Kami akan menggelar ekspansi pasar ke beberapa kota di Indonesia.

Sagita Melati, Sekretaris Perusahaan PT Campina Ice Cream Industry Tbk

Prospek Manis Campina

Campina Ice Cream (CAMP) memperkuat jaringan distribusi demi mengerek penjualan

Agung Hidayat

JAKARTA. Manajemen PT Campina Ice Cream Industry Tbk memproyeksikan penjualan es krim hingga akhir tahun ini masih akan terasa manis. Apalagi, emiten berkode saham CAMP di Bursa Efek Indonesia (BEI) itu terus memperkuat jaringan distribusi serta melakukan inovasi di berbagai produk.

Dengan memperkuat jaringan distribusi dan inovasi, di-CAMP menargetkan penjualan es krim hingga akhir tahun ini bisa meningkat hingga 4% *year-on-year* (yoy). "Prospek es krim di Indonesia sampai semester kedua masih kami lihat cukup positif," ujar Sagita Melati, Sekretaris Perusahaan CAMP kepada KONTAN, Kamis (4/7).

Untuk itulah manajemen berencana melakukan ekspansi pasar ke beberapa kota seperti Bengkulu, Merauke dan sejumlah wilayah di pelosok Indonesia.

Sejauh ini, Campina baru membuka Kantor Distribusi di Kota Jayapura. "Kami ingin dapat memenuhi target pemasaran di kota-kota tersebut," ungkap dia.

Selain memperluas jaringan distribusi, Campina meluncurkan beberapa produk *segment refreshment* seperti hula-hula jagung, *sundae white coffee* serta segmen premium yaitu *Gold Ribbon*.

Sagita menargetkan, produk baru itu akan meluncur dalam waktu dekat, yang diharapkan bakal memperkuat lini produk perusahaan.

Saat ini CAMP diketahui memiliki kurang lebih 75-80 *stock keeping unit* (SKU) dengan kapasitas terpasang pabrik mencapai 30 juta liter per tahun.

Sebelumnya manajemen CAMP mengakui kompetisi es krim semakin ketat, namun permintaan masih tetap bertumbuh dan pasar kemungkinan akan semakin melebar.

Oleh karena itu, CAMP berupaya mempertahankan *market share* di kisaran 20%-25% di dalam negeri.

Saat libur panjang sekolah dan Lebaran lalu, konsumsi produk makanan dipercaya menguat. Salah satunya adalah es krim Campina yang terus memperkuat posisinya di pasaran.

Kinerja Campina Ice Cream (CAMP)

Keterangan	Kuartal I-2018	Kuartal I-2019
Penjualan	Rp 219,03 miliar	Rp 220,48 miliar
Beban pokok penjualan	Rp 93,15 miliar	Rp 92,21 miliar
Laba kotor	Rp 125,88 miliar	Rp 128,28 miliar
Laba bersih	Rp 18,26 miliar	Rp 18,09 miliar

Sumber: Laporan keuangan CAMP

Kinerja tumbuh

Sagita mengakui, ada peningkatan permintaan di musim libur Lebaran kemarin, hanya saja manajemen belum dapat menginformasikan secara mendetail. "Produksi dan penjualan cukup meningkat, ini menjadi *trigger* kami untuk mengupayakan peningkatan kinerja pada tahun ini," ungkap dia.

Maka dari itu, dengan memperkuat jaringan distribusi di kota-kota besar di Indonesia, pada tahun ini CAMP cukup optimistis meraih penjualan hingga Rp 1 triliun, atau naik sekitar 4% dibandingkan pencapaian pada tahun lalu senilai Rp 961,13 miliar.

Mengacu laporan keuangan hingga kuartal I-2019, penjualan CAMP tercatat senilai Rp 220,48 miliar atau tumbuh tipis 0,6% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya Rp 219,03 miliar. Setelah dikurangi pos beban lain, laba bersih CAMP selama tiga bulan pertama tahun ini mencapai Rp 18,09 miliar, turun tipis dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 18,26 miliar. ■

Buku Perjalanan Hidup

ANTARA/Audy Alwi

CEO AirAsia Group Tony Fernandes (kiri) menandatangani poster saat peluncuran bukunya yang berjudul *Flying High*: Kisahku Membangun AirAsia, di Jakarta, Kamis (4/7). Buku tersebut menceritakan perjalanan hidup Tony Fernandes dari mulai bekerja sebagai staf di sebuah perusahaan penerbangan, staf perusahaan musik, hingga akhirnya sukses memiliki perusahaan penerbangan sendiri, yakni AirAsia.

KOSMETIK

Kosmetik Halal Layak Ekspor

Dok.Martina Berto

Produk kecantikan halal sudah layak untuk bersaing di pasar ekspor.

JAKARTA. Produk kecantikan halal asal Indonesia sudah layak untuk bersaing di pasar mancanegara. Selain mulai ramai peminat di dalam negeri, produk kecantikan berlabel halal itu memiliki banyak peminat di tingkat global.

Liandhajani, Ketua Bidang Industri Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) menilai, potensi ekspor kosmetik produk halal juga cukup besar. Menurut data Kementerian Perindustrian (Kemperin) dari sisi ekspor, penjualan produk kosmetik nasional mencapai US$ 556,36 juta pada tahun 2018, tumbuh 8% dibandingkan pencapaian ekspor pada tahun 2017 sebesar US$ 516,88 juta.

"Perusahaan lokal juga banyak ekspor ke luar negeri, kemungkinan ada lebih dari 200 hingga 250 negara tujuan," sebut Liandhajani, usai Seminar Oleokimia, Rabu (3/7). Alhasil, tren industri kosmetik memang menuju arah halal.

Namun dia tidak menargetkan perkembangan bisnis ekspor kosmetik produk halal ini, yang pasti, para anggota Perkosmi tengah bekerja keras mewujudkan pertumbuhan 9% yang diproyeksikan pemerintah.

Sementara itu, kata Liandhajani, sudah banyak perusahaan kosmetik yang secara sukarela melaksanakan sertifikasi halal untuk produk yang dipasarkan, meskipun aplikasi penempelan label tersebut mundur sampai tahun 2024.

Salah satunya produsen kosmetik, PT Martina Berto Tbk (MBTO), yang sebagian besar produknya telah tersertifikasi halal.

Bryan David, Direktur Utama MBTO mengatakan kurang lebih 93% produknya telah mendapatkan sertifikasi halal, sisanya masih dalam proses. "Kami juga mendapatkan sertifikat jaminan halal *grade* A sebagai *grade* paling tinggi," ungkap dia kepada KONTAN.

Bryan menilai, prospek *beauty personal care* ke depan semakin dekat ke arah *halal product*. Maka tak salah apabila Indonesia mengekspor ke negara yang memberikan perhatian cukup besar terkait produk halal. Namun MBTO belum mematok khusus segmen ekspor ini.

Sudah banyak perusahaan kosmetik yang melaksanakan sertifikasi halal.

Sementara itu bagi produsen *personal care* dan kosmetik, PT Kino Indonesia Tbk (KINO), pasar ekspor secara umum memang memiliki peluang yang menjanjikan. Sehingga manajemen menyiapkan strategi khusus untuk memperbesar segmen ini.

Budi Muljono, Direktur PT Kino Indonesia Tbk, mengatakan bahwa berkenaan dengan produk halal, tentunya manajemen KINO melihat potensi pasar ekspor produk tersebut. "Kami akan memanfaatkan sertifikasi halal yang telah kami miliki sebagai nilai jual lebih kepada pasar," ungkap dia kepada KONTAN, Kamis (4/7).

Agung Hidayat

Siasat Bisnis

Resesi AS Tahun 2020, Indonesia?

Jennie M. Xue,
Kolumnis Internasional Serial *Entrepreneur* dan Pengajar Bisnis, Berbasis di California

Cukup banyak ekonom dan CFO korporasi internasional yang yakin tahun 2020 adalah tahun resesi bagi Amerika Serikat. Sebagai seseorang yang dapat melihat dengan mata kepala sendiri di akar rumput, saya yakin ini bukanlah prediksi lebay. Begini pandangan mata saya langsung dari pusat pemerintahan California (Sacramento) dan Silicon Valley (termasuk San Francisco Bay Area).

Pertama, kondisi kemiskinan cukup mengenaskan. Walaupun angka kemiskinan (poverty rate) *resmi adalah 12,3% menurut data 2017. Padahal, angka kemiskinan terselubung adalah 49%. Ya, separuh dari penduduk AS siap menjadi tidak punya rumah* (homeless) *begitu kena PHK karena selama ini hidup tanpa bisa menabung alias* paycheck-to-paycheck.

Penulis kenal pribadi dengan beberapa sahabat yang terkena PHK, mereka tidak bisa bertahan lama mengingat unemployment benefits *hanya diterima untuk beberapa bulan saja. Di negara-negara sosial demokrat, benefit dari pemerintah lebih panjang dan dalam bagi mereka yang memerlukan.*

Di AS, unemployment benefits *bagi pegawai yang membayar pajak untuk benefit ini hanya mendapatkan nilai bantuan terbatas hingga senilai "dana dalam akun pajak"-nya tamat. Bagi para wirausahawan, malah tidak ada benefit sama sekali. Bagi penulis, ini adalah kekejaman (dan kegagalan) sistem kapitalis demokrat.*

Kedua, kondisi politik dan kebijakan (policy) *tidak membantu mengentaskan kemiskinan. Kembali lagi ini adalah bagian dari kekejaman dan kegagalan sistem politik kapitalis demokrat. Sejak Trump berkuasa, keran dana untuk mereka yang berada dalam kondisi ekonomi menengah ke bawah sebagian besar telah ditutup. Jadilah sejauh mata memandang di bagian-bagian kota tertentu dipenuhi dengan tenda-tenda para* homeless.

Para homeless *ini adalah mereka yang tidak memiliki rumah, baik milik atau sewa. Dalam bahasa kita, ini disebut "gelandangan." Penulis lebih suka menyebut mereka sebagai "tidak punya rumah" karena sering kali kondisi ini disebabkan situasi ekonomi dan kesehatan mental-psikologis yang buruk.*

Ketiga, perang dagang dengan China. Mengingat AS sangat tergantung dengan China dalam hal impor, tarif masuk 25% atas US$ 200 miliar produk China menyebabkan harga-harga melonjak yang harus diserap oleh publik. Padahal, underemployment *sudah sangat tinggi.*

Dengan kondisi rakyat yang telah "diperas" bekerja hingga dua pekerjaan full-time *hanya untuk bisa bertahan hidup, harga melonjak tinggi hanya membuat hidup semakin stres. Akumulasi orang-orang stres hanya akan menelurkan kondisi sosial resah dan rentan aktivitas subversif, termasuk ancaman revolusi sosial.*

Kempat, underemployment *cukup masif. Yang dimaksud* "underemployment" *adalah seseorang tidak cukup hanya bekerja seorang diri dengan satu pekerjaan* full-time *untuk membiayai keluarga atau bahkan diri sendiri. Untuk bisa membiayai sebuah keluarga kelas menengah, setiap orang dewasa dalam keluarga perlu punya penghasilan sendiri.*

Misalnya di San Francisco saja, penghasilan per orang US$ 100.000 (atau Rp 1,4 miliar) per tahun termasuk "ekonomi lemah" mengingat tidak cukup membiayai rumah tangga. Satu mangkuk mi bisa mencapai US$ 18 di restoran menengah, bukan yang mewah. Satu keluarga empat orang memerlukan minimal US$ 100 untuk satu kali makan di restoran menengah yang menjual mi. Bayangkan berapa biaya entertain *akhir pekan.*

Kelima, Revolusi Industri 4.0 akan terus menggerus para pekerja manusia. Di tahun 2021, Uber akan siap dengan kendaraan driverless car*-nya. Dengan kata lain, puluhan ribu supir Uber akan kehilangan pekerjaannya. Saat ini, uji coba dengan Volvo tengah berlangsung.*

Artificial intelligence (AI), *otomatisasi, dan robotik (3 triad) akan terus menggerus lapangan kerja yang ada. Bahkan posisi-posisi kreatif dan intelektual akan lebih mengandalkan 3 triad industri ultramodern ini.*

Keenam, AS memerangi 5G via memerangi Huawei. China dan 100 negara lainnya di dunia telah siap dengan 5G-nya. Sedangkan AS masih stuck *dengan 4G-nya. Seberapa hebat sih 5G itu? Luar biasa. Dengan 4G, mengunduh film 2 jam memerlukan 3 menitan. Dengan 5G, hanya membutuhkan 3 detik lebih sedikit. Mereka yang menguasai teknologi adalah penguasa dunia. Dan ini berarti AS kalah telak, apalagi Silicon Valley semakin turun pamornya.*

Ketujuh, kepemimpinan AS semakin memburuk. Obama adalah salah satu presiden terbaik AS dengan kebijakan yang dianalisis terlebih dulu dengan sains dan diplomasi sopan-santun. Administrasi sekarang adalah antitesisnya. Semakin hari, semakin tipis harapan "to make America great again."

Tanpa analisis mendalam, berbagai kebijakan dalam sekejap dibalikkan dengan executive order. *Jadilah AS kini negara "zombie" bom waktu yang siap "implosi" yang bisa membawa kasualitas bagi negara-negara lain.*

Apa efek dari resesi AS tahun 2020 nanti bagi Indonesia? Daya beli rakyat AS pasti menurun, sehingga ekspor dari Indonesia semakin menurun.

Seandainya perang dagang dengan China bermuara ke perang militer, hubungan dengan negara Asia juga pasti kena imbasnya. Dampak sekunder lainnya juga dapat kita alami di Indonesia. Mari menyiapkan diri. ■

Info Tender & Lelang

Pekerjaan di Kementerian PUPR

■ Pekerjaan: Penanganan penggantian jembatan Idano Gewa, Cs (Lanjutan) (tender ulang)
Instansi: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kode Lelang: 53781064)
Satuan kerja: Pelaksanaan Jalan Bebas Hambatan Medan – Kualanamu
Bidang/sub. bidang: Bangunan sipil/ SI004 yang masih berlaku
Klasifikasi: Non kecil
Nilai pagu paket: Rp 26.372.500.000,00
Nilai HPS paket: Rp 26.372.500.000,00
Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik:
Senin, 24 Juni – Senin, 8 Juli 2019 melalui https://lpse.pu.go.id/eproc4

Pekerjaan di Provinsi DKI Jakarta

■ Pekerjaan: Pembangunan FO Tanjung Barat
Instansi: Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta (Kode Lelang: 40536127)
Satuan kerja: Dinas Bina Marga
Bidang/sub. bidang: Pekerjaan konstruksi/ a. jasa terintegrasi untuk infrastruktur transportasi (TI501) atau b. pelaksanaan konstruksi/jasa pelaksana konstruksi jembatan, jalan layang, terowongan dan subway (SI004) dan perencana konstruksi/jasa desain rekayasa untuk pekerjaan teknik sipil transportasi (RE104) yang masih berlaku
Klasifikasi: Non kecil
Nilai pagu paket: Rp 333.388.700.000,00
Nilai HPS paket: Rp 186.800.000.000,00
Anggaran: APBD

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik:
Kamis, 27 Juni – Rabu, 10 Juli 2019 melalui https://lpse.jakarta.go.id/eproc4

Pekerjaan di Provinsi Jawa Tengah

■ Pekerjaan: Pengawasan konstruksi air baku P.1 (tender ulang)
Instansi: Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Tengah (Kode Lelang: 15774042)
Satuan kerja: Dinas Pekerjaan Umum Sumberdaya Air dan Penataan Ruang
Bidang/sub. bidang: Jasa pengawas pekerjaan konstruksi sipil air (RE203) yang masih berlaku
Klasifikasi: Non kecil
Nilai pagu paket: Rp 1.200.000.000,00
Nilai HPS paket: Rp 1.068.320.000,00
Anggaran: APBD

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik:
Kamis, 27 Juni – Selasa, 9 Juli 2019 melalui http://lpse.jatengprov.go.id/eproc4

Pekerjaan di SKK Migas

■ Pekerjaan: Rencana strategis industri hulu migas 2020–2025
Instansi: Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Hulu Minyak dan Gas Bumi (Kode Lelang: 27240011)
Satuan kerja: Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Hulu Minyak dan Gas Bumi
Bidang/sub. bidang: Sesuai bidang pekerjaan yang masih berlaku
Klasifikasi: Kecil atau non kecil
Nilai pagu paket: Rp 3.509.615.388,00
Nilai HPS paket: Rp 3.509.610.224,00
Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik:
Jumat, 28 Juni – Rabu, 10 Juli 2019 melalui https://www.lpse.kemenkeu.go.id/eproc/

Sumber: http://inaproc.lkpp.go.id/v3/lpselinks dan sumber lainnya

DILBERT™