

Di triwulan I 2021, realisasi produksi batubara setara 23% dari target produksi 625 juta ton.

**Sujatmiko, Direktur Pengusahaan Batubara Kementerian ESDM**

# Para Pemain Besar Batubara Kian Berkibar

Harga batubara naik, produsen pacu produksi batubara

**Filemon A Hadiwardoyo, Ar yana Citra Rahayu**

JAKARTA. Prospek industri batubara terangkat kenaikan harga emas hitam. Akhir pekan lalu, harga batubara ICE Newcastle kontrak Juli 2021 menembus US\$ 131 per ton. Angka itu sudah menanjak 63,75% dibandingkan posisi akhir tahun lalu.

Harga tersebut juga merupakan level tertinggi harga batubara sejak Januari 2011 silam. Tren positif pasar batubara diperkirakan masih berlanjut hingga akhir tahun ini.

Tak ayal, produsen batubara dengan produksi jumbo ikut menikmati untung dari pemanasannya harga batubara. Kementerian ESDM mencatat, ada 10 produsen yang membukukan volume produksi batubara terbesar pada kuartal I 2021 (*lihat tabel*).

Posisi teratas ditempati PT Kaltim Prima Coal (KPC), salah satu entitas PT Bumi Resources Tbk (BUMI). Berdasarkan catatan KONTAN, KPC membukukan produksi pada kuartal I 2021 sebesar 14,5 juta ton. Posisi kedua adalah PT Adaro Indonesia, anak usaha PT Adaro Energy Tbk (ADRO), yang mencatatkan produksi 10,80 juta ton.

Posisi selanjutnya adalah PT Kideco Jaya Agung, anak

usaha PT Indika Energy Tbk (INDY), yang mencatatkan produksi 9,2 juta ton.

Masuk 10 besar lainnya yaitu PT Arutmin Indonesia (Grup BUMI) dengan volume produksi 5 juta ton dan PT Bukit Asam Tbk (PTBA) sebesar 4,5 juta ton.

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) menyatakan realisasi produksi batubara nasional per kuartal I 2021 mencapai 144 juta ton. Realisasi ini setara 23% dari target produksi tahun ini. "Realisasi produksi batubara triwulan I 2021 sebesar 144 juta ton atau 23% dari target produksi 625 juta ton," ujar Direktur Pembinaan Pengusahaan Batubara Kementerian ESDM Sujatmiko, kepada KONTAN, Rabu (30/6).

Direktur Eksekutif APBI Hendra Sinadia mengungkapkan, hingga Mei 2021, realisasi produksi telah mencapai sekitar 44% dari target. Dengan demikian, hingga paruh pertama tahun ini diprediksi produksi batubara bisa mencapai 50%. "Kalau melihat tren produksi meningkat di kuartal III dan kuartal IV, ada kemungkinan realisasi bisa tercapai," ujar dia.

Kenaikan kinerja dari tingginya harga batubara ikut dirasakan BUMI. "Peningkatan pendapatan 15% tercatat pada

kuartal I 2021 dibandingkan kuartal IV 2020 dengan indikasi kembali meningkatnya harga batubara dan tren ini terus berlanjut," terang Dileep Srivastava, Sekretaris Perusahaan PT Bumi Resources Tbk, Rabu (30/6).

Sementara Febrianti Nadira, Head of Corporate Communication Division PT Adaro Energy Tbk, melihat outlook industri batubara ke depan masih menghadapi sejumlah tantangan.

"Kami akan terus memaksimalkan keunggulan operasional bisnis ini, meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasi," sebut dia.

### Daftar 10 Produsen Batubara dengan Volume Produksi Terbesar (Kuartal I-2021)

Nama Perusahaan
PT Kaltim Prima Coal
PT Adaro Indonesia
PT Kideco Jaya Agung
PT Borneo Indobara
PT Berau Coal
PT Bara Tabang
PT Arutmin Indonesia
PT Bukit Asam Tbk
PT Multi Harapan Utama
PT Canda Alam Makmur

Sumber: Kementerian ESDM

### BMW M3 dan M4 Coupe Generasi Teranyar



KONTAN/Muradi

Suasana peluncuran BMW M3 dan M4 teranyar secara virtual di Jakarta (30/6). Model legendaris dari BMW M ini meluncur dengan tiga warna baru, mesin performa tinggi 510hp/650Nm, dan desain ekspresif. The New BMW M3 Competition akan ditawarkan dengan harga Rp 2,06 miliar (*off-the-road*). Sedangkan The New BMW M4 Competition Coupé akan ditawarkan di harga Rp 2,1 miliar (*off-the-road*).

### ENERGI

## Investasi EBT, Pertamina Sedia US\$ 12 Miliar

JAKARTA. Grup Pertamina menargetkan pengembangan energi bersih ke depan hingga 10 Giga Watt (GW) dengan kebutuhan investasi mencapai US\$ 12 miliar. Pertamina menggarap energi baru terbarukan (EBT) melalui Pertamina Power & New Renewable Energy (PT Pertamina Power Indonesia).

Pertamina Power & New Renewable Energy (PNRE) menaungi tiga entitas, yaitu Pertamina Geothermal Energy (PGE), Jawa Satu Power (JSP) dan Jawa Satu Regas (JSR). "Untuk mengawal transisi energi, PNRE memiliki aspirasi energi bersih dengan kapasitas terpasang 10 GW pada 2026," kata Danif Danusaputro, Chief Executive Offi-

cer Sub-holding PNRE dalam keterangan resmi, kemarin.

Sekretaris Perusahaan PT Pertamina Power Indonesia, Dicky Septriadi mengungkapkan, target pengembangan EBT hingga 10 GW ini direncanakan berlangsung hingga 2026. "Dana belanja modal (capex) untuk 10 GW diproyeksikan sekitar US\$ 12 miliar," ungkap dia dalam konferensi pers virtual yang berlangsung Kamis (1/7).

Pengembangan EBT bergulir melalui sejumlah proyek. Salah satu fokus Pertamina adalah pengembangan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) di lingkungan internal Grup Pertamina.

Selanjutnya, pengembangan PLTS dilakukan untuk seju-

lah stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU). Berdasarkan catatan, pemasangan PLTS pada SPBU ditargetkan dilakukan pada 63 SPBU dengan total kapasitas mencapai

### Pertamina membidik pengembangan EBT 10 GW hingga 2026.

385 kilowatt peak (kWp).

Masih ada sejumlah proyek pengembangan PLTS Pertamina, antara lain PLTS BTP RU II Dumai yang dibangun di wilayah residensial RU II Du-

mai, PLTS RU IV Cilacap untuk memasok kebutuhan listrik di wilayah residensial RU IV Cilacap dan PLTS Sei Mangkei untuk memasok kebutuhan listrik di wilayah Kawasan Ekonomi Khusus Sei Mangkei.

Selain itu, Dicky memastikan rencana kerjasama proyek Pembangkit Listrik Tenaga Gas (PLTG) di Bangladesh hingga saat ini masih berproses. "Awal 2021 perjanjian sudah diperpanjang. Masih menunggu *permit* dari *local entities* di Bangladesh," kata dia. Pertamina bakal menggarap proyek PLTG berkapasitas 1.400 MW di Bangladesh dengan investasi US\$ 2 miliar.

Filemon A Hadiwardoyo

## Siasat Bisnis

### Bagaimana YouTube Mengalahkan TV

YouTube, yang merupakan bagian dari Alphabet, adalah platform video sharing yang telah merambah menjadi salah satu penjual iklan digital terbesar di dunia. Bahkan siap melebihi pasar iklan televisi.

Seandainya YouTube (YT) adalah entitas mandiri, maka ia adalah penjual iklan terbesar keempat di dunia, setelah Alphabet (yang membawahi Google), Facebook dan Amazon. Revenue tahun 2020 tercatat US\$ 182,5 miliar dengan jumlah pegawai 135.301 orang dan keuntungan mencapai US\$ 40,3 miliar.

Bagi dunia televisi, Super Bowl adalah acara tahunan paling di tempat memasang iklan termahal. Berdekade-dekade, ajang ini adalah panggung terbesar bagi merek-merek paling ternama dengan jumlah pemirsa terbanyak di dunia. Setiap Februari, sekitar 96,4 juta pemirsa menonton di depan televisi tanpa kedip.

Nah, ajang Super Bowl merupakan acara langsung pertandingan football teratas di Amerika Serikat ini ternyata sangat mudah dikalahkan oleh video YT keuanya Vashketov yang terdiri dari anak-anak berusia 8 tahun yaitu Vlad dan Niki yang

berusia 5 tahun, sebagai perbandingan. Video ekspresif mereka telah ditonton 170 juta kali dengan pelangan 68 juta orang (<https://www.youtube.com/c/VladandNiki/videos>). Pada saat yang kurang lebih bersamaan dengan acara Super Bowl.

Bisa dibayangkan betapa besar bayaran iklan Google AdSense (sekarang disebut sebagai Google Ads) per bulan dan bayaran endorsement serta sponsorship per produk yang mereka terima. Kanal-kanal top di YT sangat besar penghasilannya, bahkan mencapai US\$ 50 juta per tahun. Tentu angka masif ini tak mudah dicapai mengingat kompetisi kreator konten mencapai 2 juta orang di YT.

Revenue yang dinikmati YT pada tahun 2020 mencapai US\$ 20 miliar. Revenue YT pada 2020 meningkat 31% dari tahun 2019.

Bandingkan dengan biaya akuisisi YT oleh Google pada tahun 2005 yang hanya seharga US\$ 1,65 miliar. Tampak betapa angka ini hanya seculi dari besarnya profit berkesinambungan tanpa akhir yang bakal YT dan Alphabet nikmati selama berdekade-dekade ke depan.

Dunia pertelevisian sangat terpuuk dengan menu-



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

runnya pelanggan TV kabel dari 101 juta pada 2012 ke 76 juta di 2020. Diprediksikan oleh Convergence Research bahwa akan terus menurun hingga kurang dari separuhnya pada 2025.

Iklan di TV menurun 12,5%. Sedangkan iklan video di YT meningkat lebih dari 30%. Pada 2023, diprediksikan iklan video jauh melampaui iklan-iklan di TV.

Mudahnya mencerna video-video YT selain menghibur dan menginformasi, bisa dipahami mengapa netizen lebih memilih YT dibandingkan Facebook. Menurut Pew Research, 81% warga AS ada-

lah pengguna YT dan hanya 69% yang menggunakan Facebook (FB). Generasi Milenial dan Generasi Z merajai YT, tak ketinggalan Generasi X dan Baby Boomer, mengaktifkan platform ini mudah diakses dan dinikmati tanpa perlu banyak ketak ketik.

YouTube sangat mudah bermetamorfosis menjadi "acara televisi" dengan koneksi ke smart TV. Di AS, 120 juta orang menonton video YT melalui televisi hanya dalam bulan Desember 2020. Belum lagi yang menontonnya via berbagai gadget, seperti tablet dan smartphone.

Jadi, batas antara televisi konvensional dan platform YT telah semakin kabur. Dan hanya YouTube dan Hulu yang menjual iklan, dibandingkan Netflix, Amazon Prime dan Disney+. Pilihan para pemasang iklan jelas terpacu pada dua platform itu, minimal pada saat ini.

Dengan semakin hebatnya pengaruh YouTube di dunia nyata, termasuk di bidang sosial, politik dan ekonomi, the Anti-Defamation League AS dan berbagai LSM dan think tank lainnya bertindak sebagai watchdog untuk memastikan konten YT tidak menimbulkan masalah masif di masyarakat. Sebagai kon-

toh, misinformasi tentang Covid-19, kebohongan politik dan voting politik berbagai level, dan ekstremisme dan radikalisme.

Satu kasus di mana gerakan sosial seperti BLM (Black Lives Matter) ternyata menggunakan platform YT untuk mencari dana, yaitu dengan mengajak pendukung untuk klik iklan-iklan AdSense di kanal-kanal tertentu milik pendukung kasus ini. Jadilah para pemasang iklan marah dan komplain.

Akhirnya, YT sebagai platform berbeda luar biasa ini mempunyai tanggung jawab moral dan sosial yang tidak lagi dapat dipungkiri dan diabaikan. Aturan main pun sudah semakin ketat, dari copyright issues hingga konten toxic yang membutuhkan pemantauan manusia.

Era televisi memang sudah semakin memudar dan kedaluwarsa. Platform video seperti Youtube, Vimeo dan live streaming sudah memasuki arus tengah. Sebentar lagi, televisi akan mati total. Sebagai pemasang iklan di YT, Anda punya kesempatan sama besar dengan mereka yang berasal dari perusahaan-perusahaan raksasa. Sepanjang Anda memiliki budget. Luar biasa, bukan? ■

## Info Tender & Lelang

### Pekerjaan di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

Kamis, 3 Juni – Senin, 12 Juli 2021 melalui <https://pse.kemdikbud.go.id/eproc4>

■ Pekerjaan: Rehabilitasi/ pembangunan gedung UPB BBWS Citarum; Kota Bandung; Jawa Barat; 1 unit; 1 unit; F; K; MYC Instansi: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kode Lelang: 73379064) Satuan kerja: Balai Besar Wilayah Sungai Citarum Bidang/sub. bidang: Pekerjaan konstruksi/ sesuai dokumen pengadaan yang masih berlaku Klasifikasi: Non kecil Nilai pagu paket: Rp 8.000.000.000 Nilai HPS paket: Rp 7.991.907.720 Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik: Kamis, 3 Juni – Rabu, 7 Juli 2021 melalui <https://pse.pu.go.id/>

■ Pekerjaan: Optimalisasi SPAM IKK Bajau Kabupaten Tanah Laut (NUWSP) Instansi: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kode Lelang: 73439064) Satuan kerja: Pelaksanaan Prasarana Permukiman Provinsi Kalimantan Selatan Bidang/sub. bidang: Pekerjaan konstruksi/ sesuai dokumen pengadaan yang masih berlaku Klasifikasi: Non kecil Nilai pagu paket: Rp 38.864.064.000,00 Nilai HPS paket: Rp 38.864.064.000,00 Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik: Selasa, 8 Juni – Sabtu, 3 Juli 2021 melalui <https://pse.pu.go.id/>

### Pekerjaan di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

### Pekerjaan di Kementerian Keuangan

■ Pekerjaan: Pengadaan sepatu Dinas Pegawai DJBC Tahap II tahun anggaran 2021 (tender ulang) Instansi: Kementerian Keuangan (Kode Lelang: 33770011) Satuan kerja: Kantor Pusat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Bidang/sub. bidang: Pengadaan Barang/ KBLI 4641 alas kaki sepatu perlengkapan pakaian dinas barang perlengkapan pakaian dinas dan masih berlaku Klasifikasi: Kecil Nilai pagu paket: Rp 7.996.950.000 Nilai HPS paket: Rp 1.367.001.000 Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik: Rabu, 23 Juni – Rabu, 4 Agustus 2021 melalui <https://www.lps.kemkenku.go.id/eproc4>

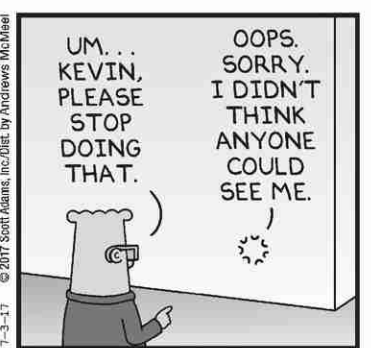
■ Pekerjaan: Renovasi lantai bangunan gedung kantor KPKNL Palangkaraya Instansi: Kementerian Keuangan (Kode Lelang: 33807011) Satuan kerja: Kantor Pelayanan Kelayakan Negara dan Lelang Palangkaraya Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi/ jasa pelaksana konstruksi bangunan hunian tunggal dan kopel BG001 yang masih berlaku Klasifikasi: Kecil Nilai pagu paket: Rp 1.239.056.000 Nilai HPS paket: Rp 1.083.818.093 Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik: Senin, 28 Juni – Rabu, 7 Juli 2021 melalui <https://www.lps.kemkenku.go.id/eproc4>

■ Pekerjaan: Pembangunan gedung kantor (tender ulang) Instansi: Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan (Kode Lelang: 33823011) Satuan kerja: Perwakilan BPKP Provinsi Papua Barat Bidang/sub. bidang: Pekerjaan konstruksi/ jasa pelaksana konstruksi bangunan komersil BG004 yang masih berlaku Klasifikasi: Non kecil Nilai pagu paket: Rp 42.397.807.000 Nilai HPS paket: Rp 42.396.198.836 Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (download) dokumen pengadaan secara elektronik: Selasa, 29 Juni – Kamis, 8 Juli 2021 melalui <https://www.lps.kemkenku.go.id/eproc4>

## DILBERT



7-3-17 © 2017 Scott Adams, Inc./Dilbert by Andrews McMeel