

BERAS IMPOR DARI VIETNAM

Sejumlah pekerja mengangkat beras impor Vietnam yang tiba di Gudang Bulog Subdivre Serang, di Serang, Banten, Senin (20/2). Dirut Perum Bulog Budi Waseso menyatakan untuk memenuhi stok cadangan beras pemerintah (CBP) yang sudah menipis, pihaknya mengimpor 500 ribu ton beras dan 200 ribu ton diantaranya sudah tiba di Indonesia.



FOTO: ANTARA

Perluas Pasar Ekspor Eropa, Kemenperin Boyong 11 IKM Kerajinan ke Jerman

Kemenperin melalui Ditjen IKMA secara rutin memfasilitasi IKM binaannya di sektor kerajinan dan home decor untuk berpartisipasi dalam pameran Ambiente. Adapun 11 IKM yang difasilitasi itu telah melalui serangkaian kurasi dan pendampingan sebelum diberangkatkan ke Jerman.

JAKARTA (IM) - Kementerian Perindustrian (Kemenperin) terus memacu perluasan pasar ekspor bagi industri kecil dan menengah (IKM) yang telah memiliki daya saing global. Upaya ini misalnya dengan memfasilitasi sebanyak 11 IKM kerajinan ikut serta dalam pameran skala internasional, yakni Ambiente yang berlangsung pada 3-7 Februari 2023 di Messe Frankfurt, Jerman.

“Perusahaan IKM yang telah difasilitasi tersebut mampu mencatatkan kinerja ekspornya dan berkesempatan memiliki pasar yang lebih luas dengan menggaet konsumen dari berbagai negara,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Reni Yanita di Jakarta, Senin (20/2).

Menurut Reni, Ambiente merupakan pameran dagang di sektor *home decor* dan kerajinan, yang digelar setiap bulan Februari. “Selain itu juga sebagai salah satu pameran bergengsi di Eropa yang dapat menjadi peluang bagi IKM nasional untuk membangun jaringan dan kinerja ekspor,” ujarnya.

Di tahun 2023 ini, Ambiente kembali digelar secara fisik setelah dua tahun terakhir dibatalkan akibat pandemi Covid-19. Sebanyak 4.561 industri turut serta dalam Ambiente 2023, termasuk 72 perusahaan yang berasal dari Indonesia. “Pameran ini juga dikunjungi oleh 154.000 orang dari 170 negara,” ungkap Reni.

Kemenperin melalui Ditjen IKMA secara rutin memfasilitasi IKM binaannya di sektor kerajinan dan home decor untuk berpartisipasi dalam pameran Ambiente. Adapun 11 IKM yang difasilitasi itu telah melalui serangkaian kurasi dan pendampingan sebelum diberangkatkan ke Jerman.

Kesebelas IKM yang di-

boyong Ditjen IKMA yaitu Siji Lifestyle, Jawa Classic Furniture, PT Bana Andaru, Hasibuan Design, PT Indo Risakti, Bambu Mohoi, Yogya Indo Global. Ada pula Art Classic Indonesia, Abba Craft Multi Kreasi, CV Grandis Home dan PT Alami Sejahtera Nusantara yang kesemuanya tampil di Paviliun Indonesia.

Reni mengungkapkan, selama lima hari pameran, total transaksi penjualan dari 11 IKM yang difasilitasi tersebut mencapai USD651.928,65 atau sekitar Rp 9,9 miliar.

“Nilai transaksi ini masih akan meningkat mengingat terdapat 59 kesepakatan dengan para calon buyer. Hal ini menunjukkan bahwa IKM kita tetap memiliki daya saing cukup tinggi di pasar global meskipun pameran ini merupakan yang perdana sejak pandemi Covid-19,” paparnya.

Reni menambahkan, ki-

nerja ekspor pelaku IKM yang menjadi peserta pameran Ambiente dinilai cukup gemilang setiap tahunnya. Pada 2019, delapan peserta yang terlibat mencatatkan total nilai penjualan saat pameran sebesar USD1,57 juta, dan nilai ekspornya setelah pameran menembus USD3,28 juta.

Pada pembukaan Paviliun Indonesia, Konjen RI Frankfurt Acep Somantri mengungkapkan, pameran Ambiente merupakan gelaran internasional yang penting dan strategis untuk mempromosikan produk IKM nasional ke mancanegara. “Kami berharap agar Indonesia dapat memanfaatkan Ambiente untuk meningkatkan ekspor dan jejaring, sehingga dapat menggenjot ekspor produk Indonesia,” tuturnya. • **dro**

Living Lab Ventures dan Mitsubishi Hadirkan Layanan Sewa Paling Populer dari Jepang bagi Warga BSD City



GUNTING PITA: (ki-ka) Kentaro Katayama (Head of Business Development, Urban Development Division, Mitsubishi Corporation), Rieko Muramoto (CEO Peace Tech Lab, Inc), dan Bayu Seto (Partner Living Lab Ventures) menggunting pita saat peresmian outlet Alice Style di Lantai 2, AEON Mall, BSD City.

BSD CITY (IM) – Living Lab X, bagian dari Living Lab Ventures (LLV) yang berfokus dalam inkubasi *new ventures* menjalin kerja sama dengan Mitsubishi Corporation dan Peace Tech Lab, Inc untuk mempermudah kehidupan sehari-hari warga BSD City.

Kemitraan dengan Peace Tech Lab, Inc sebagai perusahaan penyedia jasa sewa menyewa barang terpopuler dari Jepang yang diinisiasi oleh Mitsubishi Corporation tersebut menghadirkan layanan sewa menyewa berbagai barang berkualitas melalui outlet Alice Style di Lantai 2, AEON Mall, BSD City.

Para penghuni yang ingin menyewa dapat bertransaksi melalui platform OneSmile – Aplikasi kebanggaan khusus warga BSD City. Inovasi

terbaru ini merupakan kelanjutan dari kemitraan strategis antara Sinar Mas Land dan Mitsubishi Corporation dalam mentransformasikan BSD City sebagai *smart integrated digital city* di Indonesia.

Alice Style memberikan pengalaman berbelanja baru yang mengedepankan konsep *equality* dan *sustainability* dengan model sewa menyewa, barang-barang berkualitas dapat digunakan dengan harga lebih terjangkau oleh semua lapisan masyarakat sekaligus dapat mengurangi jumlah sampah dari penggunaan alat rumah tangga hingga barang elektronik yang dihasilkan oleh masyarakat.

Berbagai kategori peralatan yang disediakan di Alice Style antara lain *beauty, home appliances, electronics, hobbies*, dan lain-lain.

Untuk biaya layanan sewa menyewa sendiri berkisar mulai dari Rp5 ribu hingga Rp150 ribu dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Partner Living Lab Ventures, Bayu Seto menjelaskan, salah satu kekuatan utama LLV adalah Living Lab X, sebuah laboratorium untuk menginkubasi dan mengembangkan perusahaan rintisan serta mengintegrasikan teknologi mereka ke dalam kehidupan masyarakat.

“Di sini, Peace Tech Lab, Inc dan mitra LLV lainnya dapat langsung membantu proyek inovasi dengan mengimplementasikannya di beberapa *offline* ekosistem yang melakukan kerja sama dengan kami. Dalam ekosistem ini, kami harap perusahaan tersebut dapat meng-



Outlet Alice Style.

optimalkan pelayanan dan mengembangkan bisnisnya lebih besar lagi ke depannya,” kata Bayu.

Head of Business Development, Urban Development Division, Mitsubishi Corporation, Kentaro Katayama menyampaikan, Sinar Mas Land adalah salah satu mitra kerja terbaik pihaknya di Indonesia. Kedua perusahaan telah melakukan banyak kolaborasi, tidak hanya mendirikan produk properti tetapi juga layanan kehidupan seperti ini.

“Alice Style adalah inovasi terbaru yang kami hadirkan bersama dengan Sinar Mas Land melalui LLV dan Peace Tech Lab, Inc sebagai solusi untuk mewujudkan konsep gaya hidup yang ramah lingkungan (*eco-living*). Semoga kolaborasi ini dapat berjalan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat,” kata Kentaro.

Pada kesempatan itu, CEO Peace Tech Lab, Inc, Rieko Muramoto menam-

bahkan, sangat senang mendapatkan kesempatan untuk memperkenalkan jasa penyewaan barang mereka di Indonesia. Sebagai perusahaan penyewaan nomor satu di Jepang, pihaknya yakin bahwa layanan ini akan sangat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia yang semakin menyadari pentingnya konsumsi yang berkelanjutan.

“Kami sangat terkesan dengan visi Sinar Mas Land melalui LLV bersama dengan Mitsubishi Corporation yang selaras dengan nilai-nilai Alice Style dalam memberikan solusi berkelanjutan bagi kehidupan sehari-hari. Semoga kerja sama ini dapat memperkuat posisi perusahaan dalam memberikan pengalaman berbelanja berbeda bagi masyarakat Indonesia, khususnya warga BSD City,” tuturnya. • **vit**

BPR SUPRA

PULAUINTAN
General Contractor

PT. INDOCHEMICAL CITRA KIMIA
Solvents, Industrial and Specialty Chemicals

5 Langkah Strategis Kendalikan Inflasi

JAKARTA (IM) - Inflasi Indeks Harga Konsumen (IHK) pada Desember 2022 tercatat 5,51% (yoy), jauh lebih rendah dari prakiraan *consensus forecast* sebesar 6,5% (yoy) pasca penyesuaian harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada September 2022.

Perkembangan tersebut tidak terlepas dari berbagai upaya keras yang ditempuh Pemerintah Pusat dan Daerah, Bank Indonesia, serta berbagai mitra strategis lainnya melalui Tim Pengendalian Inflasi Pusat dan Daerah (TPIP-TPID), serta Gerakan Nasional Pengendalian Inflasi Pangan (GNPIP).

Upaya yang ditempuh dalam perkembangannya dapat mengendalikan dampak lanjutan penyesuaian harga BBM dan menurunkan tekanan inflasi, termasuk harga pangan, sejalan dengan respons untuk menjaga keterjangkauan harga, mengelola ketersediaan pasokan, meningkatkan kelancaran distribusi dan memperkuat strategi komunikasi.

Oleh karena itu, Pemerintah dan Bank Indonesia menyepakati 5 (lima) langkah strategis untuk konsisten menjaga inflasi IHK dalam kisaran sasaran 3,0%±1% pada 2023. Kesepakatan ini disampaikan dalam *High Level Meeting* TPIP di Jakarta, Senin

(20/2). Kelima langkah strategis tersebut ditempuh melalui penguatan koordinasi di tingkat pusat dan daerah.

“HLM TPIP merupakan agenda strategis untuk mencapai capaian 2023 terutama menghadapi Hari Besar Keagamaan Nasional (HBKN) Lebaran dan Idul Fitri 2023. Beberapa hal juga dilakukan untuk mencapai 3,0%±1% pada tahun 2023 sesuai dengan APBN,” ungkap Menko Airlangga Hartarto pada konferensi pers usai HLM TPIP.

Langkah strategis yang pertama adalah memperkuat koordinasi kebijakan untuk menjaga stabilitas makroekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kedua, menjaga inflasi komponen *Volatile Food* (VF), utamanya pada masa Hari Besar Keagamaan Nasional (HBKN) sehingga berada dalam kisaran 3,0% - 5,0%. Ketiga, memperkuat ketahanan pangan domestik melalui akselerasi implementasi program lumbung pangan dan perluasan kerja sama antardaerah.

Keempat, memperkuat ketersediaan data pangan untuk mendukung perumusan kebijakan pengendalian inflasi. Kelima, memperkuat sinergi komunikasi untuk mendukung pengelolaan ekspektasi inflasi masyarakat. • **pan**

Lab XL Axiata Rp1,1 Triliun

JAKARTA (IM) - PT XL Axiata Tbk (XL Axiata) mencatatkan laba bersih yang dinormalisasi (NPAT) yang tumbuh 1 persen secara tahunan sepanjang tahun 2022 menjadi sebesar Rp1,1 triliun.

Presiden Direktur & CEO XL Axiata Dian Siswarini menjelaskan, sepanjang tahun 2022, industri telekomunikasi Indonesia diwarnai dengan persaingan yang cukup ketat, terutama pada kuartal IV.

“Konsumsi data oleh pelanggan XL Axiata tetap kuat terutama didorong oleh streaming video, yang kami perkirakan akan terus berlanjut di tahun 2023,” kata Dian dalam keterangan resmi, seperti dikutip dari Antara, Senin (20/2).

Investasi XL Axiata yang masif dalam infrastruktur jaringan, baik untuk perluasan maupun peningkatan kapasitas, digitalisasi, personalisasi layanan, dan pengoptimalan penggunaan spektrum, diyakini meningkatkan pengalaman pelanggan sehingga mendorong pertumbuhan trafik layanan. Adapun total pendapatan XL Axiata di 2022 sebesar Rp29,2 triliun atau tumbuh sebesar 9 persen dari periode yang sama tahun lalu, didukung penyediaan produk yang berkelanjutan dan kualitas jaringan yang mumpuni.

Sementara itu, total pendapatan data dan layanan digital mencapai Rp26,6 triliun atau 91 persen dari total pendapatan perusahaan. Pada tahun 2022, XL Axiata berhasil mempertahankan pelanggan dengan fokus terus meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pelanggan yang lebih baik, sehingga di periode itu perusahaan berhasil meningkatkan blended ARPU (*average revenue per user*) menjadi Rp39 ribu dari Rp36 ribu di periode total sebelumnya, dengan total pelanggan mencapai 57,5 juta pelanggan.

Dian menambahkan, salah satu kunci pertumbuhan XL Axiata adalah personalisasi penawaran dan layanan yang didukung dengan digitalisasi dan peningkatan kualitas jaringan yang meningkatkan nilai NPS (Net Promoter Score) secara signifikan hingga sebesar 4,5 kali, sehingga mendorong penggunaan layanan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

XL Axiata juga menjalankan strategi transformasi digital 2.0 untuk mengembangkan pengalaman pelanggan lewat aplikasi MyXL dan MyAxisnet yang telah memberikan hasil yang signifikan pada bulan Desember 2022, yaitu tercatat sekitar 25 juta pelanggan telah aktif menggunakan MyXL dan MyAxisnet, dengan pertumbuhan pengguna aktif mencapai 62 persen. • **hen**

Kawasan Industri Jababeka Bidik Marketing Sales Rp2 Triliun

JAKARTA (IM) - PT Kawasan Industri Jababeka Tbk (kode saham: KIIJA) menargetkan marketing sales mencapai Rp2 triliun pada 2023, naik 16 persen year on year (yoy) dibandingkan realisasi pada 2022 yang sebesar Rp1,72 triliun.

Corporate Secretary Jababeka

Muljadi Suganda menjelaskan, dana sebesar Rp1 triliun ditargetkan berasal dari kawasan industri Cikarang dan lainnya, atau tidak termasuk perusahaan Joint Venture.

Rinciannya, sebesar Rp750 miliar dari tanah matang dan bangunan industri, serta sebe-

sar Rp250 miliar dari produk residensial dan komersial di kawasan industri Cikarang dan lainnya.

Ia mengatakan sebesar Rp1 triliun berasal dari perusahaan-perusahaan Joint Venture, yang mana Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Kendal merupakan

kontributor terbesar dengan target sebesar Rp800 miliar, serta Joint Venture residensial/komersial di Cikarang sebesar Rp200 miliar.

Dalam kesempatan ini, dia menjelaskan Jababeka merealisasikan penjualan pemasaran real estate sebesar Rp1,72 triliun pada

2022, atau di atas target yang sebesar Rp1,7 triliun dan pencapaian 2021 sebesar Rp1,42 triliun.

“Pada tahun 2022, *marketing sales* terutama dari Cikarang mencapai Rp844,2 miliar dari lahan seluas 14,4 hektar. Ini termasuk penjualan tanah matang seluas 10,6 hektar sebesar Rp377,6

miliar,” ujar Muljadi dikutip dari Antara, Senin (20/2).

KEK Kendal menyumbang marketing sales sebesar Rp737,2 miliar dengan total lahan seluas 54,1 hektar di tahun 2022, atau meningkat 74 persen yoy dibandingkan sebesar Rp423,9 miliar pada 2021. • **pan**