

Kami tentu berharap jumlah SPBU Modular dapat terus tumbuh.

Agung Saputra, Head of Dealer-owned Network Shell Indonesia

SPBU Mini Tambah Besar

Pertamina, Shell dan BP AKR terus menambah jumlah SPBU Mini di berbagai daerah

M Krishna Prana Julian

JAKARTA. Bisnis pom bensin atau stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) skala kecil mulai menjamur. Sejumlah pengelola, yakni Pertamina, Shell, BP AKR terus menambah unit SPBU mini di berbagai daerah.

Sekretaris Perusahaan Pertamina Patra Niaga Sub Holding Commercial and Trading, Putut Andriatno mengatakan, jaringan Pertamina Shop alias Pertashop terus bertambah. Sampai akhir Agustus 2021, Pertamina mencatat terdapat 2.416 unit Pertashop yang sudah beroperasi sejak awal tahun.

Pertashop merupakan outlet penjualan Pertamina berskala tertentu yang disiapkan untuk melayani kebutuhan konsumen BBM non subsidi, LPG non subsidi, serta produk ritel Pertamina lainnya.

Pada akhir tahun 2020 lalu, jumlah unit Pertashop yang sudah beroperasi berjumlah 606 unit. Dus berdasarkan hitungan KONTAN, kini sudah terdapat 3.022 unit Pertashop yang tersebar di sejumlah daerah secara kumulatif.

hun ini. Putut bilang, saat ini pihaknya sedang mengupayakan mengejar target penambahan Pertashop tersebut. Untungnya, program kemitraan Pertashop Pertamina cukup ramai peminat.

Operator lainnya, Shell Indonesia juga berharap jaringan SPBU Shell Modular bisa terus bertambah. Head of Dealer-owned Network Shell Indonesia, Agung Saputra mengatakan, SPBU Modular memiliki prospek bagus untuk

dikembangkan di Indonesia, khususnya di kota-kota lapis kedua agar dapat menjangkau lebih banyak masyarakat.

"Dengan hadirnya SPBU Shell Modular di luar kota-kota besar, kami berharap produk bahan bakar dan layanan berkualitas kami dapat diakses oleh lebih banyak masyarakat dan mendukung mobilitas serta berbagai aktivitas ekonomi di wilayah tersebut," kata Agung kepada KONTAN, Kamis (9/9).

Dalam mengembangkan bisnis SPBU mini tersebut, Shell menggandeng para pengusaha daerah dalam program Mitra Dealer Shell. Nilai investasi untuk mendirikan

kan SPBU Shell Modular ini berkisar Rp 1 miliar-Rp 1,5 miliar di luar aset tanah minimal seluas 1.000 m², yang telah dimiliki calon mitra.

Saat ini Shell memiliki enam SPBU Shell Modular yang sudah beroperasi secara total. Lokasinya tersebar di Jombang, Cirebon, Pasir Angin Bogor, Karawang, Serang Barat serta Cilegon. Seluruhnya dikembangkan dengan model Kemitraan Dealer Shell.

Sementara itu, BP AKR Fuels Retail, perusahaan patungan antara British Petroleum (BP) dan PT AKR Corpo-

rindo juga berencana menggarap bisnis SPBU mini.

Head of Network Planning and Acquisition BP-AMR, Benny Oktaviano mengatakan mereka menyebutnya sebagai SPBU compact site. "Jadi kita menggunakan konsep SPBU baru yang menggunakan kontainer dan mampu juga melayani customer seperti SPBU pada umumnya," kata dia dalam acara yang digelar secara virtual tersebut (9/9).

BP-AMR akan membangun empat SPBU mini di sejumlah wilayah. Salah satunya di Jawa Timur. Pengembangan SPBU mini adalah salah satu target yang tengah dikejar BP-AMR tahun ini.

KOMPONEN OTOMOTIF

SMSM Bidik Laba Bersih Tumbuh 15%

JAKARTA. Emiten komponen otomotif PT Selamat Sempurna Tbk (SMSM) optimistis kinerja di sepanjang tahun ini meningkat seiring pencapaian positif pada semester I 2021.

Direktur SMSM, Ang Andri Pribadi menyatakan, peningkatan pendapatan dan laba bersih diharapkan dapat tercapai di tahun ini. "Proyeksi full year tahun ini, penjualan akan meningkat sekitar 20% dan laba bersih tumbuh 15%," ujar Andri dalam paparan publik, Kamis (9/9).

Sebagai gambaran, SMSM memperoleh penjualan bersih sebesar Rp 3,23 triliun pada 2020 atau turun 17,83% dibandingkan realisasi tahun 2019 sebesar Rp 3,93 triliun.

Ia melanjutkan, demi mengejar target kinerja tersebut, SMSM bakal tetap menjalankan strategi yang sama dengan semester I 2021 melalui program cost reduction serta meningkatkan produktivitas yang masih rendah.

Menurut Andri, upaya peningkatan produktivitas perlu dilakukan demi menjamin hasil akhir yang lebih baik. Hingga saat ini, tingkat utilitas perusahaan masih berada di kisaran 50% hingga 60%.

SMSM berhasil menorehkan kinerja positif dengan membukukan penjualan bersih Rp 1,97 triliun di semester I-2021. Sedangkan laba bersihnya sebesar Rp 314,30 miliar. Andri

mengungkapkan capaian positif pada paruh pertama tahun ini dapat diraih dari strategi perusahaan untuk fokus pada pengembangan pasar yang ada.

Selain itu, kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun lalu diakui membuat kinerja memang cukup tertekan, hal ini membuat kenaikan kinerja di paruh pertama tahun ini terlihat lebih signifikan.

"Kami berharap secara full year bisa menunjukkan peningkatan yang lebih baik, bahkan melebihi capaian 2019," jelas Andri.

Kendati demikian, dia memastikan pada sisa tahun ini pihaknya masih mengantisipasi sejumlah tantangan, antara lain dampak pandemi Covid-19 yang terjadi serta kenaikan harga bahan baku.

Kenaikan harga bahan baku diakui terjadi akibat terkendalanya ketersediaan logistik dimana ada kelangkaan peti kemas untuk transportasi kargo.

Demi mengantisipasi hal ini, Andri memastikan pihaknya menaikkan harga jual pada pelanggan sesuai dengan ketentuan yang dimiliki perusahaan. "Pada tahun ini kami juga telah menaikkan harga untuk pasar ekspor sekitar 5% sampai 7%, sedangkan kenaikan di pasar lokal 2,5% sampai 5%," ungkap Andri.

Filemon Agung Hadiwardoyo

MANUFAKTUR

JSKY Bakal Bangun Pabrik Ketiga

JAKARTA. PT Sky Energy Indonesia Tbk (JSKY) akan menambah kapasitas produksi dengan membangun pabrik baru. Hal ini melihat peluang bauran EBT 23% pada 2025 melalui pemanfaatan PLTS oleh masyarakat konsumen listrik baik PLN maupun wilayah usaha lainnya.

Direktur Utama JSKY, Christopher Liawan menjelaskan, Sky Energy mengoperasikan pabrik sel dan modul surya terbesar dan satu-satunya di Indonesia dengan kapasitas masing-masing sebesar 200 MW dan 100 MW.

Produk yang dihasilkan JSKY sudah mengandung Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN) hingga 47,5%.

Saat ini JSKY masih mengimpor komponen panel surya, salah satunya kaca. Pasalnya, panel surya membutuhkan kaca khusus yang anti debu, dibuat khusus untuk menyerap daya energi serta tidak memantulkan cahaya.

Menurut Christopher, saat ini salah satu strategi yang akan ditempuh untuk mengurangi komponen impor adalah dengan menyerap kaca dari

pasar lokal. Beberapa pabrik besar kaca di Indonesia sudah bersedia memproduksi, asalkan JSKY meningkatkan kapasitas pabrik di atas 200 MW.

Sejalan dengan permintaan dari pabrik kaca dan proyek pemerintah dalam pengembangan PLTS, JSKY sudah meramu bisnis jangka panjang hingga 2025 untuk meningkatkan kapasitas pabrik. JSKY akan mengoperasikan pabrik kedua yakni Pabrik Gunung Putri yang berlokasi di Cislak, Jawa Barat, dengan kapasitas 200 MW untuk modul dan 100 MW sel surya.

Pada 2022, JSKY akan membangun pabrik ketiga dan meningkatkan kapasitas produksi dari pabrik existing menjadi 300 MW.

"JSKY berencana mengalokasikan investasi senilai US\$ 2 juta dalam rangka peningkatan kapasitas produksi modul dan sel di Pabrik Gunung Putri dan US\$ 25 juta untuk pembangunan dan pembukaan pabrik ketiga di Sentul," jelas Christopher kepada KONTAN, Senin (6/9).

Arfiana Citra Rahayu

Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri



Dok. TMMIN

Presiden Direktur PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) Warih Andang Tjahjono (ketiga kiri) bersama Direktur Corporate Affairs TMMIN Bob Azam (kiri), Rektor Universitas Diponegoro (Undip) Yos Johan Utama (tengah), Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jateng M. Arif Sambodo (ketiga kanan), di acara TMMIN dan UNDIP untuk Program Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri, di Kampus Undip, Semarang Jateng, Kamis (9/9). Sinergi elemen pendidikan dan pelaku industri diharapkan dapat makin menguatkan kontribusi perguruan tinggi sebagai pusat penelitian dan pengembangan teknologi guna mencetak lebih banyak lulusan ahli yang cepat beradaptasi dan inovatif dalam menghadapi Kompetisi Era Industri 4.0, 'Green Economy'.

Siasat Bisnis

Bersaing dengan AI Secara Humanis

Di era serba kecerdasan artificial alias AI (artificial intelligence) ini, manusia semakin merasakan ketersingkiran. Apalagi semasa pandemi ini, semakin sedikit penggunaan SDM, maka akan semakin 'baik' karena mengurangi kemungkinan penularan Covid-19.

AI sendiri telah bermetamorfosis dari kegunaan berbasis pengalaman hingga kepada otomatisasi berdasarkan data. Jadi, algoritme AI telah menjadi bagian penting dalam manusia tanpa dapat kita pungkiri lagi.

Rekomendasi-rekomendasi AI bisa jadi semakin dihargai dan langsung diaplikasikan tanpa banyak pertimbangan lagi secara manusiawi. Dengan kata lain, "manusia versus mesin" yang dulu hanya dikenal di film-film fiksi sains, kini telah menjadi realita terkini.

Dalam dunia bisnis, para eksekutif perusahaan dan para pakar ilmu manajemen, bagaimana sikapnya terhadap AI yang ultra kompetitif ini? Ketika keputusan-keputusan penting tidak lagi diambil oleh manusia, tentu kita perlu mempunyai persiapan mental.

Logikanya, mampukah AI alias "mesin" menggantikan manusia secara total? Bisa jadi. Namun kita perlu tetap memiliki kepercayaan diri

alias meyakini bahwa AI adalah ciptaan manusia, sehingga manusialah yang seharusnya menguasainya.

Apa saja kuncinya? Adaptasi dan fleksibilitas dalam menganalisis, mengeksekusi dan mendesain berbagai aplikasi dan algoritme versi-versi selanjutnya. Untuk ini, idealnya, setiap eksekutif pengambil keputusan mempunyai skill memadai dalam data analitis dan data analisis.

Berikut ini beberapa hal yang perlu dikuasai oleh pengambil keputusan dengan AI.

Pertama, menguasai analitis secara komprehensif. Untuk ini, kerja sama dengan para pakar data, seperti statistisi dan aktuaris bisa sangat berharga bagi keputusan akhir.

Kedua, menguasai strategi berdasarkan best practices dan use cases terdahulu. Ini memungkinkan tidak lagi perlu mengulangi kesalahan-kesalahan masa lalu.

Ketiga, kuantifikasi analitis yang diaplikasikan dengan bottom line unit bisnis. Jadi, suatu metrik dapat dinilai secara kuantitatif.

Keempat, kualifikasi secara nilai-nilai kemanusiaan. Memang bisnis sangatlah mengandalkan perhitungan kuantitatif dalam menghitung profit.

Namun bagaimana dampak



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

yang diterima bagi setiap manusia, baik konsumen maupun stakeholder lainnya, merupakan kunci kualitas yang tidak dapat dikuantifikasikan.

Kelima, pastikan implikasi-implikasi sosial mempunyai nilai tambah di masa depan. Bisa saja ini dikuantifikasikan maupun tidak.

Nilai tambah juga bisa saja berbentuk berbagai pintu dan kemungkinan yang terbuka, tidak hanya yang pasti membawa keuntungan secara finansial.

Keenam, pastikan insentif-insentif berbentuk kuantitatif finansial dan kualitatif secara moral maupun motivasi dan inspirasi. Uang memang penting, namun kesem-

patan dan positività jauh lebih penting. Dan ini hanya dapat dirasakan dengan insentif-insentif yang diterima dan bermakna secara manusiawi.

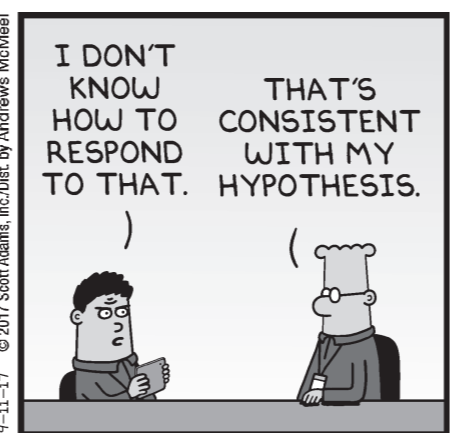
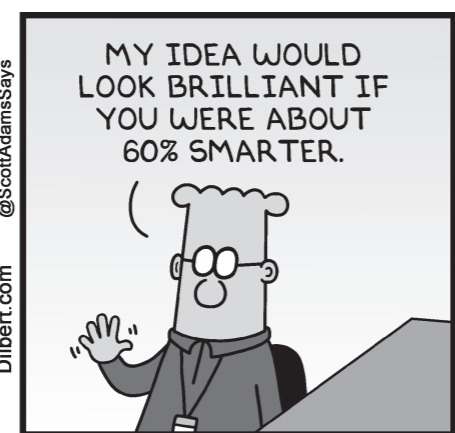
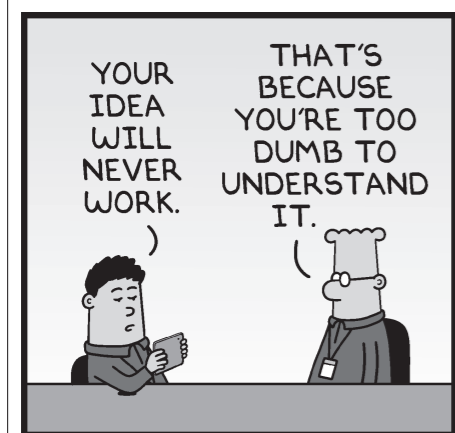
Sapa bilang pandemi merupakan keburukan total? Tragedi apapun merupakan kesempatan bagi kita untuk menyumbangkan positività alias kebaikan. Dan sebagai manusia, bahkan bisnis dan korporasi pun mempunyai kesempatan untuk membuktikan kemanusiaannya.

Tentu saja, pada akhirnya, setiap bisnis sangat membutuhkan konsumen, yang idealnya dalam kondisi sehat. Pandemi dan AI memberi kesempatan bagi para eksekutif bisnis untuk berpikir melampaui untung-rugi belaka.

Ada banyak unsur kemanusiaan dalam hidup dan bisnis. Bahkan keseluruhan ekosistem ekonomi mustahil bertahan tanpa manusia.

Ekonomi, bisnis dan kemanusiaan seyogyanya dipandang sebagai setali tiga uang. Ketiganya tidak dapat berdiri sendiri. Ketika ekonomi sirkular yang regeneratif dan terbarukan berjalan sebagai arus tengah, diharapkan kemanusiaan bertumbuh dalam peradaban yang lebih baik dan langgeng sepanjang zaman. Akhir kata, bagaimana

DILBERT



MASTERING VIRTUAL SELLING: HOW TO WIN SALES REMOTELY

Sejak pandemi terjadi, aktivitas berjualan menjadi virtual. Orang sales mengeluh susah bertemu calon customer, sehingga jualan menjadi susah. Banyak yang berharap pandemi segera usai agar jualan pun kembali tatap muka. Apakah betul virtual selling nantinya akan sepenuhnya hilang? Jawabannya, tidak. Sesi 2 jam ini membagikan pembelajaran, tips, dan metode melakukan virtual selling yang terencana sehingga orang sales Anda akan mendapatkan hasil lebih maksimal.

Jumat, 1 Oktober 2021 09:00-11:00 WIB Live On Zoom

Investasi Rp 350.000

Fasilitator TIM SANDLER TRAINING

PENDAFTARAN

https://bit.ly/KA-MVS 0899 0261 992