

KEDATANGAN 300 TON MINYAK GORENG CURAH DI KUPANG

Staf Khusus Menteri Perhubungan Buyung Lalana (kedua kanan), Kabid Sarana, Prasarana dan Pemberdayaan Industri Disperindag NTT Maria Asbanu (keempat kanan) dan GM Pelindo Kupang Agus Nazar (kanan) serta Tenaga Ahli Menteri Perhubungan, Andre Mulpyana berbincang-bincang saat memantau kedatangan minyak goreng curah dan gula pasir di Pelabuhan Tenau Kupang, NTT, Selasa (10/5). Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur mendapatkan kiriman 300 ton minyak goreng curah dan 800 ton gula pasir yang dikirim menggunakan kapal Tol Laut subsidi dari Kementerian Perhubungan untuk memenuhi kebutuhan minyak masyarakat umum dan pelaku UMKM di provinsi itu.



FOTO/ANT

Optimalkan Belanja Pemerintah, Menperin Imbau Tingkatkan Pembelian Produk Industri Lokal

Agus Gumiwang Kartasasmita menjelaskan, saat ini potensi belanja pemerintah pusat dan daerah mencapai Rp1.071,4 triliun, dan Rp400 triliun di antaranya akan diserap melalui belanja produk-produk dalam negeri sepanjang tahun 2022.

JAKARTA (IM) - Pemerintah menegaskan perlunya mengoptimalkan pembelian produk-produk industri dalam negeri melalui pengadaan barang dan jasa oleh pemerintah pusat, daerah, hingga BUMN. Hal ini dinilai mampu membangun kemandirian serta ketahanan ekonomi nasional, bahkan berdampak pada ekonomi rakyat bawah.

"Pada Sidang Kabinet Paripurna kemarin, Bapak Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa untuk pertumbuhan ekonomi kita sudah normal dan baik di angka 5,01%. Ini sebuah angka yang sangat baik kalau dibandingkan

dengan negara-negara lain, sehingga pertumbuhan ini harus kita pertahankan, dan kalau perlu ditingkatkan pada kuartal kedua," kata Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita di Jakarta, dikutip dari laman Kemenperin, Selasa (10/5).

Agus menyampaikan, guna memacu kinerja perekonomian nasional, Presiden meminta kepada menteri yang terkait untuk aktif memonitor belanja-belanja di setiap kementerian, lembaga, pemerintah daerah, dan BUMN. "Jadi, yang perlu diperhatikan sekali adalah kualitas belanjanya. Sebab, percepatan realisasi belanja ini

harus betul-betul disegerakan untuk menjaga konsumsi dan daya beli," jelasnya.

Disampaikan Agus, saat ini potensi belanja pemerintah pusat dan daerah mencapai Rp1.071,4 triliun, dan Rp400 triliun di antaranya akan diserap melalui belanja produk-produk dalam negeri sepanjang tahun 2022.

"Sampai saat ini, tercatat nilai komitmen pembelian Produk Dalam Negeri (PDN) sebesar Rp216,77 triliun dari 18 kementerian/lembaga, 34 Pemprov, dan 276 Pemkot/Pemkab," ungkapnya.

Ia menegaskan, pihaknya bertekad untuk terus menjalankan program Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN). Program ini bertujuan agar produk industri dalam negeri dapat diserap dalam proyek pengadaan barang dan jasa pemerintah pusat dan daerah, hingga BUMN.

"Sampai 7 April 2022, terdapat 13.891 produk industri dalam negeri dengan

nilai tingkat kandungan dalam negeri (TKDN) lebih dari 40%, dan terdapat sebanyak 7.574 produk industri dengan nilai TKDN antara 25-40%," sebutnya.

Lebih lanjut, Agus mengatakan, program P3DN merupakan langkah konkret keberpihakan terhadap industri dan produk dalam negeri guna memberikan kesempatan bagi industri dalam negeri untuk berkembang dan meningkatkan daya saingnya.

"Sehingga para pelaku industri kita juga akan mampu bertarung di kancah global," imbuhnya.

Meskipun dihadapkan pada tantangan dan persaingan global sampai dampak pandemi Covid-19, sektor industri manufaktur masih menunjukkan kinerja sebagai penggerak utama perekonomian nasional. Hal ini tercermin pada sejumlah indikator, di antaranya pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 5,47% pada triwulan I tahun

2022 (y-o-y), yang melebihi pertumbuhan ekonomi sebesar 5,01%.

Berikutnya, kontribusi industri pengolahan nonmigas pada triwulan I 2022 adalah sebesar 19,19%, yang merupakan angka tertinggi di antara sektor lainnya.

Selain itu, untuk kinerja ekspor sektor industri, sampai dengan Maret 2022 sudah mencapai USD50,52 miliar, dengan kontribusi yang mendominasi sebesar 78,83% terhadap total ekspor nasional.

"Realisasi investasi di sektor manufaktur mengalami peningkatan, pada triwulan I-2022 tercatat sebesar Rp 103,5 triliun. Selanjutnya, kondisi Purchasing Managers Index (PMI) manufaktur Indonesia juga masih mampu berada di level ekspansif, yaitu berada di posisi 51,9 pada bulan April 2022 ini," pungkasnya. • dro

Mendobrak Hambatan Akses Perbankan, Kampanye #BuatSemua Berikan Literasi Keuangan yang Inovatif

JAKARTA (IM) - Presiden Joko Widodo sudah mengingatkan tentang pasar ekonomi digital di Indonesia yang terus berkembang besar. Dimana pada 2025 mendatang pasar digital Indonesia diprediksi menembus US\$146 miliar.

Menurut Jokowi, adanya pandemi Covid-19 pertumbuhan pasar digital semakin cepat. Karenanya ia berharap potensi pasar digital ini dimanfaatkan sebaik baiknya. "Yang ingin saya sampaikan bahwa pasar digital di Indonesia potensi pasarnya besar, jangan nanti yang ngambil orang lain," kata Jokowi dalam acara Akseleerasi Generasi Digital, Rabu (15/12/2021) lalu.

Di sisi lain, berdasarkan penelusuran yang dilakukan Bank Neo Commerce Tbk (BNC), bank yang telah bertransformasi menjadi Bank Digital atas berbagai respon pengguna perbankan melalui interaksi langsung, *in-depth interview* hingga sosial media terlihat bahwa persoalan literasi keuangan masih menjadi masalah utama di kalangan masyarakat.

Vice President & Head of Marketing BNC, Maritsen Darvita menjelaskan, tingkat literasi terhadap berbagai produk keuangan dan perbankan memang menjadi masalah utama di masyarakat Indonesia. Menurutnya, tingkat literasi keuangan sangatlah bergantung pada tingkat pendidikan, pendapatan, hingga wilayah demografi di negara kita.

"Demografi dan pendidikan, adalah hambatan utama. Karenanya literasi perlu digencarkan dengan berbagai inovasi," kata Maritsen.

Guna mempercepat pertumbuhan sekaligus turut serta berkontribusi pada pemulihan ekonomi pasca pandemi, BNC meluncurkan kampanye #BuatSemua. Kampanye ini merupakan solusi dari berbagai permasalahan perbankan dan finansial yang masih dialami oleh berbagai kalangan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Lewat tema "Business & Fun". Dimana produk perbankan yang berfitur lengkap hanya dalam satu aplikasi yang mudah digunakan, dan ini sangat menguntungkan bagi nasabah baru BNC.

Terobosan ini sebagai wujud komitmen BNC untuk mendukung masyarakat bahwa neobank merupakan super-app yang mudah digunakan oleh semua kalangan. Aplikasi tersebut menjawab kebutuhan perbaikan literasi keuangan untuk semua kebutuhan dengan memangkas berbagai keresahan masyarakat ketika mengakses aplikasi perbankan yang sering dirasa tidak user-friendly. Bank Neo Commerce mendobrak hambatan akses perbankan yang selama ini ada dengan menyediakan aplikasi yang mudah digunakan.

Dalam kesempatan jumpa pers yang dilaksanakan secara hybrid pada 11 April 2022 lalu baik daring dan luring, BNC juga mem-



Foto bersama Tim Komika dan BNC usai peluncuran kampanye #BuatSemua.

perkenalkan fitur tambahan yang bermanfaat dan praktis bagi para nasabahnya. Salah satu unggulannya adalah Neo Angpao atau THR Neo. Fitur ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah untuk berbagi keceriaan dengan orang-orang tersayang hanya dengan satu sentuhan.

Selain Neo Angpao atau THR Neo, BNC juga sudah memiliki fitur digital interface lainnya yang sangat bermanfaat seperti Free transfer, PPOB, Neo NOW, Neo WOW. Bukan cuma itu, BNC juga menawarkan fitur gamification seperti Neo Fortune, Neo World, Neo Chat. Manfaat utamanya, nasabah dapat mengakses layanan keuangan dengan jauh lebih mudah dan menyenangkan dengan tampilan yang fresh.

Sementara itu Raim Lode, juri kompetisi ini menyampaikan Jingle Video Competition berfokus untuk mengeksplor cara terbaik

dan mudah dipahami dalam upaya meningkatkan literasi keuangan masyarakat melalui hal-hal yang disukai seluruh kalangan masyarakat. "Indonesia membutuhkan cara yang lebih seru dan humoris ketika bicara tentang literasi perbankan. Pendekatan yang menghibur dan dekat dengan kenyataan hidup sehari-hari kita adalah kunci penerimaan masyarakat atas berbagai informasi dan edukasi tentang literasi keuangan," katanya.

Mekanismenya, peserta menyanyikan jingle #BuatSemua secara lipsync atau dalam bahasa daerah dengan durasi maksimal satu menit. Untuk lebih mudahnya, keikutsertaan ditandai dengan tag akun resmi media sosial @bankneocommerce, dengan masa publikasi mulai 13 April hingga 8 Mei 2022.

• bam

Memulai rangkaian kampanye "#BuatSemua", BNC juga pada 27 April 2022 mengumumkan gelaran Jingle Video Competition secara lipsync atau menggunakan bahasa daerah se-Indonesia bertajuk "Berpacu Dalam Neolodi". Lewat pendekatan kreatif dan humor, BNC menargetkan peningkatan literasi keuangan masyarakat dari berbagai wilayah dan kelas ekonomi di Indonesia.

Aditya Windarwo, Direktur Bisnis Bank Neo Commerce menjelaskan "Gelaran Jingle Video Competition lewat platform digital ini bertujuan untuk memberikan hiburan sekaligus edukasi bagi masyarakat.

Menjadi faktor dalam meminimalisasi dampak penyebaran tersebut ke perekonomian. Kinerja kuartal ini menjadi bekal penting untuk perekonomian Indonesia yang lebih kuat di tahun 2022 secara keseluruhan dan ke depan," kata Febrio.

Lebih lanjut, Febrio menjelaskan kondisi pandemi yang semakin terkendali serta keberlanjutan pemulihan sektor swasta yang terus menguat memberikan ruang bagi normalisasi kebijakan fiskal.

"Seiring dengan meningkatnya upaya penanganan pandemi, cakupan program vaksinasi, serta reliabilitas sistem kesehatan nasional, kebutuhan seroan di tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 35 persen.

• pan

Laba Bersih JTPE Tumbuh 30 Persen

JAKARTA (IM) - PT Jasindo Tiga Perkasa Tbk (JTPE), perusahaan di bidang penyedia solusi percetakan sekuriti mulai dari pembayaran, identitas, perlindungan merek, serta percetakan komersial, membukukan pertumbuhan laba bersih 30 persen sebesar Rp96,5 miliar pada tahun 2021.

Direktur Utama JTPE Allan Wibisono menjelaskan, pencapaian ini ditunjang oleh penjualan perseroan mengalami kenaikan sekitar 10 persen atau mencapai sebesar Rp1,1

triliun di tahun 2021 dari yang tercatat sebesar Rp978,6 miliar di tahun 2020.

"Laba bersih perseroan mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sekitar 30 persen, atau sebesar Rp96,5 miliar. JTPE terus mengencakan ekspansi di bidang solusi digital dan security document untuk menangkap peluang pasar yang lebih besar di tahun-tahun berikutnya," kata Allan melalui siaran pers, Selasa (10/5).

Dijelaskan Allan, meski-

pun masih belum sepenuhnya pulih, ekonomi Indonesia dan global sudah mulai bergerak ke arah perbaikan. Hal ini terlihat dari kunjungan wisatawan ke luar negeri sudah mulai meningkat, sehingga turut meningkatkan permintaan akan pengadaan untuk passport.

"Kami bersyukur bisa melewati tahun 2021 dengan cukup baik, meskipun dampak dari pandemi Covid-19 masih terasa hingga saat ini. Kami optimis, seiring dengan upaya pemulihan ekonomi nasional dan global,

JTPE dapat mencatatkan kinerja yang lebih baik lagi di tahun berikutnya," kata Allan.

Selama tahun 2021, penjualan JTPE juga didominasi oleh segmen sekuriti dengan kontribusi sebesar 86 persen, atau sebesar Rp923,9 miliar. Sementara sisanya yaitu sebesar Rp152 miliar merupakan penjualan dari segmen non sekuriti. Adapun dari komposisi penjualan JTPE di tahun 2021 didominasi oleh penjualan dari domestik yaitu sebesar 89 persen, sementara untuk penjualan ekspor Per-



PULAUINTAN
General Contractor

PT. INDOCHEMICAL CITRA KIMIA
Solvents, Industrial and Specialty Chemicals

BRI Konsisten Tingkatkan Dana Murah untuk Efisiensi Biaya Dana

JAKARTA (IM) - PT Bank Rakyat Indonesia (Perero) Tbk atau BRI secara konsisten mampu meningkatkan porsi dana murah atau Current Account Saving Account (CASA) yang mendorong efisiensi biaya dana atau Cost Of Fund (CoF) perseroan.

Direktur Keuangan BRI Viviana Dyah Ayu menjelaskan, perseroan senantiasa meningkatkan porsi CASA sejak 2017 dan pada periode kuartal I-2017 saja, porsi dana murah BRI sekitar 56,63 persen dengan nilai Rp397 triliun.

Kemudian per kuartal I-2022, porsi CASA BRI sudah menembus 63,8 persen dengan nilai Rp713,2 triliun, sehingga CoF perseroan berhasil ditekan menjadi 1,7 persen pada periode tersebut.

"Hal ini membuktikan konsistensi BRI untuk mendorong kinerja ke depan. Secara berkelanjutan, kami akan terus meningkatkan dana murah sebagai sumber pendanaan agar dapat memperbaiki struktur pendanaan dan struktur biaya dana, sehingga menjadi lebih murah dan efisien," kata Viviana dalam keterangan resmi di Jakarta, dikutip dari Antara, Selasa (10/5).

Ia mengungkapkan, peningkatan porsi CASA ini merupakan bagian dari transformasi struktur liabilitas perseroan untuk mendukung bisnis yang berkelanjutan, yakni melalui transaction based product and services di segmen wholesale, serta

penguatan fitur dan transaksi keuangan melalui Financial Super Apps BRImo.

Selain itu, peningkatan dana murah tak terlepas dari optimalisasi BRI terhadap 130 juta nasabah perseroan yang dilakukan melalui penyediaan produk CASA BRI yang lengkap serta produk Giro. Untuk tabungan sendiri, BRI memiliki Tabungan BRI BritAma, Simpedes, dan Tabunganku.

Ke depan, Vivian menegaskan perseroan terus berupaya meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menciptakan kembali proses bisnis melalui AgenBRILink dan BRImo, hingga menyediakan platform pembayaran yang disesuaikan untuk menangkap potensi pertumbuhan baru melalui BRI Open API.

Dalam rangka memperkuat sinergi dalam grup perseroan, BRI pun menargetkan potensi likuiditas berdasarkan pada pasar komoditas melalui Pasar.id dan rantai pembayaran komoditas.

Ia optimistis BRI akan tetap mampu meningkatkan porsi CASA ke depannya, terlebih setelah bergabungnya PT Pegadaian dan PT Permodalan Nasional Madani (PNM) ke dalam BRI Group sejak September 2021 melalui Holding Ultra Mikro (UMI).

Apalagi, PNM memiliki potensi 11,7 juta nasabah dan Pegadaian 15,8 juta nasabah, yang menjadi potensi besar untuk menabung atau membuka giro di BRI. • dot

APBN Menjadi Shock Absorber Menjaga Pemulihan Ekonomi

JAKARTA (IM) - Kepala Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Febrio Kacaribu menegaskan penguatan stabilitas laju pemulihan ekonomi menjadi prioritas pemerintah di tahun 2022.

"Dalam mengantisipasi dinamika ke depan, APBN terus didorong sebagai *shock absorber* untuk tetap menjaga pemulihan ekonomi agar tetap berlanjut dan semakin menguat, menjaga penangan kesehatan dan melindungi daya beli masyarakat miskin dan rentan, dan menjaga agar pengelolaan fiskal lebih sehat dan berkelanjutan dalam jangka menengah," ujar Febrio di laman Kemenkeu, Selasa (10/5).

Perekonomian nasional terus menguat dengan produk domestik bruto (PDB) Triwulan I-2022 tumbuh 5,01 persen (year on year/yoy). Febrio mengatakan penyebaran varian Omicron yang tinggi di bulan Februari sempat dikhawatirkan akan menjadi kendala bagi pemulihan ekonomi nasional.

"Kebijakan pengendalian pandemi Covid-19, termasuk keberhasilan percepatan vaksinasi, menjadi faktor dalam meminimalisasi dampak penyebaran tersebut ke perekonomian. Kinerja kuartal ini menjadi bekal penting untuk perekonomian Indonesia yang lebih kuat di tahun 2022 secara keseluruhan dan ke depan," kata Febrio.

Lebih lanjut, Febrio menjelaskan kondisi pandemi yang semakin terkendali serta keberlanjutan pemulihan sektor swasta yang terus menguat memberikan ruang bagi normalisasi kebijakan fiskal.

"Seiring dengan meningkatnya upaya penanganan pandemi, cakupan program vaksinasi, serta reliabilitas sistem kesehatan nasional, kebutuhan

APBN untuk penanganan pandemi dapat dimoderasi," kata Febrio.

Di sisi lain, daya beli masyarakat juga terus membaik ditandai dengan semakin kuatnya pertumbuhan konsumsi rumah tangga serta kondisi ketenagakerjaan nasional. Pada Triwulan I-2022, konsumsi rumah tangga mampu tumbuh 4,34 persen (yoy).

Jika dibandingkan dengan Triwulan IV-2021 (qta), konsumsi masyarakat yang merupakan kontributor terbesar PDB nasional masih mencatatkan pertumbuhan positif. Tren ini sejalan dengan relatif tingginya mobilitas masyarakat di sepanjang Triwulan I dibandingkan dengan Triwulan I-2021. "Ini mencerminkan pemulihan konsumsi yang terus berlanjut," ujar Febrio.

Selain itu, peningkatan lapangan kerja baru juga berperan vital dalam mengakselerasi pemulihan daya beli masyarakat. Tingkat pengangguran nasional turun dari 6,26% pada Februari 2021 menjadi 5,83 pada Februari 2022.

Sementara, meningkatnya kepercayaan pelaku usaha dan perbaikan ekonomi yang berkesinambungan juga turut mendorong aktivitas investasi, khususnya oleh sektor swasta.

"Ekspor juga kembali mencatatkan pertumbuhan tinggi, sementara ekspansi produksi turut mendorong pertumbuhan impor. Peningkatan permintaan atas komoditas dan produk manufaktur unggulan nasional masih terus terjadi, terutama di tengah disrupsi pasokan global dan konflik Rusia-Ukraina. Sementara, peningkatan kunjungan turis mancanegara menyumbang pertumbuhan ekspor jasa," kata Febrio. • hen