Jernihnya bisnis pemurnian air

Bambang Supriyanto
Bisnis Indonesia

Lupakan sejenak anggapan mereka yang menilai uang sebagai modal dan syarat mutlak dalam memulai bisnis. Asumsi itu tidak berlaku bagi sosok pengusaha air minum Fudji Wong.

Dengan modal 'hanya' Rp4 juta, ternyata sudah cukup bagi pria kelahiran Purwokerto, Jawa Tengah, itu untuk menggeluti dunia yang 'penuh risiko' ini.

Sebaliknya, Fudji lebih mengandalkan visi, instuisi, kreativitas, dan faktor 'ketidaksengajaan' saat memulai usahanya itu.

Sepak terjang usaha Fudji sekaligus membuktikan bahwa berbisnis di kota kecil pun bisa berhasil, asalkan disertai dengan kedisiplinan, keseriusan, dan usaha pantang menyerah sebelum meraih sukses.

Dari modal awal Rp4 juta pada 2001, kini modal itu bisa menghasilkan omzet ratusan miliar rupiah per tahun. Nilai yang tidak kecil untuk usaha di kota kecil. Omzet itu berasal dari penjualan mesin penjernih air merek FujiRO senilai Rp5 miliar per tahun, penjualan air minum Rp12 miliar per tahun, dan royalti dari depot penjual air pengguna merek FujiRO Rp730 juta per tahun. Padahal, dari Aceh hingga Timika, Papua kini ada 198 depot air minum pengguna merek FujiRO.

Bisnis air minum Fudji tidak terlepas dari visi usaha memandang pentingnya air bagi hajat hidup manusia. Semua tahu, air adalah kebutuhan primer atau kebutuhan dasar. Setiap orang membeli air minum bukan karena keinginan melainkan karena kebutuhan.

Visi usaha itu tentu jauh-jauh hari sebelum Kementerian Perdagangan memopulerkan iklan 'belilah sesuai dengan kebutuhan, jangan beli sesuai dengan keinginan'.

"Jika soal keinginan, orang dapat menghentikan seketika. Namun, kalau menyangkut kebutuhan, tidak ada yang bisa mencegahnya," ujar Fudji, Managing Director FujiRO.

Sebelum sampai pada keputusan berbisnis air minum, awalnya Fudji memandang sebelah mata komoditas itu. Padahal, sebagai penggemar olah raga memancing, Fudji hampir sepanjang hari bersinggungan dengan air.

Ide bisnis itu mencuat saat Fudji Wong menjadi koordinator acara mancing bersama sejumlah tamu dari Jepang. Mereka melakukan aktivitas di suatu pulau dan harus bermalam di sana.

Salah seorang peserta dari Jepang saat hendak minum mengeluarkan sesuatu dari dalam kotak, kemudian disambungkan ke pompa ledeng. Keluarlah air yang jernih, bisa diminum langsung.

Tamu dari Jepang itu kemudian menawarkan alat penjernih air kepada Fudji untuk memasarkan dan menjual di Indonesia.

Fudji pun memberanikan diri tetapi dengan syarat dijual dengan merek sendiri, yakni FujiRO. Fuji dari nama depang dirinya dan RO singkatan dari *reverse osmosis*. Dia pun mulai membuka bisnis pemurnian air yang langsung bisa diminum.

Jangan dikira produk itu langsung diterima konsumen. Dalam 3 bulan pertama, pemasaran hanya sebatas Purwokerto, Solo, Yogyakarta, dan sekitarnya. Purwokerto dipilih sebagai area awal target pemasaran karena kota ini merupakan tempat kelahiran Fudji. Solo dan Yogyakarta karena lokasi usahanya berada di Yogyakarta.

Pencapaian itu tidak semudah membalikkan telapak tangan, tetapi melalui proses panjang dan penuh tantangan. Perjalanan dari satu kota ke kota lain untuk memasarkan alat baru ini dijalani Fudji. Bahkan, sering dalam waktu sebulan, hanya 3 malam tinggal di rumah.

"Saya memang sudah bersepakat dengan istri dan meminta waktu untuk berkorban selama 2 tahun. Itu semua agar usaha memasarkan produk yang masih baru di Indonesia berhasil diterima konsumen," kenang Fudji kembali ke awal perjalanan bisnisnya. *(bambang.supriyanto@bisnis.co.id)*