Permintaan batubara domestik menurun drastis.

Hendra Sinadia, Direktur Eksekutif APBI

Konsumsi Listrik Merosot

Permintaan PLN terhadap batubara domestik untuk kebutuhan pembangkit listrik ikut menurun

Ridwan Nanda Mulyana

JAKARTA. PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) menyatakan pandemi korona (Covid-19) turut menekan pemakaian tenaga listrik. Perusahaan setrum negara ini sedang memproses revisi Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) tahun 2020, khususnya penyerapan batubara dalam negeri sebagai salah satu bahan bakar pembangkit listrik.

Mengacu catatan PLN, saat ini permintaan beban puncak sistem Jawa-Bali menurun 11%. Selain itu, penggunaan listrik dari segmen pelanggan bisnis merosot hingga 15%. Sedangkan pemakaian listrik pelanggan industri turun 11%.

Direktur Utama PT PLN, Zulkifli Zaini mengakui, penurunan permintaan listrik menjadi pertimbangan PLN untuk mengajukan revisi RKAP tahun 2020. "Tentu kita harus *adjustment*, misalnya penurunan dari *demand*. Oleh karena itu, kami harus menyesuaikan RKAP. Ini dalam proses untuk kami sampaikan kepada pemegang saham," ungkap dia.

Asal tahu saja, pembangkit listrik tenaga uap (PLTU) yang berasal dari batubara masih menjadi penyokong terbesar penggunaan listrik dalam negeri (*lihat tabel*). PLN pada tahun ini menargetkan bisa menyerap batubara sebanyak 109 juta ton.

Direktur Energi Primer PLN, Rudy Hendra Prastowo menyampaikan, pada kuartal I 2020, penyerapan batubara cenderung masih terjaga sesuai rencana. Namun, konsumsi listrik yang semakin anjlok berimbas pada operasional pembangkit dalam menyerap batubara.

Oleh karena itu, PLN tengah mengalkulasi seberapa dalam penurunan konsumsi batubara untuk pembangkit. Perhitungan tersebut akan diajukan bersamaan dengan revisi RKAP yang disusun PLN.

"Hal ini tecermin dari operasional pembangkit mulai akhir Maret sampai sekarang. Tentu saja berdampak terhadap penurunan proyeksi kebutuhan batubara yang kita rencanakan," kata dia kepada KONTAN, Kamis (4/6)

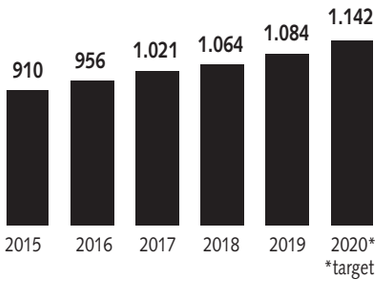
Namun Rudy belum bisa memberikan informasi mengenai skenario penyesuaian pengadaan batubara. Satu hal yang pasti, saat ini PLN masih menjaga keseimbangan antara konsumsi listrik dan penyerapan batubara yang dibutuhkan pembangkit.

Direktur Eksekutif Asosiasi Pertambangan Batubara Indonesia (APBI) Hendra Sinadia memperkirakan permintaan batubara pada kuartal kedua hingga kuartal keempat tahun ini semakin melemah.

APBI menaksir, permintaan batubara domestik hanya akan menyentuh sekitar 100 juta ton, atau lebih rendah daripada target yang ditetapkan pemerintah pada tahun ini, yang sebanyak 155 juta ton. "Menurut estimasi kami dari beberapa sumber, permintaan batubara domestik menurun drastis," kata dia.

Direktur Eksekutif Institute for Essential Services Reform (IESR) Fabby Tumiwa berpendapat, permintaan listrik pada tahun ini berpotensi lebih rendah 10%-12% dari target RKAP atau diproyeksikan terpangkas 20 juta hingga 25 juta ton di tahun ini. ■

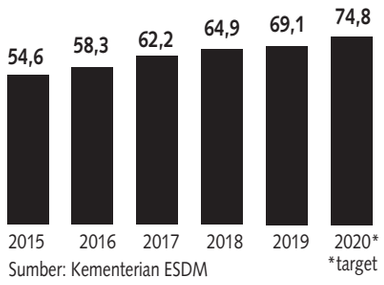
Konsumsi Listrik Nasional (kWh per kapita)



Bauran Energi Primer Pembangkit Listrik

Batubara	: 60,50%
Gas	: 23,11%
EBT	: 12,36%
BBM	: 4,03%

Peningkatan Kapasitas Pembangkit Listrik (Gigawatt/GW)



Sumber: Kementerian ESDM

Kesepakatan Harga Gas Bumi

ANTARA/HO

Direktur Utama PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) Suko Hartono (kiri) menyaksikan Presiden Direktur PT Pertagas Niaga Linda Sunarti (kedua kiri), Direktur Komersial PGAS Faris Aziz (kedua kanan) dan Direktur Utama PT Pertamina Gas Wiko Migantoro (kanan) menandatangani *letter of agreement* (LoA) tahap kedua pengguna dan harga gas bumi di bidang industri dan harga gas bumi untuk pembangkit tenaga listrik yang diselenggarakan oleh SKK Migas secara virtual di Jakarta, Rabu (3/6). PGAS Group termasuk Pertamina Gas dan Pertagas Niaga menandatangani LoA terkait harga gas bumi dengan PT Pertamina Hulu Energi untuk empat kontrak sebagai wujud implementasi Kepmen ESDM.

■ KEMASAN

Produsen Kemasan Pacu Diversifikasi

JAKARTA. Sejumlah produsen kemasan gencar melakukan diversifikasi produk untuk menahan dampak pelemahan kinerja akibat wabah korona (Covid-19).

Salah satu produsen kemasan itu adalah PT Panca Budi Idaman Tbk (PBID). Direktur dan Sekretaris PBID, Lukman Hakim menyampaikan, upaya diversifikasi memang sudah mereka lakukan sejak tahun lalu. Dalam pembukuan Panca Budi, produk-produk hasil diversifikasi ini masuk dalam kategori segmen lain-lain.

Manajemen Panca Budi perlu menempuh strategi diversifikasi untuk menjaga kinerja serta mengantisipasi risiko bisnis. Apalagi iklim bisnis di masa mendatang masih belum bisa diprediksi secara pasti setelah pandemi Covid-19.

Oleh karena itu, Panca Budi akan terus menggenjot penjualan kertas nasi, dus kue, gelas plastik, *food pack* dan ragam produk diversifikasi lainnya. "(Caranya) memperkuat distribusi dan pemasaran," ungkap Lukman kepada KONTAN, Kamis (4/6).

Upaya diversifikasi juga dilakukan oleh PT Yanaprima Hastapersada Tbk. Demi menjaga kinerja, emiten berkode saham YPAS di Bursa Efek Indonesia ini akan mengalihkan sebagian produksi untuk membuat karung beras yang permintaannya masih stabil di tengah pandemi korona. "Hal ini mengingat banyaknya organisasi dan individu yang membutuhkan karung beras untuk bantuan sosial di masa pandemi Covid-19," ujar dia.

Sementara itu, akibat dampak Covid-19, produsen kemasan kertas PT Satyamitra Kemas Lestari Tbk (SMKL) mengakui harga kertas sudah naik dari awal tahun ini. Alhasil, penjualan Satyamitra mengalami penurunan.

Direktur PT Satyamitra Kemas Lestari Tbk, Herryanto Setiono Hidayat mengungkapkan, harga kertas sudah menanjak kurang lebih 10% di awal tahun ini karena pengaruh dollar AS. Maka dari itu, SMKL telah menaikkan harga jual kemasan sebesar 3%-5% terutama untuk produk di luar kontrak. SMKL memastikan stok bahan baku kertas masih aman, yang didukung penambahan impor.

Harga kertas naik sehingga berimbas pada penurunan penjualan.

M Julian, Arfyana Citra

■ PERTAMBANGAN

Lelang Wilayah Tambang Mandek

JAKARTA. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) belum bisa melaksanakan lelang wilayah pertambangan. Hal itu akibat belum terbitnya aturan turunan dari perubahan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara (Minerba).

Direktur Bina Program Minerba Kementerian ESDM, Muhammad Wafid Agung menyampaikan, pihaknya memang sudah merencanakan akan menggelar lelang tiga wilayah pertambangan pada kuartal I-2020.

Ketiga WIUPK tersebut merupakan tambang nikel di Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Di antaranya WIUPK Pongkeru seluas 4.252 hektare (ha), WIUPK Lingke Utara seluas 943 ha dan WIUPK Bulubalang seluas 1.666 ha.

Wafid bilang, selain menanti aturan turunan UU Minerba, lelang itu belum dapat terlaksana seiring adanya Kepmen ESDM No. 80 K/32/MEM/2020 tentang Formula Perhitungan Harga Kompensasi Data Informasi (KDI) WIUP dan WIUPK.

Melalui beleid yang terbit pada bulan April 2020 tersebut, pemerintah mesti menyesuaikan lagi harga KDI WIUP dan WIUPK yang sudah ditetapkan Menteri ESDM sebelum ditawarkan atau dilelang. "Tetapi ini tidak bisa segera dilaksanakan karena terbentur oleh disetujuinya RUU Minerba pada bulan Mei lalu," kata dia, Kamis (4/6).

Wafid menyebutkan, dalam enam bulan sejak UU Minerba yang baru disahkan, maka tidak ada pemberian izin WIUP dan WIUPK sampai diselesaikannya peraturan pelaksana dari beleid tersebut. "Jadi saat ini semuanya ditunda, tidak ada lelang wilayah pertambangan," ujar dia.

Sebelumnya ada empat WIUPK penetapan 2018 yang akan dilelang terbuka yakni WIUPK nikel Suasua, WIUPK nikel Latao, WIUPK nikel Kolonodale dan WIUPK batubara Rantau Pandan. Namun tidak ada satu pun WIUPK yang berhasil dilelang akibat terganjal permasalahan administrasi dan kasus hukum, terutama terkait dengan tumpang tindih lahan dan perizinan.

Dimas Andi Shadewo

Siasat Bisnis

Setiap Individu adalah Penjual

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

Mungkin Anda termasuk mereka yang punya mindset *bahwa "saya tidak pandai menjual," padahal faktanya sejak lahir kita telah "menjual." Menjual di sini tidak selalu merupakan transaksi jual-beli. Bisa saja mengutarakan suatu ide atau informasi agar diikuti atau disetujui oleh orang lain.*

Ketika kita "menyarankan," "meminta," atau "mengharapkan" seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang kita utarakan, maka sesungguhnya kita sedang "menjual."

Ketika orang lain melakukan hal-hal yang kita harapkan atau inginkan, itulah tanda kesuksesan penjualan kita.

Jadi, tidak ada kata "tidak bisa" atau "tidak suka" menjual dalam kamus Anda. Yang penting adalah menguasai konsep, mindset *dan prosesnya agar proses "menjual" dapat tercapai dengan seoptimal mungkin.*

Di tempat kerja, setiap pegawai dan anggota tim manajemen merupakan "penjual" dengan keunikan mereka sendiri-sendiri. Lantas, manajemen perlu mempunyai program yang menghargai setiap usaha mereka, apapun bentuk "penjualannya."

Pada dasarnya, proses "menjual" sendiri mempunyai enam langkah.

Pertama, proses menjual mungkin terasa instingtif, namun sesungguhnya Anda perlu punya perencanaan.

Jawablah dengan jujur apa yang Anda targetkan, siapa yang dapat membantu pencapaian target itu, bagaimana dapat dicapai, kekurangan-kekurangan Anda yang berkenaan dengan proyek tersebut, dan seberapa confidence *Anda dalam memberikan* request.

Strategi menjual merupakan fondasi awal setiap aktivitas individu. Bahkan ketika Anda masih kanak-kanak sekalipun, misalnya hendak pergi bermain ke rumah teman, Anda perlu "menjual" tujuan dan manfaatnya sehingga diberi izin oleh orang tua.

Kedua, mencari kesempatan-kesempatan penjualan dalam setiap celah yang tersedia. Bayangkan, dengan kemampuan ini, Anda akan semakin mudah mendapatkan hal-hal baru yang mendukung pencapaian.

Ada banyak jasa-jasa online *yang masih belum populer digunakan, padahal menggunakan mereka akan sangat membantu dalam eksekusi berbagai kesempatan. Perhatikan bagaimana Anda dapat mengoptimalkan aktivitas dengan menggunakan situs-situs tersebut.*

Ketiga, hampir setiap aktivitas manusia merupakan transaksi "jual beli." Ini tentu dalam arti figuratif, namun jika Anda renungkan, hal ini benar adanya karena hidup sendiri merupakan sebuah transaksi.

Kita tidak dapat hidup sendirian, selalu ada peran serta orang banyak. Dari apa yang kita makan, minum, dan pakai, semuanya dibangun dan diproduksi oleh orang lain. Dan kita hidup bersosial dalam lingkungan internal dan eksternal. Setiap dinamika yang terjadi pasti punya interaksi "jual beli" walaupun bersifat abstrak.

Keempat, bangun kepercayaan (trust). *Untuk itu, Anda sangat memerlukan gaya komunikasi yang dapat dipercaya, termasuk konten, konsep, dan bahasa tubuh positif.*

Belajarlah mendengarkan orang lain dengan empati dan aktif. Observasi pihak lain dengan seksama. Usahakan berkomunikasi ketika Anda dan pihak lain dalam kondisi sama-sama positif dan percaya diri. Dan ingat untuk selalu untuk menjaga kosakata yang digunakan agar selalu positif dan tidak menghakimi.

Kelima, beranilah mengutarakan apa yang Anda harapkan.

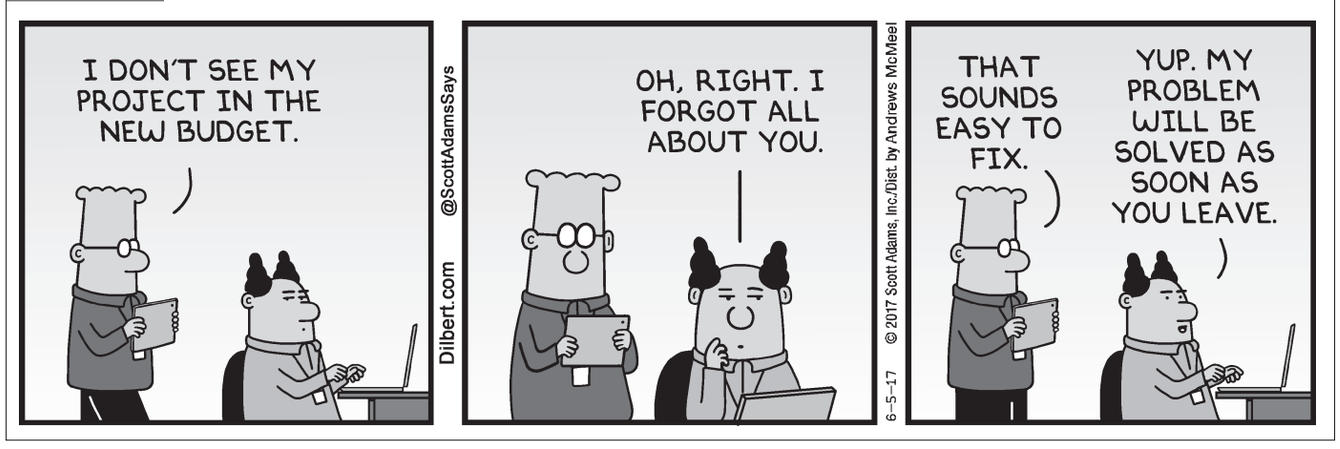
Jangan semata-mata berharap akan sesuatu terjadi, namun secara proaktif bekerjalah dengan S-M-A-R-T.

Perhatikan dan jawablah apa yang dapat Anda raih atau sebaliknya. Kenali risiko-risikonya. Dan kenali bagaimana reaksi Anda apabila pengajuan suatu "penawaran" ditolak. Belajar untuk tetap graceful *apapun yang terjadi, baik menang maupun kalah.*

*Keenam, sebuah transaksi atau aksi tidak serta-merta ditutup hanya dengan sebuah pelayanan telah selesai. Setiap transaksi atau aksi perlu di-*follow-up *dengan positivitas yang dapat menarik* repeat order *dan* word-of-mouth.

Jadi, dengan kata lain, Anda perlu memperhatikan hubungan jangka panjang dengan setiap stakeholder *di dalam maupun di luar.*

Akhir kata, mau tidak mau, suka atau tidak suka. Kita semua "menjual," minimal menjual ide, informasi dan konsep. Dan kita juga adalah "pembeli" baik produk-produk dan jasa-jasa kasat mata serta informasi dan konsep tidak kasat mata.

Bersahabatlah dengan sisi Anda "si penjual." Upgrade skill *ini sebaik mungkin sehingga Anda mampu menjual secara alami dan organik. Selamat menjual.* ■

DILBERT