

PELUNCURAN KEGIATAN SERAMBI 2024 BANK INDONESIA

Deputi Gubernur Bank Indonesia (BI) Doni Primanto Joewono (tengah) bersama Kepala Departemen Pengelolaan Uang BI Marlison Hakim (kanan), dan Kepala Departemen Sistem Pembayaran BI Dicky Kartikoyono (kiri) dalam peluncuran Semarak Rupiah Ramadhan dan Berkah Idul Fitri (Serambi) 2024 di Gedung BI, Jakarta, Jumat (15/3). BI meluncurkan kegiatan Serambi 2024 dengan menyediakan uang tunai sebesar Rp167,6 triliun guna memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menukarkan uang baru yang berlangsung pada 15 Maret - 5 April 2024.



FOTO: ANT

OJK Nilai Perbankan Mampu Jaga Risiko Kredit di Level Terkendali

OJK terus meminta perbankan untuk senantiasa menerapkan prinsip kehati-hatian dan selektif dalam menyalurkan kredit baru maupun eksisting serta meningkatkan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) untuk mengantisipasi pemburukan kualitas kredit restrukturisasi Covid-19.

JAKARTA (IM) - Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dian Ediana Rae mengatakan perbankan dapat menjaga risiko kredit di level yang terkendali (manageable). "OJK senantiasa memantau perkembangan LAR (*Loan*

to Asset Ratio) industri perbankan dan melihat perbankan dapat menjaga risiko kredit di level yang manageable," kata Dian, di Jakarta, Jumat (15/3).

Diungkapkan Dian, risiko kredit tetap dapat terjaga meskipun terdapat beberapa tantangan ke depan, seperti

berakhirnya aturan restrukturisasi Covid-19 sepenuhnya di tahun 2024, ketidakpastian global yang menyebabkan turunnya permintaan dan dikhawatirkan turut dapat mempengaruhi kinerja debitur, dan kebijakan suku bunga tinggi dan volatilitas nilai tukar.

OJK terus meminta perbankan untuk senantiasa menerapkan prinsip kehati-hatian dan selektif dalam menyalurkan kredit baru maupun eksisting serta meningkatkan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) untuk mengantisipasi pemburukan kualitas kredit restrukturisasi Covid-19.

Pada sisi lain, OJK menilai kenaikan rasio kredit macet atau bermasalah (non-

performing loan/NPL) perbankan masih dalam batas yang normal, dan belum tentu akan terjadi tren kenaikan di masa mendatang.

Menurut data OJK per Januari 2024, NPL net perbankan tercatat sebesar 0,79 persen atau naik dari yang sebelumnya 0,71 persen pada Desember 2023. Sementara NPL gross pada Januari 2024 menjadi sebesar 2,35 persen, atau naik dari yang sebelumnya 2,19 persen pada Desember 2023.

Dian menilai, kenaikan NPL perbankan dipengaruhi tingkat suku bunga acuan Bank Indonesia (BI) dan global yang masih tinggi. Meski begitu, kini suku bunga acuan mulai menunjukkan

tren penurunan dan hanya tinggal menunggu momentum yang tepat.

Selain itu, likuiditas industri perbankan pada Januari 2024 memadai dengan rasio-rasio likuiditas yang masih jauh di atas level kebutuhan pengawasan.

Rasio Alat Likuid/Non-Core Deposit (AL/NCD) dan Alat Likuid/Dana Pihak Ketiga (AL/DPK) masing-masing turun menjadi 123,42 persen dibanding Desember 2023 sebesar 127,07 persen, dan 27,79 persen daripada Desember 2023 sebesar 28,73 persen, atau jauh di atas ambang batas masing-masing sebesar 50 persen dan 10 persen. • **hen**

F&B ID Luncurkan Menu Baru Chatime dan Gindaco



Coco Splash.

JAKARTA (IM) - F&B ID sebagai bagian dari Kawan Lama Group terus berinovasi untuk menyajikan kebahagiaan bagi para pelanggan setianya melalui menu baru Chatime dan Gindaco. Melengkapi momen kebersamaan di bulan Ramadan, menu terbaru Chatime yaitu Coco Splash: Red Berry Coco, Green Apple Coco dan Coco Milky Watermelon serta Gindaco Truffle Saikoro Takoyaki sudah dapat dinikmati di seluruh gerai Chatime dan Gindaco.

Marketing General Manager F&B ID Lany Cucu menyebutkan Bulan Ramadan adalah momen istimewa yang identik dengan rasa kebersamaan.

Berkumpul bersama keluarga, teman, atau kerabat sambil menikmati camilan dan minuman favorit menjadi

salah satu cara untuk merayakannya.

"Karena itu, F&B ID hadir untuk memenuhi masyarakat Indonesia, khususnya para pelanggan setia, dengan menghadirkan menu baru yang melengkapi kebahagiaan bersama orang terdekat," kata Lany.

Sebagai brand minuman favorit masyarakat Indonesia, pada bulan Ramadan kali ini Chatime berkolaborasi bersama Hydro Coco, pelopor minuman kelapa asli dalam kemasan, untuk meluncurkan menu Coco Splash Series yang dapat diperoleh mulai dari Rp25.000 per cup. Red Berry Coco, perpaduan teh aromatik Chatime Green Tea yang dipadu dengan air kelapa asli khas Hydro Coco yang menyegarkan, lengkap dengan sentuhan rasa semangka yang segar manis,

dan sentuhan kejutan dari campuran buah beri yang penuh rasa.

Sedangkan perpaduan teh aromatik Chatime Green Tea yang lengkap dengan air kelapa asli khas Hydro Coco yang menyegarkan, ditambah rasa apel hijau dan leci yang menyempurnakan rasa melalui Green Apple Coco, Terakhir, Coco Milky Watermelon melengkapi pengalaman rasa dengan nuansa *milky*. Perpaduan rasa *creamy*-nya Chatime Milk Tea yang dipadu dengan air kelapa asli khas Hydro Coco yang menyegarkan, ditambah rasa semangka dan leci yang spesial.

Dalam penyajiannya, Chatime juga menggunakan konsep *customized drink* yang unik, sehingga pelanggan dapat dengan bebas menentukan ukuran gelas, jenis

topping, takaran gula yang bisa disesuaikan dengan selera dan kebutuhan pelanggan, jumlah es, serta alternatif pilihan susu yang diinginkan.

"Tidak hanya menu baru dari Chatime, Gindaco sebagai Takoyaki terpopuler di Jepang dengan ciri khas *'crispy outside, creamy inside'* juga menghadirkan Truffle Saikoro Takoyaki sebagai wujud komitmen kami untuk terus berinovasi lewat produk yang kami hadirkan," kata Lany.

Truffle Saikoro Takoyaki dibuat dengan bahan-bahan yang autentik dan premium. Memadukan rasa saus truffle yang *creamy*, gurih, dan wangi yang khas ditambah dengan kelezatan isi takoyaki dengan saikoro (daging sapi yang dipotong dadu) serta taburan *premium beef rasber* lengkap dengan

iris jamur champignon diatasnya membuat rasa Takoyaki khas Gindaco menjadi makin istimewa.

Tersedia dalam 4 pilihan isian (4, 6, 8, dan 16), Truffle Saikoro takoyaki dapat diperoleh dengan harga mulai dari Rp40.000.

Chatime telah memiliki lebih dari 420 gerai yang tersebar di lebih dari 60 kota di seluruh Indonesia. Gerai terbaru Chatime with Korean Snacks by Cupbop telah resmi hadir untuk pertama kalinya di Girian, Kota Bitung, Sulawesi Utara.

Dengan hadirnya gerai baru ini di area utara Indonesia, diharapkan F&B Indonesia melalui merek dagang Chatime dan Cupbop dapat menyajikan kebahagiaan bagi keluarga Indonesia. • **vit**



Truffle-Saikoro.

AEI Bersama Apindo Atasi Masalah Stunting

JAKARTA (IM) - Asosiasi Emiten Indonesia (AEI) bersama Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) menandatangani nota kesepahaman dalam program mengatasi masalah stunting di Indonesia. Kerja sama AEI dan Apindo tertuang dalam kolaborasi Pasar Modal Peduli Generasi Masa Depan melalui Program Gerakan Anak Sehat (GAS) - KIPAS STUNTING APINDO.

Ketua Umum AEI Armand Wahyudi Hartono mengatakan, program ini merupakan inisiatif asosiasi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan dukungan APINDO, ia mengharapkan ada pendekatan kolaboratif antara pelaku pasar modal dan organisasi yang peduli terhadap kesehatan dan perkembangan anak-anak.

"Melalui kerja sama ini, diharapkan tercipta sinergi yang kuat dalam mendukung upaya pencegahan stunting serta pembangunan generasi muda yang unggul dan berdaya saing," kata Armand di Kantor APINDO, Jakarta, Jumat (15/3).

Armand menuturkan pihaknya memastikan kontribusi pasar modal terhadap kondisi kesehatan generasi mendatang agar memiliki akses yang layak dan kesempatan yang sama untuk berkembang secara optimal. "Pasar modal memiliki peran strategis dalam memastikan investasi yang berkelanjutan untuk pembangunan masa depan yang lebih baik," paparnya.

Ketua Umum APINDO, Shinta W. Kamdani, mengungkapkan apresiasinya terhadap upaya lebih dari 25 Anggota AEI yang telah mendukung Program Pengentasan Stunting APINDO dalam semangat

"1.000 Pengusaha Gotong Royong untuk Stunting".

"Kami mengucapkan terima kasih atas komitmen dan kontribusi yang diberikan oleh para anggota AEI dalam mendukung upaya pencegahan stunting di Indonesia. Semangat gotong royong ini membuktikan bahwa bersama-sama, kita dapat menciptakan perubahan yang positif bagi bangsa dan negara," terangnya.

Shinta menambahkan bahwa Program Gerakan Anak Sehat - KIPAS STUNTING APINDO telah mendapat pengakuan langsung baik dari Presiden Republik Indonesia dan berada di bawah supervisi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Program ini bertekad mencapai lebih dari 150.000 penerima manfaat hingga akhir masa bhakti kepemimpinan APINDO periode 2023 - 2028.

Tahun 2024 ini, Program GAS - KIPAS STUNTING APINDO akan diperluas hingga 10 Provinsi di Indonesia, sebagai langkah nyata dalam upaya meningkatkan capaian dan dampak positif bagi anak-anak Indonesia.

Shinta menegaskan kedua organisasi ini siap mendorong partisipasi aktif pelaku usaha, termasuk para emiten di Indonesia, untuk turut serta dalam solusi berkelanjutan untuk masa depan Indonesia yang lebih baik.

"Dengan kerja sama yang kokoh dan semangat gotong royong, diharapkan program ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan kualitas hidup anak-anak Indonesia serta pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan," tandasnya. • **pan**

BNI Pacu Layanan Digital untuk Nasabah Wholesale

JAKARTA (IM) - PT Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk terus berinovasi untuk menghadirkan layanan solusi wholesale yang terintegrasi dan digital terbaik bagi nasabah.

Direktur Digital & Integrated Transaction Banking BNI Hussein Paolo Kartadjoemena mengatakan BNI terus memberikan solusi terbaik bagi nasabah dan meningkatkan daya saing kami agar selalu dapat menghadirkan layanan wholesale digital terbaik bagi nasabah.

Saat ini BNI menjalankan program Digitalisasi Bantuan Operasional Kesehatan (BOK). Paolo menyebut program digitalisasi BOK juga dinilai telah terbukti dapat meningkatkan akuntabilitas penyaluran dana BOK. Penyaluran dana ini berdampak pada perbaikan kualitas pelayanan kesehatan di Indonesia," imbuhnya.

BNI berkomitmen memberikan layanan solusi wholesale yang terintegrasi dan digital kepada Kementerian Kesehatan dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyaluran dana BOK. Penyaluran dana ini berdampak pada perbaikan kualitas pelayanan kesehatan di Puskesmas.

Sebagai informasi, Marketeers OMNI Brands of The Year 2024 sendiri merupakan ajang penghargaan merek atau perusahaan yang selama setahun terakhir sukses dalam melakukan pendekatan omni channel marketing, baik itu produk, layanan, komunikasi pemasaran, aktivitas perusahaan, dan sebagainya. • **dot**

IKM Furnitur Diminta Ciptakan Produk Inovatif dan Ramah Lingkungan

JAKARTA (IM) - Kementerian Perindustrian (Kemenperin) aktif memberikan fasilitasi akses promosi dan pemasaran kepada industri kecil dan menengah (IKM) furnitur pada perhelatan pameran tingkat nasional maupun internasional. Salah satu ajang bergengsi yang rutin diikuti IKM furnitur nasional, yakni *Jogja International Furniture and Craft Fair Indonesia* (JIFFINA).

Perhelatan JIFFINA 2024 yang telah memasuki tahun ke-8 diselenggarakan di Jogja Expo Center (JEC) pada tanggal 2-5 Maret 2024. Sebelumnya, Direktorat Jenderal Industri Kecil,

Menengah dan Aneka (IKMA) telah memfasilitasi sejumlah IKM furnitur berpartisipasi pada pameran Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2024 di Jakarta.

"Di tengah kondisi ketidakpastian global, sektor industri furnitur masih berkontribusi besar bagi sektor perekonomian. Pada tahun 2023, industri furnitur memberikan andil terhadap PDB industri pengolahan nonmigas sebesar 1,3 persen, dengan nilai kinerja ekspor mencapai USD1,8 miliar," kata Direktur Jenderal IKMA Kemenperin, Reni Yanita di Jakarta, Jumat (15/3).

Reni mengapresiasi penyelenggaraan JIFFINA 2024. Pasalnya, pameran furnitur bertaraf internasional ini tergabung dalam *circuit ASEAN and China furniture exhibition*, yang waktu pelaksanaannya berkesinambungan, dimulai dari Vietnam, Malaysia, Indonesia, Thailand dan Tiongkok. Ajang ini juga menjadi momentum penting untuk membuka akses pasar ekspor bagi pelaku industri furnitur dalam negeri.

"Yogyakarta yang merupakan tempat pelaksanaan JIFFINA merupakan pusat budaya dan industri kreatif di Indonesia, sehingga memungkinkan *buyer*

untuk melakukan *factory visit* langsung ke *workshop* perajin ditambah dengan adanya fasilitas bandara berskala internasional di Yogyakarta yang sudah memadai didukung dengan *direct flight* dari beberapa negara, sehingga memudahkan *buyer* untuk berkunjung," paparnya.

JIFFINA 2024 mengusung tema "The Eco Lifestyle Inspiring Forever" yang melanjutkan tema di tahun-tahun sebelumnya yang juga mengusung gaya hidup ramah lingkungan. Gaya hidup ramah lingkungan sendiri sedang diminati oleh pasar lokal maupun global. Menariknya, JIFFINA 2024 me-

miliki program Business Matching yang mempertemukan buyer dan exhibitor dalam pertemuan formal di business lounge yang berada di dalam area pameran.

"Kami juga berharap pelaku industri furnitur dapat terus mengikuti tren pasar global dengan melakukan inovasi dan selalu melakukan eksplorasi kekayaan budaya nasional dengan kemasan modern. Namun tetap menjaga kelestarian lingkungan dalam rantai pasoknya, serta mengikuti kaidah ekonomi sirkular. Bila hal tersebut tercapai, Indonesia dapat menjadi trendsetter dalam pengembangan eco lifestyle fur-

niture dan iklim industri furnitur menjadi semakin baik," imbuhnya.

Adapun 10 IKM furnitur yang difasilitasi pada pameran JIFFINA 2024 adalah CV. Aksata Furnicraft International, Semogajaya Furnicraft, CV. Meuble Land Indonesia, CV. Selawe Furniture, CV. Nikita Internasional, Nangoma, CV. Nash Group Indonesia, CV. Bongo Art, Arthurecraft, dan UD. Veenest. Para IKM tersebut berasal dari Bantul, Klaten, Jepara, Semarang, Ngawi dan Cirebon yang menempati Paviliun *Booth* Kemenperin seluas 252 meter persegi. • **dro**