

## BAB I

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

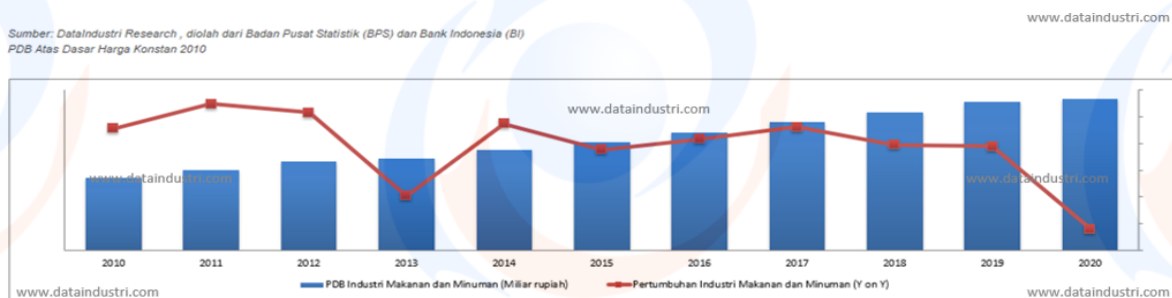
Survei Ditjen Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan pada tahun 2014 sampai tahun 2015, ditemukan bahwa sekitar 80% (delapan puluh persen) kontainer yang digunakan untuk kegiatan pengapalan ekspor dan impor dari dan juga ke Indonesia, maupun digunakan untuk kegiatan antarpulau dan domestik dalam negeri berada dalam kondisi tidak layak pakai. Hal tersebut adalah sesuatu yang memprihatinkan, padahal kelaikan kontainer merupakan hal yang sangat penting untuk keamanan dan keselamatan kegiatan logistik— baik untuk barang yang diantarkan, maupun orang-orang yang bekerja di dalam lingkungan tersebut. Melihat kondisi yang terjadi, Kementerian Perhubungan kemudian melakukan solusi untuk masalah tersebut dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 53 Tahun 2018 yang mengatur tentang Kelaikan Peti Kemas dan Berat Kotor Peti Kemas Terverifikasi. Dalam peraturan tersebut— standarisasi peti kemas— semuanya akan mengacu pada *International Convention for Safe Container (CSC)*, yang merupakan peraturan internasional yang dikeluarkan oleh *International Maritime Organization (IMO)*. Tertulis dalam aturan tersebut beberapa persyaratan yang harus dipenuhi— salah satunya adalah keharusan bahwa peti kemas bersifat permanen dan kokoh, sehingga kontainer dapat digunakan berulang kali untuk keperluan logistik. Dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri tahun 2018 tersebut, dampak langsung yang terjadi adalah penumpukan peti kemas yang tidak laik pakai untuk keperluan logistik. Hal ini disebabkan karena pemeriksaan, pengujian dan sertifikasi kelayakan peti kemas yang serta merta menyaring peti kemas— mana yang laik digunakan untuk keperluan logistik, sementara yang tidak laik, dilarang untuk digunakan dan tidak diizinkan untuk beroperasi. Faktor ini mengakibatkan banyak peti kemas yang menumpuk di tempat yang disebut sebagai *Depo Kontainer*. Dalam hal ini, kami merasa dibutuhkan sebuah solusi agar peti kemas tersebut tidak terbuang percuma, tersimpan dengan kondisi tidak laik digunakan untuk kebutuhan logistik di Depo Kontainer.

Menurut pemilik *Pugutama Container*, Tony Effendi, dalam wawancara oleh J. Ani Kristanti yang diterbitkan dalam situs PELUANGUSAHA, dikatakan bahwa 20 (dua puluh) tahun (mengingat berita tersebut dilansir pada tahun 2015) sudah, kontainer sudah dipakai untuk ruang-ruang kantor, khususnya oleh perusahaan tambang— bahkan sekarang, digunakan untuk *camp* dan juga laboratorium. Dapat dikatakan, penggunaan kontainer sekarang bukan hanya sekedar digunakan untuk keperluan logistik semata— sekarang, kontainer yang tidak digunakan lagi oleh pelayaran digunakan untuk macam-macam fungsi untuk bangunan.

Fakta lain yang kami temukan melalui riset oleh Badan Pusat Statistik (BPS), dimana BPS mencatat bahwa jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (untuk detail dari pembagian jenis usaha di Indonesia, bisa dilihat dalam Lampiran 1.1.) atau yang bisa disebut dengan UMKM, di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun, dengan jumlah mencapai 67,4 (enam puluh tujuh koma empat) juta unit di tahun 2019. UMKM berkontribusi terhadap 60,3% (enam puluh koma tiga persen) dari total Produk Domestik Bruto (PDB) total di Indonesia.

Salah satu industri terbesar dari UMKM yang memiliki daya tarik dan pasar yang menjanjikan adalah industri *Food and Beverage*. Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh mencapai 8,16% (delapan koma enam belas persen) dengan Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah UMKM makanan dan minuman terbanyak dengan jumlah mencapai 791.435 (tujuh ratus sembilan puluh satu ribu empat ratus tiga puluh lima) per tahun 2019. Menyusul, Jawa Timur menyusul di posisi kedua dengan jumlah 746.732 (tujuh ratus empat puluh enam ribu tujuh ratus tiga puluh dua ribu), secara lengkap dalam dilihat dalam lampiran 1.2.

Dengan nilai tersebut, Kemenperin menobatkan industri makanan dan minuman adalah industri penopang perekonomian Indonesia. Tidak mengherankan, dikarenakan peranan industri ini merambah hingga dalam kontribusi ekspor dengan total nilai mencapai USD 31,17 (tiga puluh satu koma tujuh belas) miliar atau menyumbang 23,78% (dua puluh tiga koma tujuh puluh delapan) terhadap ekspor industri pengolahan non-migas sebesar USD 131,05 (seratus tiga puluh satu koma lima) milyar. Meski begitu, nilai di atas jatuh ketika pandemi nilai pertumbuhan jumlah UMKM makanan dan minuman jatuh. Dapat dilihat dalam gambar di bawah:



Sumber: dataindustri.com, 2020

**Gambar 1.1: Tren Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (2010-2020)**

Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Walau demikian, jumlah industri makanan dan minuman di atas rata-rata yakni 1,58% (satu koma lima puluh delapan persen) dibandingkan industri lainnya. Kemenperin menyatakan bahwa industri FnB masih terus mendominasi dalam menopang perekonomian Indonesia. Hal ini didukung dengan pemerintah yang mendukung UMKM dengan melakukan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang diharapkan efektif mulai triwulan III tahun 2020, yang salah satu sasaran programnya adalah merevitalisasi UMKM. Untuk itu, pemerintah mengambil beberapa kebijakan antara lain subsidi bunga pinjaman, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja dan insentif perpajakan. Adapun dana yang dialokasikan untuk skema tersebut adalah sebesar Rp 123,46 (seratus dua puluh tiga koma empat puluh enam) triliun rupiah.

Dalam pembentukan industri makanan dan minuman, dibutuhkan tempat untuk berjualan. Sementara, menyewa, ataupun membeli bukanlah hal mudah dari segi finansial, terkadang pelaku usaha harus gulung tikar karena mahalnya tempat usaha. Kami melihat situasi ini membutuhkan sebuah solusi nyata yang dapat membantu para pelaku usaha.

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang

### 1.2.1 *Customer Job to Be Done*

Fokus utama dari target konsumen kami adalah UMKM kelas kecil industri makanan dan minuman, dimana mereka memiliki aset dengan nominal antara 50 (lima puluh) juta rupiah hingga 500 (lima ratus) juta rupiah. Konsumen kami, akan melakukan pencarian informasi lengkap tentang kontainer— berapa harga kisarannya, desain seperti apa yang diinginkan, ukuran yang diinginkan agar sesuai dengan produk makanan/minuman yang akan dijual, berapa lama ketahanan kontainer, fitur apa saja yang didapatkan setelah membeli kontainer dan dimana mereka dapat membeli kontainer. Mereka akan mendatangi tempat-tempat yang mereka temukan lewat situs, ataupun melakukan telepon untuk berhubungan dengan pihak profesional. Setelah menemukan spesifikasi yang cocok, kemudian akan dilakukan tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang optimal

### 1.2.2 *Customer Pains*

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pihak yang sudah berpengalaman dalam membeli kontainer yang kami lampirkan pada Lampiran 1.2, terdapat 7 (tujuh) masalah yang kami identifikasi yang menjadi masalah yang dialami oleh para pembeli kontainer modifikasi, yakni:

- a. Pelaku usaha harus tetap menyewa tanah untuk ditempati kontainer,
- b. Harga beli yang tinggi (harus bayar *cash* di awal, sedangkan modal pelaku usaha kecil sangat terbatas),
- c. Sulit dimodifikasi ulang,
- d. Susah menjual kembali kontainer,
- e. Susah mencari mode transportasi pengiriman, dan
- f. Kondisi barang dan servis dari perusahaan modifikasi tidak sesuai dengan ekspektasi dan keinginan dari konsumen.

### 1.2.3 *Customer Gains*

Beberapa poin ini adalah poin-poin dari *Customer Gains* yang dapat kelompok kami identifikasi, antara lain adalah:

- a. Minimal 1 (satu) tahun garansi untuk seluruh produk,
- b. Mudah bongkar-pasang dan kontainer dapat diletakan di mana saja, bahkan ketika diantar ke lokasi dengan akses jalan yang kecil,
- c. Desain yang unik dengan ukuran sesuai dengan keinginan konsumen,
- d. Kondisi yang sejuk dan sirkulasi udara yang baik di dalam kontainer,
- e. Kontainer dengan alternatif aliran listrik, terutama bagi pelaku usaha yang hendak menempatkan kontainer milik mereka di lokasi dengan akses listrik yang sulit.
- f. Bisa membeli kontainer dengan sistem cicilan

### 1.3 Solusi Bisnis

#### 1.3.1 *Pain Relievers*

Kontainer sebagai bangunan semi-permanen memang relatif jauh lebih ekonomis daripada harus membeli ataupun menyewa bangunan permanen. Namun, apabila kami bandingkan dengan gerobak, harga kontainer masih jauh lebih mahal. Karena itu, kami dapat menawarkan solusi *leasing*, yang akan meringankan modal konsumen dalam usaha mereka untuk membangun sebuah usaha. Selain itu, kami juga melakukan kooperasi dengan pemerintah (Kementerian Pariwisata, Kementerian Koperasi dan UKM) dan juga pebisnis lain yang berhubungan dengan penyewaan tanah sebagai tempat usaha seperti Indomaret, Alfamart, *Developer* Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) untuk menciptakan harga yang jauh lebih ekonomis dan menguntungkan kepada pelaku usaha.

Dibutuhkan solusi bisnis *one-stop solution* yang akan membantu konsumen apabila kami bisa memberikan jasa konsultasi terlebih dahulu kepada konsumen sebelum mereka memutuskan untuk membeli kontainer, *pricing*, pembuatan jasa modifikasi, juga jasa pengiriman hingga kontainer tersebut sampai ke lokasi yang diinginkan konsumen dengan sistem *membership* yang mengikat konsumen.

#### 1.3.2 *Gain Creators*

Dengan informasi di atas, juga sesuai dengan keinginan konsumen, perusahaan kami akan menawarkan penyediaan jasa modifikasi kontainer dengan sistem jual dengan beberapa keuntungan, yakni sebagai berikut:

- a. Kontainer yang fleksibel yang bisa menyesuaikan ukuran dan desain sesuai keinginan dan budget konsumen kami,
- b. Sistem *knock-down* bagi kontainer produksi kami,
- c. Sistem Poliuretan (PU) dengan berbagai keuntungan, seperti menjaga suhu, maupun *reduction cost*,
- d. Penyediaan *exhaust* ataupun AC di dalam kontainer sesuai keinginan konsumen, dan
- e. Penyediaan generator untuk alternatif sumber daya listrik

#### 1.3.3 *Product(s) and Service(s)*

Kami, PT. Karya Inti Abadi Kontainer, dengan merek dagang ‘I-Cont,’ akan menjadi perusahaan yang bergerak di bidang jasa fabrikasi kebutuhan khusus dengan pemasaran melalui situs dan iklan lewat media sosial. Jasa kami akan meliputi konsultasi pra-penjualan, penjualan modifikasi kontainer, jasa perbaikan, servis dan penjualan kembali kontainer setelah pembelian. Perusahaan kami memiliki sebuah slogan, yakni menjadi perusahaan yang akan melakukan penyediaan kontainer yang praktis, modern dan ekonomis. *Catchphrase* untuk bisnis kami adalah “*Kontainer-Mu, Sesuka-Mu!*”

Dalam Lampiran 1.3, kami memberikan contoh hasil produk kami. Seperti contoh gambar tersebut, kami akan menciptakan kontainer yang relatif ekonomis dan pas untuk anggaran modal para pelaku F&B. Kami memodifikasi kontainer dengan sistem *knock-down* dan teknologi poliuretan (PU) yang akan menciptakan *cost-reduction* dan kemudahan bagi

konsumen, juga menawarkan pembayaran dengan sistem cicilan yang kami ciptakan dengan kerja sama bersama lembaga keuangan ASKRINDO. Di Jakarta, sistem *knock-down*, sistem injeksi poliuretan (PU), ataupun penawaran sistem cicilan belum pernah digunakan oleh pengusaha jasa modifikasi kontainer mana pun— dan kami adalah perusahaan pertama di Jakarta yang melakukan hal ini untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Selain itu, keunggulan lain perusahaan kami adalah menyediakan sistem *membership* bagi para pembeli. Selain dapat membeli, kontainer modifikasi kami memiliki garansi yang dijamin oleh perusahaan kami, juga menyediakan jasa servis dan *maintenance*. I-Cont juga menyediakan jasa tukar-tambah apabila pembeli menginginkan kontainer yang lebih besar di kemudian hari, ataupun melakukan jual balik kontainer dari pelanggan, kembali ke tangan kami. Dengan *membership*, kami dapat mengikat konsumen tetap dalam jangkauan kami dan juga loyal kepada perusahaan kami.



Sumber: Penulis, 2020

**Gambar 1.2: Kantor PT. Karya Inti Abadi Kontainer**



Sumber: Penulis, 2020

**Gambar 1.3: Workshop PT. Karya Inti Abadi Kontainer**

PT. Karya Inti Abadi Kontainer akan berlokasi di daerah Cakung Cilincing, dimana akses sangat dekat dengan *shipping* (pelayaran), tempat kami membeli peti kemas bekas sebagai material utama, yang letaknya sangat strategis dan dekat dengan pelabuhan Tanjung Priok. Kantor kami akan berlokasi di tempat yang sama dengan *workshop* kami. Prioritas kami adalah mengutamakan kenyamanan pekerja di lingkungan bekerja yang nyaman, namun kondusif.

Selain itu, I-Cont akan memiliki ikon yang lucu sebagai perwakilan dari perusahaan, yang dinamakan sebagai '*Conta*' (*Container* Penuh Cinta). Ikon kami ini yang akan muncul dalam pemasaran yang kami buat— lewat situs, akun sosial media kami, maupun lewat

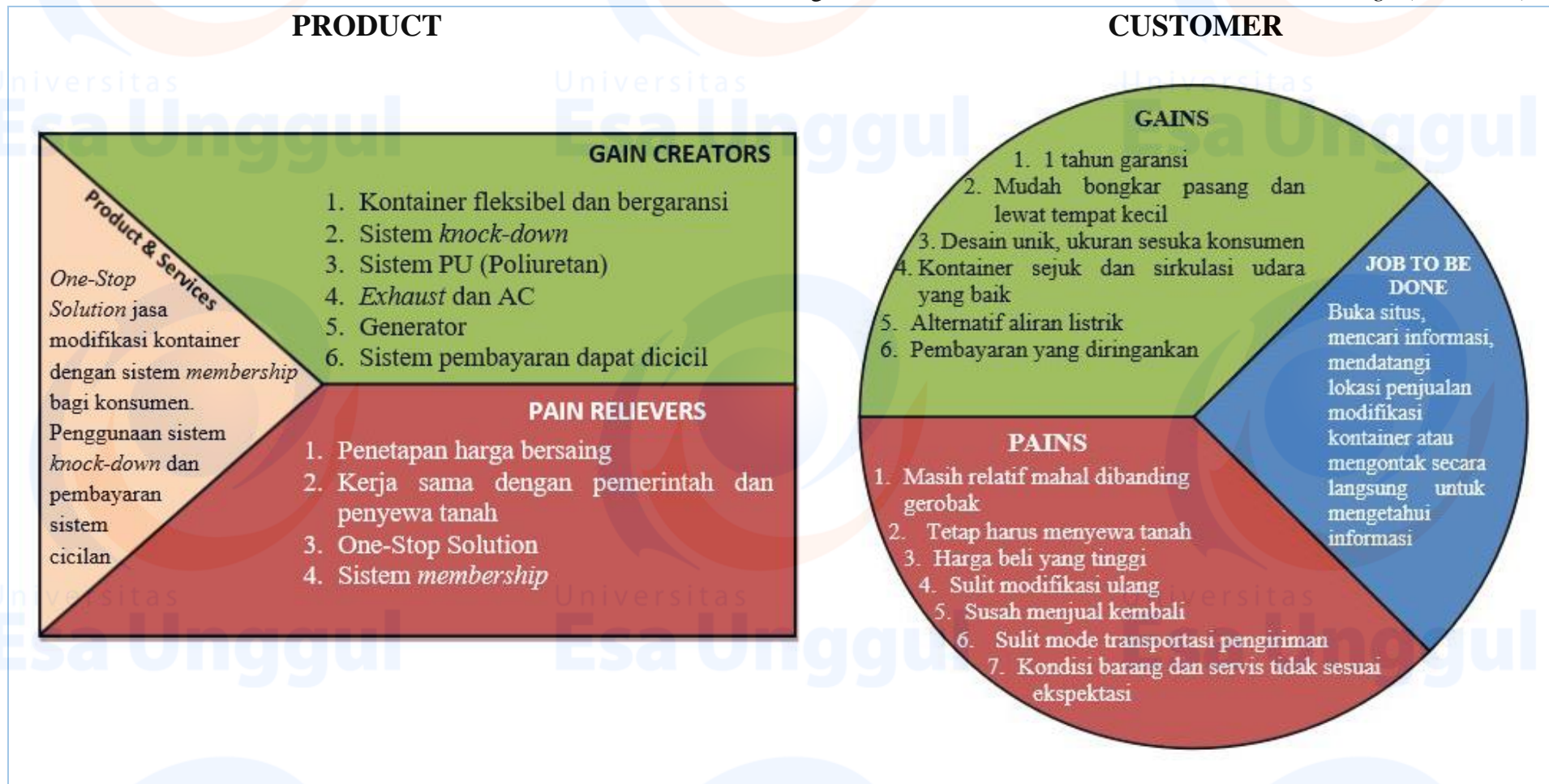
brostur dan iklan-iklan yang kami buat, untuk mendekatkan diri kami kepada pelanggan. *Conta* adalah ikon kami dengan kepribadian yang ceria dan sangat jujur, di mana kami meyakini bahwa ikon kami akan membuat pelanggan menyukai cara pendekatan baru milik kami kepada konsumen, karena biasanya, penjualan desain kontainer terbilang bisnis yang cukup konvensional.



Sumber: Penulis, 2020

**Gambar 1.4: Ikon Perusahaan, “Conta.”**

Target Konsumen: UMKM Kelas Kecil *Food and Beverage* (Tahun 1-2)



Sumber: *Research* dan Diskusi Penulis, 2020

**Gambar 1.5: Value Proposition Canvas PT. Karya Inti Abadi Kontainer**

## 1.4 Visi dan Misi

### 1.4.1 Profil Perusahaan

PT. Karya Inti Abadi Kontainer adalah sebuah perusahaan yang akan menyediakan jasa desain kontainer sesuai keinginan konsumen, juga dapat menyesuaikan material dan ukuran sesuai dengan keinginan dan juga budget dari konsumen kami sendiri. Kami akan menciptakan *one-stop solution* penjualan kontainer: konsultasi, pembelian, pengiriman, servis dan *maintenance* setelah penjualan dan juga pembelian kontainer kembali dengan sistem *membership* menggunakan sistem *knock-down* pertama di Jakarta dan teknologi poliuretan (PU). Kami juga menawarkan pembayaran dengan sistem cicilan yang kami wujudkan dengan kerja sama dengan lembaga keuangan dan ASKRINDO.



Sumber: Penulis, 2020

**Gambar 1.6: Logo Perusahaan PT. Karya Inti Abadi Kontainer**

**Tabel 1.1: Makna dari Logo PT. Karya Inti Abadi Kontainer**

Sumber: Diskusi Penulis, 2020

Warna	Arti	Implementasi
Merah	Aura kuat, memberi arti gairah dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan	Menyerukan realisasi terhadap sebuah ide untuk bergerak maju kepada konsumen kami, maupun realisasi perusahaan kami sendiri— kami menjadi tangan yang membantu calon pelaku usaha F&B untuk merealisasikan usaha yang mereka impikan.
Kuning	Optimis, semangat dan ceria	Perusahaan berjiwa optimis, di mana kami meyakini bahwa tidak ada yang mustahil untuk dijalankan.
Biru (Dominan)	Kepercayaan, kesetiaan, ketulusan, kebijaksanaan, kepercayaan	Perusahaan yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab, memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen, bahwa pilihan mereka untuk memilih kami adalah pilihan yang tepat.

### 1.4.2 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari PT. Karya Inti Abadi Kontainer yang kami buat adalah sebagai berikut:



