

SIKA INDONESIA GELAR TILER COMPETITION

GM Sika Indonesia Eddy Sutanto (kanan) dan Channel Distributor Manager PT Sika Indonesia Basuki Setiawan (kiri) berbincang saat mengamati pekerja bangunan yang mengikuti tiler competition di kawasan MM 2100 Cikarang, Kab. Bekasi, Jabar, Minggu (12/11). Kompetisi ditujukan untuk meningkatkan keterampilan para pekerja bangunan dalam pemasangan keramik dengan perekat berbahan dasar mortar yang diikuti 70 peserta se Jabodetabek.



FOTO: ANTARA

Kemenperin Pacu Transformasi Digital Lewat Program e-Smart IKM

“Kami memiliki program e-Smart IKM yang membantu pelaku IKM untuk memperluas akses pasar melalui pemasaran digital. Kami bekerja sama dengan marketplace ternama seperti Tokopedia, Shopee, BliBli, Bukalapak dan juga asosiasi e-commerce Indonesia (idEA),” kata Reni Yanita.

JAKARTA (IM) - Transformasi digital industri merupakan isu prioritas yang sedang difokuskan di Indonesia. Dalam forum internasional, transformasi digital menjadi salah satu agenda pembahasan dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20. Upaya peningkatannya perlu mendapatkan perhatian khusus karena berimbas pada peningkatan potensi ekonomi digital.

Selain itu, Indonesia tengah menyiapkan diri men-

jadi anggota Organization of Economic Co-Operation and Development (OECD). Adapun salah satu syarat untuk bergabung dalam OECD adalah memiliki arah pengembangan industri berupa transisi Industri Hijau dan adopsi teknologi digital untuk mendorong efisiensi energi dan sumber daya lainnya pada sektor industri melalui digitalisasi pada setiap tahapan proses bisnis.

Dalam lingkup Kementerian Perindustrian,

transformasi digital industri termasuk dalam agenda Making Indonesia 4.0 yang dicanangkan sejak tahun 2018. Gerakan Making Indonesia 4.0 tidak hanya meliputi industri skala besar, namun juga industri kecil dan menengah (IKM).

Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Reni Yanita mengatakan, dalam peta jalan Making Indonesia 4.0, IKM diarahkan untuk dapat memanfaatkan perkembangan teknologi melalui penguasaan literasi digital di sisi pemasaran dan penjualan, serta dukungan teknologi di sisi manufaktur untuk peningkatan nilai tambah dan daya saing produk.

“Kami memiliki program e-Smart IKM yang membantu pelaku IKM untuk memperluas akses pasar melalui pemasaran digital. Kami bekerja sama dengan marketplace ternama seperti Tokopedia,

Shopee, BliBli, Bukalapak, dan juga asosiasi e-commerce Indonesia (idEA),” kata Reni di Jakarta, dilansir dari laman Kemenperin, Minggu (12/11).

Program e-Smart IKM Ditjen IKMA sejalan dengan semangat Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diluncurkan Presiden Joko Widodo.

“Gernas BBI merupakan gerakan bersama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk mencintai dan membeli produk lokal,” tutur Reni.

Menurutnya, pemasaran digital menjadi keahlian yang harus dikuasai oleh pelaku usaha manapun di era modern.

“Didorong oleh kondisi pandemi Covid-19 yang sempat melanda Indonesia dan peningkatan penetrasi teknologi digital di Indonesia, konsumen mengalami perubahan selera berbelanja,

dari yang semula belanja secara konvensional dengan mengunjungi toko menjadi belanja daring (online),” ujarnya.

Hal ini didukung oleh data pengguna internet, pengguna e-commerce, dan nilai transaksi e-commerce Indonesia. Laporan “Digital 2023: Indonesia” mencatat pada Januari 2023 terdapat 212 juta pengguna internet di Indonesia, dengan penetrasi internet mencapai 77%. Kemudian Statista Market Insights juga melaporkan bahwa ada 179 juta jiwa pengguna e-commerce di Indonesia pada tahun 2022, dan diprediksi mencapai 196 juta pada tahun 2023.

Nilai transaksi e-commerce Indonesia, sebagaimana diprediksi oleh Bank Indonesia, berpotensi mencapai Rp572 triliun pada akhir tahun 2023. • dro



BRI Permudah Transaksi Korporasi Lewat Qlola

JAKARTA (IM) - PT Bank BRI (persero) sudah mengenalkan sebuah platform solusi terintegrasi wholesale banking, “Qlola” pada tahun lalu. Platform tersebut dihadirkan memang untuk mempermudah nasabah korporasi dalam melakukan kegiatan aktivitas keuangan.

“Saat ini, platform tersebut sedang dikembangkan dengan harapan bisa menjadi lebih baik dalam menunjang aktivitas keuangan para korporasi,” kata Direktur Bisnis Wholesale dan Kelembagaan BRI Agus Noor-santo.

Ia menyebutkan kemudahan-kemudahan bertransaksi diberikan BRI karena pada umumnya industri membutuhkan solusi rantai pasok yang terintegrasi secara digital.

Agus memberikan contoh, untuk consumer goods atau fast moving consumer goods yang membutuhkan layanan transaksi terintegrasi mulai di tataran korporasi, distributor, retailer, sampai ke konsumen di bawah.

Contoh lainnya, seperti vendor atau supplier ketika bertransaksi dapat melakukan payment secara langsung. Kemudian kebutuhan financing bisa langsung terkoneksi dengan supply chain financing yang difasilitasi BRI dalam

QLola.

Bisa pula invoicing kepada para pelanggan dari nasabah wholesale BRI, karena tersedia corporate billing management dalam QLola. Kemudian ketika nasabah wholesale membutuhkan invoice financing, BRI bisa langsung memberikan pinjaman di QLola.

Karena itu, pihaknya menilai umumnya para nasabah wholesale membutuhkan satu platform yang bisa memberikan layanan secara menyeluruh.

“Perusahaan membutuhkan bank yang memang punya network yang menentukan ke seluruh wilayah operasi mereka.

Katakanlah dia bergerak di fast moving consumer goods, dia butuh partner bank yang memang punya network sampai ke bawah. Kenapa? Di samping punya network, dia punya fasilitas yang bisa membiayai korporasinya, bisa juga melayani transaksi hingga ke distributor, hingga ke retailer-nya juga di bawah,” kata Agus.

Dengan demikian, menurutnya dengan network yang kuat dan didukung kehadiran QLola, BRI terus berinovasi untuk memperkuat ekosistem bisnis wholesale dari hulu hingga ke hilir. QLola lebih efisien dan efektif dalam kegiatan bisnis secara digital. • pan

Summarecon Crown Gading Hadirkan Cluster Ketiga di Kawasan The New Kelapa Gading



Product Knowledge Viola Residence.

JAKARTA (IM) - Di tengah tren peningkatan harga hunian yang mengalami kenaikan sekitar 2,5 persen pada kuartal akhir 2023 ini, Summarecon Crown Gading menghadirkan produk hunian terbaru yang menjadi cluster ketiga di kawasan The New Kelapa Gading, Viola Residence, merupakan hunian 3 lantai yang ditawarkan mulai dari Rp1,008M.

Viola Residence menjadi

cluster terbaru yang berangkat dari semangat untuk memberikan sebuah hunian yang dapat menjadi tempat bagi penghuninya untuk berkembang dan membangun masa depan dan dilengkapi dengan fasilitas berkualitas tinggi serta kemudahan akses ke pusat Jakarta.

“Kami menghadirkan Viola Residence dengan beragam keunggulan, sehingga mampu menjadi hunian ideal yang saat ini

banyak diincar oleh milenial ataupun keluarga. Hal ini tergambar dari kesuksesan event Product Knowledge Viola Residence pada 6 November 2023 lalu. Berlokasi di Harris Hotel & Conventions Kelapa Gading, antusiasme akan acara ini terlihat dari kehadiran lebih dari 1.000 principal dan agent properti yang berasal dari berbagai lokasi di Jabodetabek. Hal ini juga membuat kami optimis Viola Residence dapat diserap dengan baik oleh konsumen,” ungkap

Albert Luhur, Executive Director PT Summarecon Agung Tbk., dalam keterangan pers tertulis, Minggu (12/11).

Viola Residence ditawarkan dalam 4 ukuran yaitu 5x11, 6x11, 7x13, dan 8x13 dengan jumlah kamar hingga 5 kamar. Harga perdana mulai Rp1,008M.

Launching Viola Residence dihelat di Marketing Gallery Summarecon Crown Gading pada Sabtu, 2 Desember 2023 pukul 09.30 WIB. • kris



Show Unit Viola Residence 3.

NFA Elaborasi Penguatan Sinergitas Pangan dengan Pelaku Usaha Ritel

JAKARTA (IM) - Badan Pangan Nasional/National Food Agency (NFA) mengelaborasi penguatan sinergitas pangan dengan pelaku usaha ritel yang turut menjadi kunci pertumbuhan industri pangan.

“Keberadaan peritel menjadi bagian penting dan tak terpisahkan dalam rantai pasok pangan nasional. Untuk itu, semakin kuatnya sektor ritel pangan tentu akan dapat mendorong ekosistem pangan nasional yang sehat dan terus bertumbuh seperti ditegaskan Kepala NFA Arief Prasetyo Adi dalam berbagai kesempatan,” kata Deputy Bidang Kerawanan Pangan dan Gizi

NFA Nyoto Suwignyo di Jakarta, dikutip dari Antara, Minggu (12/11).

Nyoto menyebutkan selama ini NFA terus bersinergi dengan kalangan ritel dalam mendukung ketersediaan pangan serta SPHP (Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan) yang mampu meningkatkan gairah ekonomi nasional.

Dalam penyaluran beras program SPHP, NFA bersama Perum Bulog turut memfasilitasi melalui jalur ritel modern seperti Ramayana, Indomaret, Alfamart, Hypermart, Superindo, dan Lotte. Harga beras SPHP konsisten pada harga maksimal Rp10.900 per kg dengan pembatasan pembelian maksimal 2

kemasan per pelanggan.

Sebagai dampak dari upaya digencarkannya pengelontoran beras SPHP ke semua lini pasar, harga beras medium di tingkat konsumen mulai mengalami penurunan secara gradual. Pada 1 Oktober tercatat harga rata-rata semua provinsi untuk beras medium berada di angka Rp13.220 per kg dan mengalami depresiasi 30 poin pada 10 November menjadi di harga Rp13.190 per kg.

Lebih lanjut Nyoto memaparkan adanya kerja sama NFA dengan kalangan ritel dalam hal pengawasan keamanan mutu pangan, utamanya berkaitan dengan Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT).

“NFA bersama-sama pelaku usaha ritel senantiasa memastikan keamanan PSAT yang diperjualbelikan. Ini dilakukan berupa melakukan pengawasan langsung dan pengecekan terhadap pemenuhan standar keamanan dan mutu pangan. NFA selalu mendorong kalangan ritel agar memilih pemasok yang telah memiliki izin edar PSAT dan tidak memperdagangkan produk PSAT yang tidak menyertai identitas pada kemasannya,” jelas Nyoto.

NFA juga mengajak pelaku usaha ritel untuk mencegah pemborosan pangan atau food waste. Hal itu lantaran 1,3 miliar ton pangan atau se-

tara dengan sepertiga dari pangan yang diproduksi terbuang setiap tahun. Padahal itu berpotensi dapat dimanfaatkan bagi sekitar 61-125 juta jiwa atau 29-47 persen dari populasi penduduk Indonesia.

“Oleh sebab itu, kami ingin mengajak seluruh pelaku usaha ritel, terutama yang bergerak di bidang pangan untuk membantu kampanye gerakan ‘Stop Boros Pangan’. Ini bisa dengan menempelkan imbauan berupa flyer, iklan atau media kreatif lainnya di tempat usahanya masing-masing,” ucapnya. • dot

Kemenkop UKM Fasilitasi Kerja Sama Komoditas Susu dengan Koperasi

JAKARTA (IM) - Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) memfasilitasi penciptaan peluang kerja sama antara komoditas pengelola susu dan produk turunannya di Yogyakarta dengan Koperasi Pengelola Rumah Produksi Bersama melalui kegiatan Forum Group Discussion (FGD).

“Kemenkop UKM menggelar kegiatan ini yang diharapkan melibatkan peran aktif berbagai pihak dalam kolaborasi mendukung hilirisasi produk turunan susu melalui penguatan ekosistem, meningkatkan nilai tambah dengan inovasi, serta menciptakan lapangan pekerjaan yang berkualitas,” kata Deputy Bidang Kewirausahaan Kemenkop UKM Siti Azizah dalam keterangannya di Jakarta, Minggu (12/11).

Dilansir dari Antara, Azizah menyampaikan salah satu konsep pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah Major Project Pengelolaan Terpadu oleh Koperasi dan UMKM yang mendorong agar pemerintah daerah bersama pelaku usaha memperhatikan konsistensi usaha secara terintegrasi dari hulu ke hilir.

Peserta FGD Pengembangan Kapasitas Wirausaha Lokal di Kawasan Terpadu UMKM Sektor

Komoditas Susu tersebut terdiri dari dinas yang membidangi KUKM dan peternakan, koperasi produsen susu di wilayah Sleman, dan pelaku usaha yang sudah berhasil melakukan konsolidasi produk turunan susu.

“FGD ini bertujuan untuk menciptakan peluang kerja sama antara koperasi susu, stakeholder pelaku usaha pengelola produk susu dan turunannya dengan Koperasi Pengelola Rumah Produksi Bersama, serta pemerintah daerah. Melalui kegiatan ini juga diharapkan terbangun ekosistem yang saling menguatkan dengan inovasi yang sesuai dengan permintaan pasar,” ucap Azizah.

Selain memfasilitasi peluang kerja sama dengan koperasi, forum diskusi tersebut juga menyediakan sesi konsultasi bisnis dengan mitra kolaborator dan mitra strategis, seperti produsen keju artisan Mazaraat Artisan Cheese yang telah masuk pasar Singapura dan Malaysia.

Selain itu PT. Tigaraksa Tbk yang merupakan good practice jasa produksi (makloon) susu turut menawarkan pengelolaan produk susu dan turunannya yang dihasilkan koperasi dengan syarat telah memiliki sertifikasi yang lengkap. • hen