Kontraktor
- Developer dari perumahan
- Developer dari apartemen
- Instansi pemerintah

Target pasar b2c (business to consumer):

- Pemilik rumah baru
- Pemilik rumah yang mengadakan renovasi
- Salon

Marketing dilakukan baik dalam bentuk *above the line* maupun *below the line*, dimana pemasara dilakukan dengan membuat dan mengirimkan proposal dan katalog kepada instansi (b2b) dan menawarkan kepada konsumen secara langsung (b2c). Selain itu, untuk meningkatkan efektivitas produksi, perusahaan j JUGA menyediakan kesempatan bagi pembeli untuk melakukan pemesanan secara custom sesuai dengan spesifikasi yang dimiliki.

1.5 Strategi Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan dilakukan dengan memanfaatkan STP (*Segmenting, Targeting, and Positioning*) dan Bauran Pemasaran (*marketing mix*) sebagai

strategi pemasaran produk ataupun jasa. Menurut Kotler (2012:292) ada tiga elemen dalam strategi pemasaran yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

1. *Segmenting* adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan respon terhadap program-program pemasaran spesifik.

Segmen usaha yang menjadi sasaran dari penulis adalah masyarakat secara umum (b2c) dan perusahaan-perusahaan lain yang membutuhkan produk dari perusahaan (b2b). Dengan demikian, pasar dari perusahaan ini merupakan pasar spesifik.

2. *Targeting* diartikan sebagai kegiatan menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani

Targeting dalam perusahaan adalah dengan berusaha membangun hubungan bisnis secara profesional dan baik untuk konsumen perusahaan (b2b), dan memperluas pengetahuan masyarakat mengenai produk (b2c)

3. *Positioning*, yaitu bagaimana perusahaan menjelaskan posisi produk kepada konsumen. Apa beda produk perusahaan dibandingkan competitor dan apa saja keunggulannya.

Dalam penelitian ini, perusahaan memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang profesional, membuat produk sesuai spesifikasi SNI dan standar kualitas ISO, serta memberikan jaminan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

1.6. Analisis Kelayakan Investasi

Investasi dalam usaha pada umumnya membutuhkan dana yang tidak sedikit dan berpengaruh bagi perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, karena itu perlu dilakukan studi kelayakan bisnis agar dana yang telah diinvestasikan tidak terbuang percuma. Analisis usaha yang akan dilakukan dalam pembuatan business plan ini adalah sebagai berikut:

1. NPV (*Net Present Value*) merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan yang telah didiskon dengan menggunakan *social opportunity cost of capital* sebagai diskon faktor, atau dengan kata lain merupakan arus kas yang diperkirakan pada masa yang akan datang yang didiskonkan pada saat ini. nilai uang yang dimiliki perusahaan akan memiliki nilai NPV total sebesar 126,160,77. Nilai ini positif, yang berarti perusahaan akan mengalami keuntungan dalam jangka waktu 5 tahun.
2. Profitability Index (PI) atau Indeks Profitabilitas adalah metode penghitungan kelayakan proyek dengan membandingkan antara jumlah present value nilai arus kas dengan nilai investasi dari proyek. nilai Profitability Index > 1 maka investasi untuk usaha ini layak dijalankan.
3. *Payback Period* (Periode Pengembalian) adalah jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan nilai investasi melalui penerimaan-penerimaan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. nilai investasi yang dikeluarkan dapat dibayarkan oleh kegiatan produksi perusahaan selama $1.84 \times 12 = 22$ bulan. Karena itu, investasi yang dilakukan layak untuk dilakukan.

4. Internal Rate of Return (IRR) adalah dengan membandingkan nilai IRR dengan tingkat bunga yang berlaku pada saat ini. investasi yang akan dilakukan akan memberi hasil sebesar 114.321% per tahun sepanjang masa investasi, yaitu 5 tahun. Nilai IRR ini lebih besar daripada nilai bunga yang ditetapkan, yaitu sebesar 7.5%. Dengan demikian investasi yang dilakukan memberikan keuntungan.

1.7. Identitas Usaha

Nama : Ryan Sanitary

Bentuk Usaha : Milik pribadi (UMKM)

Slogan : *Make It Easy For Household needs*

Visi : Menjadi pemimpin pasar di bidang Sanitary Fiberglass di Kota Bandung secara umum dan Jawa Barat secara Khusus

Misi:

- Menciptakan produk sanitair dengan kualitas yang tinggi dan terjamin
- Memberikan inovasi produk dalam bentuk model dan tipe yang menarik
- Memberikan jaminan ketepatan produk kepada konsumen
- Menjamin nilai tambah bagi pemilik dan seluruh karyawan