Perkebunan karet di enam provinsi yang terserang penyakit seluas 381.900 ha.

Kasdi Subagyono, Direktur Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian

Ekspor Karet Melorot 15%

Volume ekspor karet menurun lantaran produksi karet nasional anjlok terserang penyakit

Kenia Intan Nareriska, Vendy Susanto

JAKARTA. Industri karet nasional tengah dirundung masalah akibat penurunan produksi yang cukup signifikan. Tak pelak, ekspor karet Indonesia juga ikut melorot.

Ketua Gabungan Pengusaha Karet Indonesia (Gapkindo), Moenarji Soedargo, mengatakan terjadi penurunan ekspor karet secara signifikan, yakni sebesar 200.000 ton. Ini menjadi kali pertama bagi industri karet Indonesia mengalami penurunan ekspor sebesar ratusan ribu ton.

Adapun penurunan ekspor tersebut akibat produksi karet Indonesia yang juga menyusut. Pemicu penurunan produksi lantaran tanaman karet mengalami gugur daun secara berulang dalam periode yang panjang, bahkan di luar periode gugur daun alami.

Di sisi lain, pada saat harga karet sedang turun, kebun karet terserang penyakit. Pemerintah menyebutkan lebih dari 381.000 hektare (ha) perkebunan karet terserang penyakit gugur daun akibat cendawan Pestalotiopsis sp. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan petani gagal panen dan produksi turun.

Enam provinsi sentra kebun karet terdeteksi terkena penyakit tersebut, yaitu Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Bangka Belitung, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur.

"Per 16 Juli, perkebunan karet di enam provinsi yang terserang penyakit seluas 381.900 ha atau 10%–11% dari total perkebunan karet yang seluas 3,6 juta ha," kata Direktur Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, Kasdi Subagyono, Rabu (24/7).

Kementerian Pertanian memprediksikan produksi karet Indonesia secara nasional pada tahun ini turun minimal 15% akibat kejadian tersebut. Adapun eskalasi dan intensitas serangan penyakit gugur daun ini meningkat drastis sejak tahun 2017.

Dari data Kementerian Pertanian, perkebunan karet Indonesia didominasi perkebunan rakyat yang mencapai 85% dan menciptakan lapangan kerja bagi 2,5 juta keluarga dengan rata-rata luas kepemilikan 1,25 ha. Adapun volume ekspor karet Indonesia mencapai 2,99 juta ton atau senilai US$ 5,10 miliar.

Penurunan produksi karet nasional berdampak pada kinerja PT Prasidha Aneka Niaga Tbk (PSDN). Direktur Keuangan PSDN, Lie Sukiantono Budinarta, menyebutkan mereka sudah merasakan gejala penurunan, hanya saja dampaknya akan benar-benar terasa pada semester II 2019.

Ekspor Karet Indonesia

Tahun	Volume (ribu ton)	Nilai (juta dollar AS)
2012	2.370,1	7.626,7
2013	2.626,8	6.706,9
2014	2.549,8	4.595,1
2015	2.543,5	3.564,1
2016	2.494,3	3.243,0
2017	2.922,8	4.958,3

Sumber: BPS

Hingga semester pertama tahun ini, volume penjualan ekspor karet Prasidha Aneka Niaga mencapai 21,26 juta kilogram (kg). Jumlah ini naik tipis 1,8% *year on year* (yoy) dari posisi sebelumnya yang sebesar 20,88 juta kg.

Akibat pasokan menurun, Lie memprediksi ekspor karet PSDN akan ikut menurun sebesar 15% pada semester II 2019. Dampaknya akan terasa sebab sebagian besar penjualan karet PSDN untuk pasar ekspor.

Mengacu laporan tahunan perusahaan, ekspor karet Prasidha Aneka menyasar beberapa negara seperti Korea Selatan, Belanda, Jerman dan Amerika Serikat. "Kami harus pandai menjalin hubungan dengan para pemasok agar mendapatkan bahan baku atau *slab*," ungkap Lie kepada KONTAN, Kamis (1/8).

PSDN mengharapkan, dengan mencari bahan baku langsung ke sentra produksi karet dan menjalin hubungan dengan pemasok bahan baku, mereka bisa mendapatkan bahan baku untuk menghadapi kelesuan pasar ekspor karet. ■

Mesin Cuci Baru

KONTAN/Baihaki

Model memperlihatkan mesin cuci LG Turbowash 3D saat peluncuran di Jakarta, Kamis (1/8). Mesin cuci LG ini dilengkapi teknologi terbaru yang diklaim mencuci lebih cepat dan lebih hemat energi. Mesin cuci tersebut tersedia dalam empat pilihan kapasitas dengan rentang harga Rp 6 juta hingga Rp 10 juta.

ELEKTRONIK

Pemain AC Global Siap Berinvestasi

JAKARTA. Sejumlah produsen pendingin ruangan atawa *air conditioner* (AC) global bakal berinvestasi di Indonesia. Potensi pasar yang besar mendorong aksi korporasi tersebut.

Menurut catatan Kementerian Perindustrian (Kemperin), LG Electronics akan membangun lini produksi AC baru di Legok, Banten. Perusahaan asal Korea Selatan tersebut berencana menggelar *trial* atau uji coba pada September 2019 nanti.

Perusahaan asal Tiongkok yakni Shanghai Highly juga siap menghadirkan lini produksi kompresor AC. Mereka akan bekerjasama dengan PT Fujisei Plastik Seitek. Hanya saja, Kemperin tidak sekaligus membeberkan nilai investasi baru yang dimaksud.

Sejauh ini, masih banyak merek elektronik AC impor di pasar. Beberapa di antaranya seperti Sharp, Daikin, Denpoo, Samsung, Hitachi (Malaysia). "Merek Sharp kami harapkan juga dalam waktu dekat bisa masuk berinvestasi," harap Janu Suryanto, Direktur Industri Elektronika dan Telematika Kemperin kepada KONTAN, Rabu (31/7).

Dihubungi secara terpisah, *National Senior Sales General Manager* PT Sharp Electronics Indonesia Andry Adi Utomo menjelaskan, sejauh ini Sharp memang masih mengimpor AC. Namun perusahaan itu menargetkan tahun 2022 bisa memproduksi AC di Indonesia.

Dalam catatan KONTAN, Sharp sudah memiliki fasilitas produksi mesin cuci di Indonesia. Pada pertengahan Juli kemarin mereka resmi meningkatkan kapasitas produksi pabrik mesin cuci di Karawang International Industrial City (KIIC), Jawa Barat. Pabrik yang semula berkapasitas 1,1 juta unit per tahun, kini menjadi 1,5 juta unit per tahun. Nilai investasinya sebesar Rp 40 miliar.

Adapun dua penyumbang penjualan tertinggi Sharp di Indonesia adalah lemari es dengan porsi 35% dan produk AC 30%. Sisanya penjualan TV dan mesin cuci.

Pemain lain yaitu PT Panasonic Manufacturing Indonesia sudah memproduksi AC di dalam negeri. Sepanjang tahun ini, mereka menargetkan produksi sebanyak 500.000 unit AC. Sementara dari Januari-Juni 2019, realisasi produksinya kurang lebih 50% dari total target.

Tak puas dengan volume produksi yang ada, Panasonic Manufacturing Indonesia berambisi memproduksi 10 juta unit AC sampai 10 tahun ke depan. Target itu adalah akumulasi dari total produksi dari sejak mereka beroperasi pertama kali tahun 1974. Kalau tahun ini, akumulasi produksi AC Panasonic sudah mencapai lima juta unit.

Target pasar Panasonic Manufacturing Indonesia di dalam negeri dan luar negeri. Akhir tahun nanti mereka akan mengekspor AC ke Nigeria. Sementara proyeksi pertumbuhan pasar AC lokal sekitar 10% tahun ini. "Pasar domestik kan tumbuh terus," tutur Daniel Suhadirman, *Associates Director* PT Panasonic Manufacturing Indonesia kepada KONTAN (31/07).

Eldo Christoffel., M. Julian

Gerai

Nilai Aset MARK Terungkit Seiring Ekspansi Bisnis

JAKARTA. Selama semester I 2019 PT Mark Dynamics Indonesia Tbk mencatatkan pertumbuhan penjualan sebesar 13,09% *year-on-year* (yoy) menjadi Rp 175,80 miliar. Sementara laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk alias laba bersih terungkit hingga 23,49% yoy menjadi Rp 45,11 miliar.

Selain kinerja laba-rugi, sejumlah variabel dalam neraca keuangan juga meningkat. Total aset Mark Dynamics naik 28,76% *year-to-date* (ytd) atau dibandingkan dengan akhir tahun lalu yakni Rp 318,08 miliar. Aset lancar maupun aset tidak lancar perusahaan berkode saham MARK di Bursa Efek Indonesia itu kompak bertumbuh.

Kenaikan aset MARK adalah dampak dari ekspansi bisnis. "Kami mencatat kenaikan aset sejalan dengan pengembangan usaha yang kami lakukan dan tentu dengan imbas terjadi peningkatan kewajiban," kata Ridwan Goh, Presiden Direktur PT Mark Dynamics Indonesia Tbk dalam keterbukaan informasi BEI, Kamis (1/8).

Setelah China dan Vietnam, tahun ini Mark Dynamics ingin masuk pasar Sri Lanka dan India. Targetnya mengantongi laba bersih Rp 100 miliar dan profit margin 26% .

Anastasia Lilin Yuliantina

Siasat Bisnis

Setelah K-Pop, K-Beauty

Siapa yang tidak kenal K-Pop? Boy band *dan* girl band *seperti BTS dan Blackpink adalah dua contoh* band *kelas dunia asal Korea Selatan.*

Nah, sekarang di samping K-Pop, ada K-Beauty yang merupakan produk-produk kecantikan seperti skincare, *kosmetik*, toiletries, *parfum, mani, pedi dan sejenisnya. Pasar produk-produk ini mencakup 25%* skincare, *20%* hair care, *20% kosmetik, 10% wewangian, dan 26% lainnya.*

Market size *Amerika Serikat untuk* skincare *mencapai US$ 52,4 miliar. Sedangkan* market size skincare *global mencapai US$ 196 miliar pada tahun 2024 mendatang. Total global* cosmetics market *sendiri mencapai US$ 800 miliar. Luar biasa besar kue yang dapat diraih.*

Menurut NPD Group, skincare *merupakan bagian dari* beauty industry *yang paling cepat perkembangannya. Dan ini sangat erat hubungannya dengan semakin tingginya kesadaran akan kesehatan dan hidup fit.*

Kesadaran generasi milenial akan going green *dan* staying fit *juga sangat besar sebagai unsur pendorong.*

Singkatnya, Kultur Korea Selatan sangat mengutamakan skincare, *sebagaimana juga Jepang. Di AS, perawatan kulit tidaklah segencar di negara-negara kawasan Asia, di mana kulit putih* glowing *alias* kinclong *adalah kebanggaan setiap individu, baik perempuan maupun laki-laki.*

Gaya dandan Jepang, Korea dan negara-negara Asia lainnya pun lebih natural dengan nuansa pink dan beige *yang lebih alami dan* glowing. *Bandingkan gaya dandan para aktris K-Drama yang alami dengan The Kardashians dan The Jenners yang lebih medok dengan* eyeliner *tebal dan gelap.*

Di kultur negara-negara Barat, kulit nge-tan alias sawo matang dipandang lebih "eksotis," sehingga cukup banyak yang berkulit putih bermandikan matahari hanya supaya agak "cokelat" sedikit. Jadilah di AS, tanning bed *lebih populer daripada* white-

Jennie M. Xue,
Kolumnis internasional serial *entrepreneur* dan pengajar bisnis, berbasis di California, aktif di blog JennieXue.com

ning skincare *dan perawatan kulit lainnya.*

Charlotte Cho, sosial media influencer *K-Beauty yang dibesarkan di AS, mulai menyadari pentingnya* skincare *setelah bekerja di negara leluhurnya. Cho kini dikenal sebagai salah satu* influencer *yang sangat berpengaruh terhadap industri* skincare *AS. Ia mulai memperkenalkan pentingnya* skincare *untuk menjaga kesehatan kulit dibandingkan dengan kosmetik berwarna yang lebih bersifat "menutupi" kekurangan wajah dan kulit.*

Ekspor kosmetik asal Korea Selatan sendiri melonjak dari US$ 1,7 miliar pada tahun 2014 menjadi US$ 5 miliar di tahun 2017. Dan ini sangat dipengaruhi oleh semakin maraknya beauty influencer *di sosial media, terutama YouTube. Charlotte adalah salah satu yang paling dikenal di ranah K-Beauty AS.*

Namun jelas para influencer *lainnya yang berkiblat kepada kesehatan kulit sangat membantu menyebarkan "demam* skincare" *ini. Sebagai contoh, bahkan* influencer-influencer *Indonesia yang bermukim di Korea seperti Amelia Tantono (Amelicano) dan Hansol Jang (Korea Reomit) pun tidak luput dalam mempromosikan K-Beauty, seperti Nacific dan sebangsanya dalam vlog-vlog mereka.*

Retailer *kecantikan seperti Sephora juga telah menelurkan* skincare line *mereka sendiri. Demikian juga para raksasa* consumer products *seperti Unilever dan* e-commerce giant *Amazon. Luar biasa impak dari K-Beauty yang telah membuat seluruh dunia keranjingan perawatan kulit.*

Yang menarik, Korea Selatan telah dipercaya sebagai pusat skincare *dunia yang disegani. Kok? Ya. Mereka menerima* outsource *R&D dan produksi dari berbagai merek terkemuka.*

Bukti lainnya adalah munculnya berbagai formula efektif terkini yang diciptakan di negeri Arirang ini. Ketika gaya hidup merambah ke dunia influencer *via vlog dan media sosial, jadilah tren yang sangat diperhitungkan.*

Bayangkan betapa besarnya US$ 200 miliar market size skincare *dunia.*

Booming *K-Beauty tidaklah seperti* booming *properti, mengingat harga ritel yang sangat dapat disesuaikan dengan kantong konsumen. Berbagai target market sangat dimungkinkan untuk digarap, terlepas dari fakta bahwa substansi formula yang dikandung setiap botolnya mirip. Selamat menikmati* booming *K-Beauty.* ■

Info Tender & Lelang

Pekerjaan di Provinsi Sulawesi Tengah

■ Lelang: Pembangunan/renovasi gedung aula dan perpustakaan dinas TPH (tender ulang)
Instansi: Pemprov Sulawesi Tengah (Kode Lelang: 7197154)
Satuan kerja: Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura
Bidang/sub. bidang: bangunan gedung/jasa pelaksana konstruksi bangunan komersil BG004 yang masih berlaku
Klasifikasi: kecil
Pagu paket: Rp 1.238.400.000,00
HPS paket: Rp 1.232.051.136,52
Anggaran: APBD

Pendaftaran: Rabu, 31 Juli – Kamis, 8 Agustus 2019 melalui *http://lpse.sultengprov.go.id/eproc4/*

Pekerjaan di Provinsi Sulawesi Tenggara

■ Nama lelang: Peningkatan jalan Bts. Kab. Muna/Kab. Buteng – Wara – Wamengkoli (PKB) (tender ulang)
Instansi: Pemprov Sulawesi Tenggara (Kode Lelang: 8496081)
Satuan kerja: Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga
Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi /sesuai bidang pekerjaan yang masih berlaku
Klasifikasi: kecil
Pagu paket: Rp 6.681.740.000,00
HPS paket: Rp 6.681.706.586,29
Anggaran: APBD

Pendaftaran: Rabu, 31 Juli – Rabu, 7 Agustus 2019 melalui *http://lpse.sultraprov.go.id/eproc4*

Pekerjaan di Provinsi Jambi

■ Lelang: Pembangunan Indoor lapangan tenis (tender ulang)
Instansi: Pemprov Jambi (Kode Lelang: 5277070)
Satuan kerja: Dinas Kepemudaan dan Olahraga
Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi /sesuai bidang pekerjaan yang masih berlaku
Klasifikasi: kecil
Pagu paket: Rp 2.359.000.000,00
HPS paket: Rp 2.358.799.034,06
Anggaran: APBD

Pendaftaran: Rabu, 31 Juli – Selasa, 6 Agustus 2019 melalui *http://lpse.jambiprov.go.id/eproc4/*

Pekerjaan Provinsi Kalimantan Barat

■ Nama lelang: Penggantian/pembangunan jembatan Rawak Kecil Cs (tender ulang)
Instansi: Pemprov Kalimantan Barat (Kode Lelang: 5386097)
Satuan kerja: Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Prov. Kalbar
Bidang/sub. bidang: bangunan sipil/SI004 jasa pelaksanaan kontruksi jembatan, jalan layang, terowongan yang masih berlaku
Klasifikasi: kecil
Pagu paket: Rp 6.017.000.000,00
HPS paket: Rp 6.016.900.965,85
Anggaran: APBD

Pendaftaran: Selasa, 30 Juli – Selasa, 6 Agustus 2019 melalui *http://lpse.kalbarprov.go.id/eproc4*

DILBERT™