

**TUGAS AKHIR RANCANG BANGUN BISNIS: BISNIS
DISTRIBUSI SOLAR INDUSTRI**



Disusun Oleh

Nama : Haryo Difa Pachingka
Nomor Mahasiswa : 20311088
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Drs. Al Hasin MBA., CSEP.

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**TUGAS AKHIR RANCANG BANGUN BISNIS: BISNIS
DISTRIBUSI SOLAR INDUSTRI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Haryo Difa Pachingka

Nomor Mahasiswa : 20311088

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan laporan akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, serta sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 27 Desember 2024

Penulis



Haryo Difa Pachingka

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI
BISNIS PADA BISNIS PT KARYA BUMI PACHINGKA

Nama : Haryo Difa Pachingka
Nomor Mahasiswa : 20311088
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasi
Dosen Pembimbing : Drs. Al Hasin MBA., CSEP.

Yogyakarta, (tanggal, bulan, tahun)

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Al Hasin', with a horizontal line underneath it.

Drs. Al Hasin MBA., CSEP

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pengembangan bisnis PT. Karya Bumi Pachingka, sebuah perusahaan distributor BBM solar industri di Kalimantan Barat. Dengan memanfaatkan analisis internal dan eksternal berbasis analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi tantangan utama seperti keterlambatan pengiriman akibat infrastruktur yang tidak memadai serta strategi pemasaran yang belum optimal. Di sisi lain, peluang besar ditemukan pada peningkatan permintaan bahan bakar industri dan kebijakan pemerintah yang mendorong penggunaan energi ramah lingkungan seperti B30.

Kajian ini menghasilkan rekomendasi strategi jangka pendek dan jangka panjang untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, serta mengembangkan produk berkelanjutan. Strategi tersebut mencakup efisiensi proses pengiriman melalui optimasi logistik, diversifikasi produk untuk menciptakan nilai tambah, dan ekspansi wilayah operasional yang didukung oleh kemitraan strategis. Dengan implementasi strategi ini, PT. Karya Bumi Pachingka diharapkan mampu menghadapi tantangan operasional, meningkatkan daya saing, dan menjadi pemain utama di pasar BBM industri yang semakin kompetitif.

Kata kunci: BBM solar industri, strategi bisnis, efisiensi operasional, diversifikasi produk, keberlanjutan.

ABSTRACT

This study aims to design business development strategies for PT. Karya Bumi Pachingka, a distributor of industrial solar fuel in West Kalimantan. Utilizing SWOT analysis based internal and external analyses, this research identifies key challenges such as delivery delays due to inadequate infrastructure and suboptimal marketing strategies. On the other hand, significant opportunities are found in the increasing demand for industrial fuel and government policies promoting the use of sustainable energy, such as B30.

This study provides recommendations for short-term and long-term strategies to enhance operational efficiency, expand market share, and develop sustainable products. These strategies include optimizing logistics processes to improve delivery efficiency, diversifying products to create added value, and expanding operational areas supported by strategic partnerships. By implementing these strategies, PT. Karya Bumi Pachingka is expected to overcome operational challenges, increase competitiveness, and become a leading player in the increasingly competitive industrial fuel market.

Keywords: Industrial solar fuel, Business strategy, Operational efficiency, Product diversification, Sustainability.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur hanya milik Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat, nikmat, serta petunjuk-Nya yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Rancang Bangun dan Implementasi Bisnis Pada PT Karya Bumi Pachingka” dengan lancar. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang syafaatnya kita harapkan di akhirat kelak.

Tugas akhir ini disusun sebagai bagian dari upaya memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir ini, masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semua ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Orang tua tercinta serta saudara-saudara yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan tanpa henti. Mereka adalah sumber cahaya dalam hidup penulis, yang senantiasa memberikan kebahagiaan dan pelajaran berharga untuk masa depan penulis. Semoga tugas akhir ini dapat menjadi karya yang pantas dipersembahkan bagi keluarga yang telah memberikan segala bantuan tanpa mengharap imbalan apa pun.

3. Bapak Drs. Al Hasin MBA., CSEP., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan serta motivasi agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajaran akademika yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang sangat berarti selama masa perkuliahan.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, atas kepemimpinan dan dedikasinya kepada seluruh mahasiswa.
6. Seluruh civitas akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika, baik dosen maupun karyawan, yang telah memberikan ilmu serta fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran dan penyelesaian tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2020 Program Studi Manajemen yang telah bersama-sama berjuang melalui berbagai tantangan selama masa perkuliahan.

Penulis juga ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat kekurangan atau kesalahan yang tidak sengaja dilakukan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang manajemen dan bisnis.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PLAGIARISME.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	1
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
BAB II REFLEKSI HASIL IMPLEMENTASI.....	5
2.1 Kinerja Implementasi.....	5
2.1.1 Aspek Produksi.....	5
2.1.2 Aspek Pemasaran.....	8
2.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia.....	10
2.1.4 Aspek Keuangan.....	12
2.2 Refleksi Implementasi.....	15
2.2.1 Pelajaran yang Didapat.....	15
2.2.2 Tantangan yang Dihadapi.....	17
BAB III PENDEKATAN DAN KERANGKA PENGEMBANGAN.....	20
3.1 Pendekatan Analisis.....	20
3.2 Pengumpulan dan Teknik Analisis Data.....	20
3.3 Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV ANALISIS LINGKUNGAN.....	23
4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	23

4.1.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>).....	24
4.1.2 Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	25
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	27
4.2.1 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	27
4.2.2 Ancaman (<i>Threats</i>).....	29
4.3 Keterkaitan Analisis Internal dan Eksternal.....	30
BAB V PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS.....	33
5.1 Identifikasi Strategi Pengembangan.....	33
5.1.1 Strategi Jangka Pendek (6-12 bulan).....	34
5.1.2 Strategi Jangka Panjang (1-5 tahun).....	35
5.2 Pemetaan Sumber Daya dan Kebutuhan.....	37
5.3 Pengembangan Produk dan Nilai Tambah.....	38
5.3.1 Inovasi Produk.....	38
5.4 Indikator Capaian (KPI).....	39
BAB VI CETAK BIRU PENGEMBANGAN DAN KEBERLANJUTAN BISNIS.....	41
6.1 Rencana Pengembangan Jangka Pendek (6-12 Bulan).....	41
6.2 Rencana Pengembangan Jangka Panjang (1-5 tahun).....	43
6.3 Manajemen Risiko.....	46
6.4 Blueprint Proses Bisnis.....	49
BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	52
7.1 Kesimpulan.....	52
7.2 Rekomendasi.....	54
7.3 Implikasi Bagi Pengembangan Masa Depan.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penjualan BBM Solar Industri selama bulan April hingga Agustus.....	7
Tabel 2.2 Laporan Penjualan Bulan April 2024.....	12
Tabel 2.3 Laporan Penjualan Bulan Mei 2024.....	13
Tabel 2.4 Laporan Penjualan Bulan Juni.....	13
Tabel 2.5 Laporan Penjualan Bulan Juli.....	13
Tabel 2.6 Laporan Penjualan Bulan Agustus.....	14
Tabel 4.1 Matriks SWOT.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kendala Akses Jalan Menuju Lokasi Pengiriman.....	8
Gambar 2.2 Profil Instagram PT Karya Bumi Pachingka.....	10
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Arus Kas Tahun Ke-1 (April 2024-Agustus 2024).....	59
Lampiran 2. Laporan Laba Rugi Tahun ke-1 (April 2024 – Agustus 2024).....	60
Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Pemasok Bahan Baku.....	61
Lampiran 4. Bukti Legalitas.....	62
Lampiran 5. Hasil Hasil test laboratory/uji lab BBM Solar B30.....	64
Lampiran 6. Proses transaksi dan pendistribusian produk kepada konsumen.....	65
Lampiran 7. Unit operasional ekspedisi.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan total wilayah laut mencapai 3.257.357 km² dan wilayah daratan mencapai 1.919.443 km², serta memiliki lebih dari 17.000 pulau yang tersebar di antara benua dua benua dan dua samudera (Saksono, 2013). Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang kaya akan potensi karena keberagaman geografis, budaya, dan sumber daya alam yang melimpah.

Kalimantan sebagai pulau terbesar kedua di Indonesia berpotensi cukup besar dalam memproduksi tanaman kelapa sawit, khususnya di Provinsi Kalimantan Barat. Kelapa sawit dapat digunakan untuk menghasilkan berbagai jenis biofuel, termasuk biodiesel, bio oil, biopellet, biogas, biobriket, gas metana, dan pembangkit listrik tenaga biomassa (Radhiana et al., 2023). Hal ini menjadikan provinsi Kalimantan Barat memiliki potensi besar untuk produksi biodiesel yang berasal dari minyak sawit.

Selain perkebunan kelapa sawit, Kalimantan Barat memiliki banyak komoditas unggulan, baik dari sektor pertanian, pertambangan dan juga perikanan. Industri perkebunan, pertanian, pertambangan, maupun perikanan dalam operasinya membutuhkan pasokan terkait alat berat yang digunakan untuk pembersihan lahan perkebunan atau bagi perusahaan konstruksi dapat digunakan untuk penggalian tanah.

Untuk mengoperasikan alat berat seperti excavator, bulldozer, truk angkut, dan mesin-mesin lainnya, membutuhkan pasokan bahan bakar yang handal, berkualitas, dan konsisten untuk menjalankan fungsinya.

Bisnis PT. Karya Bumi Pachingka (KBP) merupakan bisnis yang bergerak pada bidang distribusi bahan bakar minyak solar industri di Provinsi Kalimantan Barat khususnya yang berkaitan dengan alat berat. Perusahaan ini didirikan pada awal tahun 2024 dengan memanfaatkan peluang yang diciptakan dari perusahaan-perusahaan di Kalimantan Barat yang membutuhkan pasokan bahan bakar solar yang sangat tinggi dalam pemenuhan kebutuhan pasokan bahan bakar sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

Tantangan utama yang dihadapi oleh PT. Karya Bumi Pachingka dalam fase implementasi dalam tahap implementasi terletak pada aspek produksi, khususnya dalam proses pengiriman produk ke konsumen. Sulitnya akses ke lokasi pengiriman dan kondisi alam yang sering kali tidak mendukung serta strategi pemasaran yang belum maksimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas menjadi tantangan utama dalam bisnis ini.

Seiring dengan meningkatnya permintaan akan bahan bakar solar industri untuk operasional alat berat yang digunakan di berbagai proyek konstruksi, pertambangan, dan industri lainnya, menjadikan PT. Karya Bumi Pachingka sebagai penyedia solar industri yang andal dan efisien sangat dibutuhkan untuk mendukung

kelancaran operasional proyek-proyek besar di Indonesia, khususnya di Provinsi Kalimantan Barat. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, bisnis perlu mengatasi hambatan internal dan eksternal yang dihadapinya.

Bisnis penyedia solar industri memiliki kompleksitas tersendiri, terutama dalam efisiensi operasional dan faktor eksternal berupa kondisi bentang alam yang tidak stabil. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis untuk menjawab tantangan ini, sekaligus memaksimalkan peluang pasar yang ada. Dengan meningkatnya perhatian masyarakat dan peraturan pemerintah terhadap isu lingkungan seperti pengurangan emisi karbon dan penggunaan energi yang lebih bersih, PT. Karya Bumi Pachingka perlu menyesuaikan strategi bisnisnya untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menjalankan bisnis secara efektif dan efisien (secara profesional)
2. Apa strategi yang harus dijalankan agar bisnis bisa berkembang secara optimal?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan jangka pendek dan jangka panjang bagi PT. Karya Bumi Pachingka guna meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan dan khususnya pada pengiriman barang, serta memperluas pangsa pasar. Dengan menggunakan kerangka analisis strategis,

penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang praktis dan dapat diterapkan dalam konteks bisnis distribusi BBM solar industri.

Secara akademis, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai penerapan strategi bisnis berbasis efisiensi distribusi dan keberlanjutan di sektor penyediaan solar industri. Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengembangan bisnis distribusi BBM solar industri PT. Karya Bumi Pachingka, memberikan wawasan bagi pengusaha lain yang beroperasi di bidang serupa, serta diharapkan dapat berkontribusi pada pengambilan keputusan untuk para pelaku bisnis pemula yang ingin terjun ke dalam bisnis bahan bakar dengan memberikan gambaran penting tentang proses bisnis mulai dari ide awal hingga eksekusi bisnis.

BAB II

REFLEKSI HASIL IMPLEMENTASI

2.1 Kinerja Implementasi

2.1.1 Aspek Produksi

Pada proses operasi PT Karya Bumi Pachingka memiliki beberapa tahapan yang akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Rencana Produksi

PT Karya Bumi Pachingka sejatinya merupakan distributor solar industri, sehingga untuk produk atau bahan baku solar industri yang akan dijual diambil langsung dari pemasok. Maka sebelum melakukan produksi dan pengiriman, PT Karya Bumi Pachingka mengirimkan *company profile* kepada calon konsumen yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perkebunan, konstruksi, dan manufaktur. Jika perusahaan yang dituju tertarik, mereka melakukan pemesanan atau permintaan kepada PT Karya Bumi Pachingka beserta penyesuaian harga yang harus dipertimbangkan.

2. Penawaran Barang

Setelah melakukan riset permintaan konsumen, PT Karya Bumi Pachingka akan mengajukan kembali penawaran harga yang telah disesuaikan dari pemasok kepada klien.

3. Surat Perjanjian Kerja atau Kontrak

Setelah penawaran disetujui, PT Karya Bumi Pachingka akan membuat kontrak kerja dengan perusahaan klien yang meliputi jumlah permintaan, harga, serta hal-hal yang harus dipatuhi kedua belah pihak. Hal ini dilakukan untuk menghindari hal-hal yang tidak diharapkan dan menjaga kenyamanan klien.

4. Produksi dan Pengiriman

Setelah proses administrasi selesai, PT. Karya Bumi Pachingka akan melakukan pembelian kepada pemasok, solar yang telah dikirimkan oleh pemasok akan disimpan pada tangki penyimpanan dengan kapasitas 32.000 liter. Selanjutnya, perusahaan akan mengirimkan produk ke pembeli sesuai dengan kesepakatan awal dan pelanggan akan melakukan pelunasan.

Selain mengirimkan produk ke konsumen melalui PT. Karya Bumi Pachingka, perusahaan juga menyediakan opsi pengiriman langsung dari supplier. Sehingga ketika proses administrasi selesai, perusahaan akan menghubungi pemasok untuk membeli produk sesuai dengan pesanan pembeli dan akan langsung dikirimkan kepada pelanggan. Setelah barang sampai, pelanggan melakukan pelunasan ke perusahaan.

5. Evaluasi

Perusahaan akan mengevaluasi pada pengiriman pertama untuk menjaga dan meningkatkan kualitas bahan bakar yang dikirimkan kepada pelanggan dan menjaga loyalitas klien kedepannya.

Selama 5 bulan beroperasi, PT Karya Bumi Pachingka mencatat total penjualan mencapai 208.000 liter BBM dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penjualan BBM Solar Industri selama bulan April hingga Agustus

Bulan	Penjualan
April	56.000 lt
Mei	40.000 lt
Juni	40.000 lt
Juli	48.000 lt
Agustus	24.000 lt
Total Penjualan	208.000 lt

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa penjualan PT Karya Bumi Pachingka mengalami fluktuasi, penjualan terbanyak justru berada pada bulan pertama operasional yaitu bulan April dengan total penjualan sebanyak 56.000 Liter. Selain masalah fluktuatifnya penjualan selama 5 bulan beroperasi, terdapat tantangan utama yang dihadapi yaitu sulitnya akses lokasi pengiriman konsumen. Faktor cuaca dan medan yang sulit menjadi penyebab utama dari tantangan yang dihadapi, dimana truk pengirim tidak bisa bergerak di tengah jalan berlumpur akibat hujan yang melanda. Akibatnya, terjadi keterlambatan pengiriman dan perusahaan perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk membayar masyarakat sekitar dalam membantu menyelesaikan proses pengiriman.



Gambar 2.1 Kendala Akses Jalan Menuju Lokasi Pengiriman

2.1.2 Aspek Pemasaran

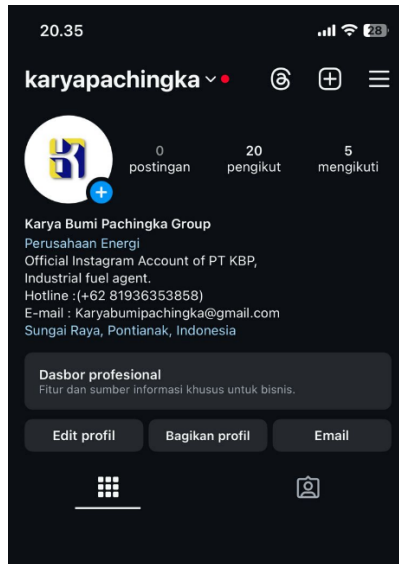
Selam 5 bulan beroperasi, PT Karya Bumi Pachingka menemukan strategi pemasaran yang efisien yaitu pemasaran secara langsung dari mulut ke mulut atau biasa dikenal dengan sebutan *word of mouth* (WOM) dan *Door to Door*.

Awal mula berdiri, PT Karya Bumi Pachingka menyebarluaskan informasi mengenai perusahaan dan produk yang dijual kepada para kontraktor di lapangan untuk mendapatkan *channel* konsumen dari mitra yang bekerjasama dengan kontraktor. Selain itu, PT Karya Bumi Pachingka melakukan pemasaran dengan cara *door to door* yaitu mengunjungi satu perusahaan ke perusahaan lain yang sesuai dengan kriteria target pasar di Kalimantan Barat untuk melakukan penawaran atas produk BBM solar industri.

Strategi WOM dan *door to door* dinilai sangat efektif bagi PT Karya Bumi Pachingka mengingat perusahaan ini masih baru sehingga relasi dari para petinggi

perusahaan sangat berpengaruh dalam peningkatan penjualan. Strategi WOM dinilai cocok untuk bisnis yang baru berdiri karena konsumen cenderung lebih mempercayai rekomendasi orang terdekat dibandingkan dengan iklan. Selain itu WOM juga dapat menjangkau lebih banyak konsumen secara luas, dikarenakan konsumen yang merasa puas akan membagikan pengalamannya kepada orang lain. Dengan menggunakan kedua strategi pemasaran tersebut, PT. Karya Bumi Pachingka berhasil menghasilkan 2 klien dengan perjanjian kerjasama jangka panjang dalam beberapa bulan kedepan. 2 klien tersebut adalah CV Berkah Jaya dan CV Infinity Agro Perkasa.

PT. Karya Bumi Pachingka tidak serta merta hanya mengandalkan pemasaran secara offline atau langsung. Perusahaan turut melakukan pemasaran secara digital yaitu dengan menggunakan platform media sosial Instagram, Facebook, dan WhatsApp dengan memposting informasi mengenai eksistensi perusahaan. Meskipun sejauh ini belum ada pembeli yang berasal dari pemasaran digital, namun dengan adanya pemasaran digital akan meningkatkan *brand awareness* perusahaan dan menjangkau audiens lebih luas.



Gambar 2.2 Profil Instagram PT Karya Bumi Pachingka

2.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Pemilik PT. Karya Bumi Pachingka terdiri dari 3 orang yang semuanya tergabung dalam tim manajerial: Komisaris, Direktur Utama dan Direktur berdasarkan struktur kepemilikan saham. Komisaris berperan dalam mengawasi seluruh kegiatan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kebijakan dan pengelolaan perusahaan, serta bertanggung jawab dalam memastikan sumber keuangan pada perusahaan tercukupi. Komisaris juga memiliki hak untuk mendukung, memilih, mengangkat, bahkan memberikan penilaian kinerja direksi perusahaan.

Dibawah komisaris, terdapat Direktur Utama dan Direktur. Direktur utama memimpin dan bertanggungjawab menjalankan perusahaan, bertanggung jawab dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan dan program umum perusahaan,

bertanggung jawab dalam merencanakan, mengembangkan dan mengelola berbagai sumber pendapatan dan pembelanjaan aset perusahaan, serta mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang. Sedangkan untuk tugas Direktur adalah sebagai penanggung jawab di lapangan dalam mengatur operasional, keuangan, pemasaran serta SDM. Pada umumnya tugas direktur utama dan direktur hampir sama hanya saja direktur lebih bertanggung jawab atas koordinasi operasional di lapangan dan memberikan laporan kepada direktur utama dan komisaris. Selain tim manajerial, terdapat 2 staf yang bekerja yaitu staf admin dan staff *sales and marketing*.

Sebelum memulai bisnis, tim manajerial telah mendiskusikan terkait efisiensi operasional, pemasaran, keuangan, bahkan SDM. Hasil bahasan mengenai SDM adalah karyawan dan direksi mengadakan rapat rutin mingguan untuk melaporkan perkembangan bisnis selama satu minggu kebelakang, melakukan evaluasi, merancang tujuan dan kegiatan untuk satu minggu ke depan, serta menyampaikan kritik maupun saran dari para konsumen. Penyampaian kritik dan saran berguna agar perusahaan dapat memperbaiki kesalahan sebelumnya dan memastikan bahwa kesalahan tersebut tidak akan terulang lagi. Dengan adanya rapat mingguan ini, komunikasi dan kolaborasi dapat terjaga dengan baik.

Hasil survei kepada para klien PT. Karya Bumi Pachingka menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan dan kualitas BBM yang di *supply* oleh PT. Karya Bumi Pachingka. Meskipun demikian, perusahaan tidak serta merta merasa

puas akan hasil survey tersebut, perusahaan akan terus menjaga layanan dan kualitas produk tetap terjaga hingga sampai ke tangan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Ketika konsumen puas akan produk dan layanan yang diberikan, maka akan menumbuhkan loyalitas sehingga konsumen akan terus menerus membeli bahan bakar solar industri kepada PT Karya Bumi Pachingka.

2.1.4 Aspek Keuangan

Selama 5 bulan beroperasi, PT Karya Bumi Pachingka mencatat total penjualan mencapai 208.000 liter BBM dan total pendapatan sebesar Rp2.936.935.680, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2.2 Laporan Penjualan Bulan April 2024

NO	PEMBELI	TGL INVOICE	LOKASI	TOTAL	HPP	HARGA JUAL	MARGIN	% MARGIN
1	CV BERKAH JAYA	03/04/2024	PT RKA	8000 LT	Rp105.760.000	Rp113.592.960	Rp7.832.960	6,9
2	CV BERKAH JAYA	18/04/2024	PT CUS	8000 LT	Rp104.240.000	Rp106.444.560	Rp2.204.560	2,1
3	CV BERKAH JAYA	22/04/2024	PT RKA	8000 LT	Rp105.760.000	Rp113.592.960	Rp7.832.960	6,9
4	CV BERKAH JAYA	24/04/2024	PT GUM	8000 LT	Rp106.400.000	Rp114.392.160	Rp7.992.160	7,0
5	CV BERKAH JAYA	23/04/2024	PT GUM	8000 LT	Rp106.560.000	Rp113.592.960	Rp7.032.960	6,2
6	CV BERKAH JAYA	30/04/2024	PT GUM	8000 LT	Rp106.400.000	Rp114.392.160	Rp7.992.160	7,0
7	CV BERKAH JAYA	02/05/2024	PT CUS	8000 LT	Rp104.240.000	Rp107.332.560	Rp3.092.560	2,9
TOTAL BULAN APRIL 8000 LT X 7 = 56.000 LT					Rp739.360.000	Rp783.340.320	Rp43.980.320	5,6

Tabel 2.3 Laporan Penjualan Bulan Mei 2024

NO	PEMBELI	TGL INVOICE	LOKASI	TOTAL	HPP	HARGA JUAL	MARGIN	% MARGIN
1	CV BERKAH JAYA	15/05/2024	PT CUS	8000 LT	Rp92.240.000	Rp109.330.560,00	Rp17.090.560	15,6
2	CV BERKAH JAYA	17/05/2025	PT GUM	8000 LT	Rp94.560.000	Rp114.800.640,00	Rp20.240.640	17,6
3	CV BERKAH JAYA	19/05/2024	PT RKA	8000 LT	Rp93.920.000	Rp111.594.960,00	Rp17.674.960	15,8
4	CV Infinity Agro Perkasa	29/05/2024	PT CUS	8000 LT	Rp92.160.000	Rp106.932.960,00	Rp14.772.960	13,8
5	CV Infinity Agro Perkasa	30/05/2024	PT GUM	8000 LT	Rp94.480.000	Rp114.800.640,00	Rp20.320.640	17,7
TOTAL BULAN MEI 8000 LT X 5 = 40.000 LT					Rp467.360.000	Rp557.459.760	Rp90.099.760	16,2

Tabel 2.4 Laporan Penjualan Bulan Juni

NO	PEMBELI	TGL INVOICE	LOKASI	TOTAL	HPP	HARGA JUAL	MARGIN	% MARGIN
1	CV BERKAH JAYA	03/06/2024	PT CUS	8000 LT	Rp96.560.000	Rp106.932.960	Rp10.372.960	9,7
2	CV BERKAH JAYA	10/06/2024	PT GUM	8000 LT	Rp98.880.000	Rp114.800.640	Rp15.920.640	13,9
3	CV BERKAH JAYA	12/06/2024	PT RKA	8000 LT	Rp98.080.000	Rp111.594.960	Rp13.514.960	12,1
4	CV Infinity Agro Perkasa	18/06/2024	PT GUM	8000 LT	Rp98.880.000	Rp114.800.640	Rp15.920.640	13,9
5	CV Infinity Agro Perkasa	25/06/2024	PT GUM	8000 LT	Rp98.960.000	Rp114.800.640	Rp15.840.640	13,8
TOTAL BULAN JUNI 8000 LT X 5 = 40.000 LT					Rp491.360.000	Rp562.929.840	Rp71.569.840	12,7

Tabel 2.5 Laporan Penjualan Bulan Juli

NO	PEMBELI	TGL	LOKAS	TOTAL	HPP	HARGA	MARGIN	%
----	---------	-----	-------	-------	-----	-------	--------	---

		INVOICE	I			JUAL		MARGIN
1	CV BERKAH JAYA	01/07/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.080.000	Rp114.800.640	Rp13.720.640	12,0
2	CV BERKAH JAYA	08/07/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.120.000	Rp114.800.640	Rp13.680.640	11,9
3	CV BERKAH JAYA	12/07/2024	PT RKA	8000 LT	Rp100.560.000	Rp114.800.640	Rp14.240.640	12,4
4	CV BERKAH JAYA	16/07/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.120.000	Rp114.800.640	Rp13.680.640	11,9
5	CV Infinity Agro Perkasa	21/07/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.120.000	Rp114.800.640	Rp13.680.640	11,9
6	CV Infinity Agro Perkasa	25/07/2024	PT GUM	8000 LT	Rp100.960.000	Rp114.800.640	Rp13.840.640	12,1
TOTAL BULAN APRIL 8000 LT X 6 = 48.000 LT					Rp505.000.000	Rp574.003.200	Rp69.003.200	12,0

Tabel 2.6 Laporan Penjualan Bulan Agustus

NO	PEMBELI	TGL INVOICE	LOKASI	TOTAL	HPP	HARGA JUAL	MARGIN	% MARGIN
1	CV BERKAH JAYA	01/08/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.040.000	Rp114.800.640	Rp13.720.640	12,0
2	CV BERKAH JAYA	06/08/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.040.000	Rp114.800.640	Rp13.680.640	11,9
3	CV BERKAH JAYA	13/08/2024	PT GUM	8000 LT	Rp101.120.000	Rp114.800.640	Rp14.240.640	12,4
TOTAL BULAN APRIL 8000 LT X 3 = 24.000 LT					Rp202.080.000	Rp229.601.280	Rp27.401.280	11,9

Berdasarkan tabel-tabel di atas, dapat diketahui bahwa penjualan PT Karya Bumi Pachingka mengalami fluktuasi, penjualan terbanyak justru berada pada bulan pertama operasional yaitu bulan April dengan total penjualan mencapai 56.000liter dan pendapatan yang diperoleh sebesar Rp783.340.320. Sedangkan pada bulan

selanjutnya, mengalami penurunan penjualan sebesar 16.000liter karena klien CV Berkah Jaya menurunkan pemesanan BBM. Namun, meskipun pada bulan Mei perusahaan mengalami penurunan penjualan, margin yang diperoleh pada bulan Mei justru menunjukkan peningkatan signifikan yaitu sebesar Rp90.099.760 atau setara dengan 16,2%, yang menunjukkan terdapat peningkatan margin sebesar 10,5% dari bulan sebelumnya.

Sayangnya, pada bulan Juli-Agustus, laba yang diperoleh terus mengalami penurunan. Meskipun pada bulan Juli total penjualan meningkat 8.000liter dibandingkan bulan Juni, harga bahan baku yang fluktuatif dan cenderung meningkat membuat keuntungan yang didapatkan semakin menipis. Sehingga pada bulan Juli, meskipun terdapat peningkatan penjualan, margin yang diperoleh berkurang 0,7% dibandingkan dengan bulan Juni.

2.2 Refleksi Implementasi

2.2.1 Pelajaran yang Didapat

Implementasi bisnis distribusi BBM solar industri selama 5 bulan ini memberikan banyak pelajaran berharga terkait strategi bisnis, manajemen operasional, dan hubungan dengan pelanggan maupun supplier. Beberapa pelajaran yang didapat adalah keandalan pasokan merupakan kunci utama. Pelanggan industri sangat bergantung pada pengiriman yang tepat waktu dan konsisten, karena jika terjadi keterlambatan pengiriman maka dapat memengaruhi keseluruhan proses bisnis. Maka dari itu sangat penting untuk menjaga kualitas dan layanan pengiriman yang cepat.

Penggunaan logistik yang andal, pengelolaan stok yang efisien, dan jaringan pemasok yang solid sangat diperlukan.

PT. Karya Bumi Pachingka berupaya untuk berkomitmen mengirimkan produk dengan cepat, sehingga perusahaan menginvestasikan pada kendaraan yang andal yaitu truk tangki kapasitas 8.000liter dan tangka penyimpanan dengan kapasitas 32.000liter untuk stok BBM solar industri agar jika ada pengiriman yang dibutuhkan segera, perusahaan dapat langsung mengirim secepatnya ke pelanggan. Selain itu, PT. Karya Bumi Pachingka juga menyediakan layanan pengiriman langsung dari supplier, sehingga jika lokasi pengiriman lebih dekat dari lokasi supplier, maka pengiriman produk akan langsung dikirim oleh pemasok. Hal ini membantu perusahaan dalam meminimalisir masalah keterlambatan pengiriman, juga mengurangi biaya pengiriman.

Kedua, membangun hubungan pelanggan yang baik menjadi elemen penting dalam keberhasilan bisnis. Pelanggan lebih cenderung memilih distributor yang memberikan solusi personal, fleksibilitas, dan layanan yang andal. Dengan menyediakan layanan seperti konsultasi kebutuhan atau penanganan cepat terhadap keluhan, loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan. Ketiga, pengelolaan risiko harga menjadi tantangan tersendiri mengingat harga BBM yang fluktuatif akibat pengaruh global seperti harga minyak mentah dan nilai tukar mata uang. Perusahaan perlu menerapkan mekanisme penetapan harga yang fleksibel, kontrak jangka panjang, atau hedging untuk mengelola risiko ini.

Tim yang kompeten juga menjadi aset utama dalam bisnis ini. Rekrutmen dan pelatihan karyawan yang tepat serta budaya kerja yang berorientasi pada hasil dapat meningkatkan produktivitas. Selain itu, manajemen keuangan yang ketat diperlukan untuk menjaga arus kas yang sehat, terutama mengingat waktu pembayaran pelanggan dan pembelian dalam jumlah besar dari pemasok. Dengan mengimplementasikan pelajaran-pelajaran ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, membangun kepercayaan pelanggan, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.2.2 Tantangan yang Dihadapi

1. Tantangan Produksi

Tantangan atau masalah utama selama implementasi bisnis PT. Karya Bumi Pachingka adalah kendala infrastruktur atau akses jalan yang tidak memadai, sehingga mengakibatkan terjadinya keterlambatan pengiriman. Permasalahan ini menekankan pentingnya meningkatkan efisiensi logistik melalui optimalisasi rute pengiriman dan penjadwalan pengiriman yang fleksibel untuk menghindari pengiriman saat cuaca sedang tidak baik, sehingga meminimalisir keterlambatan pengiriman. Tanpa upaya signifikan untuk mengatasi kendala ini, PT. Karya Bumi Pachingka akan sulit menjaga kepercayaan pelanggan dan daya saing di pasar jangka panjang.

2. Tantangan Pemasaran

Strategi WOM dan *door to door* yang dilakukan selama 5 bulan beroperasi berhasil menghasilkan 2 klien dengan perjanjian kerjasama jangka panjang dalam beberapa bulan kedepan. Disamping itu, terdapat masalah yang dihadapi terkait aspek pemasaran adalah kurangnya mengembangkan strategi pemasaran yang berpotensi menumbuhkan *brand awareness* dan memperluas pangsa pasar. Meskipun PT. Karya Bumi Pachingka telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan menggunakan strategi pemasaran *word of mouth* dan *door to door*, skalabilitas strategi pemasaran masih terbatas. Pengalaman ini menekankan pentingnya merumuskan strategi pemasaran yang lebih proaktif dan terorganisir untuk

mendukung pertumbuhan bisnis dan menghadapi tantangan pasar secara efektif.

3. Tantangan Keuangan

Dari sisi keuangan, tantangan yang dihadapi PT. Karya Bumi Pachingka selama implementasi bisnis adalah ketidakstabilan (fluktuasi) harga bahan baku. Meskipun perbedaan harga hanya sekitar Rp500 sampai dengan Rp2.000, setelah diakumulasi dapat menurunkan laba hingga puluhan juta. Pada bulan Mei 2024, harga bahan baku mengalami penurunan dari bulan sebelumnya sebanyak Rp1.480/liter yang mana pada bulan Mei ini harga bahan baku sebesar Rp11.240. Namun, pada bulan Juni terdapat kenaikan harga bahan baku Rp540/liter, meskipun dilihat hanya naik sedikit, perusahaan mengalami penurunan margin sebanyak 3,4% yang mencapai Rp18.529.920. Akibat dari fluktuasi harga bahan baku ini mengharuskan perusahaan menaikkan harga atau jika perusahaan dan konsumen sudah memiliki perjanjian kontrak jangka panjang, perusahaan akan mengalami penurunan margin.

Meskipun terdapat beberapa masalah yang terjadi, secara keseluruhan proses implementasi PT. Karya Bumi Pachingka telah menunjukkan potensi yang signifikan. Untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang lebih komprehensif agar keuntungan tiap bulannya stabil dan diharapkan dapat terus meningkat. Pengalaman dalam implementasi bisnis ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan khususnya penulis sebagai

pelaku bisnis, untuk memahami bahwa efisiensi operasional dan penerapan strategi pemasaran yang efektif adalah kunci untuk bertahan dan bersaing di pasar kompetitif.

BAB III

PENDEKATAN DAN KERANGKA PENGEMBANGAN

3.1 Pendekatan Analisis

Pendekatan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah **analisis strategis**, yaitu metode yang digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu bisnis di industri serta mengidentifikasi strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnis dan mencapai tujuan jangka panjang. Analisis strategis berfokus pada pemahaman lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis. Pendekatan ini membantu PT. Karya Bumi Pachingka merumuskan strategi pengembangan bisnis yang sesuai untuk memanfaatkan peluang pasar, mengatasi ancaman persaingan, mengoptimalkan sumber daya internal, serta mencapai keunggulan kompetitif. Terdapat beberapa alat yang umum digunakan pada pendekatan ini seperti Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*), Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environmental, Legal*), Porter's Five Forces, dan Value Chain Analysis.

3.2 Pengumpulan dan Teknik Analisis Data

Untuk mendukung analisis ini, data dikumpulkan menggunakan metode campuran (*mixed methods*), yaitu kombinasi antara data kuantitatif dan kualitatif.

A. Data primer dikumpulkan melalui:

1. Survei pelanggan yang dilakukan untuk mengetahui persepsi pasar terhadap produk BBM solar industri yang ditawarkan oleh PT. Karya

Bumi Pachingka. Survei ini mencakup aspek kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan preferensi terhadap produk energi ramah lingkungan.

2. Wawancara mendalam dengan pemasok bahan baku dan mitra distribusi untuk memahami tantangan dalam pengadaan BBM dan bagaimana hal ini memengaruhi stabilitas pasokan.
3. Observasi operasional yang dilakukan di fasilitas distribusi dan pengiriman untuk mengidentifikasi masalah internal terkait efisiensi pengiriman dan kapasitas distribusi.

B. Data sekunder diperoleh dari:

1. Laporan tahunan industri energi yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah dan internasional yang berkaitan dengan distribusi BBM dan energi terbarukan (Laporan Kinerja Dewan Energi Nasional, 2023)
2. Studi literatur terkait perkembangan regulasi energi, serta tren pasar global untuk produk energi ramah lingkungan dan kebijakan subsidi energi.
3. Data keuangan perusahaan selama beberapa tahun terakhir, yang mencakup laporan penjualan, biaya operasional, dan margin keuntungan.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam pendekatan **analisis strategis** pada tugas akhir ini adalah **Analisis SWOT**. Analisis SWOT merupakan suatu evaluasi yang mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi berdasarkan analisis

terhadap sumber daya dan kemampuannya, serta peluang dan ancaman yang ditemukan melalui analisis lingkungan eksternal (Pickton, 1998). Pendekatan strategis yang logis mengharuskan bahwa langkah-langkah masa depan yang diambil harus memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meraih peluang, mengurangi dampak ancaman, dan berusaha untuk mengatasi kelemahan yang dihadapi (Stacey, 1993).

Pendekatan analisis strategi dipilih karena pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, memungkinkan pemahaman yang lebih baik mengenai posisi internal dan eksternal. Pendekatan analisis strategis dengan analisis SWOT berbasis pada data yang objektif, baik dari sumber daya internal maupun lingkungan eksternal, sehingga keputusan yang diambil lebih akurat dan dapat diandalkan. Selain itu, SWOT merupakan alat yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai pihak dalam organisasi, memfasilitasi kolaborasi dalam merumuskan strategi.

Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan yang ada, serta peluang dan ancaman di luar organisasi, analisis SWOT juga membantu perusahaan untuk memprioritaskan langkah strategis yang akan memberikan dampak terbesar. Pendekatan analisis strategis dengan SWOT memberikan fleksibilitas sehingga pendekatan ini cocok untuk berbagai jenis organisasi dan industri. Analisis SWOT memastikan strategi yang diambil selaras dengan kemampuan perusahaan dan kondisi pasar, sehingga menciptakan keselarasan strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang.

BAB IV

ANALISIS LINGKUNGAN

	MEMBANTU	MENGHAMBAT
INTERNAL	STRENGTHS <ol style="list-style-type: none">1. Mampu memenuhi permintaan pasar dengan cepat karena ada stock.2. Produk ramah lingkungan.3. Tim manajemen berpengalaman.	WEAKNESS <ol style="list-style-type: none">1. Tingginya biaya operasional.2. Ketergantungan pada pemasok.3. Biaya modal yang tinggi.
EKSTERNAL	OPPORTUNITY <ol style="list-style-type: none">1. Permintaan yang tinggi.2. Regulasi pemerintahan.3. Ketersediaan bahan baku yang melimpah.	THREAT <ol style="list-style-type: none">1. Kendala logistik.2. Ketergantungan pada cuaca.3. Fluktuasi harga bahan baku

Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT

4.1 Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal studi ini menggunakan alat analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki PT. Karya Bumi Pachingka berdasarkan hasil implementasi bisnis selama semester 7.

4.1.1 Kekuatan (*Strengths*)

1. Produk Ramah Lingkungan

BBM solar industri HSD B30 merupakan campuran 70% solar murni dengan 30% biodiesel yang menghasilkan emisi gas rumah kaca (GRK) lebih rendah dibandingkan solar murni, sehingga dapat dikatakan bahwa solar industri mampu mengurangi pengurangan emisi karbon. Selain itu pembakaran B30 tergolong lebih bersih dan menghasilkan lebih sedikit partikel karbon, sehingga dapat mengurangi polusi udara.

2. Mampu memenuhi permintaan pasar dengan cepat karena adanya stok produk.

PT. Karya Bumi Pachingka menawarkan 2 layanan pengiriman kepada pelanggan yaitu pengiriman dari gudang supplier dan pengiriman langsung dari PT. Karya Bumi Pachingka. 2 layanan ini menyesuaikan dari daerah pengiriman. Perusahaan tiap bulannya membeli solar industri dari supplier sebanyak 32.000 liter untuk stock, pemasok juga memiliki stok solar industri yang banyak. Layanan pengiriman langsung dari supplier membuat perusahaan tidak perlu menyimpan stock terlalu banyak sehingga meminimalisir adanya *bad stock* atau stock yang tidak laku terjual.

Dengan memiliki cadangan solar yang mencukupi, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan mendadak pelanggan, seperti perusahaan tambang, manufaktur, atau transportasi, yang bergantung pada pasokan bahan bakar untuk operasional mereka.

3. Tim Manajemen yang berpengalaman

Pemilik PT. Karya Bumi Pachingka terdiri dari tiga orang yang semuanya tergabung dalam tim manajemen dan masing-masing memiliki latar belakang manajerial usaha di bidang operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia, khususnya pada usaha kontraktor. Adanya tim yang berpengalaman dalam manajemen distribusi dan logistik bahan bakar memberikan keunggulan dalam menangani kompleksitas operasional.

4.1.2 Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Tingginya Biaya Operasional

Akses jalan yang akan dilalui selama proses pengiriman produk kepada pelanggan terbilang sangat sulit sehingga pengeluaran untuk transportasi, perawatan kendaraan, dan biaya tambahan untuk mengatasi medan sulit cukup besar. BBM solar industri memerlukan pemeliharaan sistem bahan bakar karena kandungan biodiesel dapat menarik air lebih banyak, sehingga perawatan tangki bahan bakar harus lebih rutin untuk

mencegah korosi. Selain itu, biodiesel juga lebih mudah teroksidasi, sehingga memerlukan penyimpanan yang baik.

2. Ketergantungan Pada Pemasok

PT. Karya Bumi Pachingka bergantung pada pemasok karena perusahaan sebagai distributor tidak memproduksi bahan bakar solar industri sendiri. Sebagai perantara antara produsen dan konsumen akhir, perusahaan sepenuhnya mengandalkan pemasok untuk menyediakan bahan bakar yang sesuai dengan spesifikasi dan jumlah yang dibutuhkan. Maka dari itu, keberlanjutan bisnis distributor sangat dipengaruhi oleh hubungan dengan pemasok, termasuk keandalan suplai, ketepatan waktu pengiriman, dan stabilitas harga yang ditawarkan pemasok.

3. Biaya Modal yang Tinggi

Bisnis distribusi solar industri membutuhkan modal yang sangat besar karena berbagai faktor penting. Pertama, diperlukan infrastruktur penyimpanan seperti tangki besar yang memenuhi standar keselamatan dan lingkungan, lengkap dengan sistem pemadam kebakaran, sensor kebocoran, dan perangkat pengukur otomatis. Kedua, pengadaan armada truk tangki khusus juga memakan biaya tinggi karena harus memenuhi spesifikasi keselamatan dan efisiensi, termasuk teknologi seperti ventilasi khusus. Selain itu, bisnis ini diatur oleh regulasi yang ketat, sehingga perusahaan harus mengeluarkan dana besar untuk audit, perizinan, dan sertifikasi agar sesuai dengan standar pemerintah

Fluktuasi harga bahan bakar menambah beban modal kerja, karena distributor harus membeli dalam jumlah besar di muka untuk menjaga stok dan mengantisipasi perubahan harga pasar. Semua faktor ini, termasuk biaya transportasi dan perawatan armada, menjadikan bisnis distribusi solar industri sebagai sektor yang sangat padat modal dan sulit diakses oleh pemain baru.

4.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal studi ini juga menggunakan alat analisis SWOT untuk mengevaluasi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki PT. Karya Bumi Pachingka berdasarkan hasil implementasi bisnis selama semester 7.

4.2.1 Peluang (*Opportunities*)

1. Permintaan yang Tinggi

Kalimantan Barat memiliki banyak perusahaan sektor industri, pertambangan, perkebunan, dan konstruksi. Perusahaan-perusahaan tersebut bergantung pada solar untuk menjalankan operasional mesin, kendaraan berat, dan generator listrik. Solar industri / HSD B30 memiliki spesifikasi yang mampu meningkatkan efisiensi mesin dan mengurangi dampak lingkungan karena dapat mengurangi emisi karbon. Keandalan dan efisiensi solar industri sebagai sumber energi menjadikan bahan bakar ini banyak diminati.

Selain itu, pertumbuhan industri dan infrastruktur di banyak negara, termasuk proyek-proyek besar seperti pembangunan jalan, gedung, dan fasilitas publik, semakin meningkatkan kebutuhan akan bahan bakar ini. Fluktuasi permintaan juga sering dipengaruhi oleh kebutuhan mendadak untuk proyek skala besar atau keadaan darurat, seperti suplai energi untuk area yang terkena bencana. Dengan perannya yang vital dalam menjaga kelangsungan operasional industri, permintaan solar industri cenderung stabil bahkan meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan aktivitas sektor industri.

2. Ketersediaan Bahan Bakar yang Melimpah

Kalimantan Barat merupakan provinsi yang dikenal sebagai salah satu produsen kelapa sawit terbesar di dunia, sehingga memiliki pasokan biodiesel (bahan bakar berbasis minyak nabati seperti kelapa sawit) yang melimpah. Hal ini menjamin ketersediaan bahan bakar B30 secara konsisten.

3. Regulasi Pemerintahan

Peraturan Pemerintahan Nomor 33 tahun 2023 tentang Konservasi Energi yang mengatur penggunaan energi secara hemat, rasional, dan bijaksana. B30 merupakan bagian dari inisiatif pemerintah Indonesia untuk meningkatkan penggunaan energi terbarukan dan mengurangi impor BBM. Peraturan ini menjadikan banyak perusahaan menggunakan bahan

bakar solar industri / HSD B30, sehingga membuat peluang keberlanjutan bisnis ini semakin besar.

4.2.2 Ancaman (*Threats*)

1. Kendala Logistik

Salah satu ancaman utama dalam bisnis distribusi solar industri adalah kendala logistik, khususnya terkait dengan kondisi infrastruktur jalan yang buruk. Di banyak daerah terpencil Kalimantan Barat atau wilayah industri yang berkembang, jalan yang rusak atau tidak terawat dengan baik dapat menghambat kelancaran pengiriman solar ke pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, kerusakan pada kendaraan pengangkut, dan meningkatkan biaya operasional karena perlu ada perbaikan atau modifikasi kendaraan untuk menyesuaikan dengan medan yang sulit. Kendala logistik ini juga dapat memperburuk waktu pengiriman saat permintaan mendesak, yang dapat merugikan reputasi perusahaan dan mengurangi kepuasan pelanggan.

2. Ketergantungan Pada Cuaca

Cuaca buruk, seperti hujan lebat, banjir, atau badai, dapat mengganggu jalur distribusi dan menghambat pengiriman bahan bakar ke pelanggan. Misalnya, di daerah yang sering mengalami banjir, akses jalan menuju lokasi pelanggan bisa terputus, menyebabkan keterlambatan atau bahkan kegagalan dalam memenuhi permintaan. Selain itu, cuaca ekstrem dapat

meningkatkan risiko kerusakan pada kendaraan pengangkut dan meningkatkan biaya operasional, karena perusahaan harus mengantisipasi dan memitigasi dampak cuaca terhadap pengiriman dan distribusi.

3. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Fluktuasi harga bahan baku merupakan ancaman besar yang dihadapi oleh bisnis distribusi solar industri. Harga minyak mentah yang terus berubah di pasar global dapat memengaruhi biaya pengadaan solar, yang pada gilirannya dapat berpengaruh langsung pada harga jual ke pelanggan. Ketidakpastian harga bahan baku ini seringkali memaksa distributor untuk menyesuaikan harga secara berkala, yang bisa membuat pelanggan tidak puas atau berpindah ke pesaing. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku juga dapat memengaruhi margin keuntungan distributor, terutama jika harga bahan bakar naik tajam sementara kontrak dengan pelanggan tidak memungkinkan kenaikan harga dalam waktu singkat.

4.3 Keterkaitan Analisis Internal dan Eksternal

Setelah melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis PT. Karya Bumi Pachingka sebagai distributor solar industri, dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis PT. Karya Bumi Pachingka sangat besar jika dapat memanfaatkan kekuatan internalnya dan mengatasi kelemahan serta ancaman eksternal. Faktor-faktor yang telah dijabarkan di atas menjadi

dasar dalam perumusan strategi pengembangan bisnis pada bab berikutnya. Dengan mengelola risiko yang ada, PT. Karya Bumi Pachingka memiliki potensi untuk menjadi pemimpin pasar di segmen BBM ramah lingkungan.

Tabel 4.1 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">SWOT Matriks</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mampu memenuhi permintaan pasar dengan cepat karena ada stock. • Produk ramah lingkungan. • Tim manajemen berpengalaman. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingginya biaya operasional. • Ketergantungan pada pemasok. • Biaya modal yang tinggi.
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan yang tinggi. 2. Regulasi pemerintahan. 3. Ketersediaan bahan baku yang melimpah. 	<p>Strategi SO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kapasitas produksi untuk merespons tingginya permintaan pasar. • Memperkuat posisi di pasar dengan meningkatkan layanan pelanggan seperti pengiriman lebih cepat atau fleksibilitas pemesanan • Meningkatkan daya saing pasar dengan memanfaatkan standar dan insentif dari regulasi pemerintah melalui pemanfaatan produk ramah lingkungan • Mengembangkan produk baru berbasis bahan baku yang tersedia secara melimpah untuk sehingga menambah nilai tambah dan memperluas pasar. 	<p>Strategi WO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan bahan baku yang melimpah untuk membangun kemitraan strategis dengan pemasok lokal, mengurangi risiko ketergantungan, dan menekan biaya operasional • Menggunakan peluang dukungan pemerintah untuk investasi teknologi yang dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi. • Mengatasi tantangan biaya modal tinggi dengan memanfaatkan insentif regulasi lingkungan untuk memperoleh dana investasi atau hibah dari program keberlanjutan.

<p style="text-align: center;">Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kendala logistik. 2. Ketergantungan pada cuaca. 3. Fluktuasi harga bahan baku 	<p>Strategi ST:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyusun strategi jangka panjang seperti kontrak tetap dengan pemasok untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku. • Dengan kemampuan menjaga stok yang memadai, perusahaan dapat menjaga stabilitas pasokan saat menghadapi gangguan logistik. • Mengembangkan sistem manajemen distribusi dan produksi yang fleksibel agar lebih tahan terhadap cuaca dan fluktuasi harga bahan baku. • Bekerja sama dengan mitra logistik lokal untuk mempercepat proses distribusi dan menjaga kepercayaan pelanggan. 	<p>Strategi WT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat perencanaan logistik yang efisien, seperti sistem pergudangan yang terdesentralisasi, untuk mengatasi kendala distribusi. • Mengurangi tekanan biaya dengan menciptakan produk bernilai tambah dari bahan baku yang ada, sehingga meningkatkan profitabilitas. • Menurunkan risiko dari ancaman eksternal dengan memasuki pasar baru atau mengembangkan lini bisnis alternatif yang lebih stabil. • Menekan biaya operasional dengan mengoptimalkan rantai pasok dan meningkatkan efisiensi proses produksi serta distribusi. • Mencari pendanaan dari mitra bisnis, hibah pemerintah, atau program keberlanjutan untuk mengurangi beban modal tinggi dan meningkatkan daya tahan finansial untuk stabilitas harga.
--	--	--

BAB V

PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS

Perumusan strategi pengembangan bisnis PT. Karya Bumi Pachingka didasarkan pada hasil analisis internal dan eksternal yang telah diuraikan pada Bab IV. Strategi ini menggunakan pendekatan analisis strategis yang berbasis pada analisis SWOT yang berfokus pada pemahaman lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis.

Lebih lanjut, analisis SWOT adalah suatu evaluasi yang mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi berdasarkan analisis terhadap sumber daya dan kemampuannya, serta peluang dan ancaman yang ditemukan melalui analisis lingkungan eksternal (Pickton, 1998). Pendekatan analisis strategis yang berbasis pada analisis SWOT akan dipadukan dengan strategi generik Porter yang mencakup *differentiation*, *cost leadership*, dan *focus* untuk membangun kerangka pengembangan bisnis yang sistematis dan didasarkan pada analisis data (Porter, 1985).

5.1 Identifikasi Strategi Pengembangan

Hasil analisis SWOT mengindikasikan adanya peluang signifikan yang dapat diraih oleh PT. Karya Bumi Pachingka jika perusahaan mampu mengoptimalkan kekuatan internalnya dan mengatasi tantangan dari lingkungan eksternal. Berdasarkan temuan tersebut, strategi pengembangan dirancang dalam dua kerangka waktu, yaitu **strategi jangka pendek** (6-12 bulan) dan **strategi jangka panjang** (1-5 tahun).

Fokus utama strategi ini meliputi efisiensi aspek produksi khususnya pada proses pengiriman serta perluasan penetrasi pasar.

5.1.1 Strategi Jangka Pendek (6-12 bulan)

1. Efisiensi Aspek Produksi

Berdasarkan **Teori Manajemen Rantai Pasokan** yang digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan, memaksimalkan nilai, meningkatkan efisiensi, kegiatan operasional perusahaan, serta memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

Dalam rangka memastikan kelancaran aliran barang dan jasa, perusahaan perlu memperhatikan faktor eksternal yang dapat memengaruhi kinerja rantai pasokan, seperti kondisi infrastruktur transportasi dan sistem distribusi yang ada. Kualitas infrastruktur menjadi sangat penting karena akan mempengaruhi kecepatan dan efisiensi pengiriman produk ke pelanggan. Semakin baik kondisi jalan, maka semakin cepat barang akan sampai ke tangan konsumen. Begitupun sebaliknya, semakin jelek kondisi jalan yang ditempuh, maka semakin lama barang akan sampai ke tangan konsumen. Hal ini juga dapat berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan dalam manajemen rantai pasokan, perusahaan harus memiliki strategi yang mampu mengatasi tantangan yang akan muncul, termasuk hambatan yang disebabkan oleh infrastruktur yang kurang memadai. Salah satu langkah yang akan diambil

adalah memperbaiki proses pengiriman dan meninjau terlebih dahulu jalanan yang akan dilewati saat proses pengiriman ke pelanggan, serta menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam membantu proses pengiriman barang.

2. **Strategi Penetrasi Pasar**

Mengadopsi strategi penetrasi pasar yang dikemukakan Kotler dan Armstrong (2008) yang menekankan pada peningkatan penjualan produk yang sudah ada di pasar saat ini. Hal ini dapat dilakukan melalui penerapan bauran pemasaran yang lebih agresif. Perusahaan dapat berupaya mendorong pelanggan yang sudah ada untuk meningkatkan penggunaan produk, menarik pelanggan dari kompetitor, serta menjangkau konsumen baru yang sebelumnya belum menggunakan produk yang ditawarkan.

PT. Karya Bumi Pachingka melakukan strategi penetrasi pasar melalui penawaran harga promosi, penawaran paket harga untuk jumlah pesanan tertentu, serta paket berlangganan. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru serta pelanggan dari kompetitor.

5.1.2 Strategi Jangka Panjang (1-5 tahun)

1. **Diversifikasi Produk**

Mengacu pada teori **Innovative Product Strategy**, perusahaan akan mengembangkan lini produk baru yang tetap berfokus pada konsep

keberlanjutan. PT. Karya Bumi Pachingka akan mengembangkan produk baru dan layanan tambahan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih luas. PT. Karya Bumi Pachingka akan menyediakan produk seperti biodiesel atau BBM campuran ramah lingkungan untuk memenuhi permintaan energi terbarukan.

2. Ekspansi Wilayah Operasional

PT. Karya Bumi Pachingka memperluas jangkauan distribusi ke wilayah baru dengan potensi pasar yang besar. Untuk memperluas jangkauannya, PT. Karya Bumi Pachingka akan melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi wilayah industri lain di Kalimantan atau pulau-pulau terdekat yang memiliki kebutuhan BBM solar tinggi. Setelah mengidentifikasi pasar baru, PT. Karya Bumi Pachingka dapat bekerjasama dengan distributor BBM yang sudah memiliki jaringan di wilayah tersebut akan memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru dengan biaya yang lebih efisien dan memperluas jangkauan tanpa harus membangun fasilitas sendiri. Selain itu, PT. Karya Bumi Pachingka akan mencoba menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan subsidi atau insentif pajak guna mendukung ekspansi distribusi BBM di wilayah baru.

3. Pengembangan Infrastruktur

Melihat permasalahan utama yang dihadapi adalah keterlambatan pengiriman akibat akses lokasi yang sulit. PT. Karya Bumi Pachingka

berencana akan membangun atau menyewa depot BBM di lokasi strategis di wilayah baru untuk mendukung distribusi yang efisien, serta memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, PT. Karya Bumi Pachingka akan menjalin kerjasama dengan mitra logistik lokal untuk mempercepat proses distribusi dan mengurangi biaya operasional.

5.2 Pemetaan Sumber Daya dan Kebutuhan

Penerapan strategi jangka pendek maupun jangka panjang yang telah dipaparkan sebelumnya, perusahaan perlu melakukan pemetaan sumber daya yang ada dan kebutuhan sumber daya yang harus dipenuhi. Berdasarkan teori *Strategic Resource Management*, strategi ini difokuskan pada pemanfaatan optimal sumber daya manusia, finansial, dan teknologi yang dimiliki oleh PT. Karya Bumi Pachingka. Pemetaan ini mencakup:

1) Sumber Daya Manusia

Untuk menerapkan strategi penetrasi pasar, efisiensi produksi, pengembangan infrastruktur, diversifikasi produk, dan ekspansi pasar memerlukan pelatihan kerja dan tambahan pekerja untuk bergabung ke dalam tim pemasaran dan penjualan untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih agresif baik secara online maupun offline, serta dibutuhkan tim logistik, tim yang pengiriman, dan pemeliharaan infrastruktur untuk mengelola distribusi yang lebih cepat dan tepat waktu serta memastikan infrastruktur yang ada tetap berjalan dengan baik.

2) Finansial

Pencarian sumber pendanaan tambahan, baik melalui investor atau pinjaman, untuk mendukung ekspansi pasar, penetrasi pasar, diversifikasi produk, maupun pengembangan infrastruktur yang memerlukan biaya pemasaran, promosi, dan kemungkinan pengadaan stok atau kemitraan distribusi di wilayah baru, serta biaya dalam pengembangan produk baru. Untuk itu **PT. Karya Bumi Pachingka** membutuhkan tambahan dana sebesar Rp.100.000.000.

3) Teknologi

Investasi dalam sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) untuk memonitor dan mengoptimalkan stok BBM di berbagai lokasi distribusi agar dapat memenuhi permintaan secara tepat waktu.

5.3 Pengembangan Produk dan Nilai Tambah

Pengembangan produk yang dilaksanakan oleh PT. Karya Bumi Pachingka tidak hanya bertujuan untuk memperluas variasi produk, tetapi juga untuk meningkatkan nilai tambah pada produk yang sudah ada. Mengacu pada Teori Rantai Nilai Porter (*Value Chain Theory*), strategi ini berfokus pada pengoptimalan proses produksi guna menghasilkan produk yang tidak hanya unggul dalam hal kualitas, tetapi juga memberikan dampak positif yang lebih besar.

5.3.1 Inovasi Produk

- 1) Menyediakan jenis BBM solar premium (*High-Performance Diesel*) yang memiliki kualitas lebih tinggi, seperti solar dengan aditif yang meningkatkan efisiensi mesin, mengurangi emisi, atau memperpanjang umur mesin. Inovasi produk ini akan menarik pelanggan industri yang menginginkan performa lebih baik dan penghematan jangka panjang, serta memenuhi standar emisi yang lebih ketat.
- 2) Menyediakan *Mini Bulk Supply* atau solar dalam volume kecil untuk menjangkau pasar industri kecil dan menengah yang sedang berkembang, yang membutuhkan pasokan dalam jumlah besar. Inovasi produk ini dapat membuka peluang pasar baru dengan memberikan solusi lebih fleksibel bagi bisnis kecil yang membutuhkan BBM solar tetapi tidak memerlukan pengadaan dalam jumlah besar.
- 3) Mengembangkan produk biodiesel dan biofuel sebagai bahan bakar alternatif ramah lingkungan dari solar fosil, yang dapat digunakan oleh industri yang berfokus pada keberlanjutan. Inovasi produk ini dilakukan untuk menyediakan solusi energi yang lebih hijau, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan menarik pelanggan yang lebih peduli dengan dampak lingkungan.

5.4 Indikator Capaian (KPI)

Untuk mengukur keberhasilan implementasi strategi, beberapa *Key Performance Indicators* (KPI) diidentifikasi berdasarkan model Balanced Scorecard:

1. Keuangan: Target peningkatan margin keuntungan hingga 15-20% dalam jangka waktu 12 bulan.
2. Produksi: Tidak ada lagi kendala pengiriman akibat akses jalan yang sulit.
3. Pemasaran: Peningkatan jumlah pelanggan baru sebesar 70% melalui penetrasi pasar, ekspansi pasar, dan diversifikasi produk.
4. Inovasi: Peluncuran produk baru minimal tiga produk antara lain high-performance diesel, mini bulk supply, serta biodiesel dan biofuel.
5. Keberlanjutan: Pengurangan emisi karbon yang dihasilkan oleh produk dan operasional perusahaan sebesar 15-20% melalui program B30.

BAB VI

CETAK BIRU PENGEMBANGAN DAN KEBERLANJUTAN

BISNIS

Cetak biru pengembangan dan keberlanjutan bisnis PT. Karya Bumi Pachingka dirancang untuk menjadi pedoman implementasi strategi jangka pendek dan jangka panjang yang telah dirumuskan sebelumnya pada Bab V. Dalam cetak biru ini, akan diuraikan langkah-langkah konkret yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa strategi akan diambil dapat diimplementasikan secara efektif dan menghasilkan dampak yang diharapkan. Cetak biru ini juga memuat rencana pengelolaan risiko untuk menghadapi tantangan yang mungkin akan terjadi di masa depan.

6.1 Rencana Pengembangan Jangka Pendek (6-12 Bulan)

1. Efisiensi Aspek Produksi

Langkah yang akan diambil PT. Karya Bumi Pachingka dalam memperbaiki aspek produksi khususnya dalam proses pengiriman produk kepada konsumen, adalah dengan mencari tahu terlebih dahulu mengenai *track* yang akan dihadapi dalam pengiriman produk kepada konsumen menggunakan gambar pada Google Maps maupun informasi dari pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi terlebih dahulu apakah ada kemungkinan permasalahan pengiriman atau tidak. Ketika terdapat masalah pengiriman seperti jalan yang rusak, perusahaan memberi informasi terkait

kendala yang dihadapi kepada konsumen agar konsumen dapat menunggu sedikit lebih lama. Lalu, ketika dihadapkan masalah tersebut, perusahaan juga melakukan pemecahan masalah dengan meminta bala bantuan kepada masyarakat sekitar untuk membantu proses pengiriman.

Memberitahukan konsumen tentang perubahan status pengiriman, baik itu karena kondisi jalan yang buruk atau faktor lainnya, dapat membantu menjaga hubungan baik dan kepercayaan pelanggan. Dalam hal ini, penerapan kebijakan komunikasi yang terbuka dan responsif menjadi kunci untuk mengelola ekspektasi pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan tidak hanya mengurangi dampak negatif dari keterlambatan, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen

2. Strategi Penetrasi Pasar

Dalam menerapkan strategi penetrasi pasar, PT. Karya Bumi Pachingka terlebih dahulu mengidentifikasi perusahaan-perusahaan industri yang mengadakan proyek, industri manufaktur, pertambangan, dan perkebunan yang akan menjadi calon konsumen. Setelah mengidentifikasi calon konsumen, langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah melakukan penawaran harga promosi, yaitu dengan memberikan diskon khusus atau paket harga yang lebih kompetitif untuk pelanggan baru dan pelanggan loyal dalam jumlah pesanan tertentu.

Selain itu PT. Karya Bumi Pachingka juga menawarkan paket berlangganan dengan kepastian pasokan, waktu pengiriman yang tetap, dan

layanan pelanggan prioritas. Untuk melakukan strategi tersebut, PT. Karya Bumi Pachingka akan memastikan kestabilan pasokan BBM solar industri meminimalkan risiko keterlambatan pengiriman dengan mengoptimalkan rute logistik atau menggunakan depot sementara di lokasi strategis.

6.2 Rencana Pengembangan Jangka Panjang (1-5 tahun)

1. Diversifikasi Produk

Memperluas lini produk dengan tetap fokus pada ramah lingkungan dan menjadi solusi bagi industri-industri kecil atau menengah dalam memasok bahan bakar untuk operasional alat berat. Untuk mengimplementasikan strategi ini, PT. Karya Bumi Pachingka melakukan riset dan pengembangan terlebih dahulu untuk memastikan bahwa inovasi produk yang akan dilakukan memiliki keunggulan tersendiri dan pangsa pasar yang baik. Selain itu, melakukan riset pemilihan supplier untuk memastikan bahwa inovasi produk ini memiliki kualitas yang baik serta meminimalisir adanya masalah ketersediaan bahan baku ketika sudah dilakukan penjualan.

2. Ekspansi Wilayah Operasional

Langkah awal yang akan dilakukan PT. Karya Bumi Pachingka untuk mengimplementasikan strategi ekspansi wilayah operasional adalah melakukan analisis pasar wilayah target yang meliputi: riset potensi permintaan bahan bakar baik solar industri maupun inovasi bahan bakar yang akan dikembangkan (*High-performance diesel*, biodiesel dan biofuel, *mini*

bulk supply), riset profil pelanggan, riset pesaing yang ada, serta melakukan riset kendala logistik seperti aksesibilitas jalan.

Langkah kedua yang akan dilakukan adalah melakukan riset terkait kemitraan strategis. PT. Karya Bumi Pachingka akan menjalin kemitraan dengan distributor lokal yang telah beroperasi dan memiliki jaringan di wilayah target untuk mempercepat penetrasi pasar, serta memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru dengan biaya yang lebih efisien dan memperluas jangkauan tanpa harus membangun fasilitas sendiri. PT. Karya Bumi Pachingka turut memastikan penggunaan kendaraan (truk tangki) yang sesuai dengan medan di wilayah baru, dan jika memungkinkan akan melakukan investasi dalam perbaikan rute transportasi.

Terakhir, PT. Karya Bumi Pachingka akan melakukan peningkatan aktivitas pemasaran dengan menyesuaikan pendekatan berdasarkan kebutuhan lokal, seperti melakukan edukasi pelanggan terkait keunggulan produk yang akan ditawarkan, penawaran diskon untuk pelanggan pertama dan pelanggan dalam jangka waktu lama, serta melakukan promosi secara digital. PT. Karya Bumi Pachingka juga berencana menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan subsidi atau insentif pajak guna mendukung ekspansi distribusi BBM di wilayah baru.

3. Pengembangan Infrastruktur

Langkah awal yang akan dilakukan PT. Karya Bumi Pachingka untuk mengimplementasikan strategi pengembangan infrastruktur adalah

mengidentifikasi kebutuhan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung ekspansi seperti gudang penyimpanan bahan bakar, pembangunan tangki penyimpanan di lokasi strategis, serta kantor cabang atau depot distribusi di wilayah target. PT. Karya Bumi Pachingka berencana akan membangun atau menyewa depot BBM di lokasi strategis di wilayah baru untuk mendukung distribusi yang efisien, serta memperluas jangkauan distribusi.

Langkah selanjutnya adalah melakukan perencanaan investasi infrastruktur yang mencakup biaya konstruksi fasilitas, biaya pembelian atau sewa lahan, biaya perawatan dan operasional jangka panjang. Perusahaan akan memastikan semua infrastruktur baru memenuhi standar keselamatan dan regulasi pemerintah. PT. Karya Bumi Pachingka juga akan melibatkan pemerintah daerah dan masyarakat lokal dalam proses pembangunan untuk mempermudah perizinan di lokasi strategis dan mendapatkan partisipasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di wilayah baru. Selain itu, perusahaan berencana menjalin kerjasama dengan mitra logistik lokal untuk mempercepat proses distribusi dan mengurangi biaya operasional.

Tahap berikutnya, perusahaan akan melakukan pelatihan pekerja terkait pengelolaan infrastruktur dan keselamatan kerja. Selain itu, melakukan monitoring untuk memantau kondisi infrastruktur secara rutin dan melakukan pemeliharaan seperti inspeksi berkala pada tangki penyimpanan dan rutin mengevaluasi efisiensi operasional fasilitas.

6.3 Manajemen Risiko

Manajemen risiko merupakan elemen krusial dalam pelaksanaan strategi ini. Mengacu pada teori **Risk Management Framework**, identifikasi risiko dilakukan untuk mendeteksi dan mengantisipasi potensi kendala yang dapat muncul selama proses berlangsung. Berikut beberapa risiko yang dapat terjadi pada industri energi khususnya distribusi bahan bakar solar:

1. Risiko regulasi

Perubahan kebijakan pemerintah terkait energi dan subsidi yang dapat berdampak pada biaya dan harga jual. Selain itu, proses perizinan dan lisensi yang rumit dapat menghambat operasional. Solusinya adalah bekerja sama dengan konsultan hukum untuk mempercepat proses pengajuan izin dan memastikan dokumen sesuai persyaratan, dan selalu mematuhi peraturan yang berlaku untuk meminimalkan risiko pelanggaran. Untuk mengatasi dampak subsidi, perusahaan akan melakukan efisiensi operasional dengan mengurangi biaya operasional melalui efisiensi logistik atau optimalisasi infrastruktur untuk menjaga daya saing harga.

PT. Karya Bumi Pachingka juga akan menggunakan strategi *hedging* dengan membuat kontrak berjangka dengan pemasok melalui institusi keuangan untuk mengunci harga bahan baku di masa depan, sehingga pembelian bahan baku dalam jangka waktu sesuai di kontrak menggunakan harga yang sama meskipun

terjadi kenaikan harga di pasar. Strategi *hedging* melindungi perusahaan dari fluktuasi biaya bahan bakar akibat perubahan kebijakan.

2. Risiko operasional

Masalah ketersediaan pasokan akibat gangguan dalam rantai yang dapat memengaruhi ketersediaan BBM. Cuaca yang buruk akan menghambat proses pengiriman karena mengakibatkan jalanan yang akan dilewati menjadi berlumpur sehingga menyulitkan truk tangki melaju. Solusinya adalah menjalin kerja sama dengan beberapa pemasok BBM yang memiliki jaringan distribusi yang berbeda agar pasokan tetap stabil meskipun ada gangguan pada salah satu pemasok dan dapat mengurangi risiko keterlambatan akibat masalah rantai pasok tertentu.

Untuk mengatasi keterlambatan pengiriman akibat faktor cuaca, perusahaan akan menyusun rute alternatif untuk menghindari jalan berlumpur dan menjadwalkan pengiriman di waktu yang lebih aman berdasarkan prakiraan cuaca. PT. Karya Bumi Pachingka juga berencana bekerja sama dengan perusahaan transportasi lokal yang memiliki armada yang sesuai dengan kebutuhan distribusi bahan bakar.

3. Risiko Pasar

Munculnya pesaing baru atau strategi agresif dari pesaing yang ada dapat mempengaruhi pangsa pasar. Solusinya adalah menetapkan harga yang kompetitif dengan menyesuaikan harga produk dengan mempertimbangkan daya saing pasar tanpa mengorbankan margin keuntungan. Dalam strategi jangka pendek, perusahaan akan melakukan strategi penetrasi pasar melalui penawaran harga promosi, penawaran paket harga untuk jumlah pesanan tertentu, serta paket berlangganan. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru serta pelanggan dari kompetitor.

Sedangkan dalam strategi jangka panjang pemasaran, ketika perusahaan sudah semakin stabil dan memiliki banyak pelanggan tetap, PT. Karya Bumi Pachingka akan menetapkan harga yang mencerminkan nilai produk yang diberikan kepada pelanggan, bukan hanya berdasarkan harga pasar atau biaya. Perusahaan akan meningkatkan kualitas layanan seperti layanan pengiriman yang lebih cepat atau dukungan teknis bagi pelanggan industri. Sehingga meskipun harga yang ditawarkan tidak yang paling rendah, nilai produk (kualitas yang sangat baik) dan layanan yang akan diberikan dinilai mampu untuk bersaing dengan kompetitor lain. Meskipun demikian, perusahaan juga akan memberikan harga spesial untuk kontrak jangka panjang dengan pelanggan setia. Hal ini dapat membantu perusahaan meningkatkan daya tarik produk tanpa menurunkan kualitas atau merugikan margin, serta mempertahankan pangsa pasar meskipun ada penurunan harga oleh pesaing.

Solusi lain yang dapat dilakukan PT. Karya Bumi Pachingka akibat adanya pesaing baru adalah menjalin hubungan yang erat dengan pemasok atau distributor untuk mendapatkan akses pasar baru maupun harga yang lebih kompetitif, sehingga dapat memperluas cakupan pasar tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya untuk akuisisi pelanggan. Selain itu, membangun aliansi dengan perusahaan yang memiliki audiens atau pasar yang saling melengkapi, seperti penyedia peralatan atau teknologi yang terkait dengan industri bahan bakar, dapat mengurangi ketergantungan pada satu segmen pasar sehingga lebih tahan terhadap serangan dari pesaing.

6.4 Blueprint Proses Bisnis

Blueprint atau cetak biru proses bisnis ini menjelaskan alur operasional PT. Karya Bumi Pachingka yang meliputi seluruh siklus produksi, distribusi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Cetak biru ini menekankan pada:

1. Optimalisasi rantai pasok dan kemitraan lokal

Menjalinkan kemitraan strategis dengan pemasok BBM solar industri dan bahan bakar lain yang akan digunakan saat melakukan inovasi produk yang telah terpercaya dan memiliki kualitas produk yang sesuai dengan regulasi yang berlaku, adanya kemitraan ini memastikan kelancaran pasokan dan stabilitas harga. Pemilihan pemasok menjadi sangat penting karena pemasok yang akan bekerjasama tidak hanya memenuhi standar kualitas dan kepatuhan pada regulasi pemerintah, tetapi juga memiliki jaringan logistik yang baik untuk mendukung

distribusi yang lebih efisien. Lebih lanjut, PT. Karya Bumi Pachingka akan bekerja sama dengan distributor lokal di berbagai wilayah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi distribusi. Kemitraan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih cepat mengakses pasar baru dengan biaya yang lebih efisien.

2. Distribusi yang tepat waktu dan efisien

Untuk memaksimalkan efisiensi distribusi, PT. Karya Bumi Pachingka melakukan perencanaan rute pengiriman yang optimal. Dengan mempertimbangkan faktor jarak, kondisi jalan, dan waktu tempuh, perusahaan dapat mengurangi biaya pengiriman dan mempercepat waktu sampai produk ke pelanggan. Perusahaan juga akan bekerja sama dengan perusahaan transportasi lokal yang memiliki armada yang sesuai dengan kebutuhan distribusi bahan solar industri. Kendaraan yang digunakan disesuaikan dengan kondisi geografis dan jarak tempuh, memastikan pengiriman tepat waktu meskipun di wilayah yang lebih sulit dijangkau.

3. Pemasaran dan Penjualan

PT. Karya Bumi Pachingka menggunakan pendekatan pemasaran berbasis *word of mouth* (WOM) dan *door to door* yang telah terbukti efektif di pasar lokal, dan diharapkan kedepannya dapat memperluas jangkauan melalui kemitraan dengan distributor lokal dan agen di berbagai wilayah. PT. Karya Bumi Pachingka juga akan fokus memperluas saluran distribusi dengan bekerja sama dengan mitra lokal di berbagai wilayah yang dapat membantu memperkenalkan

produk kepada pelanggan baru. Dengan memperluas jaringan distribusi, perusahaan dapat menembus pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien.

4. Pengelolaan sumber daya manusia

Memberikan pelatihan dan pengembangan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pengetahuan operasional. Pelatihan ini juga mencakup aspek keselamatan kerja, pengelolaan risiko, dan kesadaran lingkungan.

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Studi ini berhasil merumuskan strategi pengembangan bisnis yang menyeluruh untuk PT. Karya Bumi Pachingka, berdasarkan analisis internal dan eksternal yang mendalam. Melalui kerangka analisis **SWOT**, ditemukan bahwa PT. Karya Bumi Pachingka memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar produk ramah lingkungan. Namun, tantangan utama seperti keterbatasan infrastruktur transportasi, akses jalan yang sulit, dan ketergantungan pada satu pendekatan pemasaran saja perlu mendapatkan perhatian lebih.

Kesimpulan utama dari kajian ini adalah bahwa keberlanjutan bisnis PT. Karya Bumi Pachingka dapat tercapai melalui peningkatan efisiensi operasional, penguatan distribusi, dan penetrasi pasar. Analisis juga menunjukkan adanya peluang besar untuk pertumbuhan jangka panjang, jika bisnis dapat memanfaatkan kekuatan internalnya dan mengelola ancaman eksternal dengan strategi yang tepat.

Secara spesifik, studi ini menyimpulkan bahwa:

1. PT. Karya Bumi Pachingka memiliki keunggulan kompetitif pada produk bahan bakar solar industri yang ramah lingkungan karena dapat mengurangi emisi karbon dan memiliki performa yang stabil untuk operasional mesin alat berat.

2. Keterbatasan infrastruktur akibat sulitnya akses jalan menuju pelanggan yang mengakibatkan keterlambatan pengiriman merupakan kelemahan utama yang harus segera diatasi untuk memenuhi permintaan dan menjaga kepercayaan pelanggan.
3. Peluang eksternal terutama berasal dari pertumbuhan sektor industri tambang, perkebunan dan manufaktur di Kalimantan Barat, didukung oleh kebijakan pemerintah terkait peningkatan penggunaan energi terbarukan dan pengurangan impor bahan bakar minyak meningkatkan permintaan solar industri khususnya di Provinsi Pontianak, Kalimantan Barat. Di sisi lain, ancaman dari ketidakstabilan harga minyak global berdampak langsung pada biaya operasional dan margin keuntungan, fluktuasi nilai tukar juga turut memengaruhi biaya impor solar dan bahan bakar lainnya.
4. Strategi penetrasi pasar, ditambah dengan diversifikasi produk dengan tetap berbasis pada bahan bakar ramah lingkungan, dapat memperkuat posisi PT. Karya Bumi Pachingka di pasar yang lebih luas, termasuk ekspansi wilayah operasional dan melakukan pengembangan infrastruktur.

Dengan demikian, PT. Karya Bumi Pachingka harus terus memperkuat strategi keberlanjutannya, memaksimalkan pemanfaatan sumber daya, dan terus berinovasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar bahan bakar ramah lingkungan yang semakin berkembang pesat.

7.2 Rekomendasi

Berdasarkan Kesimpulan yang diperoleh, berikut adalah rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan oleh PT. Karya Bumi Pachingka dalam rangka meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan, antara lain:

1. Efisiensi Aspek Produksi

Sebagai prioritas jangka pendek, PT. Karya Bumi Pachingka harus segera melakukan efisiensi aspek produksi khususnya dalam proses pengiriman karena hambatan utama selama implementasi bisnis ini adalah keterlambatan proses pengiriman akibat akses jalan yang tidak memadai. Salah satu langkah konkret yang direkomendasikan adalah mencari tahu terlebih dahulu mengenai medan yang akan dihadapi menggunakan gambar pada Google Maps maupun informasi dari pelanggan. Setelah itu menyusun rute alternatif rute alternatif untuk menghindari jalan berlumpur dan menjadwalkan pengiriman di waktu yang lebih aman berdasarkan prakiraan cuaca. Ketika menghadapi permasalahan tersebut, perusahaan akan menginformasikan kepada pelanggan informasi terkait kendala yang dihadapi agar dapat menunggu sedikit lebih lama. Pemberitahuan ini dapat dapat menjaga hubungan baik dan kepercayaan pelanggan.

2. Strategi Penetrasi Pasar

Dalam jangka pendek, PT. Karya Bumi Pachingka harus meningkatkan upaya pemasaran secara konvensional maupun digital melalui

strategi penetrasi pasar yang menekankan pada penawaran harga promosi, penawaran paket harga untuk jumlah pesanan tertentu, serta paket berlangganan. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru serta pelanggan dari kompetitor.

3. Diversifikasi Produk dan Inovasi Berkelanjutan

PT. Karya Bumi Pachingka perlu melakukan inovasi dengan memperluas lini produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas, hal ini mencakup pengadaan bahan bakar minyak lain yang tetap berbasis ramah lingkungan namun menasar pasar yang berbeda seperti produk, *mini bulk supply* yang menasar industri kecil hingga menengah.

4. Ekspansi Wilayah Operasional

Dalam jangka panjang, PT. Karya Bumi Pachingka harus menjangkau pasar yang lebih luas diluar Kota Pontianak, bahkan di luar provinsi Kalimantan Barat. Dengan menjalin kerja sama dengan distributor atau kemitraan lokal dan pemerintah daerah, memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru dengan biaya yang lebih efisien dan memperluas jangkauan tanpa harus membangun fasilitas sendiri, serta memungkinkan untuk mendapatkan subsidi atau insentif pajak dari pemerintah guna mendukung ekspansi distribusi BBM di wilayah baru.

5. Pengembangan Infrastruktur untuk Meningkatkan Efisiensi Distribusi

PT. Karya Bumi Pachingka harus berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur guna meminimalisir permasalahan distribusi dan meningkatkan

efisiensi distribusi, serta memperluas jangkauan distribusi. Pengembangan infrastruktur ini juga akan mendukung keberlanjutan jangka panjang perusahaan dengan mengurangi ketergantungan pada medan perjalanan.

6. Manajemen Risiko yang Terintegrasi

Untuk menjaga kelangsungan bisnis, PT. Karya Bumi Pachingka perlu mengimplementasikan manajemen risiko yang lebih terintegrasi, khususnya yang berkaitan dengan keterbatasan infrastruktur dan kebijakan pemerintah terkait energi dan subsidi yang dapat berdampak pada biaya dan harga jual. Upaya mitigasi risiko ini dapat mencakup pengembangan infrastruktur maupun kerja sama dengan perusahaan transportasi lokal yang memiliki armada yang sesuai dengan kebutuhan distribusi bahan solar industri. Selain itu, untuk mengatasi dampak subsidi dan fluktuasi harga akibat regulasi pemerintah adalah dengan mengurangi biaya operasional melalui efisiensi logistik atau optimalisasi infrastruktur untuk menjaga daya saing harga, serta melakukan strategi *hedging* melindungi perusahaan dari fluktuasi biaya bahan bakar akibat perubahan kebijakan.

7. Peningkatan Kompetensi SDM Berkelanjutan

Untuk memastikan strategi-strategi yang dirumuskan dapat diimplementasikan dengan baik, PT. Karya Bumi Pachingka meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, khususnya dalam meningkatkan keterampilan teknis dan pengetahuan operasional, serta inovasi produk.

Pelatihan ini akan menjadi langkah penting dalam mendukung keberhasilan strategi jangka panjang.

7.3 Implikasi Bagi Pengembangan Masa Depan

Studi ini tidak hanya memberikan solusi untuk pengembangan PT. Karya Bumi Pachingka saat ini, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan bisnis berkelanjutan di masa depan. Dengan tren global yang terus mendukung energi terbarukan dan keberlanjutan, PT. Karya Bumi Pachingka berpotensi menjadi pemimpin pasar dalam distribusi BBM solar industri di Indonesia.

Namun, untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, perusahaan harus tetap adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal, termasuk regulasi baru terkait energi, subsidi pemerintah, serta fluktuasi harga pasar energi. PT. Karya Bumi Pachingka harus terus berinovasi dalam hal efisiensi operasional dan penguatan jaringan distribusi, serta menjaga keselarasan dengan tren keberlanjutan dan energi hijau global. Implementasi dari strategi dan cetak biru yang telah dirumuskan akan menjadi kunci kesuksesan perusahaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta

Laporan Kinerja Sekretariat Jendral Dewan Energi Nasional (2023)

Pickton, D. (1998). What's SWOT in strategic analysis? *Strategic Change*, 7, 101–109.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1697\(199803/04\)7:23.0.CO;2-6](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1697(199803/04)7:23.0.CO;2-6)

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Radhiana, Yana, S., Muzailin, Zainuddin, Susanti, Kasmaniar, & Hanum. Filia. (2023). Strategi Keberlanjutan Pembangunan Energi Terbarukan Jangka Panjang Indonesia: Kasus Biomassa Energi Terbarukan di Sektor Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Indonesia. *Jurnal Serambi Engineering*, VIII (1), 4978–4990.

Saksono, H. (2013). EKONOMI BIRU: SOLUSI PEMBANGUNAN DAERAH BERCIRI KEPULAUAN STUDI KASUS KABUPATEN KEPULAUAN ANAMBAS. *Jurnal Bina Praja*, 5(1), 1–12.

Stacey, R. (1993). *Strategic Management and Organisational Dynamics*, Pitman, London

LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Arus Kas Tahun Ke-1 (April 2024-Agustus 2024)

Tahun Ke-1					
Bulan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Aktivitas Operasional					
Kas Awal		29.713.653	83.880.080	119.516.587	166.427.093
Pendapatan	783.340.320	557.459.760	562.929.840	688.803.840	344.401.920
Piutang					
Bahan baku	739.360.000	467.360.000	491.360.000	605.960.000	303.200.000
Beban Utilitas	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Beban gaji	24.500.000	24.500.000	24.500.000	24.500.000	24.500.000
Arus kas aktivitas operasional	18.880.320	94.713.413	130.349.920	177.260.427	182.529.013
Aktivitas Investasi					
Peralatan	650.000.000		0	0	0
Beban Depresiasi	10.833.333	10.833.333	10.833.333	10.833.333	10.833.333
Arus kas aktivitas investasi	639.166.667	10.833.333	10.833.333	10.833.333	10.833.333
Aktivitas Pendanaan					
Penambahan Modal	650.000.000	0	0	0	0
Pembayaran hutang	0	0	0	0	0
Arus kas aktivitas Pendanaan	650.000.000	0	0	0	0
Total Kas	29.713.653	83.880.080	119.516.587	166.427.093	171.695.680

Lampiran 2. Laporan Laba Rugi Tahun ke-1 (April 2024 – Agustus 2024)

Tahun Ke-1					
Bulan	April	Mei	Juni	Juli	Agust
Pendapatan	783.340.320	557.459.760	562.929.840	688.803.840	344.401.920
Pendapatan lain-lain					
Jumlah Pendapatan	783.340.320	557.459.760	562.929.840	688.803.840	344.401.920
Beban Usaha					
Bahan baku	739.360.000	467.360.000	491.360.000	605.960.000	303.200.000
Beban utilitas	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Beban gaji	24.500.000	24.500.000	24.500.000	24.500.000	24.500.000
Beban depresiasi	10.833.333	10.833.333	10.833.333	10.833.333	10.833.333
Jumlah beban	775.293.333	503.293.333	527.293.333	641.893.333	339.133.333
Laba Bersih	8.046.987	54.166.427	35.636.507	46.910.507	5.268.587

Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Pemasok Bahan Baku

Nama Pemasok: PT Saka Panca Energi

Tanggal wawancara: 15 Januari 2024

Lokasi: Pontianak, Kalimantan Barat


Ringkasan Wawancara:

1. PT Saka Panca Energi adalah pemasok utama BBM solar industri / HSD B30 untuk PT Karya Bumi Pachingka
2. PT Saka Panca Energi menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas akibat fluktuasi harga bahan bakar di pasar global dan gangguan dalam rantai distribusi.
3. PT Saka Panca Energi menyarankan PT Karya Bumi Pachingka untuk memperkuat hubungan kerja sama dengan pemasok yang ada melalui perencanaan permintaan yang lebih akurat dan negosiasi kontrak jangka panjang. Hal ini bertujuan untuk menciptakan stabilitas pasokan sekaligus memberikan keuntungan berkelanjutan bagi kedua belah pihak.

Rekomendasi dari Pemasok:

1. Mengoptimalkan perencanaan kebutuhan BBM melalui komunikasi rutin untuk memastikan ketersediaan pasokan sesuai permintaan.
2. Menyusun kontrak kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan guna menciptakan stabilitas harga dan pasokan (*Hedging*).
3. Menyediakan dukungan logistik tambahan, seperti penjadwalan pengiriman yang fleksibel, untuk meminimalkan risiko keterlambatan akibat kondisi eksternal.

Lampiran 4. Bukti Legalitas




LUCY PRADITA SATRIYA PUTRA, S.H., M.Kn
NOTARIS & PPAT KABUPATEN KUBU RAYA

Alamat Kantor:
Jalan Sungai Raya Dalam Ruko Setelah Daya Motor II/GT Radial
Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat, 78391,
Nomor Handphone : 082148058014, 08999831900

S A L I N A N

AKTA	: AKTA PENDIRIAN PERSEROAN TERBATAS "PT. KARYA BUMI PACHINGKA"
NOMOR	: 07/2024
TANGGAL	: 22 APRIL 2024

Dipindai dengan CamScanner

**AKTA PENDIRIAN PERSEROAN TERBATAS**
" PT. KARYA BUMI PACHINGKA "
Nomor : 07.-

- Pada hari ini, Senin, tanggal 22-04-2024 (dua puluh dua April tahun -----
duaribu duapuluh empat), Pukul 12.30 (duabelas lewat tigapuluh menit), -----
Waktu Indonesia Bagian Barat. -----

- Hadir dihadapan saya, **LUCY PRADITA SATRIYA PUTRA, Sarjana** ---
Hukum, Magister Kenotariatan, Notaris, berkedudukan di Kabupaten Kubu ---
Raya, dengan wilayah jabatan meliputi seluruh wilayah Propinsi Kalimantan ---
Barat dengan dihadiri 2 (dua) orang saksi-saksi Akta yang disebutkan nanti ---
dalam akhir Akta ini. -----

1. **Tuan TRIYANDI, Sarjana Pertanian**, lahir di Seranggam, pada tanggal---
12-05-1991 (duabelas Mei tahun seribu sembilanratus sembilanpuluh satu)---
Warga Negara Indonesia, Pekerjaan Wiraswasta, bertempat tinggal di Dusun
Teluk Durian, Rukun Tetangga 010, Rukun Warga 004, Desa Sepadu,-----
Kecamatan Teluk Keramat, Kabupaten Sambas; -----

- Pemilik dan Pemegang Kartu Tanda Penduduk -----
Nomor : 6101191205910002. -----

2. **Tuan HARYO DIFA PACHINGKA**, lahir di Singkawang, pada tanggal---
06-01-2003 (enam Januari tahun duaribu tiga), Warga Negara Indonesia, ---
Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa, bertempat tinggal di Jalan Raya Batu Buih---
Nomor : 100, Dusun Batu Buih, Rukun Tetangga 002, Rukun Warga 003, ---
Desa Batu Buih, Kecamatan Belimbing, Kabupaten Melawi;-----

- Pemilik dan Pemegang Kartu Tanda Penduduk -----
Nomor : 6105130601030001.-----

3. **Tuan HADI SUSDARYANTO**, lahir di Pacitan, pada tanggal 18-12-1974 -
(delapanbelas Desember tahun seribu sembilanratus tujuh puluh empat)-----
Warga Negara Indonesia, Pekerjaan Karyawan Swasta, bertempat tinggal di-

1

Dipindai dengan CamScanner

Jalan Raya Batu Buii Nomor : 100, Dusun Batu Buii, Rukun Tetangga 002, ---
 Rukun Warga 003, Desa Batu Buii, Kecamatan Belimbing, Kabupaten ---
 Melalui; ---
 - Pemilik dan pemegang Kartu Tanda Penduduk, ---
 Nomor : 6105131812740001. ---
 - Untuk sementara semuanya berada di Kabupaten Kubu Raya; ---
 - Para Penghadap dikenal oleh saya, Notaris. ---
 - Para penghadap dengan ini menerangkan dengan tidak mengurangi izin dari pihak yang berwenang, telah sepakat untuk bersama-sama mendirikan suatu Perseroan Terbatas dengan anggaran dasar sebagaimana yang termuat dalam Akta pendirian ini (untuk selanjutnya cukup disingkat dengan "Anggaran Dasar") sebagai berikut :

NAMA DAN TEMPAT KEDUDUKAN

Pasal 1.

1. Perseroan Terbatas ini bernama "PT. KARYA BUMI PACHINGKA" ---
 Selanjutnya cukup disingkat dengan "Perseroan" berkedudukan di ---
KOTA PONTIANAK, PROPINSI KALIMANTAN BARAT. ---

2. Perseroan dapat membuka kantor cabang atau kantor perwakilan, ---
 baik didalam maupun diluar wilayah Republik Indonesia sebagaimana ---
 ditetapkan oleh Direksi, dengan persetujuan dari Komisaris. ---

JANGKA WAKTU BERDIRINYA PERSEROAN

Pasal 2.

- Perseroan didirikan untuk jangka waktu tidak terbatas lamanya. ---
MAKSUD DAN TUJUAN SERTA KEGIATAN USAHA

Pasal 3.

Maksud dan tujuan dari Perseroan ini ialah : ---
 - **KOSNTRUKSI DAN PENGANGKUTAN** ---
 Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut diatas perseroan dapat ---
 melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut; ---

2

Dipindai dengan CamScanner



**LAMPIRAN KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR AHU-0035282-AH.01.02.TAHUN 2024
 TENTANG
 PERSETUJUAN PERUBAHAN ANGGARAN DASAR PERSEROAN TERBATAS
 PT KARYA BUMI PACHINGKA**

1. Modal Dasar : Rp. 1.000.000.000
 2. Modal Ditempatkan : Rp. 250.000.000
 3. Susunan Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi

Nama	Jabatan	Klasifikasi Saham	Jumlah Lembar Saham	Total
TRİYANDI,S.P	DIREKTUR UTAMA	-	75	Rp. 75.000.000
HARYO DIFA PACHINGKA	DIREKTUR	-	75	Rp. 75.000.000
HADI SUSDIARYANTO	KOMISARIS	-	100	Rp. 100.000.000

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 14 Juni 2024,
 a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
 REPUBLIK INDONESIA
 DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,

 Cahyo Rahadian Muzhar, S.H., LL.M.
 19690918 199403 1 001

DICETAK PADA TANGGAL 14 Juni 2024
 DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0117756-AH.01.11.TAHUN 2024 TANGGAL 14 Juni 2024

**SURAT KEPUTUSAN INI DICETAK DARI
 SISTEM ADMINISTRASI BADAN HUKUM UMUM
 TANGGAL 14 JUNI 2024**


PUTRI HANDAYANI NABUTION, S.H., M.Kn.

npwp. KPP PRATAMA PONTIANAK TIMUR

20.168.932.0-707.000

PT. KARYA BUMI PACHINGKA

NPWP16 : 0201 6893 2070 7000

 **JALAN PADAT KARYA KOMPLEK STAR BORNEO RESIDENC
 SAIGON, PONTIANAK TIMUR
 KOTA PONTIANAK KALIMANTAN BARAT** 

23/04/2024

www.pajak.go.id Pajak Kita Untuk Kita

npwp.

NPWP dicantumkan dalam hal yang terkait dengan dokumen perpajakan
 Dalam hal wajib pajak pindah tempat tinggal atau tempat kedudukan,
 harap mengajukan permohonan pindah alamat.
 Seluruh layanan perpajakan tidak dipungut biaya.

 KEMENTERIAN KEUANGAN
 DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

1. Pengesahan Pendirian

DATA PERSEROAN

Nama Perseroan : KARYA BUMI PACHINGKA
 Nama Singkatan :
 Jenis Perseroan : SWASTA NASIONAL
 Jangka Waktu Perseroan : TIDAK TERBATAS
 Status Perseroan : TERTUTUP
 Nomor Telepon : 08115731851

DATA NOTARIS


Nama Notaris : LUCY PRADITA SATRIYA PUTRA S.H., M.Kn.
 Kedudukan Notaris : KABUPATEN KUBU RAYA
 Nomor Akta : 07
 Tanggal Akta : 22 April 2024

KEDUDUKAN PERSEROAN


Alamat : JALAN PADAT KARYA KOMPLEK STAR BORNEO RESIDENCE 7
 NOMOR G.25
 RT : 004
 RW : 023
 Kelurahan : SAIGON
 Kecamatan : PONTIANAK TIMUR
 Kabupaten : KOTA PONTIANAK
 Provinsi : KALIMANTAN BARAT

Lampiran 5. Hasil Hasil test laboratory/uji lab BBM Solar B30





PT. PERTAMINA (PERSERO)
Laboratorium Integrated Terminal Surabaya
Jalan Perak Barat No. 277 Surabaya - 60165
Telp. 031 - 3293892 Fax. 031-3294963



CERTIFICATE OF ANALYSIS
No. 0276/IAH-VTS/II/2022

Jenis Sampel : BIODIAR (B30) Pengambilan Sampel : Integrated Terminal Surabaya
 Nama Customer : Integrated Terminal Surabaya Jenis Pengambilan Sampel : RETAN
 Alamat Customer : J. Perak Barat No. 277 Surabaya Tanggal Buah Terima Sampel : 14 Februari 2022
 Ek : Blending Tanggal Pengujian : 14 Februari 2022
 No. Tami :
 Nomor Buah Terima Sampel : -/PP/PT/ST/2022

NO.	PARAMETER UJI	UNITS	METHOD	UNITS (%)	HASIL UJI
1	Appearance		Visual	Clear & Bright	Clear & Bright
2	Density at 15 °C	kg/m ³	ASTM D-1228	815 - 880	842,3
3	ASTM Color	-	ASTM D-1500	Max 3,0	1,25
4	Viscosity Kinematic at 40 °C	cSt	ASTM D-445	2,0 - 3,0	3,901
5	Flash Point Pkku	°C	ASTM D-93	Max 52	71
6	Sulfur Content	mg/m	ASTM D-4294	Max 0,25	0,07
7	Water Content by Karl Fischer	ppm	ASTM D-6304	Max 425	185
8	Calculated Cetane Index	-	ASTM D-4737	Max 45	60
9	Pour Point	°C	ASTM D-97	Max 18	9
10	Distribution	%			
11	NI % Vol	%	ASTM D-86	Max 370	351
12	Common Copper Strip (24x40 °C)	Class	ASTM D-130	Kelas 1	1A
13	Total Acid Number	mgKOH/gr	ASTM D-664	Max 0,6	0,2
14	Sediment Content	% m/m	ASTM D-473	Max 0,02	0,02
15	Fume Content	% Vol	ASTM D-7906	Max 30	30

Catatan / Keterangan : Hasil uji sample memenuhi Spesifikasi Dirjen Migas

*Spesifikasi limits sesuai dengan SK Dirjen Migas No. 02/M/K/2020/UM/1/2019, Tanggal 23 November 2019

Dibuat/Ditribusikan:

- Laboratorium Integrated Terminal Surabaya (AIS)
- Pihak Internal (I/Int)
- Pihak Eksternal: Tidak diperbolehkan (A/E)

Surabaya, 14 Februari 2022
 Laboratorium Integrated Terminal Surabaya
 Pt. Pt. Perak Barat & Co. Surabaya

ASLI

Test Report is hereby accompanied with sample yang diterima dan diuji di laboratorium
 dengan menggunakan Test Report ini tanpa pemisahan sampel dari Pengujian laboratorium
 Laboratorium PT PERTAMINA (Persero) Integrated Terminal Surabaya

Lampiran 6. Proses transaksi dan pendistribusian produk kepada konsumen



PT. SYARATAN ABADI LESTARI																									
DELIVERY ORDER																									
No. Dokumen: 001-001-001-001-001-001	Tgl. Dokumen: 1/10/24																								
Customer: PT. SYARATAN ABADI LESTARI	Supplier: PT. SYARATAN ABADI LESTARI																								
Item: 000-000-000-000-000-000	Qty: 000																								
Unit: 000-000-000-000-000-000	Unit Price: 000.000																								
ORIGINAL																									
BILL OF LADING																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Logistic I</th> <th>Logistic II</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table> </td> <td> <table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table> </td> </tr> </tbody> </table>		Logistic I	Logistic II	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000
Logistic I	Logistic II																								
<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000				
Item	000-000-000-000-000-000																								
Qty	000																								
Unit	000-000-000-000-000-000																								
Unit Price	000.000																								
Total	000.000																								
Item	000-000-000-000-000-000																								
Qty	000																								
Unit	000-000-000-000-000-000																								
Unit Price	000.000																								
Total	000.000																								

PT. PUTERA PETRO BORNEO																									
SURAT DAFTAR																									
No. Dokumen: 001-001-001-001-001-001	Tgl. Dokumen: 1/10/24																								
Customer: PT. SYARATAN ABADI LESTARI	Supplier: PT. PUTERA PETRO BORNEO																								
Item: 000-000-000-000-000-000	Qty: 000																								
Unit: 000-000-000-000-000-000	Unit Price: 000.000																								
ORIGINAL																									
BILL OF LADING																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Logistic I</th> <th>Logistic II</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table> </td> <td> <table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table> </td> </tr> </tbody> </table>		Logistic I	Logistic II	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000
Logistic I	Logistic II																								
<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000	<table border="1"> <tr><td>Item</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Qty</td><td>000</td></tr> <tr><td>Unit</td><td>000-000-000-000-000-000</td></tr> <tr><td>Unit Price</td><td>000.000</td></tr> <tr><td>Total</td><td>000.000</td></tr> </table>	Item	000-000-000-000-000-000	Qty	000	Unit	000-000-000-000-000-000	Unit Price	000.000	Total	000.000				
Item	000-000-000-000-000-000																								
Qty	000																								
Unit	000-000-000-000-000-000																								
Unit Price	000.000																								
Total	000.000																								
Item	000-000-000-000-000-000																								
Qty	000																								
Unit	000-000-000-000-000-000																								
Unit Price	000.000																								
Total	000.000																								



Lampiran 7. Unit operasional ekspedisi

