Selain bisa menambah penyerapan tenaga kerja, kita juga bisa mengurangi impor susu.

Teguh Boediyana, Ketua Dewan Persusuan Nasional (DPN)

Bisnis Susu Kian Nikmat

Industri susu bisa menjadi solusi mengatasi pengangguran akibat wabah korona

Agung Hidayat, M. Krishna Prana Julian

JAKARTA. Pandemi virus korona (Covid-19) menyebabkan iklim bisnis dan perekonomian terganggu. Namun bisnis susu sapi lokal mash kebal terhadap efek negatif Covid-19. Bahkan, bisnis susu bisa menjadi solusi atas maraknya pengangguran akibat pemutusan hubungan kerja saat pandemi korona.

Potensi penyediaan lapangan kerja karena 90% produksi susu segar di Indonesia menjadi bahan baku industri domestik. Di sisi lain, kemampuan susu segar lokal memasok kebutuhan industri baru mencapai 20%. Sebagian besar kebutuhan susu dalam negeri dipasok dari produk impor dalam berbagai bentuk seperti *skim* dan *butterfat*.

Kebutuhan susu untuk bahan baku industri juga terus meningkat seiring eksapansi sejumlah perusahaan. Salah satunya, produsen es krim asal Singapura, Aice menambah pabrik baru di Mojokerto, Jawa Timur. Ini merupakan pabrik kedua dengan investasi US$ 50 juta. Aice berencana membangun pabrik ketiga di wilayah Sumatra.

Produsen es krim lainnya, PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) juga berharap bisa memacu penjualan tahun ini seperti tahun 2019. penjualan bersih CAMP tercatat sebesar Rp 1,02 triliun tahun 2019 atau tumbuh sekitar 7,05% dari tahun 2018 yang mencapai Rp 961,13 juta.

Dengan penjualan itu, laba bersih CAMP tercatat tumbuh dobel digit sebesar 23,90% secara tahunan atau *year-on-year* (yoy) dari semula sebesar Rp 61,94 miliar di tahun 2018 menjadi Rp 76,75 miliar pada tahun 2019.

Kebutuhan susu segar yang semakin besar juga ditangkap manajemen PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ). Perusahaan tersebut tengah menjajaki *joint venture* untuk mendirikan peternakan sapi perah di Sumatra. Rencana jangka panjangnya ada 6.000 sapi perah. Hingga berita ini diturunkan, KONTAN belum berhasil mendapat penjelasan dari manajemen ULTJ.

Potensi tenaga kerja

Teguh Boediyana, Ketua Dewan Persusuan Nasional (DPN) memastikan industri susu segar lokal mempunyai prospek jangka panjang yang bagus. Pasar produk susu masih berpeluang tumbuh dimana konsumsi susu masyarakat Indonesia masih kecil sekitar 15-16 liter per kapita per tahun, di bawah negara tetangga seperti Thailand yang sudah mencapai 30 liter per kapita per tahun.

Industri olahan dalam negeri juga berkomitmen menyerap produksi susu segar lokal. "Produksi susu segar lokal hanya berkontribusi 20% dari kebutuhan industri olahan susu, kalau bisa digenjot suplai susu segar 50% dari kebutuhan nasional tentu bisa menambah tenaga kerja baru," jelas Teguh, Kamis (28/5).

Teguh memperkirakan jumlah sapi perah di Indonesia saat ini sekitar 300.000 ekor. Jumlah itu mampu menyerap sekitar 100.000 tenaga kerja secara langsung di sektor peternakan sapi perah. "Kalau pemerintah memberi perhatian ke sektor ini, selain bisa menambah penyerapan tenaga kerja, kita juga bisa mengurangi impor susu," terang Teguh.

Jika pasokan digenjot, industri susu segar bisa tambah tenaga kerja baru.

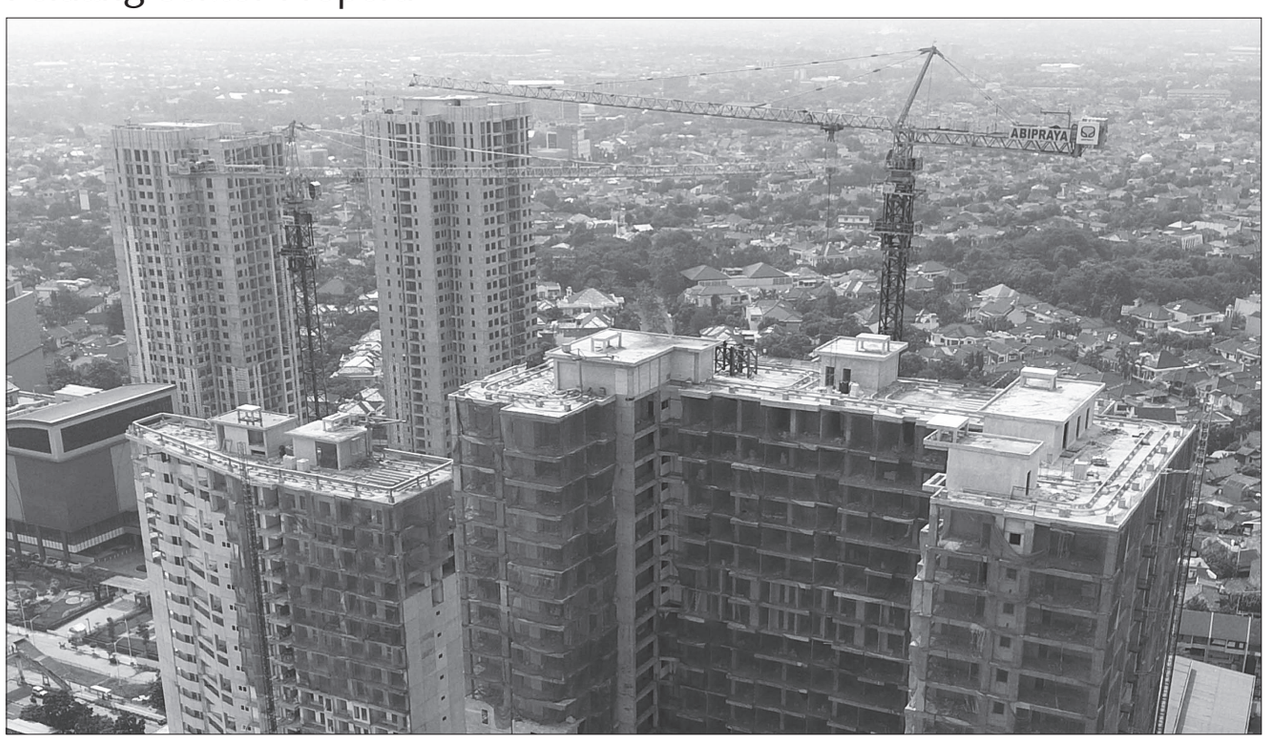
Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat impor kelompok produk susu dan telur burung sepanjang tahun 2019 mencapai US$ 1,14 miliar, meningkat 12,71% yoy. Impor komoditas ini terus naik setiap tahun dengan tren pertumbuhan sejak 2015-2019 sebesar 6,72%.

Rachmat Hidayat, Wakil Ketua Umum Bidang Kebijakan Publik Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) menyatakan, mengacu riset Nielsen, beberapa kategori makanan dan minuman bernutrisi seperti susu memperlihatkan prospek pasar yang baik tahun ini. "Di kondisi wabah seperti ini, konsumen semakin sadar untuk mencari produk bernutrisi tinggi seperti susu cair atau bubuk," kata dia, Kamis (28/5).

Namun sejauh ini asosiasi belum memiliki data industri produk susu dan turunannya. Yang jelas, pangsa pasar jenis produk minuman susu terbilang kecil dibandingkan total pasar minuman kemasan. Tercatat dalam pasar minuman kemasan, 80% ialah konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK), sedangkan sisanya minuman ringan meliputi minuman berkarbonasi, teh dan kopi kemasan serta susu cair kemasan.

Rachmat melihat tren produk minuman susu terus meningkat. Meski demikian, tingginya kebutuhan susu segar di pasar domestik belum memacu investasi baru di bidang peternakan sapi perah dalam negeri. ■

Peluang Sektor Properti



KONTAN/Baihaki

Pembangunan apartemen di Jakarta Selatan, Kamis (28/5). Pengamat konstruksi memperkirakan masih ada peluang bagi para kontraktor pada saat pandemi korona. Hingga kuartal kedua tahun ini diperkirakan masih ada proyek baru senilai Rp 30 triliun baik sektor *landed house* maupun apartemen.

MEBEL

Strategi GEMA Menjaga Kinerja

Dok. Gema Grahasaran

GEMA memilih untuk melakukan persiapan strategi masuk ke pasar sesudah masa pandemi berlalu.

JAKARTA. Produsen mebel dan furnitur, PT Gema Grahasarana Tbk masih mengkaji strategi penjualan yang tepat saat wabah Covid-19 masih menghambat perekonomian nasional. Emiten bersandi saham GEMA di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini tidak ingin terburu-buru mematok target di sepanjang 2020.

Pada awal tahun sebelum pandemi korona, bisnis Gema Grahasarana masih berjalan normal. Ferlina Sutandi, *Corporate Secretary* GEMA mengatakan, untuk kuartal I 2020, pasar mebel di Tanah Air masih baik dan beberapa proyek yang menggunakan produk GEMA masih lancar.

"Tapi dengan adanya pandemi ini banyak proyek yang sudah tender dan kami dapatkan jadi mundur untuk pelaksanaannya," terang Ferlina kepada KONTAN, Rabu (20/5). Namun dia tak memerinci proyek apa saja yang tengah dikerjakan produsen furnitur merek Vivere ini.

Untuk strategi bisnis, Ferlina bilang, manajemen masih mengkaji dan menghemat biaya di tengah pandemi Covid-19. Gema Grahasarana lebih memilih mematangkan strategi bisnis agar bisa penetrasi pasar pasca pandemi.

"Dengan adanya Covid-19, maka perusahaan akan melakukan perhitungan ulang target tahun ini mengingat situasinya belum ada kepastian dan kami akan sesuaikan dengan kondisi berjalan," kata Ferlina. Sebelumnya, GEMA sempat berniat meluncurkan beberapa produk baru di tahun ini demi menunjang pameran furnitur.

Mengulik laporan keuangannya di tahun 2019, pendapatan bersih GEMA mencapai Rp 1,18 triliun atau hanya mampu naik 0,8% dibandingkan tahun sebelumnya Rp 1,17 triliun. Namun, beban pokok penjualan perseroan dapat ditekan sebanyak 5,8% *year on year* (yoy) menjadi Rp 891,84 miliar. "Di tahun 2019 kami melakukan beberapa perbaikan operasional dan efisiensi biaya," terang Ferlina Sutandi.

Susutnya beban pokok berimbas pada laba kotor GEMA terangkat 28,7% yoy menjadi Rp 295,42 miliar di tahun 2019. Setelah dikurangi pos beban lainnya, laba bersih perseroan di tahun 2019 tercatat sebanyak Rp 25,84 miliar atau tumbuh 19,5% ketimbang 2018 yang senilai Rp 21,62 miliar.

Adapun segmen bisnis mebel dan furnitur menyumbang sebesar 91% dari total *revenue* saat itu atau mencapai Rp 1,08 triliun. Segmen ini dapat tumbuh 7% dibandingkan penjualan pada tahun sebelumnya yang hanya Rp 1,01 triliun.

Ferlina menerangkan, sebagian besar pendapatan perseroan didapatkan dari segmen bisnis proyek. Kontribusinya hampir 55% dari total penjualan bersih, sedangkan sisanya 45% dari segmen bisnis ritel.

Dari segi geografis, pasar Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) mendominasi pendapatan sebesar Rp 1,03 triliun atau 87% dari total penjualan bersih. Memang, pasar Jabodetabek mengalami pertumbuhan 3% (yoy), namun pasar di luar Jakarta turun 8,1% menjadi Rp 157,25 miliar.

Agung Hidayat

Kinerja Keuangan GEMA

	2019	2018
Kas dan setara kas	76,12	52,95
Jumlah aset	962,03	986,80
Jumlah liabilitas	553,75	560,76
Jumlah ekuitas	408,27	426,04
Penjualan dan pendapatan usaha	1.187,27	1.176,68
Beban pokok	891,85	947,17
Laba kotor	295,42	229,51
Laba bersih	25,85	21,62

Keterangan: *dalam miliar rupiah — Sumber: BEI

Siasat Bisnis

Mencari Keseimbangan di Era Pandemi

Di era pandemi Covid-19 ini, tingkat stres dan kecemasan semakin tinggi. Walaupun sudah work from home, *setiap hal kecil menjadi termagnifikasi.*

Self-talk *alias "berbicara dengan diri sendiri" semakin umum, apalagi ketika memang hanya sedang sendirian bekerja dari rumah. Tentu ini hal wajar dan tidak perlu dikhawatirkan karena kesehatan mental tetap prima.*

Namun, ketika kita berbicara dengan diri sendiri, sebenarnya kita sedang menanamkan imprint *ke dalam bawah sadar. Bagi mereka yang religius, mungkin begini, "Ucapan adalah doa." Bagi para* neurosains, *kita memprogram alam bawah sadar dengan pikiran yang terucap dalam bentuk kata-kata* (neuro linguistic).

Neurosaintis dari University of North Carolina at Chapel Hill Dr. Barbara Fredrickson menekankan pentingnya untuk selalu berpikir, berucap dan berbuat positif sebanyak mungkin setiap saat. Karena satu hal negatif membutuhkan tiga kali positivitas untuk menetralkan.

Di era tidak menentu seperti sekarang ini, tentu self-talk *positif sangat membantu.*

Self-talk *negatif, seperti mengata-ngatai diri sendiri "tidak berguna," "dasar bodoh" dan "saya tidak bisa apa-apa" tentu sangat merugikan karena dapat memprogram alam bawah sadar kita untuk percaya akan hal-hal tersebut, padahal belum tentu benar.* Self-talk *negatif tentu sangat tidak menguntungkan sama sekali.*

Ketika lingkungan eksternal negatif, seperti di era pandemi atau resesi ekonomi, idealnya Anda tetap berpikir positif dan memberi semangat bagi diri sendiri. "Saya pasti bisa" dan "saya terberkati" adalah contohnya.

Pada intinya, segala sesuatu di dunia ini tidak ada yang abadi. Semua berbentuk roda dan siklus yang terus berputar. Ada kalanya siklus itu negatif, namun sering kali positif.

Ketika kondisi positif, tetap berpikir positif. Ketika kondisi negatif, lebih penting lagi untuk berpikir positif.

Bagaimana untuk tetap berpikir positif?

Pertama, ingatkan diri akan prestasi-prestasi masa lalu. Namun jangan bandingkan dengan kondisi Anda sekarang yang sedang "di bawah." Anda hanya perlu tersenyum mengingat keberhasilan yang pernah diraih, karena akan segera diraih kembali.

Kedua, ingatkan diri bahwa setiap kesalahan atau kegagalan adalah kesempatan untuk belajar. Setiap kejadian merupakan insiden dalam proses pembelajaran. Hentikan ucapan-ucapan negatif yang "memaki" kesalahan atau kegagalan Anda. Tugas Anda adalah membangun spirit, bukan menurunkannya.

Ketiga, ingatkan diri untuk selalu menghargai hal-hal kecil yang berhasil dilakukan. Apapun itu, termasuk hal-hal sepele.

Keempat, buatlah janji dengan diri sendiri yang bersifat positif untuk memajukan kemampuan diri. Dalam kondisi negatif, semakin penting bagi Anda untuk berjanji akan memperbaiki diri dan terus bersikap positif apapun yang terjadi.

Kelima, percayalah bahwa apapun yang dijalankan dengan sungguh-sungguh sepenuh hati, pikiran dan jiwa pasti akan membuahkan hasil positif. Tentu saja sepanjang niat dan legalitasnya baik.

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

Kepercayaan ini adalah "iman" alias faith. *Kita berjalan maju dengan iman, bukan dengan mata saja.*

Keenam, bacalah hal-hal positif, seperti kemenangan-kemenangan kecil dan kisah-kisah inspiratif dan motivatif. Ini bisa dibaca dari berbagai majalah, koran, maupun media online.

Bisa saja Anda ikut serta dengan membuat blog pribadi untuk konsumsi diri sendiri. Minimal, ini akan mengingatkan Anda untuk terus berpikir dan bertindak positif.

Ketujuh, tuliskan hal-hal yang Anda syukuri setiap hari. Setiap hal kecil sangat patut untuk disyukuri. Lakukan ini begitu bangun pagi, sehingga hari diawali dengan perasaan positif penuh syukur.

Akhir kata, kita sering kali bernegosiasi dengan diri sendiri secara self-talk. *Ketika kita berhasil menggiring pikiran ke arah positif, Anda sedang memprogram pikiran sehingga* default thinking *Anda positif.*

Kasihi diri Anda yang tengah mengalami kecemasan dan stres dengan memberikan angin sejuk positif dari pikiran, perkataan dan perbuatan sendiri. Niscaya, everything is gonna be OK. ■

PENGUMUMAN

PT Iwa Design Indonesia (**"Perseroan"**) bersama ini mengumumkan kepada masyarakat (termasuk para karyawan Perseroan) bahwa berdasarkan Keputusan Sirkuler Para Pemegang Saham sebagaimana tertuang dalam Akta No. 10, tanggal 28 Mei 2020, yang dibuat di hadapan Notaris Aryadi, S.H.MKn, Notaris di kota Tangerang, telah diputuskan hal-hal antara lain sebagai berikut:

1. Menyetujui pembubaran Perseroan dimulai sejak tanggal Keputusan tersebut, yakni tanggal 20 Mei 2020; dan
2. Menetapkan dan menunjuk Yulius Setiarto dari Kantor Hukum SNP Law Firm selaku likuidator Perseroan (**"Likuidator"**) dan memberikan kepada Likuidator seluruh kewenangan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun pembubaran Perseroan tersebut dilakukan berdasarkan Pasal 142 ayat (1) huruf a Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (**"UUPT"**).

Dalam jangka waktu 60 (enam puluh) hari sejak tanggal pengumuman ini, bagi para pihak yang memiliki tagihan dapat menghubungi dan menyampaikan langsung kepada Likuidator secara tertulis dan disertai dengan asli bukti tagihan dan dokumen-dokumen pendukung beserta fotokopinya, asli surat kuasa (apabila dikuasakan) secara lengkap, pada setiap hari kerja dari pukul 10.00 WIB s.d 15.00 WIB, ke alamat sebagai berikut:

SNP Law Firm
Epicentrum Walk Office 5th Fl. Unit 512A, Kompleks Rasuna Epicentrum, Jl. H.R. Rasuna Said, Karet Kuningan, Jakarta Selatan 12940
atau
Tebet Timur Dalam VI F No.11, Tebet, Jakarta Selatan 12820
u.p. Yulius Setiarto selaku Likuidator

Demikian Pengumuman ini disampaikan oleh Likuidator Perseroan untuk memenuhi ketentuan Pasal 147 UUPT.

Jakarta, 29 Mei 2020
PT IWA DESIGN INDONESIA
(dalam Likuidasi)
Yulius Setiarto,S.H., M.H.
Likuidator

Kontan WEBINAR — LIVE ON zoom

BASIC SOCIAL MEDIA MARKETING
(FACEBOOK DAN INSTAGRAM)

BATCH 2

Day 1: Preparing Content
- Mencari/membuat gambar yang menarik untuk iklan produk Anda
- Membuat *caption* yang bisa memancing orang untuk ingin tahu lebih banyak seputar produk Anda
- *Content* apa saja yang layak dan tidak layak diiklankan

Day 2: Broadcasting Content
- Mempersiapkan facebook dan instagram untuk periklanan
- Melakukan deposit iklan
- Men-*setting* target iklan dan menayangkanny
- Memahami data setelah iklan ditayangkan

PEMBICARA
ROBERT HANSON
DIGITAL MEDIA SPECIALIST

9-10 JUNI 2020
13.30 - 16.30 WIB

PENDAFTARAN
https://bit.ly/kafbig
0819 9889 1119

TIKET ~~999K~~ **499.5K**

POWERED BY Kontan Academy