

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi penduduk terbesar ke empat di dunia, di bawah Cina, India dan Amerika Serikat (2012, data bank dunia). Banyaknya jumlah populasi yang ada mempengaruhi perkembangan kebutuhan transportasi baik secara langsung maupun tidak langsung, umumnya terjadi di kota-kota besar. Oleh karena itu Penulis tertarik untuk mendirikan bisnis pada bidang otomotif, khususnya di bidang modifikasi mobil. Berikut ini merupakan kondisi bisnis otomotif yang penulis dapatkan.

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Pribadi di Surabaya 2011 - 2012

Tahun	Roda 2	Roda 4	Persentase kenaikan R2	Persentase kenaikan R4
2011	1.740.649	439.330	12,97 %	13,31 %.
2012	1.966.445	497.829		

Sumber : Direktorat Lalu Lintas Polda Jatim (2012)

Berdasarkan data yang dimiliki Direktorat Lalu Lintas Polda Jatim, persentase kenaikan kendaraan roda 2 selama tahun 2012 jika dibandingkan dengan jumlah kendaraan r2 posisi per Desember 2011, maka mengalami kenaikan sebesar 12,97%. Untuk kendaraan roda 4 persentase kenaikan selama tahun 2012 jika dibandingkan dengan jumlah kendaraan r4 posisi per Desember 2011, maka mengalami kenaikan sebesar 13,31%.

Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan kendaraan bermotor, khususnya di Surabaya mempunyai tingkat perkembangan yang positif dan terus berkembang sejalan dengan bertambahnya waktu. Oleh karena itu Carbontech mendalami bisnis otomotif yang mengutamakan kualitas produk dan service yang diberikan kepada konsumen yang ingin memanjakan kendaraan yang mereka miliki dengan produk yang kita kembangkan.

Carbontech adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang bisnis otomotif didirikan dalam rangka mata kuliah Entrepreneurial Project di jurusan *International Business Management* Universitas Ciputra, saat ini sedang mengembangkan teknologi material komposit yaitu karbon sebagai salah satu bahan utama pembuatan suku cadang kendaraan, terutama kendaraan modifikasi di Indonesia. Material karbon ini sudah teruji kegunaannya di dunia sebagai alternatif material yang memiliki banyak kelebihan pada bidang otomotif. Sebagai contoh konkret, pengaplikasian material karbon bisa kita lihat pada mobil balap Formula 1, bahan dasar karbon terdapat di hampir semua suku cadang kendaraan balap, antara lain di bagian sasis, suspensi, sayap belakang, dan penutup mesin (Formula1).

Di Indonesia, teknologi ini dikenal dengan nama karbon fiber. Saat ini pengembangan material komposit di Indonesia masih bersifat sebagai hiasan tampak luar saja, dan biasanya dianggap sekedar sebagai kosmetik. Seperti yang diaplikasikan pada stiker karbon, pelapisan cat, serta cat karbon, semua itu tidak mengembangkan sisi potensi yang sebenarnya pada material komposit karbon. Berdasarkan penyebutannya terdapat beberapa jenis produk karbon yang ada di

Indonesia yaitu produk tampak karbon seperti *Wet Carbon*, Stiker motif *Carbon*, dan produk karbon asli *Dry Carbon* seperti yang Carbontech produksi.

Sejalan dengan berkembangnya bisnis pembuatan material komposit ini, ada beberapa fenomena yang Penulis hadapi. Dari survey awal yang Penulis lakukan kepada 30 pengguna suku cadang karbon yang ada di Surabaya, hingga saat ini 90% penggunaan karbon di pasar Surabaya, digunakan sebagai material hiasan atau untuk mempercantik penampilan luar kendaraan saja. Apabila dibandingkan dengan produk yang dikembangkan Carbontech secara sepiantas akan terlihat sama dan identik, namun apabila dilihat lebih seksama, dari segi kualitas produk, tampilan keseluruhan, dan kekuatan akan terlihat jauh berbeda.

Data yang didapatkan penulis pada bulan September 2013, omzet yang didapatkan oleh Carbontech sebesar 200 juta rupiah, dengan total kurang lebih membuat 40 produk mulai dari kap mesin, bumper mobil, spion, hingga ke bagian sayap atau *ducktail* dari kendaraan. Carbontech, sebagai pendatang baru dalam dunia modifikasi karbon, diharapkan mampu bersaing dan bertahan di pasar modifikasi karbon Indonesia khususnya di Surabaya. Saat ini penting bagi Penulis untuk terlebih dahulu memahami karakteristik pasar dan aspek pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek keuangan dari Carbontech, sehingga Penulis dapat menentukan pengembangan usaha yang akan diambil oleh Carbontech layak atau tidak untuk dijalankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, Penulis akan melakukan penelitian studi pengembangan bisnis yang dilakukan pada lini usaha

Carbontech untuk menentukan apakah pengembangan bisnis dari Carbontech layak atau tidak untuk dijalankan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah, apakah pengembangan usaha yang dilakukan Carbontech ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek keuangan, layak untuk dijalankan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang terjadi dalam perusahaan Carbontech secara detail untuk mengetahui kelayakan dari rencana pengembangan bisnis Carbontech berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi Penulis adalah Penulis dapat mengetahui dan memperbaiki hambatan yang terjadi pada perusahaan terutama ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek keuangan, agar dapat bertahan di pasar nasional.

Manfaat bagi instansi pendidikan di Universitas Ciputra adalah sebagai bahan referensi atau kajian di perpustakaan Universitas Ciputra. Penulis mengharapkan mahasiswa yang membaca dapat mengambil pengetahuan dan

referensi yang relevan dari hasil penelitian ini. Penelitian ini juga tidak diperjual belikan, sehingga semua orang dapat membaca dan menggunakan materi yang Penulis berikan sebagai bahan pertimbangan serta ilmu pengetahuan.

Manfaat bagi perusahaan adalah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pengembangan perusahaan sehingga hasil dan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik dan sempurna.

1.5 Lingkup Permasalahan

Penelitian ini terbatas pada tanggapan konsumen terhadap produk yang telah diproduksi oleh Carbontech, analisis usaha yang dilakukan oleh Penulis terhadap lini bisnis Carbontech, dan data yang dimiliki Carbontech semenjak Januari 2012 hingga bulan September 2013. Responden dalam penelitian ini terbatas pada komunitas pengguna otomotif yang memiliki hobi dalam bidang modifikasi. Penelitian dilakukan pada periode Januari 2012 – September 2013. Penelitian menggunakan format analisis studi pengembangan bisnis dengan periode estimasi pengembangan tiga tahun ke depan dan terbatas pada lini usaha Carbontech.