Sampai sekarang belum ada sosialisasi dan kami belum menerima dana hibah.

**Andhy Irawan,**
**CEO Dafam Hotel Management**

# Pebisnis Hotel dan Wisata Menanti Dana Hibah

## Pemerintah menyiapkan dana hibah Rp 3,3 triliun untuk sektor pariwisata dan perhotelan

**Amalia Nur Fitri**

JAKARTA. Pebisnis pariwisata dan perhotelan menanti dana hibah senilai total Rp 3,3 triliun yang dijanjikan pemerintah dalam program pemulihan ekonomi nasional.

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mengemukakan dana hibah itu belum juga turun. Namun informasi yang beredar, dana hibah itu baru akan mengucur pada November tahun ini.

Sekretaris Jenderal PHRI, Maulana Yusran menyebutkan, saat ini prosesnya masih sosialisasi. "Pelaku usaha belum menerima pencairan dana hibah," jelas dia kepada KONTAN, Kamis (22/10).

Meski belum cair, dia menilai rencana tersebut merupakan bentuk perhatian pemerintah kepada para pelaku usaha pariwisata, hotel dan restoran. Hanya saja, dana hibah yang diberikan itu dinilai tidak besar dan belum bisa menutup kerugian yang dialami para pebisnis akibat pandemi korona.

Seperti diketahui, penyaluran dana hibah pariwisata ini akan bergulir melalui mekanisme transfer ke daerah. Kelak, sebesar 70% dana hibah mengucur untuk pelaku bisnis hotel dan restoran, sementara sisanya 30% untuk daerah yang digunakan sebagai bagian dalam penanganan dampak ekonomi dan sosial, khususnya sektor pariwisata akibat Covid-19.

Direktur Pemasaran PT Eastparc Hotel Tbk (EAST), Wahyudi Eko Sutoro juga mengatakan saat ini pihaknya belum menerima dana hibah yang dijanjikan pemerintah.

Tapi yang penting, secara perlahan pihaknya mulai merasakan adanya peningkatan okupansi sejak Juni tahun ini. Maklumlah, Eastparc Hotel mulai menerima kembali tamu pada Juni 2020 dengan tingkat hunian sebesar 41%.

Selanjutnya, tingkat hunian pada Juli 2020 meningkat menjadi 52%, di bulan Agustus sebesar 63% dan pada September tahun ini mencapai 65%. Okupansi yang terus meningkat setiap bulan disumbangkan oleh acara maupun *meeting* dan perjalanan dinas dari pemerintah yang mulai terlihat pada Agustus 2020, meski dalam skala kecil.

CEO Dafam Hotel Management (DHM), pengelola jaringan hotel Dafam sekaligus anak usaha PT Dafam Property Indonesia Tbk (DFAM), Andhy Irawan menyebutkan, sampai saat ini bahkan belum ada sosialisasi yang jelas dari program yang dicanangkan tersebut. "Sampai sekarang kami belum menerima," ungkap Andhy saat dihubungi KONTAN, kemarin.

Sementara itu, pengelola hotel kelas bintang 5 Le Meridien Bali, PT Ristia Bintang Mahkotasejati Tbk (RBMS), juga masih bertanya-tanya dan menggali informasi mengenai sasaran dana hibah bagi pebisnis hotel . "Saya sedang bertanya-tanya, apakah hotel bintang 5 juga mendapatkan dana hibah tersebut," ungkap Richard Wiriahardja, Direktur Utama RBMS, kepada KONTAN.

*VP Operations of* RedDoorz, Adil Mubarak menilai bahwa program yang dibuat pemerintah untuk membantu perhotelan, pariwisata domestik juga s*taycation* turut membantu pebisnis bidang perhotelan. "Jadi di masa ini sebaiknya dimanfaatkan sebagai peluang untuk melakukan riset. Juga memanfaatkan teknologi untuk membuat konsumen merasa aman menginap di hotel," kata dia dalam konferensi pers secara virtual.

Meski saat ini belum memungkinkan bagi turis mancanegara berbondong-bondong datang ke Indonesia, tetap masih ada harapan bagi pelaku wisata untuk menggenjot pasar domestik yang juga potensial. "Sebesar 70% tamu kami kembali lagi untuk menginap," imbuh dia. ■

## Dorong Peningkatan Konsumsi Sayuran

Dok. Ewindo

**Direktur** Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian RI Prihasto Setyanto (kanan) bersama *Managing Director* PT East West Seed Indonesia (Ewindo) Glenn Pardede berbincang di sela peluncuran produk Microgreens Kit Sayursupermini di Purwakarta, Jawa Barat, Rabu, (21/10). Peluncuran Microgreens Kit Sayursupermini untuk mendorong peningkatan konsumsi sayuran yang masih rendah hanya 180 gram per kapita dari standar FAO 400 gram per kapita sekaligus sebagai bentuk dukungan terhadap tren bercocok tanam yang tengah berkembang di masyarakat selama pandemi Covid-19.

MIGAS

# Pertamina Akan Jual Sebagian Blok Migas

ANTARA/Puspa Perwitasari

**Aturan** yang berlaku memberikan kesempatan bagi Pertamina mencari *partner.*

JAKARTA. PT Pertamina (Persero) dikabarkan akan menjual hak partisipasi atau *participating interest* (PI) di sejumlah wilayah kerja (WK) minyak dan gas bumi. Rencananya, pelepasan kepemilikan blok migas tersebut masih berskala kecil, tujuannya untuk mengoptimalkan kinerja Pertamina di sektor hulu.

*Corporate Secretary* PT Pertamina Hulu Energi (Upstream Subholding), Whisnu Bahriansyah mengakui ada rencana pelepasan PI. Dia bilang, pihaknya sedang mengevaluasi beberapa blok migas tersebut.

"Beberapa blok migas yang berskala kecil mungkin dapat dikerjasamakan dengan pihak lain," ungkap dia kepada KONTAN, Kamis (22/10).

Whisnu memastikan kajian internal masih terus berlangsung untuk opsi pencarian mitra ini.

Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Nicke Widyawati sebelumnya mengatakan, pihaknya sudah membagi hak pengelolaan blok migas ke dalam empat klaster atau kelompok. Hal ini akan menjadi dasar dalam penentuan klaster mana yang akan diprioritaskan untuk dikerjasamakan dengan mitra strategis.

Menurut catatan Pertamina, klaster dari blok migas yang dimiliki yang produktif hanya 20% dari total blok migas, sementara 80% belum optimal. Oleh karena itu, menurut Nicke, jika memaksakan untuk berinvestasi di blok -blok yang belum optimal, maka dipastikan Pertamina akan mengeluarkan dana tidak sedikit.

Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi (SKK Migas) menyambut baik niat Pertamina.

Plt Kepala Divisi dan Program Komunikasi SKK Migas Susana Kurniasih menuturkan, pencarian mitra Pertamina dapat mendorong kegiatan eksplorasi secara masif. "Aturan yang berlaku memang memberikan kesempatan bagi Pertamina mencari *partner* sepanjang mereka bisa mempertahankan posisinya sebagai pemegang saham mayoritas," ujar dia kepada KONTAN, Kamis (22/10).

**Blok migas yang akan dilepas Pertamina merupakan blok berskala kecil.**

SKK Migas mengharapkan Pertamina menggandeng perusahaan migas yang memiliki modal dan teknologi sesuai persyaratan dalam *Production Sharing Contract* (PSC).

Sementara itu, Wakil Ketua Komisi VII DPR RI Eddy Soeparno menuturkan blok migas yang diharapkan dapat dikerjasamakan yakni blok migas yang baru diperoleh. "Sempat ada pembahasan terkait blok yang sifatnya masih baru, karena kalau masih baru aspek eksplorasinya masih tinggi," ujar dia.

Adapun untuk kebutuhan mendorong eksplorasi, maka Pertamina perlu menggandeng mitra yang memenuhi aspek finansial dan teknologi.

**Filemon A Hadiwardoyo**

**Siasat Bisnis**

# *Coupang Makin Jaya di Era Pandemi*

*Coupang dikenal sebagai Amazon-nya Korea Selatan. Diawali di tahun 2010 sebagai situs ala Groupon, kini Coupang adalah* online retailer unicorn *besar yang sangat diperhitungkan dengan omzet lebih dari US$ 10 miliar per tahun.*

*Coupang berkantor pusat di Seoul dan cabang-cabangnya dapat dijumpai di Shanghai, Beijing, Los Angeles, Seattle dan Silicon Valley. Omzet di tahun 2018 telah mencapai 2,7 triliun Won dengan pengguna aktif harian mencapai 3,5 juta orang di tahun 2019. Aplikasi Coupang telah diunduh lebih dari 25 juta kali yaitu separuh dari penduduk Korsel.*

*Didirikan oleh CEO Bom Kim yang* dropout *dari Harvard Business School pada tahun 2010, Coupang telah divaluasi lebih dari US$ 9 miliar. Para investornya pun tidak tanggung-tanggung termasuk Sequoia Capital, Softbank dan BlackRock.*

*Hebatnya, Coupang semakin berjaya di era pandemi dengan total pegawai baru lebih dari 12.000.* Retailer *daring ini kini adalah salah satu dari empat perusahaan Korsel dengan jumlah pegawai terbanyak. Tiga yang terbesar adalah Samsung, Hyundai dan LG.*

*Pekerja* delivery *yang dikenal sebagai Coufriends alias Coupang Friends saja telah mencapai 10.000. Mereka bukan pekerja* freelance, *namun penuh waktu yang bekerja selama lima hari dalam satu minggu dan mendapatkan benefit sebagai pegawai tetap. Armada pengiriman* high-tech *nan super rapi ini memungkinkan melayani pelosok Korsel dengan serentak.*

*Sistem* delivery *ini secepat roket sehingga dinamakan Rocket Delivery. Konsumen bisa pesan suatu produk secara daring pada malam hari dan sebelum jam 7 pagi akan telah diterima di destinasi.*

*Uniknya, sebelum IPO di tahun 2013, model bisnis Coupang diubah lagi dari* e-commerce marketplace *menjadi* end-to-end e-commerce platform *yang didesain untuk melayani konsumen dari transaksi* online *hingga* delivery *ke tujuan. Korsel sendiri adalah pasar* e-commerce *yang sangat besar, ranking 5 secara global setelah China, AS, Inggris dan Jepang.*

*Rahasia sukses Coupang? Pertama, karakteristik pasar.*

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

*Bagi kultur Korsel yang "palipali" alias "mau apa-apa cepat", servis ini jitu ke sasaran. Dikenal sebagai negara dengan jam kerja panjang, konsumen jelas membutuhkan jasa* delivery *untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Selain itu, para* single *mencakup 30% dari konsumen. Mereka juga punya keterbatasan waktu dalam berbelanja.*

*Kedua, infrastruktur digital dan kecepatan internet. Korsel dikenal dengan teknologi mobile-nya yang canggih, seperti Samsung dan LG.*

*Selain itu, kecepatan koneksi internetnya baik* mobile *maupun* broadband *termasuk yang tertinggi di dunia selain UAE, China dan Singapura.*

*Ketiga, secara lanskap geografis, Korsel termasuk kompak sehingga logistik lebih sederhana dibandingkan negara-negara lain, seperti Indonesia. Jadilah Rocket Delivery dan sistem* fulfillment *Coupang memungkinkan untuk gerak cepat dan rapi. Berbeda dengan Amazon yang masih lebih banyak mengandalkan jasa-jasa kurir seperti FedEx dan UPS serta kantor pos USPS.*

*Dalam 24 jam, bisa dipastikan 99% pesanan yang diterima sudah sampai di tempat. Mengingat demografi konsumennya yang bekerja dengan jam kerja panjang, sepertiga dari jumlah pesanan diterima antara jam 22 dan 24 setiap malam.*

*Bisa dipahami sistem* delivery in-house *mereka membutuhkan integrasi canggih antara pesanan* online *dan* back office *sebagai sentra* fulfillment *dan* shipping.

*Keempat, fokus ke pasar domestik. Pada saat ini, mereka fokus ke pasar lokal Korsel. Namun PR kesiapan penetrasi di berbagai negara telah dimulai dengan* benchmark *kesuksesan di Korsel dengan kelebihan setiap negara atau lokalitas.*

*Kantor cabang Coupang di Silicon Valley, misalnya, merupakan sentra teknologi dengan* engineer *dan* programmer *andal. Sedangkan kantor pusat Seoul lebih mengurus administrasi dan manajemen. Cabang Shanghai mengurus inventori stok dan* engineering.

*Kelima, fokus kepada satu aspek kebutuhan konsumen yang sangat dibutuhkan.*

*Strategi Rocket Delivery benar-benar tepat sasaran bagi kebutuhan konsumen Korsel yang unik dan sangat mendewakan kecepatan dan ketepatan. Kurang dari 24 jam, pesanan dapat diterima dalam kondisi prima dan siap dipakai saat itu juga.*

*Kehebatan Coupang sangat erat hubungannya dengan kejernihan visi* founder *Bom Kim dan pendanaan yang didukung oleh VC-VC kawakan.*

*Keberanian Kim untuk* pivot *beberapa kali dalam mewujudkan visinya memberi tambahan* booster *di saat yang tepat. Selamat menjadikan Coupang sebagai* benchmark. ■

OTOMOTIF

# Geliat Logistik Kerek Bisnis Mobil Niaga

JAKARTA. Berbanding terbalik dengan melemahnya permintaan pasar mobil nasional. Tren permintaan kendaraan niaga khususnya model pikap justru mengalami peningkatan pada September tahun ini. Hal tersebut didorong oleh permintaan logistik yang masih bergeliat di tengah pandemi korona (Covid-19).

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) penjualan ritel pikap di bulan kesembilan tahun ini tercatat sebanyak 8.485 unit. Jika diakumulasi dari Januari hingga September 2020, total penjualan ritel pikap mencapai 62.593 unit. Penjualan di bulan September tersebut mampu tumbuh sekitar 24% dibandingkan bulan Agustus 2020 yang sebanyak 6.829 unit.

Realisasi Januari-September 2020 memang masih turun dibandingkan perolehan di periode yang sama tahun lalu sebanyak 97.021 unit.

*Marketing Communication Dept Head* PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI), Puti Annisa menilai, tren permintaan pikap disokong oleh sektor industri logistik yang masih menggeliat di masa pandemi ini.

"Salah satunya efek aktivitas penjualan *e-commerce* yang membutuhkan jasa kurir," terang dia kepada KONTAN, Rabu (21/10).

Isuzu memiliki model pikap Isuzu Traga. Hingga September tahun ini, manajemen Isuzu mengklaim penjualan model tersebut tidak mengalami penurunan dibandingkan tahun lalu. Selama bulan September 2020, penjualan *wholesales* Isuzu Traga mencapai 732 unit atau naik 12% dibandingkan Agustus tahun yang sama 652 unit. Per akhir September 2020, total penjualan Isuzu Traga mencapai 4.557 unit.

Tren pertumbuhan penjualan pikap juga dialami Daihatsu. Di bulan September 2020, penjualan ritel Daihatsu tercatat 2.763 unit atau naik lebih dari dua kali lipat dibandingkan Agustus 2020 sebanyak 826 unit. Secara akumulasi sampai September tahun ini, produsen pikap merek Grand Max tersebut mencatatkan penjualan pikap 15.721 unit.

Hal itu membuat Daihatsu menguasai 25% pangsa pasar pikap nasional. Amelia Tjandra, Direktur Marketing PT Astra Daihatsu Motor (ADM) menyatakan, permintaan pikap di bulan September menguat.

"Penjualan *wholesales* meningkat karena memenuhi stok di pasaran yang memang menipis," ucap dia kepada KONTAN, Rabu (21/10).

Meski demikian, Amelia tak menampik bahwa geliat di sejumlah sektor industri seperti logistik maupun usaha kecil menengah (UKM) pada masa pandemi korona turut melambungkan permintaan kendaraan komersial mini ini.

Direktur Pemasaran PT Toyota Astra Motor (TAM) Anton Jimmi Suwandy sebelumnya sempat mengatakan, prospek bisnis kendaraan niaga ringan bukan hanya datang dari pikap, namun juga permintaan ambulans. Menurut dia, permintaan untuk mobil ambulans ada peningkatan signifikan di masa pandemi.

**Agung Hidayat**

DILBERT