

GERAKAN NASIONAL BULAN CINTA LAUT DI BALI

Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan menyampaikan paparan saat acara puncak Gerakan Nasional Bulan Cinta Laut (Gernas BCL) di Badung, Bali, Kamis (27/10). Program dari Kementerian Kelautan dan Perikanan tersebut untuk mengurangi pencemaran sampah plastik di laut guna mendukung pencapaian target Pemerintah Indonesia mengurangi 70 persen sampah plastik di laut pada tahun 2025.



FOTO: ANTARA

Wamenkeu: Perlu Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru

“Sektor keuangan kita itu *quite shallow*, belum cukup dalam. Dan ini adalah masalah literasi, masalah biaya transaksi, instrumen keuangan yang harus kita buka supaya bisa lebih banyak, lebih variatif, lebih kreatif, juga perlindungan konsumen, dan juga koordinasi di menjaga stabilitas sistem keuangan,” ujar Suahasil Nazara.

JAKARTA (IM) – Wakil Menteri Keuangan (Wamenkeu) Suahasil Nazara menekankan perlunya memikirkan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru ketika pandemi mulai mereda dan ekonomi mulai pulih. Terdapat empat sumber pertumbuhan ekonomi baru yang dipaparkan Wamenkeu. Pertama, melanjutkan kebi-

jakan hilirisasi industri minerba. Menurutnya, pertambangan harus diolah dan diproduksi di dalam negeri, serta tidak boleh dijual secara raw material. Tujuannya untuk mendorong industri domestik, menambah lapangan kerja, dan meningkatkan penerimaan negara. “Di sisi minerba, APBN

siap memberikan insentif. APBN siap memberikan relaksasi. Hilirisasi menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru. Undang FDI (foreign direct investment), undang modal domestik melakukan hilirisasi dari produk-produk tambang kita,” kata Suahasil dalam acara The Indonesia 2023 Summit di Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta, Kamis (27/10).

Kedua, mendorong penggunaan produksi dalam negeri, seperti arahan Presiden. Suahasil mengungkapkan sebesar Rp747 triliun dari Rp3.000 triliun belanja dalam APBN dan APBD tahun 2022 sudah diidentifikasi untuk belanja produk dalam negeri.

“Ini akan kita tekuni, kita telateni, dan kita ingin memastikan bahwa belanja produksi dalam negeri ini bisa menjadi sumber pertumbuhan baru,” ujar Suahasil.

Ketiga, untuk jangka menengah, sumber pertumbuhan ekonomi baru Indonesia adalah dengan melakukan transisi ekonomi menuju green. Wamenkeu mengatakan saat ini Indonesia sudah berkomitmen akan

melakukan transisi ekonomi menuju green dengan cara mencapai Net Zero Emission 2060 atau lebih cepat.

Untuk mencapai komitmen tersebut, Indonesia harus mengurangi pembangkit listrik batubara dan membangun renewables energy. Menurut Suahasil, kedua hal tersebut harus dilakukan, bahkan saat Indonesia sedang mengalami surplus listrik.

“Ini tidak akan menghentikan kita melakukan transisi ekonomi menuju Net Zero Emission. Ini peluang besar yang luar biasa. Ini sangat membutuhkan pemikiran kita semua dan Ibu Bapak sekalian kami ajak untuk menekuni transisi menuju green economy,” ujar Suahasil.

Keempat, sumber pertumbuhan ekonomi baru Indonesia ke depan adalah perlunya memperdalam sektor keuangan. Saat ini, Indonesia di dalam proses untuk menyusun Rancangan Undang-Undang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (RUU P2SK) yang didesain untuk menjawab permasalahan yang ada.

“Sektor keuangan kita itu *quite shallow*, belum cukup

dalam. Dan ini adalah masalah literasi, masalah biaya transaksi, instrumen keuangan yang harus kita buka supaya bisa lebih banyak, lebih variatif, lebih kreatif, juga perlindungan konsumen, dan juga koordinasi di menjaga stabilitas sistem keuangan,” ujarnya.

Suahasil berharap reformasi P2SK melalui perumusan RUU yang dilakukan Pemerintah dengan DPR tersebut akan dapat meningkatkan akses seluruh masyarakat kepada sektor keuangan, memperkuat sumber pembiayaan jangka panjang, meningkatkan daya saing dan efisiensi, mengembangkan instrumen dan memperkuat mitigasi risiko, serta meningkatkan perlindungan investor dan konsumen.

“Ini adalah titik-titik penting dari diskusi kita mengenai sumber pertumbuhan ekonomi jangka panjang, khususnya yang bisa difasilitasi oleh sektor keuangan sebagai intermediasi,” kata Suahasil. • dro

Penjualan Unilever Naik 5 Persen

JAKARTA (IM) - PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) meraih laba bersih Rp4,6 triliun di kuartal III-2022. Capaian itu naik 5,3% dibanding periode yang sama tahun lalu (YoY).

Raihan laba bersih salah satunya ditopang oleh penjualan bersih perusahaan yang mencapai Rp31,5 triliun. Angka itu tumbuh 5% secara YoY.

Presiden Direktur Unilever Indonesia Ira Novarti menjelaskan, daya saing perusahaan di kuartal III-2022 menguat.

Market share Unilever Indonesia meningkat dalam tiga bulan terakhir dibandingkan tiga bulan sebelumnya, baik secara nilai maupun volume.

“Bisnis e-commerce dan Unilever Food Solutions (UFS) bertumbuh lebih dari 50% selama kuartal ini. Melanjutkan komitmen kami untuk memperkuat fundamental dan meningkatkan daya saing, kami terus menjalankan lima prioritas strategis kami,” kata Ira dalam konferensi pers virtual, Kamis (27/10).

Strategi yang diterapkan Unilever Indonesia adalah memperkuat dan unlock potensi penuh dari brand-brand besar dan produk utama melalui inovasi dan program marketing terdepan untuk mendorong pertumbuhan pasar. Selanjutnya memperluas

dan memperkaya portofolio ke premium dan value segment, memperkuat kepemimpinan di channel utama (GT dan Modern Trade) dan channel masa depan (e-commerce), penerapan E-Everything di semua lini bisnis dan tetap menjadi yang terdepan dalam pembangunan bisnis yang berkelanjutan.

Lebih jauh Ira menjelaskan, pihaknya telah menempatkan level investasi yang tepat untuk meningkatkan daya saing brand-brand Unilever. Hal itu dilakukan dengan peningkatan investasi periklanan sebesar 27% dibandingkan tahun lalu, dan peningkatan pengeluaran trade di channel utama.

Guan memperkuat fundamental sekaligus memastikan kemampuan untuk terus bersaing di masa depan (future-fit), Unilever Indonesia melanjutkan perjalanan transformasi channel-nya yang telah dimulai di semester II-2021.

“Mulai kuartal III-2022 kami mengurangi stok di sisi trade dan langkah ini akan berlanjut di kuartal IV-2022. Saya melihat pentingnya membangun bisnis yang future-fit dan menciptakan sistem yang efisien sehingga kami bisa bergerak lebih gesit dan tangkas untuk merespons pasar,” kata Ira. • hen

BTN Bukukan Laba Rp2,28 Triliun

JAKARTA (IM) - PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BTN) meraih laba bersih hingga akhir September 2022 senilai Rp2,28 triliun, melonjak 50,11 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya yang sebanyak Rp1,51 triliun.

“Transformasi Bank BTN yang sejalan dengan transformasi dari Kementerian BUMN telah membuahkan hasil yang positif, sehingga kinerja perseroan pada kuartal III 2022 ini semakin baik dan akan terus berlanjut hingga akhir tahun ini,” kata Direktur Utama Bank BTN Haru Koesmahargo dalam Paparan Publik Kinerja Keuangan Bank BTN Per 30 September 2022 di Jakarta, seperti dilansir dari Antara, Kamis (27/10).

Haru menjelaskan, kenaikan laba bersih ditopang oleh keberhasilan perseroan menjalankan inisiatif strategis pada kuartal III 2022 antara lain peningkatan penyaluran kredit, biaya dana (*cost of fund*) yang berhasil ditekan seiring dengan peningkatan penghimpunan dana murah, ditambah juga dengan suksesnya Bank BTN melakukan perbaikan rasio kredit bermasalah (*non performing loan*) yang terus menurun

hingga akhir September 2022. Sepanjang periode Januari-September 2022, Bank BTN berhasil menyalurkan kredit mencapai Rp289,6 triliun meningkat 7,18 persen dari posisi yang sama tahun lalu senilai Rp270,27 triliun.

Penyaluran kredit perumahan masih mendominasi total kredit perseroan pada kuartal III 2022.

Kredit perumahan yang disalurkan Bank BTN hingga akhir September 2022 mencapai Rp256,48 triliun. Dari jumlah tersebut, KPR Subsidi pada kuartal III 2022 masih mendominasi dengan nilai sebesar Rp140,97 triliun, tumbuh 8,46 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu senilai Rp129,97 triliun. Sedangkan KPR Non Subsidi tumbuh 6,4 persen menjadi Rp87,11 triliun pada kuartal III 2022 dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp81,87 triliun.

“Penyaluran kredit yang berkualitas dengan melakukan sentralisasi proses kredit telah berhasil membuat rasio kredit bermasalah (non performing loan) Bank BTN terus membaik. NPL Gross pada kuartal III tahun 2022 ini berada pada level 3,45 persen, lebih rendah

dari sebelumnya di level 3,94 persen. Sedangkan NPL Nett sebesar 1,23 persen, turun dari posisi 1,5 persen,” ujar Haru.

Kenaikan kredit itu berdampak pada pendapatan bunga bersih atau net interest income (NII) yang tumbuh 31,84 persen pada kuartal III 2022 menjadi Rp11,54 triliun dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp8,75 triliun.

Lonjakan NII tersebut membuat rasio net interest margin (NIM) Bank BTN juga mengalami kenaikan dari 3,52 persen pada akhir September 2021 menjadi 4,51 persen pada kuartal III 2022.

Dari sisi dana pihak ketiga (DPK), Haru mengatakan pada kuartal III 2022 perolehan DPK Bank BTN mencapai Rp312,84 triliun, naik 7,41 persen dari periode yang sama tahun lalu sebesar Rp291,26 triliun.

Dari jumlah tersebut perolehan dana murah atau CASA mencapai Rp143,59 triliun, naik sebesar 18,7 persen dibandingkan akhir September 2021 sebesar Rp120,96 triliun. • dot



BPR SUPRA

PULAUINTAN
General Contractor



PT. INDOCHEMICAL CITRA KIMIA
Solvents, Industrial and Specialty Chemicals

Antam Luncurkan Produk Bermotif Batik

JAKARTA (IM) - PT Aneka Tambang Tbk (Antam) meluncurkan produk perhiasan dan emas batangan Batik Indonesia Seri III dengan menghadirkan empat motif batik warisan budaya Nusantara Indonesia yang dituangkan dalam emas.

Direktur Pengembangan Usaha Antam Dolok Robert Silaban menjelaskan, empat motif batik itu adalah Batik Bokor Kencono, Batik Huk, Batik Srimanganti dan Batik Mahkota Siger. Selain dikemas dalam bentuk emas batangan, keempat motif batik itu juga hadir dalam bentuk liontin.

“Peluncuran ini menandakan konsistensi Antam selama delapan tahun terakhir untuk mengangkat warisan dan budaya nusantara serta menjawab keinginan pelanggan,” ujar Dolok dalam keterangan di Jakarta, seperti dilansir Antara, Kamis (27/10).

Dolok menjelaskan kehadiran emas bermotif batik dalam bentuk liontin ini merupakan salah satu inovasi produk Antam dalam rangka memperkuat pasar emas perusahaan.

Produk emas batik Indo-

nesia Seri III mulai dipasarkan tepat pada bulan Oktober yang merupakan Bulan Batik Nasional. Pada produk perhiasan liontin, keempat motif emas tersebut dicetak dengan berat 8 gram dengan kadar emas 91,7 persen atau EK-22.

Sedangkan pada emas batangan, keempat motif batik itu dicetak dengan berat 10 gram dan 20 gram dengan kadar 999,9.

Sebelumnya melalui emas Batik Indonesia Seri I dan II, Antam juga menghadirkan seri perhiasan dalam bentuk bezel. Bezel merupakan produk emas berupa bingkai dengan motif tertentu yang berfungsi sebagai bingkai emas batik.

Dengan menggunakan bezel, produk emas Batik Indonesia Seri I dan Seri II dapat dipakai sebagai perhiasan liontin. Peluncuran perhiasan liontin pada emas Batik Indonesia Seri III merupakan pengembangan produk bezel pada seri sebelumnya yang diharapkan akan memberikan pilihan baru bagi para kolektor emas, dan akan memperkuat posisi Antam di pasar emas domestik, termasuk emas perhiasan. • dro



FOTO: ANT

KONTRIBUSI SEKTOR PROPERTI

Pekerja menyelesaikan pembangunan perumahan di Awiligar, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Kamis (27/10). Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat sektor properti berkontribusi sebesar Rp28,9 triliun atau 9,4 persen terhadap total capaian investasi Indonesia yang mencapai Rp307,8 triliun pada triwulan III/2022.

Waskita Beton Targetkan Pendapatan Tumbuh 17%

JAKARTA (IM) - PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) menargetkan pertumbuhan pendapatan usaha atau *revenue* 15%-17% per tahun selama lima tahun ke depan. Perseroan menargetkan bisa meraih pertumbuhan *double digit*.

“Manajemen WSBP menargetkan rata-rata pertumbuhan pendapatan usaha atau *revenue* sebesar 15%-17% per tahun,” ATA President Direktur WSBP FX Poerbayu Ratsunu.

Dikatakan Poerbayu, berkomitmen untuk menjadikan perseroan melakukan integrasi bisnis beton dari hulu hingga hilir, dengan menjalankan kegiatan operasi di bidang quarry, readymix, dan precast sehingga meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Selain itu, WSBP juga ingin menjadikan konstruksi serta modular sebagai lini bisnis utama perusahaan yang masih sangat berhubungan dengan lini bisnis beton terintegrasi sebagai katalis perseroan dalam mencapai keberlanjutan.

Poerbayu mengatakan, ke depan WSBP akan menjadi *one stop solution* di industri beton terintegrasi, konstruksi dan modular serta peralatan pendukung sesuai kebutuhan pelanggan. Lalu, membangun tata kelola yang baik dengan

menerapkan etika dan kepatuhan terhadap seluruh peraturan yang berlaku dalam setiap proses bisnis perusahaan.

Menurutnya strategi yang akan dijalankan dalam transformasi berfokus pada peningkatan operasi dari sisi internal perusahaan, menciptakan competitiveness dan *brand intelligence* serta mengembangkan teknologi dan digitalisasi perusahaan. Per 30 September 2022, WSBP kantongi kontrak baru Rp1,15 triliun.

“Perolehan ini berasal dari proyek infrastruktur Grup Waskita Karya sebesar 76%, sedangkan sebesar 24% berasal dari pasar BUMN, pemerintah, dan swasta,” kata Direktur Operasi Waskita Beton Precast (WSBP), Sugiharto.

Sepanjang semester pertama, Waskita Beton Precast membukukan pendapatan usaha Rp744 miliar atau tumbuh 81% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Pertumbuhan itu ditopang seluruh lini bisnis WSBP yang pulih pasca-pandemi.

Saat ini Waskita Beton Precast tengah mengerjakan berbagai proyek infrastruktur, di antaranya Jalan Tol KamalTeluk Naga-Rajak-Balaraja, Jalan Tol Krian-Legendi-BunderManyar (KLBM), dan Savasa Residence. • pan



PT. Ajidharma Corporindo
your global chemical partner



POKPHAND



GLOBAL PUTRA INTERNATIONAL GROUP



Modern Group



ATEJA
www.ateja.co.id



SOECHI GROUP
土志集團



SINGAPORE KOO KEE RESTAURANT
SINGAPORE • CHINA • INDONESIA