

EXECUTIVE SUMMARY

Serat sabut kelapa (*coir*) yang didapat dari kulit kelapa, dapat diproses dengan lateks pekat untuk dijadikan bahan yang sangat elastis dan memiliki sifat berpegas, kuat dan tahan lama ini sering disebut sebagai serat sabut kelapa keriting berkaret atau lebih dikenal sebagai *Rubberized Coir*.

PT. CocoHevea Natural Indonesia (CHNI) adalah perusahaan pertama di Indonesia yang akan memproduksi *rubberized coir* dalam skala besar dan perusahaan pertama di Indonesia yang memberikan nilai tambah yang tinggi pada sabut kelapa untuk dijadikan berbagai produk kebutuhan rumah tangga maupun industri baik untuk pasar domestik maupun ekspor.

Sebagai pionir, CHNI akan mempertahankan *first mover's advantage*-nya dengan menciptakan produk-produk baru berbahan baku *rubberized coir* dan menyediakan aplikasi-aplikasi industri dari bahan yang sama, dengan dukungan yang kuat dari kegiatan-kegiatan penelitian dan pengembangannya.

Rubberized coir dapat dibuat menjadi bermacam-macam produk seperti matras tidur, jok kursi, peredam suara, *geo-textile*, lapisan pencegah erosi tanah dan lain sebagainya. Oleh karena itu, *rubberized coir* dipandang sangat memungkinkan untuk dikembangkan sebagai produk portfolio yang kuat untuk memasuki banyak industri.

Indonesia memiliki kurang lebih 4 juta hektar perkebunan kelapa dengan produksi sebesar 3,2 juta ton kelapa per tahunnya. Karena 35% dari kelapa

merupakan bagian kulitnya, berarti sedikitnya 1,1 juta ton serat sabut kelapa akan tersedia di Negara ini.

Bahan baku *rubberized coir* akan dipasok oleh beberapa kelompok kerja di desa-desa yang berdekatan dengan perkebunan kelapa. CHNI akan membangun kerja sama dengan model Inti-Plasma. Usaha Plasma akan menyediakan bahan baku *coir*, sedangkan CHNI akan berperan sebagai penyedia modal awal, pelatihan serta standarisasi kualitas produk. Dengan demikian CHNI dapat menjaga kualitas dan ketersediaan bahan baku, sekaligus memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat pedesaan dengan meningkatkan kesejahteraan mereka. Jelas bahwa misi CHNI bukan hanya membangun bisnis yang menguntungkan kepada para pemegang saham, tetapi juga memperkuat ekonomi masyarakat pedesaan.

Sebagai strategi awal, CHNI akan memproduksi dan memasarkan matras tidur dengan merk "CocoLand". Besarnya pasar matras modern Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 4 Triliun Rupiah pada tahun 2009 dan khususnya segmen matras tidur kelas premium telah mengalami pertumbuhan sebesar 20% per tahun dalam kurun 3 tahun terakhir.

Untuk berhasil dalam persaingan di pasar ini, CocoLand akan memberikan diferensiasi produk berupa; matras tidur yang unik, alami, sehat dan berkualitas tinggi. Matras CocoLand memiliki banyak fungsi kesehatan yang secara signifikan lebih baik dari matras foam, matras pegas (*spring bed*), atau matras lateks. Matras *rubberized coir* akan memberikan solusi atas

permintaan terhadap fungsi kesehatan pada matras yang terus meningkat akhir-akhir ini.

Pasar sasaran yang utama adalah masyarakat kelas yang diperkirakan berjumlah 14 juta jiwa pada tahun 2010. Riset pasar kami mengindikasikan bahwa 67% dari konsumen yang disurvei berminat membeli CocoLand begitu produk itu tersedia di pasaran.

Target penjualan untuk tahun pertama adalah Rp.21,3 Miliar dan terus tumbuh dan mencapai Rp.113,9 Miliar pada tahun ke 5. Investasi awal untuk rencana bisnis ini adalah Rp.24 Miliar. Tambahan investasi akan dibutuhkan dalam tahun-tahun berjalan, seiring dengan rencan-rencana ekspansi. Bisnis CHNI ini memberikan 29.7% *expected internal rate of return (IRR)* dan *expected NPV* sebesar Rp.14 Miliar. *Payback period* bisnis ini diharapkan terjadi pada tahun ke 4.69. Kesimpulannya, bisnis ini secara finansial, sangat layak untuk dijalankan.