Kemungkinan butuh waktu satu hingga tiga bulan lagi bagi industri kimia untuk recovery.

Michael Susanto Pardi, Ketua Asosiasi Kimia Dasar Anorganik Indonesia

Gas Industri Tak Maksimal

Hingga kini masih banyak industri yang belum mendapatkan harga gas US$ 6 per mmbtu

Dimas Andi Shadewo

JAKARTA. Kebijakan penurunan harga gas industri menjadi US$ 6 per mmbtu dinilai belum berjalan maksimal. Saat ini masih terdapat konsumen yang membayar tarif gas dengan harga yang dipatok sebelumnya atau di atas US$ 6 per mmbtu.

Asosiasi Aneka Industri Keramik Indonesia (Asaki) mencatat, implementasi harga gas industri sebesar US$ 6 per mmbtu yang berlaku sejak April tahun ini belum berjalan sesuai harapan para pelaku industri keramik nasional.

Ketua Umum Asaki, Edy Suyanto mengatakan, untuk pemakaian gas selama bulan Juli, baru sebanyak 44% pelaku industri keramik yang berbasis di Jawa bagian barat yang bisa menikmati harga US$ 6 per mmbtu sesuai Keputusan Menteri ESDM No. 89 K/10/MEM/2020.

Adapun 56% pelaku industri keramik di sana masih membayar gas dengan harga sebesar US$ 9,16 per mmbtu. Di saat yang sama, industri keramik di Jawa Timur masih tetap membayar pemakaian gas dengan harga US$ 7,98 per mmbtu.

Oleh karena itu, Asaki terus mendesak PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) mempercepat proses *letter of agreement* (LoA) dengan pelaku industri gas di sektor hulu. "Sebanyak 20% dari total alokasi sesuai Kepmen, sedangkan 80% masih dengan harga lama," ungkap Edy kepada KONTAN, Rabu (22/7).

Ketua Asosiasi Kaca Lembaran dan Pengaman (AKLP), Yustinus Gunawan juga bilang, kebijakan harga gas US$ 6 per mmbtu belum dirasakan pelaku industri kaca secara keseluruhan.

Hingga Juni lalu, volume gas yang harganya US$ 6 per mmbtu untuk anggota AKLP di Jawa bagian barat baru terealisasi sebanyak 44%. Hal yang dia ketahui, belum maksimalnya pemberlakukan harga gas US$ 6 per mmbtu lantaran pembahasan LoA antara PGAS dan ConocoPhillips belum selesai.

Daya beli lemah

Implementasi harga gas di Jawa Timur juga belum terealisasi secara proporsional. Alasannya, salah satu produsen gas hulu di Jawa bagian timur yaitu PT Minarak Brantas Gas belum selesai menandatangani perjanjian penyesuaian harga gas. "Mudah-mudahan ada solusi pada bulan Juli ini," kata Yustinus.

Sementara Ketua Asosiasi Kimia Dasar Anorganik Indonesia (Akida) Michael Susanto Pardi menilai kondisi industri kimia nasional belum membaik meskipun harga gas industri sudah turun di kisaran US$ 6 per mmbtu.

Pabrik-pabrik kimia dalam negeri sebenarnya sudah kembali beroperasi setelah Lebaran lalu. Namun daya beli konsumen hingga kini masih terbilang rendah, yang salah satu pemicunya adalah wabah korona (Covid-19).

Alhasil, saat ini hasil produksi pabrik kimia lebih ditujukan untuk memenuhi stok di gudang, bukan benar-benar terserap di masyarakat.

"Sejauh ini kondisi industri kimia belum membaik. Kemungkinan butuh waktu satu hingga tiga bulan lagi untuk *recovery*," ungkap Michael, Kamis (23/7).

Dia menjelaskan, pada bulan Mei dan Juni lalu, kapasitas industri kimia nasional secara rata-rata berada di level 30%-40%. Michael mengharapkan kapasitas itu dapat meningkat ke level 40%-50% pada kuartal III 2020. ■

Mengerek Daya Saing

DI antara sektor industri, ada yang telah mendapatkan harga gas industri ideal. Salah satunya, PT Pupuk Indonesia (Persero). Pupuk Indonesia menilai kebijakan penurunan harga gas industri menjadi US$ 6 per mmbtu membawa angin segar bagi bisnis mereka pada tahun ini.

Kepala Komunikasi Korporat PT Pupuk Indonesia, Wijaya Laksana mengatakan, gas menjadi komponen terbesar dalam produksi pupuk urea, yakni 70%. Alhasil, implementasi harga gas US$ 6 per mmbtu berdampak positif bagi bisnis Pupuk Indonesia. "Daya saing produk kami naik karena biaya produksi lebih efisien," imbuh dia. Berkat harga gas yang turun, utilitas pabrik Pupuk Indonesia mengalami peningkatan sepanjang tahun 2020. ■

Bantuan Mobil Laboratorium

Dok. Barito

Direksi PT Mastindo Mulia Yazirwan Uyun (kanan) dan Kepala BNPB Doni Manardo menandatangani dokumen penyerahan bantuan Mobil Lab PCR kepada BNPB di Jakarta, Rabu (22/7). Bantuan mobil laboratorium yang berasal dari pimpinan Barito Pacific Group Prajogo Pangestu ini bertujuan untuk mempercepat jumlah warga yang di tes PCR swab dalam rangka penanganan pandemi Covid-19.

KOMPONEN OTOMOTIF

Kuartal II, Penjualan SMSM Masih Seret

JAKARTA. Penjualan emiten komponen otomotif PT Selamat Sempurna Tbk (SMSM) masin seret di kuartal II 2020. Meski belum merinci detail data penjualan, SMSM menyebut penjualan komponen kuartal II turun lebih dalam dibanding kuartal I 2020.

Lidiana Widjojo, *Corporate Secretary* PT Selamat Sempurna Tbk (SMSM) menyebut, penjualan komponen otomotif mengalami penurunan selama masa pandemi. Penjualan komponen perusahaan ini lebih banyak ke *aftermarket* atau *replacement* dibandingkan dengan mobil baru.

"Gambarannya, kuartal kedua, penurunan penjualan (komponen) lebih besar dari kuartal I 2020," jelasnya kepada KONTAN, Kamis (23/7).

Hingga akhir Maret 2020, kata Lidiana, penjualan komponen perusahaan ini sudah turun 25% *year on year* (yoy). Kata dia, hampir sebagian besar produk Selamat Sempurna mengalami penurunan penjualan, utamanya penjualan di anak usaha PT Hydraxle Perkasa yang memproduksi hidraulik serta perakitan *dump body* ini.

Melansir laporan keuangannya kuartal I 2020, SMSM mencatatkan penjualan neto sebesar Rp 803,05 miliar. Angka ini turun 9,85% secara tahunan atau *year on year*. Periode sama tahun lalu, SMSM berhasil membukukan penjualan sebesar Rp 890,85 miliar. Adapun beban pokok penjualan SMSM juga turun 10,58% yoy menjadi Rp 559,03 miliar di kuartal I 2020.

Adapun, penjualan SMSM luar negeri turun 12,48% yoy menjadi Rp 510,10 miliar, sementara itu penjualan di pasar lokal juga turun 4,88% yoy menjadi Rp 292,95 miliar.

Sebelumnya, Lidiana memaparkan turunnya *top line* di kuartal I 2020 disebabkan turunnya penjualan ekspor produk filter ke Malaysia, Jepang dan Singapura. Lebih jelasnya, Lidiana menduga distributor wait and see kondisi karena produk SMSM yang telah dibeli akan dijual lagi ke pelanggan mereka.

Meski penjualan SMSM tertekan, Lidiana menjelaskan Selamat Sempurna telah menyiapkan strategi untuk mensiasati dampak pandemi Corona. "Kami melakukan efisiensi banyak hal, termasuk perampingan karyawan, memperbaiki fasilitas produksi, lebih fokus ke *cost reduction* program serta memperkuat *cash flow*," kata dia.

SMSM juga menyiapan *stock* sebagai antisipasi peningkatan permintaan saat *lockdown* di berbagai negara dibuka.

Arfyana Rahayu

AGRIBISNIS

BEEF Kurangi Impor

JAKARTA. PT Estika Tata Tiara Tbk memilih memelihara sapi sendiri untuk dipotong dan memenuhi pesanan dari pelanggan. Selama ini, emiten dengan kode saham BEEF di Bursa Efek Indonesia itu nyaris memenuhi 100% kebutuhan sapi hidup dari Australia.

Direktur Utama PT Estika Tata Tiara Tbk, Yustinus Sadmoko mengungkapkan, sesuai analisis, tingkat profitabilitas pemeliharaan sapi impor dalam beberapa waktu terakhir kurang menguntungkan. "Jadi lebih baik kami memelihara sapi sendiri," jelas dia kepada KONTAN, Senin (20/7).

Yustinus menjelaskan, margin memelihara sapi impor tak sesuai ekspektasi karena ada risiko selisih kurs. Memang ada prospek dari kebijakan penghapusan bea impor sapi dari Australia. Tapi, para pebisnis di Australia memanfaatkan kebijakan itu untuk menaikkan 20% harga sapi. "Jadi, kami tunggu sampai sampai tingkat profitabilitas bisnis sapi normal," ujar dia.

Dalam laporan keuangan kuartal I-2020, tercatat aset biologis BEEF turun hingga 70,25% *year on year* (yoy) menjadi Rp 32,87 miliar dari sebelumnya Rp 110,46 miliar di kuartal I-2019.

Manajemen BEEF mengklaim, menciutnya aset biologis ini lantaran pelemahan ekonomi akibat korona (Covid-19). Kini Estika Tata Tiara hanya membeli sapi sesuai pesanan pelanggan saja.

Tahun ini, kata Yustinus, ada sejumlah investasi yang ditunda. Namun peremajaan mesin demi mempertahankan kapasitas pabrik dilanjutkan dan fokus mengoptimalkan lini *processing* dan logistik.

BEEF meraih penjualan Rp 374,19 miliar pada kuartal I 2020, naik 34,47% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya senilai Rp 278,27 miliar. Namun mereka menderita rugi bersih tahun berjalan Rp 31,84 miliar dibandingkan kuartal I 2019 yang meraup laba Rp 15,49 miliar.

Estika Tata Tiara mengungkapkan, peningkatan penjualan pada kuartal pertama diperoleh dari aset biologis yang naik menjadi Rp 196,75 miliar dari semula Rp 108,93 miliar.

Penjualan daging jeroan dan produk sapi lokal membukukan Rp 29,87 miliar. Peningkatan beban pokok penjualan sebesar 60% menjadi Rp 371,14 miliar, penyebab bottom line tertekan.

Arfyana Citra Rahayu

Siasat Bisnis

Zoom Merajalela

Era pandemi ini ditandai oleh merajalelanya penggunaan dan para pengguna Zoom. Rapat-rapat kantor dan proses belajar-mengajar banyak dilakukan dengan platform populer ini. Anda pasti pernah menggunakan, atau minimal, mendengar frasa "Zoom meeting."

Padahal, beberapa bulan sebelum pandemi, Zoom hanyalah startup *aplikasi* video conferencing *biasa yang sesekali digunakan oleh para manajer HR untuk mewawancarai kandidat pelamar dan beberapa fungsi rapat jarak jauh yang tipikal. Di kala* lockdown *alias PSBB, aplikasi Zoom sangat membantu aktivitas-aktivitas WFH* (work from home) *dan SFH* (schooling from home).

Pengguna hariannya melonjak 20 kali lipat dari 10 juta di bulan Desember 2019 hingga lebih dari 200 juta di April 2020. Harga sahamnya pun telah meroket tajam dari US$ 60-an di akhir tahun lalu hingga mencapai US$ 275 pada bulan Juli 2020.

Zoom didirikan pada tahun 2011 oleh Eric Yuan, insinyur veteran dalam teknologi video conferencing. *Ia dilahirkan di Shandong, China pada tahun 1970. Pada akhir 1990-an, ia hijrah ke Silicon Valley di California setelah mengalami penolakan aplikasi visa sebanyak delapan kali.*

Di sana, ia bekerja di Webex, salah satu perusahaan pelopor teknologi video conferencing. *Pada tahun 2007, Webex diakuisisi oleh Cisco.*

Yuan paham betul akan visi dan tren smartphone *beserta aplikasi-aplikasi* video conferencing *yang kompatibel dengan* gadget mobile *seperti* smartphone *dan tablet. Namun Cisco tidak begitu tertarik dengan ide ini, sehingga ia pun mengundurkan diri.*

Jadilah Yuan dan mantan kolega-koleganya di Cisco/Webex mendirikan Zoom. Di bulan April 2019, Zoom (ticker: ZM) go public *di Nasdaq AS. Pada hari pertama trading, harga sahamnya berhasil naik 72% dengan valuasi US$ 16 miliar.*

Saat ini, konsumen dapat menggunakan aplikasi Zoom ini secara gratis untuk maksimal 100 peserta online meeting. *Yang berbayar mencakup 1.000 peserta. Bayaran per bulan juga bertingkat tanpa memberatkan* budget.

Di era pandemi, jumlah pengguna Zoom yang 20 kali lipat dibandingkan dengan masa-masa normal ternyata membuka beberapa isu keamanan dan privasi. Salah satu masalahnya adalah konten video chat *yang di-*share *kepada perusahaan-perusahaan* ad-tracking.

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

Fitur video recording *dan* video transcribing *berjalan secara otomatis. Namun* end-to-end encryption *Zoom juga ternyata tidak berjalan sempurna, sehingga rawan penyadapan.*

Fitur attendee attention tracking tool *memberi* alert *kepada* organizer meeting *mengenai perilaku peserta yang membuka browser lain ketika* meeting *berlangsung. Ini membuat privasi pengguna agak terusik. Internet trolls juga dikenal menargetkan Zoom calls, kelas-kelas daring, dan ibadat-ibadat gereja dengan cara melakukan "zoombombering."*

Didirikan oleh para insinyur teknologi asal negara China ternyata memperkeruh suasana selama era pandemi ini, mengingat Presiden Trump mempermasalahkan "virus asal China." Sering kali, meeting-meeting *daring juga ditransmisikan ke server yang berlokasi di China.*

Masalah keamanan data pengguna menjadi isu penting, mengingat espionage *yang bisa saja dilancarkan oleh pihak-pihak tertentu. Jadilah Pemerintah AS, Google, SpaceX dan perusahaan-perusahaan AS lainnya menghentikan penggunaan Zoom. Pemerintah India juga dikenal sebagai anti Zoom.*

Sekolah-sekolah di Singapura dan NYC telah melarang penggunaan Zoom dalam kegiatan belajar dan hiring pegawai. Mengingat berbagai komplain dan larangan penggunaan di berbagai negara, Zoom akhirnya meningkatkan fitur-fitur privasi dan keamanan.

Ini diawali dengan menghapuskan attendee attention tracking tool. *Selain itu, mereka memberikan akses bagi pengguna berbayar untuk memilih data* meeting *ditransfer ke negara mana saja tempat lokasi server mereka. Para pengguna kini juga dapat melaporkan kejadian-kejadian Zoombomber oleh* hacker *ke* customer service.

Apakah Zoom masih akan terus digunakan oleh lebih dari 200 juta konsumen pasca pandemi? Mari kita amati popularitas Zoom di masa depan. ■

DILBERT

Kontan WEBINAR
LIVE ON zoom

BASIC SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY
(FACEBOOK & INSTAGRAM)
BATCH 4
ROBERT HANSON

Bagaimana cara membuat content yang menarik?
Bagaimana membuat targeting yang tepat agar iklan Anda disaksikan oleh orang-orang yang tepat pula?
Apa saja yang menjadi parameter keberhasilan sebuah iklan di social media?

Day 1 : *Preparing Content*
• Mencari/membuat gambar yang menarik untuk iklan 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 & menayangkannya
• Memahami data setelah iklan ditayangkan

INVESTASI
~~999.000~~
499.500

5-6 Agustus 2020 13.30 - 16.30 WIB

PENDAFTARAN
bit.ly/kafbig4 ● 0819 9889 1119
POWERED BY Kontan Academy