

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tema lingkungan seperti pemanasan global, permasalahan sampah sampai dengan eksplorasi manusia yang berlebihan terhadap alam menjadi topik hangat yang sangat penting pada dekade ini. Kampanye-kampanye pelestarian lingkungan, penggunaan bahan alam yang dapat diperbaharui dan produk-produk yang dapat di daur ulang menjadi perhatian dunia penelitian maupun dunia usaha.

Berangkat dari hal-hal tersebut, **PT. Terra Cassa** ingin menjadi perusahaan yang terdepan dalam memproduksi produk-produk yang ramah lingkungan, yang dapat di degradasikan dengan mudah oleh alam dan bersumber dari bahan-bahan yang dapat diperbaharui. Usaha tersebut kami mulai dari tahun pertama dengan memproduksi aditif *oxo-degradable* dan kantong plastik *oxo-degradable*. Aditif *oxo-degradable* adalah resin yang dapat mempercepat proses degradasi plastik, sedangkan kantong plastik *oxo-degradable* merupakan kantong plastik yang terbuat dari campuran resin PE dan aditif *oxo-degradable*. Kemudian, pada tahun ke-4, kami akan meluncurkan dua produk baru yaitu pelet plastik *bio-degradable*, bahan alami untuk pembuatan plastik, dan kantong plastik *bio-degradable*, yaitu kantong plastik dengan bahan baku *pelet bio-degradable*. Perusahaan kami berkomitmen untuk memproduksi produk-produk ramah lingkungan yang baru setiap maksimal 3 tahun sekali, mengingat besarnya potensi pasar dan produk yang ada.

Pasar sasaran kami adalah pasar bisnis dengan pasar sasaran utama adalah perusahaan bisnis pasar modern (hypermarket, supermarket, dan mini market) dan perusahaan konverter plastik. Pasar dari pasar modern ini sangat menjanjikan dimana pertumbuhan rata-rata dari tahun 2004-2008 mencapai 19,8% per tahun (minimarket-38,1%, supermarket-6,2%, dan hypermarket-21,5%). Sedangkan

pertumbuhan pasar perusahaan konverter mengikuti pasar ritel modern. Dari besarnya peluang pasar tersebut kami menargetkan untuk mengambil pangsa pasar sebesar 10% (aditif dan kantong plastik *oxo-degradable* – tahun 2011) dan 0,5% (pelet dan kantong plastik *bio-degradable* – tahun 2014) dari *gap* permintaan dan penawaran yang ada. Target penjualan ini menurut kami adalah target yang sangat realistis.

Sesuai dengan analisa bisnis yang kami lakukan, strategi level bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan adalah *low cost*, dengan sumber keunggulan yang diperoleh dari model nilai: *value chain*. Selain penekanan biaya pada tiap fungsi, keunggulan PT. Terra Cassa dibandingkan perusahaan lain yang sejenis adalah strategi integrasi vertikal dan pengembangan prosuk. Kami akan memasarkan produk kami kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan ingin memiliki citra positif sebagai perusahaan yang turut melestarikan lingkungan. Untuk lima tahun ke depan pasar sasaran kami adalah dalam negeri, dengan tidak menutup kemungkinan untuk melakukan ekspor setelahnya.

Lokasi **PT. Terra Cassa** direncanakan di daerah kawasan industri Cilegon (Krakatau *Industrial Estate* Cilegon), dengan pabrik seluas 3100m², yang operasinya akan dimulai pada bulan April 2011. Sedangkan kantor pemasaran akan berada di area Jakarta.

PT. Terra Cassa didirikan dengan kebutuhan investasi awal sebesar Rp 14.000.000.000,- (empat belas miliar rupiah), yang bersumber dari ekuitas. Investasi diperkirakan akan kembali dalam jangka waktu 3 (tiga) tahun 8 (delapan) bulan dengan tingkat kelayakan dan tingkat pengembalian sebesar : NPV = 76,5 Milyar rupiah, IRR = 41,21%, dan ROE > 35% . Proyeksi keuangan ini menunjukkan bahwa investasi ini dapat memberikan imbal hasil yang tinggi bagi para investor.