

Strategi sebagai pemula di industri carbon black untuk mempertahankan keunggulan bersaingnya

Achiriyanto rachmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452002&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Carbon black adalah salah satu bahan untuk membuat ban dan produk karet lainnya. Fungsinya adalah sebagai bahan pengisi karet untuk memperbaiki sifat-sifatnya, seperti ketahanan aus, ketahanan panas dan kelenturannya.

Carbon black dibuat dari feedstock oil, yaitu residu minyak bumi. Feedstock oil dipanaskan dalam suatu reaktor, dan kemudian pembakarannya dihentikan dengan semprotan quench water. Jelaga hasil pembakaran tidak sempurna tersebut dikumpulkan dan diperlakukan tertentu supaya memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan.

Sebagai bahan baku untuk pabrik ban dan berbagai industri lainnya, maka carbon black dikategorikan sebagai industrial product, yang permintaannya tergariskan dan permintaan produk akhirnya.

Pada saat ini di Indonesia ada dua pabrik carbon black, yaitu PT. Continental Carbon Indonesia dan PT. Cabott Indonesia. PT. CCI menggunakan teknologi dan Continental Carbon Amerika, dan PT. Cabott Indonesia menggunakan teknologi dan Cabott Amerika.

PT. CCI mulai menghasilkan carbon black sejak tahun 1990, dan penjualan secara komersial dimulai pada tahun 1992. Sedangkan PT. Cabott Indonesia baru saja mulai menghasilkan carbon black, dan masih harus menanti pengakuan dan pabrik ban bahwa produksinya sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Produsen carbon black nasional juga menghadapi pesaing dan luar negeri, antara lain: Australia, Korea Selatan, Thailand, Malaysia dan China. Bahkan harga jual produk dan

China sangat murah, walaupun ada bea masuk harganya masih tetap bersaing.

Pangsa pasar PT. CCI di Indonesia sekitar 50%, sedangkan PT. Cabott sekitar 5%, dan lainnya dibagi ke beberapa produsen dan luar negeri.

Jumlah permintaan yang ada sebetulnya melebihi kapasitas inaksimum PT. CCI. Jadi penambahan kapasitas produksi perlu dipertimbangkan, supaya peluang untuk memperoleh laba yang lebih besar dapat dimanfaatkan. Penambahan kapasitas dapat dilakukan dengan perluasan pabrik atau akuisisi pesaingnya.

 Sebelum menambah kapasitas produksi perlu dilakukan fokus pada produk tertentu, yang akan menaikkan tingkat produksi (mengurangi set-up time) dan fokus pada pelanggan tertentu.

 Setelah menambah kapasitas produksinya, mungkin PT. CCI perlu memperluas pasarnya ke luar negeri, untuk memanfaatkan kelebihan kapasitas yang mungkin timbul.