

# Tabloid Kontan

## Melacak Bandar

Jika kode broker dihapus, investor ritel tetap bisa lacak jejak bandar. Simak caranya.

04-05

## Nasib Logam Mulia

Harga emas Antam makin turun. Sampai berapa penurunannya pada 2021 ini?

06-07



## Usaha Rooftop Tent

Tren kemping dengan tenda di atap mobil, menaikkan pamor usaha tenda lokal.

14-15

# Uang Muka Kredit 0% Masih Sebatas Angan

# 0%



**M**ulai 1 Maret 2021, masyarakat bisa memanfaatkan relaksasi uang muka atau DP 0% untuk kredit perumahan dan kendaraan. Fasilitas ini merupakan salah satu kebijakan Bank Indonesia (BI) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Namun, kebijakan pelonggaran DP 0% tersebut ibarat menabur biji di atas batu. Kendati punya tujuan baik untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, relaksasi uang muka 0% dinilai sulit diterapkan. Perbankan dan perusahaan pembiayaan tidak mau terburu-buru mengikuti kebijakan BI tersebut.

Alasannya, DP 0% akan memberi risiko lebih besar dibandingkan uang muka dengan nominal tertentu. Lalu, apa saja pertimbangan bank dan *multifinance* sebelum menawarkan DP 0% ke debitur?

Halaman 8-11



NIKMATI AKSES BEBAS KontanEpaper

<https://bit.ly/3dK4mZC>

## Polemik Vaksin Mandiri

Pelaku industri menanti kepastian harga vaksin mandiri

**P**rogram vaksinasi mandiri untuk perusahaan swasta segera teralisasi dalam waktu dekat. Namun, di tengah beban bisnis yang demikian berat di masa pandemi, pelaku industri meminta agar harga vaksin mandiri yang akan ditetapkan pemerintah tidak terlampaui mahal.

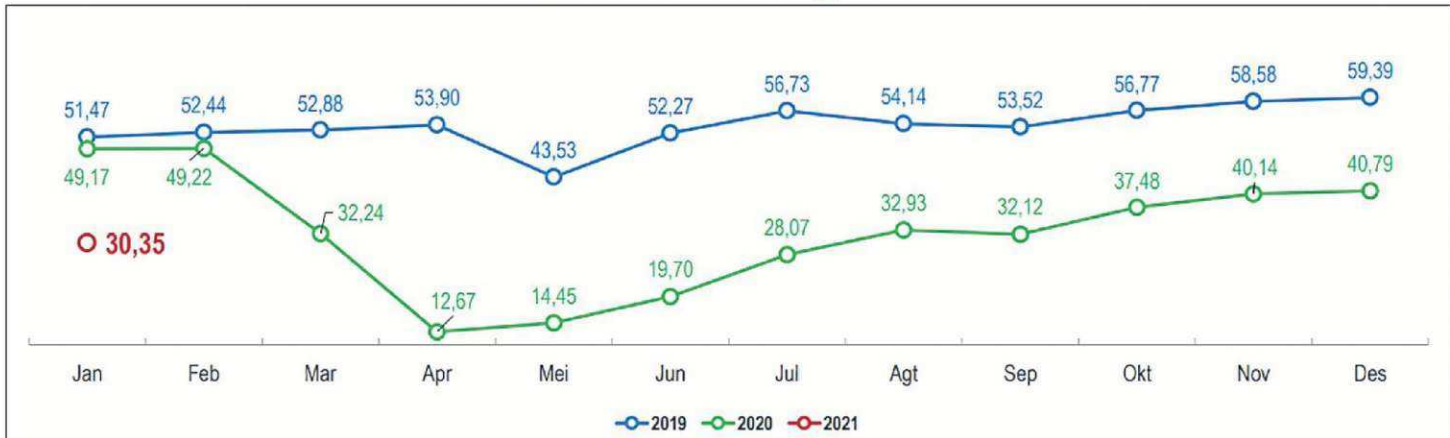
Mereka berharap harga vaksin mandiri tidak lebih dari Rp 300.000 per dosis. Lebih dari itu, mereka keberatan

karena akan menambah besar biaya pengeluaran perusahaan yang kebanyakan sedang mengalami tekanan lantaran pandemi berkepanjangan.

Jika harganya dianggap mahal, hanya perusahaan dengan finansial kuat bisa bikin program vaksin mandiri. Sebaliknya, akan mundur dan menunggu program vaksin gratis dari pemerintah.

Halaman 20-21

## Tingkat Penghunian Kamar (TPK)

Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar (TPK)  
Hotel Klasifikasi Bintang, 2019-2021

**m-to-m**

(Jan'21 terhadap Des'20)

**-10,44 poin**



**y-on-y**

(Jan'21 terhadap Jan'20)

**-18,82 poin**

Sumber: bps.go.id

# Bijak Mengelola Uang Pajak



Khomarul Hidayat

**B**ulan Maret dan April selalu jadi bulan sibuk bagi pegawai pajak. Maklum, akhir Maret jadi batas waktu bagi wajib pajak pribadi melaporkan surat pemberitahuan (SPT) tahunan pajak penghasilan. Sementara, bulan berikutnya jadi tenggat waktu bagi wajib pajak badan.

Tahun lalu, ada relaksasi batas waktu penyampaian SPT pajak bagi wajib pajak pribadi, diperpanjang sebulan karena ada pandemi korona. Tahun ini, belum tahu apa akan ada lagi pelonggaran.

Pelaporan SPT pajak penghasilan ini penting. Bukan cuma akan menggambarkan tingkat kepatuhan wajib pajak melaporkan SPT. Namun juga kejujuran melaporkan kewajiban pajaknya. Kita tahu, sistem perpajakan kita menganut self assessment. Dengan kata lain, perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak dilakukan sendiri oleh wajib pajak.

Nah, kejujuran wajib pajak melaporkan kewajiban pajaknya ini yang bakal diuji aparat pajak. Kantor pajak mencocokkan apa pajak yang dilaporkan sudah sesuai dengan data yang dimiliki Direktorat Jenderal Pajak. Kalau cocok, ya sudah selesai. Sebaliknya, kalau pajak yang dilaporkan tak sesuai dengan data profil si wajib pajak, kantor pajak akan meminta wajib pajak memperbaiki SPT. Bahkan diproses ke tingkat pemeriksaan sampai penetapan perpajakan.

Kantor pajak memang gencar mengejar kepatuhan dan kejujuran wajib pajak. Ini karena kantor pajak

jadi backbone penerimaan negara yang setiap tahun selalu meningkat.

Tahun ini, ambil contoh, pemerintah menetapkan target penerimaan pajak Rp 1.229,6 triliun. Target ini naik Rp 159,6 triliun dari realisasi penerimaan pajak tahun lalu yang senilai Rp 1.070 triliun. Target penerimaan pajak tahun ini setara 70,5% target penerimaan negara Rp 1.743,6 triliun di APBN 2021.

Bukan pekerjaan mudah untuk menggapai target penerimaan pajak sebesar itu, terlebih pandemi belum berakhir dan ekonomi yang masih lesu. Namun, target tersebut mau tidak mau harus bisa dikejar agar defisit anggaran tidak tambah membesar lagi.

Tahun lalu saja, penerimaan pajak shortfall sebanyak Rp 128,8 triliun atau hanya mencapai 89,3% dari outlook sebesar Rp 1.198,8 triliun, karena ekonomi Indonesia melambat sampai masuk ke resesi.

Sayangnya, saat kantor pajak berupaya keras mengejar kepatuhan para wajib pajak, malah dicerderai dengan munculnya dugaan kasus suap pajak yang melibatkan oknum petinggi kantor pajak.

Kebetulan pula, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) mengungkap kasus suap pajak tersebut bersamaan dengan masa-masa pelaporan SPT pajak tahunan. Seolah menjadi tamparan keras bagi kantor pajak, saat imbauan pelaporan SPT gencar disampaikan ke masyarakat, justru ada kasus dugaan suap yang menyerempet aparat pajak.

Wajar, kalau Menteri Keuangan Sri Mulyani berang dengan ulah pegawai pajak yang korup tersebut. Bahkan sampai menyebut perilaku oknum anak buahnya di pajak tersebut sebagai pengkhianatan.

Terungkapnya kasus suap pajak membukakan mata bahwa masih ada celah penyimpangan yang harus segera ditambal. Ini penting untuk menjaga kredibilitas institusi pajak.

Sebagai institusi yang bertugas memungut dan mengumpulkan pajak, menjaga kepercayaan di mata wajib pajak adalah keniscayaan.

Semoga saja, kasus ini tak sampai menjadi nila setitik rusak susu sebelanga. Sebab, bagaimanapun sudah banyak yang dilakukan kantor pajak untuk mereformasi perpajakan.

Semoga pula, para wajib pajak masih jadi orang bijak yang tetap taat membayar pajak. Namun, kita menuntut pula pemerintah harus bijak-bijak mengelola dan menggunakan uang pajak. Jangan ada lagi penyelewengan!

## Daftar Isi

### Tajuk

2. Khomarul Hidayat : Bijak Mengelola Uang Pajak

### Kocek

3. Untung rugi *short selling*

### Saham

4. Melacak jejak bandar meski kode broker ditutup

### Komoditas

6. Emas sulit mengilap di waktu dekat

### Keuangan

8. Cari bank yang DP KPR 0%
10. Leasing belum pede beri kredit tanpa DP

### Ekonomi Digital

12. Startup grosir kelontong online panen pengguna

### Refleksi

13. Ekuslie Goestiandi : Jebakan Pengalaman

### Usaha

14. Berkah dari usaha tenda atap

### Konsultasi Pajak

15. Agus S.L & Hendra W. : Pencatatan Rumah Warisan

### Bisnis

16. Bisnis mobil lelang dan mobil bekas terimbas insentif

### Dialog

18. Siti Nadia Tarmizi, Jubir Vaksin Kementerian Kesehatan: Tugas Bio Farma Sangat Berat

### Nasional

20. Menanti vaksin mandiri

### Profil

22. Dimas Vandityo, pengusaha Donat Kalis

### Agribisnis

23. F. Rahardi : Talas Kaliurang di Bogor

### Kedai

24. Sedap bubuy ayam dari Subang

FOTO COVER: Cheppy A. Muchlis  
DESAIN COVER: Alri Kemas

## Kocek

# Jual Saham Pinjaman

*Short selling* menjadi alternatif bagi investor atau trader yang bernyali besar. Mereka berharap harga saham tertentu turun, maka bisa beroleh cuan.

Francisca Bertha VP

**B**agi investor handal, sekuritas juga punya fasilitas investasi *short selling* alias jual kosong. Disebut jual kosong lantaran transaksi jual beli saham dengan metode ini tanpa memiliki saham yang dimaksud.

Itu artinya, investor atau trader meminjam dana kepada sekuritas untuk menjual saham yang belum dimiliki dengan harga tinggi. Harapannya, ia akan membeli saham itu jika harganya sudah turun.

Hanya saja, *short sell* ini diperbolehkan semenjak Maret 2020 lalu oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Yang mendasari keputusan itu adalah penurunan pasar saham Indonesia yang terjadi berturut-turut kala pandemi mulai merebak di Indonesia.

Kabarnya, Februari 2021, BEI akan kembali membuka fasilitas perdagangan ini. Akan tetapi, setelah rilis saham-saham yang masuk ke dalam *margin trading*, justru *short selling* diinfokan belum akan kembali dibuka.

Nah, jika nantinya dibuka lagi, Anda jangan gegabah untuk masuk fasilitas ini. Banyak pihak menyarankan, hanya yang ahli lah layak untuk mengoleksi saham dengan cara ini.

Pengamat pasar modal dari Universitas Indonesia, Budi Frensidy memaparkan bahwa keuntungan dari *short sell* ini adalah bisa menjual di saat harganya mahal dan membeli lagi di saat harganya murah. Dengan begitu ada selisih yang menjadi keuntungan. Trader atau investor yang menggunakan fasilitas ini berharap yang buruk-buruk terhadap sesuatu saham. Mereka berharap ada sentimen negatif sehingga ada reaksi harga sahamnya terkontraksi. "*Short seller* bisa untung kalau harga saham yang dijual nantinya turun, kalau sentimennya justru positif siap-siap harganya naik," kata Budi.

Budi memberi contoh misalnya saja saham A, saat ini, berada di harga Rp 3500 per saham. Lantas, ada investor yang ingin menjual saham itu lantaran ada potensi harga sahamnya akan turun karena sudah terlalu naik tinggi. Akan tetapi, investor itu belum memiliki saham A, maka ia meminjam lewat broker atau sekuritas.

Setelah meminjam saham A, si investor menjual saham itu. Nantinya, ia berkewajiban mengembalikan saham itu.

Harapan investor beberapa saat setelah menjual saham tersebut harga saham A mengalami penurunan misalnya



Saham menarik untuk short sell bukan dari fundamentalnya, tapi dari likuiditas.

KONTAN/Carolus Agus Waluyo

menjadi Rp 3400 per saham. Lantas, ia membeli saham tersebut. Saham yang dibeli dengan harga lebih murah daripada harga jual itu dia kembalikan ke broker. Dari transaksi itu, investor bisa mengantongi keuntungan sekitar Rp 100 per saham, di luar biaya administrasi.

Namun, tidak ada yang menjamin bahwa harga saham tertentu pasti turun. Budi bilang investor harus siap menerima kenyataan jika ternyata ada sentimen positif yang bisa mendorong harga sahamnya. "Kalau turun itu kan ada batasannya. Jadi keuntungannya terbatas. Sementara kalau naik itu bisa naik tinggi. Kalau naik tinggi yang ruginya juga besar," kata Budi.

Info saja, untuk menjaga penurunan harga saham yang wajar, maka BEI menerapkan batas bawah *auto rejection* seluruh fraksi menjadi 7%. Sementara, untuk batas atasnya tetap yakni 20%, 25% dan 35%.

Batas atas bergantung dari harga saham emiten tersebut. Itu artinya, keuntungan yang bisa didapat maksimal 7% per hari, sementara kerugiannya bisa mencapai 35%.

Budi mengatakan karena model pinjamnya adalah pinjam saham orang lain, akan merugikan orang lain juga, jika terjadi pembagian dividen lintas trader yang melakukan *short sell* tidak segera membeli saham tersebut. Pasalnya, investor yang memang berhak atas saham itu kehilangan sahamnya dan tidak memperoleh dividen.

Berbeda dengan *margin trading* yang bentuk pinjamannya adalah modal. Jadi hubungan pinjam meminjam antara trader atau investor yang memilih fasilitas itu dengan sekuritas.

Apa Anda tertarik untuk mencoba *short selling* ketika nanti mulai diberlakukan? Jika iya, minimal modal yang disetorkan Rp 200 juta dan untuk sekuritasnya hanya perusahaan

tertentu yang diperbolehkan.

## Awas saham manipulasi

Jika tertarik memperoleh keuntungan dengan cara ini, Anda harus bisa mencermati saham apa yang layak dikoleksi. Meskipun sudah ada list sahamnya, Anda harus memahami sentimen-sentimen dari saham tersebut.

Hans Kwee, Direktur Anugerah Mega Investama mengatakan bahwa ada perbedaan antara memilih saham *short selling* dengan *margin trading*.

Jika mengoleksi dengan cara *margin trading*, maka saham yang harus dipilih dilihat dari sisi likuiditasnya. Lantas, untuk mengamankan potensi penurunan harga, Hans bilang fundamentalnya juga harus baik. "Apabila harganya turun, penurunan itu relatif tertata, tidak terlalu merugikan si tradernya," katanya.

## Jangka Pendek dan Berpengalaman

**Sama** halnya dengan *margin trading*, investasi lewat *short selling* cocok untuk jangka pendek atau hitungan harian. Sifatnya yang sama-sama pinjaman membuat ada biaya administrasi atau margin yang harus dibayarkan ke sekuritas.

Analisis CSA Research Institute Reza Priyambada juga mengatakan demikian. Bahwa, untuk investasi jenis ini hanya cocok bagi investor yang bertujuan untuk jangka pendek. Jadi, ketika ada sentimen negatif dan harga sahamnya turun bisa langsung dieksekusi.

Selain itu, Reza menegaskan investor yang cocok adalah yang memang benar-benar lihat atau berpengalaman. "Sebenarnya, dari skema transaksi itu, sekuritas pun akan lebih selektif

mengizinkan siapa saja yang boleh menggunakan fasilitas ini. Kalau tidak memiliki rekam jejak yang baik, tentu akan sulit," ungkap Reza.

Makanya jika melihat aturan OJK, nasabahnya pun sebenarnya terbatas. *Pertama*, harus memiliki rekening efek reguler guna mengetahui riwayat transaksi nasabah. *Lantas*, investor juga sudah membuka rekening efek pembiayaan transaksi margin.

Tak cuma itu, *ketiga*, seperti yang sudah dibahas sebelumnya, investor paling tidak menyetorkan jaminan awal paling kecil Rp 200 juta untuk masing-masing rekening efek pembiayaan *margin trading* dan *short selling*.

Bagaimana, sudah siapkah permodalan Anda? ◆

Faktor penting lain dari *margin trading* adalah memperhatikan volatilitas. Kalau volatilitas terlalu kecil tidak menguntungkan, sementara kalau terlalu besar juga berisiko. Jadi volatilitas sahamnya, sebaiknya normal.

Sementara untuk saham yang masuk ke daftar *short selling*, trader harus memperhatikan likuiditasnya. Yang paling penting adalah trader memastikan, saham tidak dimanipulasi atau volatilitasnya tidak kelihatan aneh di pasar. "Kalau sahamnya dimanipulasi kita *short*, lalu ternyata ditransaksi banyak itu kita bisa rugi," jelas Hans. Selanjutnya, trader harus melihat kondisi pasar secara umum sebagai panduan. Misalnya dalam kondisi sekarang, bidik saham yang harganya berpotensi turun.

Sepengetahuan Hans, saham-saham pilihan di *short selling* tidak bisa langsung di *short*. Misalnya, saat ini harga pasar Rp 1.000, kita tidak bisa langsung jual Rp 1.000 tetapi jual pada Rp 1.050. Nah, ketika kita beli kembali, ada margin yang dibayarkan sesuai ketentuan di awal dengan sekuritas.

Budi menambahkan saham-saham yang masuk *short selling* biasanya lebih sedikit dibanding saham yang masuk *margin trading*. Jika saham *margin trading* sekitar 183 saham, saham yang masuk *short selling* hanya setengahnya saja.

Menurut Budi, saham yang menarik untuk *short sell* tidak dilihat dari fundamentalnya. Yang terpenting justru dari sisi likuiditasnya dan dimiliki banyak orang.

Pasalnya, jika saham itu hanya dimiliki dalam jumlah sedikit, ketika diperbolehkan *short selling*, orang bisa melakukan praktik manipulasi guna meningkatkan harga sahamnya. Misal ada seratus investor saham A. Mereka kompak membeli saham A ketika harganya baru turun. Padahal sudah ada trader yang menjual saham tersebut untuk dibeli kembali ketika harganya turun. Lantaran banyak dibeli investor lain dan trader kalah cepat, harga saham A bisa naik lagi. "Itu sebabnya, kenapa kalau mau IPO minimal investornya 300," kata Budi.

Meski risiko yang ditanggung besar, Budi mengatakan banyak orang belum tahu bahwa *short selling* sebenarnya bisa menjaga pergerakan harga saham. Contohnya jika harga saham A sudah amat tinggi dan trader berani untuk melakukan *short sell*, maka kenaikan harga sahamnya bisa dibatasi agar tak melejit. ◆

## Saham

# Lacak Jejak Bandar

Kebijakan BEI menutup kode broker dan tipe investor, diprotes investor retail. Toh, masih ada cara lain mengikuti pemain saham besar.

## Herry Prasetyo

Sebuah petisi online meluncur ke situs Change.org pekan lalu. Petisi yang digagas akun bernama Bunga Trader itu mengajukan petisi kepada Direktur Utama Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Petisi tersebut berisi pernyataan menolak kebijakan BEI terkait penutupan kode broker dan tipe investor. Hingga Kamis (4/2) malam, sudah ada 4.682 akun yang menandatangani petisi tersebut.

Petisi tersebut muncul usai BEI merilis rencana untuk menutup kode broker di layar perdagangan saham alias running trade mulai Juni mendatang. Enam bulan kemudian, pada Februari 2022, BEI juga akan menutup informasi tipe investor yang menunjukkan transaksi saham oleh investor asing atau domestik.

Dalam petisinya, akun Bunga Trader menyebutkan, penutupan kode broker dan tipe investor saat jam bursa, sama saja dengan menutup mata para trader secara paksa dalam jual beli saham. Sehingga analisa saat proses jual beli saham kurang maksimal dan bisa mengakibatkan kerugian.

Di BEI, kode broker dan tipe investor, selama ini, memang ditampilkan sebagai informasi *post trade* ke publik setiap terjadi transaksi saham. Ini berbeda dengan praktik yang terjadi di banyak bursa di luar negeri.

BEI tentu punya alasan ter-



KONTAN/Cheppy A. Muchlis

kait kebijakan tersebut. Selain untuk mengikuti *best practice*, Direktur Perdagangan dan Pengaturan Anggota Bursa BEI Laksono Widodo mengatakan, tujuan utama kebijakan penutupan kode broker dan tipe investor adalah untuk menciptakan *market conduct* yang lebih baik.

"Mengurangi *herding behaviour* dan mendorong investor

untuk berinvestasi dengan cara yang baik dengan melakukan analisa daripada mengandalkan 'kata teman, tetangga, atau bandar' dan dengan kepala dingin dan rasional dibandingkan emosional," kata Laksono.

Yang dimaksud *herding behaviour* adalah suatu fenomena saat investor lebih memilih untuk mengikuti keputusan yang dibuat oleh investor lain-

nya. Pengurangan potensi *herding behaviour* ini diharapkan akan meningkatkan kewajaran dalam pembentukan harga saham.

Selain itu, penghapusan kode broker dan tipe investor bertujuan untuk mengurangi *front running*, *piggybacking*, dan kebocoran informasi. Tujuan lainnya adalah untuk mengurangi kebutuhan bandwidth data yang menyebabkan keterlambatan dalam aktivitas perdagangan karena meningkatnya frekuensi transaksi akhir-akhir ini.

Kebijakan BEI ini tentu menimbulkan pro dan kontra. Selain petisi online yang dilayangkan Bunga Trader, keberatan juga datang dari Mantan Direktur BEI dan Bursa Berjangka Jakarta Hasan Zein Mahmud.

Meski sepenuhnya mengambil keputusan investasi berdasarkan fundamental perusahaan, Hasan mengaku berada di barisan yang keberatan dengan rencana tersebut. Sebab kebijakan tersebut akan menurunkan kualitas dan level *playing field*.

Mayoritas investor ritel adalah trader. Bagi para trader, Hasan bilang, info para broker adalah relevan dan informasi sensitif. Mereka sering mengambil keputusan hanya berdasarkan info di *running trade*.

"Menghapus info tersebut ekuivalen dengan menutup ma-

ta pemain ritel saat masuk ke lapangan pertandingan. Pada saat yang sama menyembunyikan dan melindungi para bandar," kata Hasan.

Menurut Laksono, tidak tepat jika kebijakan ini dianggap menutup mata investor ritel. Sebab, kebijakan tersebut juga berlaku untuk investor institusi, baik domestik maupun asing.

Toh, investor bisa tetap memperoleh data transaksi harian lengkap di akhir hari. "Sehingga bagi yang mau mempelajari pola transaksi tetap dapat melakukan dengan tenang dan banyak waktu," kata Laksono.

## Follow the big money

Bagi sebagian investor saham, kode broker dan tipe investor penting sebagai dasar untuk bertransaksi saham. Sebab, melalui informasi tersebut, investor ritel maupun trader bisa mengetahui arah pergerakan pemain besar yang acap disebut bandar.

Ibarat ikan kecil, investor ritel bisa meraup cuan dengan memakan apa yang dimakan oleh ikan besar. Inilah yang disebut strategi *follow the big money* dalam transaksi saham. Istilah *big money* merujuk pada investor dengan dana besar, biasanya investor institusi seperti dana pensiun, asuransi, maupun manajer investasi.

Analyze any stock,  
any where, anytime  
Know when to buy,  
what to buy,  
and when to sell



visit <https://analytics.rti.co.id>

Available on desktops, laptops, macbook and tablet /ipad

Sebagian trader beranggapan, harga saham tidak ditentukan oleh maupun fundamental perusahaan. Namun, pemain besar lah yang menentukan atau menggerakkan harga saham. Itu sebabnya, trader mesti bisa mengetahui ke arah mana pemain besar sedang bergerak, apakah sedang mengakumulasi saham atau menggelar distribusi.

Argha J Karo Karo, trader sekaligus pendiri Creative Trading System, mengatakan, dengan adanya informasi kode broker dan tipe investor, trader maupun investor ritel bisa mengetahui siapa pemain yang sedang menjual atau memborong saham, apakah investor kecil atau pemain besar, apakah investor asing atau domestik.

## Kode broker menentukan, apakah saham akan disimpan dalam jangka panjang atau trading jangka pendek.

Dalam analisa bandarmology yang Argha gunakan, fokusnya adalah melihat siapa yang membeli dan siapa yang menjual. "Meskipun ada berita bagus di saham tersebut, kalau investor asing atau pemain besar jualan, trader harus ikut jualan juga," kata Argha.

Rita Effendi, investor sekaligus pendiri komunitas Indonesia Investment Education (IIE), mengatakan, kode broker biasanya bisa menjadi alat identifikasi apakah saham akan naik atau tidak. Jika broker asing aktif bertransaksi dan memborong dalam jumlah besar, harga saham biasanya naik. "Itu membantu investor untuk ikut membeli saham tersebut," kata Rita.

Di kalangan investor, kode broker seperti MS (Morgan Stanley) dan KZ (CLSA Sekuritas) biasanya identik dengan pemain besar asing. Sementara kode broker YP (Mirae Asset Sekuritas) dan PD (Indo Premier Sekuritas) acap dia-

sosiasikan sebagai investor ritel domestic.

Bagi Rita, kode broker ini akan menentukan arah investasi, apakah saham tersebut akan disimpan untuk investasi dalam jangka panjang atau hanya trading jangka pendek. Investor yang bertransaksi melalui broker asing, biasanya membeli saham dalam jangka panjang. Sebaliknya, investor yang bertransaksi di broker ritel biasanya menggelar profit taking dalam waktu singkat.

"Kalau asing yang beli, kita bisa ikut membeli saham tersebut dan menyimpannya untuk investasi. Kalau harga turun, santai aja karena pasti akan naik lagi," kata Rita.

Dengan adanya informasi kode broker dan tipe investor, trader memang lebih leluasa untuk meniru langkah yang diambil oleh investor lain alias *piggybacking*. Nantinya, "Investor ritel tidak bisa lagi *piggybacking*, cuma bisa menebak-nebak saja," kata Argha.

### Banyak strategi

Lalu, apakah investor ritel nantinya tidak bisa lagi *follow the big money* tanpa adanya kode broker dan informasi tipe investor?

CEO & Founder Ara Hunter Hendra Martono Liem, mengatakan, investor ritel sebetulnya bisa tetap mengikuti langkah *the big player* tanpa adanya informasi kode broker. Toh, informasi kode broker juga tak selalu akurat untuk mendeteksi langkah pemain besar.

Pria yang akrab disapa Hokl itu mengatakan, pemain besar atau sering juga disebut *liquidity provider* biasanya tidak hanya menggunakan satu atau dua akun broker dalam bertransaksi saham.

Mereka bahkan bisa menggunakan hingga 48 broker untuk melakukan transaksi. Pemain asing juga bisa menggunakan broker lokal atau menggunakan perantara akun domestik dalam transaksinya.

"*Big player* bukan orang bodoh, mereka tidak mau juga kalau mudah dilacak oleh ritel," kata Hendra.

Itu sebabnya, menurut Hendra, mengikuti langkah pemain besar tidak bisa hanya mengandalkan informasi kode broker dan tipe investor. Toh, di luar negeri, trader tetap bisa

## 20 Broker Teraktif Berdasarkan Volume Sepanjang 2020

Kode	Broker	Volume (miliar saham)	Nilai (Rp triliun)	Frekuensi (juta kali)
YP	Mirae Asset Sekuritas Indonesia	691,87	409,21	53,24
CC	Mandiri Sekuritas	398,75	356,97	28,59
PD	Indo Premier Sekuritas	304,20	221,58	32,40
EP	MNC Sekuritas	180,28	66,23	12,67
AP	Pacific Sekuritas Indonesia	174,21	82,49	0,45
DR	RHB Sekuritas Indonesia	171,92	100,91	8,16
CP	Valbury Sekuritas Indonesia	171,18	74,65	5,68
KK	Phillip Sekuritas Indonesia	157,79	94,10	12,93
NI	BNI Sekuritas	156,36	88,79	13,97
DH	Sinarmas Sekuritas	156,34	89,53	6,97
YU	CGS-CIMB Sekuritas Indonesia	147,62	208,09	9,26
MG	Semesta Indovest Sekuritas	137,66	73,09	4,90
ZP	Maybank Kim Eng Sekuritas	124,75	207,65	10,51
GR	Panin Sekuritas	113,84	87,18	6,68
YJ	Lotus Andalan Sekuritas	105,10	52,85	4,04
YB	Jasa Utama Capital Sekuritas	99,20	63,75	4,62
AK	UBS Sekuritas Indonesia	96,49	209,66	9,35
LG	Trimegah Sekuritas Indonesia	90,63	68,62	4,24
SQ	BCA Sekuritas	88,93	78,33	6,21
CS	Credit Suisse Sekuritas Indonesia	86,08	199,67	10,80

Sumber: BEI

menerapkan strategi *follow the big money* meski tidak ada informasi kode broker.

Investor kawakan Soeratan Doerachman juga tidak membutuhkan informasi kode broker dalam melakukan transaksi saham. "Saya tidak pernah memperhatikan broker mana yang mengumpulkan, mana yang *net sell*, mana yang *net buy*," kata pria yang akrab disapa Eyang Ratman ini.

Menurut Eyang Ratma, trader harus tetap menerapkan *follow the big money*. Namun, tak perlu harus mengetahui broker dan siapa di belakang broker tersebut untuk mengetahui arah pemain besar.

Lalu bagaimana caranya mengikuti jejak pemain besar? Menurut Eyang Ratman, yang dibutuhkan hanyalah informasi pergerakan harga dan volume dengan dibantu indikator teknikal. Sesuai hukum permin-

taan dan penawaraan, volume penting karena akan menentukan arah pergerakan harga.

Ada berbagai indikator yang bisa trader gunakan untuk melacak jejak pemain besar seperti indikator *on balance volume* (OBV), *divergence*, dan juga *money flow index* (MFI). "Jika terjadi *divergence* antara harga dengan indikator tersebut, kita bisa mengetahui kira-kira ke mana pemain besar akan pergi," kata Eyang Ratman.

Misalnya, jika harga saham naik, *divergence* negatif, sementara OBV turun, maka *big player* tengah menjebak ritel supaya terus membeli saham. Nah, saat harga saham sudah di atas, *big player* akan mengguyur dengan menggelar aksi jual sehingga harga anjlok.

Hendra mengamini, mengikuti jejak pemain besar bisa dilakukan melalui analisa vo-

lume dan melihat tren. Jika harga turun dan volume juga turun, berarti pemain besar mulai bersiap akumulasi. Kalau harga naik namun volume sedikit, berarti pemain besar mulai melakukan distribusi.

Menurut Hendra, yang perlu diperhatikan dari pemain besar adalah waktu keluar, bukan waktu masuk. Dengan dana besar, pemain besar sulit untuk keluar begitu saja dari sebuah saham. Mereka akan mengerek harga untuk melakukan distribusi.

Yang jelas, ada banyak metode yang bisa diterapkan oleh trader untuk mengikuti jejak pemain besar demi meraup cuan. Yang penting, Hendra bilang, trader maupun investor mau belajar menganalisis dan menerapkan *money management* dalam bertransaksi. "Jangan cuma ikut-ikutan karena pompom saja," katanya. ◆

## Kebijakan Baru Informasi Kode Broker dan Tipe Investor

Jenis Data	Penyebaran Informasi
Data Running Trade	Tidak ditampilkan/disebarkan
Datafeed Realtime	Tidak disebar kepada pelanggan datafeed
Protokol Baru (FIX5.0, OUCH, danITCH)	Tidak disebar kepada pelanggan protokol baru
Data Akhir Hari	Data akhir hari bagi pelanggan IDX tetap menampilkan kode broker dan tipe investor
	Data akhir hari yang diperoleh Anggota Bursa dari Jaringan Terpadu Pasar Modal (JTPM) atau Data Transaksi Bursa (DTB) tetap menampilkan informasi kode broker dan tipe investor
Website Bursa	Tetap menampilkan informasi broker summary dan aktivitas investor asing dan lokal (akhir hari)
Data Statistik	Tetap menampilkan informasi kode broker dan tipe investor karena sifatnya hanya untuk kebutuhan statistik data
Data Publik (daily trading information)	Tetap menampilkan informasi kode broker dan tipe investor (akhir hari)
DTS (Data Transaksi Bursa per AB)	Tetap menampilkan informasi kode broker

Sumber: BEI

Kontan WEBINAR

BATCH 9

## CERTIFIED SUPPLY CHAIN ANALYST (CSCA)

15-18 MARET 2021 | 18.30-22.30 WIB

CSCA (*Certified Supply Chain Analyst*) adalah program sertifikasi dari ISCEA USA (*International Supply Chain Education Alliance*). Program ini dirancang untuk memberikan penguasaan terkait dengan dasar-dasar dari *the Supply Chain Body of Knowledge*. Topik yang disajikan adalah Sourcing, peran *inventory* dalam rantai pasokan, MRP, dan Transportasi. Di luar topik spesifik rantai pasokan ini, masalah terkait seperti *Team Dynamics*, *Sustainability*, *Lean*, dan *Continuous Improvement Tools*, akan disajikan.

FASILITATOR

EFRATA DENNY SAPUTRA YUNUS ST, M.COM, M.IS, CSCA, CSCM, CDDP  
Supply Chain Expert

PENDAFTARAN

POWERED BY Kontan Academy

<http://bit.ly/KA-CSCA9> | 0813 1111 6063

## Komoditas

# Bakal Sulit Mengilal di Waktu Dekat

Harga emas Antam semakin jauh meninggalkan rekor *all time high*. Seberapa jauh penurunan harga mungkin terjadi pada tahun ini?



Harga emas sulit menyamai rekor tahun lalu. Sebab, dari sisi fundamental, semua negara sedang melakukan vaksinasi massal, sehingga ada harapan ekonomi pulih.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

### Dupla Kartini PS, Jane Aprilyani

Investor emas batangan kini harus lebih bersabar untuk bisa mengecap cuan. Setelah berjaya di tahun lalu, laju harga logam mulia disinyalir melambat pada tahun ini. Meredanya ketidakpastian di tengah vaksinasi global mulai mengurangi minat pasar terhadap aset yang menyandang status *safe haven* ini.

Lihat saja, emas besutan PT Antam Tbk atawa emas Antam yang sulit menanjak sepanjang tahun ini berjalan. Mengutip *logammulia.com*, Kamis (4/3), emas pecahan 1 gram diperdagangkan seharga Rp 923.000. Emas ukuran 10 gram lebih murah lagi, dibanderol Rp 872.500 per gram.

Dibandingkan dengan akhir tahun lalu, harga jual emas Antam sudah turun sebanyak Rp 42.000 atau setara 4,3%. Bahkan, harganya telah merosot

hingga Rp 142.000 dari rekor *all time high* yang ditorehkan 7 Agustus 2020 silam.

Tahun lalu, emas menjadi instrumen paling menguntungkan. Emas Antam sempat dihargai Rp 1,065 juta per gram. Meski kemudian, ditutup di level Rp 965.000 pada pengujung tahun lalu.

Harga beli kembali alias *buyback* emas Antam turun lebih tajam. Tahun ini, harga *buyback* sudah melorot sebesar Rp 68.000 atau hampir 8% ke level Rp 788.000 per gram. Artinya, selisih harga jual dan *buyback* mencapai Rp 135.000.

Melandainya harga emas di pasar domestik mengekor performa emas global yang loyo. *Bloomberg* mencatat, emas di pasar spot terdepak ke level terendah 9 bulan. Kamis (4/3) sore, emas spot diperdagangkan US\$ 1.716 per ons troy. Tahun ini saja, harganya sudah turun 10%. Jika dihitung dari posisi *all time high*, Agustus

lalu, yang mencapai US\$ 2.063, koreksinya mencapai 20%.

Risiko pandemi yang mulai berkurang mendorong orang lebih berani masuk ke aset berisiko, yang menawarkan imbal hasil lebih atraktif. Dus, minat orang membeli emas tak segetol saat pandemi mengaum di tahun lalu.

Menurut Ariston Tjendra, pengamat pasar komoditas, terjadi peralihan sentimen di pasar global. Sebelumnya, ekspektasi stimulus jumbo digadag-gadag mendorong penguatan harga emas dunia, lantaran dollar AS loyo. Rupanya belakangan ini malah terbalik, sebab pasar melihat stimulus besar justru rawan mengerek tingkat inflasi di AS. Imbasnya, *yield* atau tingkat imbal hasil obligasi pemerintah Uwak Sam (US Treasury) jangka panjang terdongkrak.

Investor global beralih ke AS, sehingga mata uang dollar AS lebih bertenaga. Akibatnya,

emas jadi tertekan. Apalagi, solidnya data ekonomi AS belakangan ini mendorong minat pasar terhadap aset berisiko, seperti saham. Kemajuan vaksinasi meningkatkan ekspektasi pemulihan ekonomi global.

Di sisi lain, faktor domestik kurang mendukung bagi laju emas Antam. Maklum, rupiah cenderung stabil. Bahkan, dibandingkan tahun lalu, mata uang Garuda kini lebih tangguh. Di awal 2021, IDR sempat menguat ke bawah Rp 14.000 per dollar, meski belakangan ini, kembali ke atas Rp 14.000.

### Masa koreksi

Direktur TRFX Garuda Berjangka, Ibrahim, menilai, wajar harga emas melandai di tahun ini. Sebab, lompatan harga yang terjadi pada tahun lalu dipicu faktor yang tidak normal, yaitu kecemasan terhadap pandemi.

Penurunan harga emas disinyalir berlanjut. Saat ekonomi dunia membaik pasca-vaksinasi, dia menduga, emas dunia bisa bergerak menuju level wajar US\$ 1.600 per ons troy.

Maka, tak menutup kemungkinan harga emas Antam pada tahun ini turun ke bawah Rp 800.000 per gram. Ini dengan asumsi kurs rupiah menguat ke kisaran Rp 13.500-Rp 14.000 per dollar, jika vaksinasi efektif dan ekonomi mulai pulih.

Dalam jangka pendek, menurut Ariston, koreksi harga emas masih rawan terjadi. Level batas bawah (*support*) terdekat yaitu US\$ 1.670 per ons troy. Dengan begitu, emas Antam bisa turun hingga menyentuh Rp 900.000 per gram.

Menurut dia, sekalipun terkoreksi, emas spot tahun ini kecil kemungkinan sampai ke bawah US\$ 1.500. Ini didasari pertimbangan teknikal, di mana pergerakan normal harga emas setahun sekitar US\$ 200



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

hingga US\$ 400. Jadi, kalau level tertinggi di Januari 2021 mencapai US\$ 1.963, maka potensi level terendah paling maksimal di kisaran US\$ 1.520-US\$ 1.540 per ons troy.

Presiden Komisioner HFX International Berjangka, Sutopo Widodo, melihat sejauh ini penurunan harga emas sebatas koreksi yang lazim terjadi pada aset komoditas yang nilainya *over value*.

## Harga emas bisa menyamai 2020, hanya jika merebak varian Covid-19 yang tak bisa tertangani oleh vaksin.

Apalagi, selain alasan teknis, koreksi harga juga dipicu kenaikan *yield* obligasi AS. Ada dugaan sebagian investor melepas posisi emas, lalu mengalihkannya ke aset yang menawarkan *yield* lebih besar.

Perkiraan Sutopo, jika level terendah tahunan emas spot di kisaran US\$ 1.700, maka kemungkinan Antam akan berada di kisaran Rp 870.000-Rp 900.000 per gram. Dia bilang, sekalipun rupiah melemah, efeknya tak banyak mengontrol harga emas Antam, karena pergerakan harga lebih dipengaruhi faktor global.

### Sulit menyamai 2020

Meski sedang melandai, Sutopo masih melihat peluang harga komoditas logam mulia naik lagi, jika imbal hasil US Treasury kembali melandai. "Sebab *yield* yang terlalu tinggi pun akan menghambat pemulihan ekonomi," papar dia.

Hanya saja, *rebound* harga kemungkinan tidak terlalu tinggi, mengingat pemulihan ekonomi yang berlangsung didorong vaksinasi dan data ekonomi yang kian membaik. Diprediksi, target batas atas alias *resistance* tahunan di kisaran

US\$ 1.950 dan US\$ 2.000 per ons troy. Dus, emas Antam berpeluang pula rebound hingga mencapai Rp 1 juta-Rp 1,05 juta per gram.

Ibrahim tidak menampik bahwa masih ada potensi harga emas untuk kembali naik setelah terkoreksi. Dalam jangka pendek, masih ada katalis stimulus yang dinanti pasar.

Dugaan dia, jika pada pertengahan Maret 2021 ini Senat AS menyetujui paket stimulus senilai US\$ 1,9 triliun, maka dollar AS akan melemah, sehingga emas dunia yang diperdagangkan dalam USD akan diuntungkan.

Katalis lain, ancaman konflik geopolitik di Laut Cina Selatan dan Timur Tengah. Ketegangan semacam ini biasanya menguntungkan bagi harga *safe haven*. Hanya, meski menguat, Ibrahim meyakini tahun ini emas sulit mengukir rekor anyar. "Target *resistance* terkuat US\$ 1.900-an," tebak dia.

Emas bahkan sulit menyamai rekor tahun lalu. Sebab, dari sisi fundamental, semua negara sedang melakukan vaksinasi massal, sehingga ada harapan ekonomi pulih.

Di dalam negeri, pergerakan rupiah juga disinyalir tak cukup menyokong harga emas. IDR ditengarai masih akan fluktuatif. Pemerintah mematok kurs rupiah di APBN sebesar Rp 15.300 per dollar, sebagai batas *support*. Sedangkan, potensi penguatan bisa mencapai 13.500-14.000, jika vaksinasi efektif dan ekonomi membaik.

Maka, Ibrahim menaksir, penguatan harga emas spot hanya mampu mendorong emas Antam kembali ke kisaran Rp 900.000-an per gram di tahun ini. "Perkiraan saya, sampai tahun 2023, emas masih belum cukup kuat" ramal dia.

Ariston bilang, tahun ini, harga emas bisa menyamai rekor termahal yang dicetak tahun lalu, hanya jika merebak varian virus Covid-19 baru yang tidak bisa tertangani oleh vaksin. "Tapi kondisi ini probabilitasnya kecil," prediksi dia.

Di samping itu, prospek pemulihan ekonomi membuat emas akan sulit menyamai harga tahun lalu. Hanya saja, adanya stimulus besar dari pemerintah maupun bank sentral global masih bisa jadi katalis

yang mengerek kembali harga emas setelah terkoreksi.

Sedangkan, Wahyu Tri Laksono, analis Central Kapital Futures, lebih optimistis peluang harga emas Antam untuk naik masih besar di sisa tahun ini. "Bahkan, sekalipun harga emas dunia sedang tertekan, emas Antam masih bisa menguji *new high*," tebak dia.

Harapan itu didasari historis yang terjadi pada periode 2011-2018 silam. Saat emas spot anjlok dari *all time high* US\$ 1.900-an menjadi sekitar US\$ 1.000-an, harga emas Antam terus naik setiap tahun, meski tidak tajam.

Wahyu bilang, bicara prospek emas Antam ibarat dua mata pisau: antara emas global dan USD/IDR. Saat USD melemah, dan emas spot melon-

jak, maka harga emas Antam akan *mirroring*. Di sisi lain, saat USD menguat dan IDR melemah, maka emas Antam punya kans untuk naik di tengah kurs rupiah yang melemah. Hitungan dia, tahun ini, masih terbuka peluang emas Antam mencapai harga Rp 1,1 juta per gram.

Hanya saja, kata Wahyu, *rebound* harga mungkin tidak terjadi dalam waktu dekat. Sebab, secara teknis, momentum dan fundamental belum mendukung. Tapi setidaknya akan konsolidasi, dengan rentang US\$ 1.600-US\$ 1.860.

Peluang *rebound* lebih terbuka setelah triwulan pertama, sebab ada kans pergantian momentum. "Saat kecemasan terhadap laju inflasi berubah menjadi kecemasan ekonomi, maka

peran *safe haven* emas akan kembali menguat," imbuh dia.

Nah, mengingat prospek kenaikan dalam waktu dekat disinyalir terbatas, maka investor yang mengejar cuan jangka pendek harus pikir-pikir dulu untuk memborong emas.

Kecuali, Anda investor yang sabar menanti kenaikan dalam jangka menengah-panjang, direkomendasikan memanfaatkan koreksi harga untuk beli.

Hanya, kata Ibrahim, karena penurunan harga masih bisa berlanjut dalam waktu dekat, investor sebaiknya *wait and see*. "Beli saat harga sudah di *range* terendah," saran dia.

Tapi, bagi investor yang tak ingin ketinggalan momentum, Ariston bilang, bisa mengakumulasi sedikit demi sedikit setiap terjadi koreksi. ◆

Kontan WEBINAR

LIVE ON ZOOM



## SUKSES BERKOMUNIKASI: MEMPENGARUHI ORANG LAIN

Jika Anda pernah perlu mempengaruhi orang lain lewat presentasi, Anda tahu ada banyak tantangan untuk melakukannya secara efektif. Dalam webinar interaktif satu jam ini, Anda akan mempelajari struktur yang terbukti efektif dalam menata presentasi yang persuasif, mengidentifikasi cara menggunakan bukti yang sesuai untuk audiens, dan mempelajari tips praktik terbaik lainnya untuk melakukan presentasi persuasif.

FASILITATOR  
DALE CARNEGIE DIGITAL TRAINER

12 MARET 2021  
09.00 - 11.00 WIB

PENDAFTARAN  
<http://bit.ly/KA-COMMS>  
0813 1111 6063

TIKET  
350.000

POWERED BY  
KontanAcademy

Laporan  
Utama

## Keuangan

# Dicari: Bank Berani Kasih DP KPR 0%

Biarpun ada kebijakan relaksasi, perbankan masih menimbang-nimbang pelaksanaan *loan to value* (LTV) 100% untuk kredit pemilikan rumah (KPR).



Yang menjadi risiko bank adalah jika terjadi default kemudian terpaksa dilakukan lelang, lalu sisa pokok utang beserta bunga tertunggak tidak bisa dilunasi seluruhnya dengan penjualan jaminan itu.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

## Nina Dwiantika

Bagai pungguk merindukan bulan, kebijakan relaksasi *loan to value* (LTV) untuk kredit pemilikan rumah (KPR) bakal susah-susah gampang diterapkan. Pasalnya, perbankan bakal punya PR besar untuk mengatasi risiko kredit jika harus memberikan rasio pinjaman 100% untuk calon debitur KPR.

Kita tahu, berdasar PBI Nomor 23/PBI/2021 yang terbit akhir Februari lalu, bagi bank yang memenuhi persyaratan rasio kredit bermasalah atau *non performing loan/financing* (NPL dan NPF) di bawah 5% dapat memberikan batasan rasio LTV hingga 100% untuk seluruh jenis dan tipe properti. Artinya, calon debitur yang ingin mengambil KPR rumah pertama dapat menikmati fasilitas uang muka 0%.

Pada prinsipnya, perbankan mendukung kebijakan Bank In-

donesia (BI) yang ingin mendorong permintaan kredit lewat relaksasi LTV untuk KPR. Hanya, hingga saat ini mereka masih menimbang-nimbang untuk melaksanakannya mengingat kondisi *cash flow* konsumen yang belum stabil.

Coba dengar kata Lani Darmawan, Direktur Konsumer PT Bank CIMB Niaga Tbk. Ia menyambut positif kebijakan relaksasi LTV dari regulator. Namun, saat ini, CIMB Niaga masih belum dapat melaksanakan program LTV 100%, karena penerapan beleid itu juga harus melihat hasil *credit assessment* setiap calon debitur. Jadi bisa berbeda-beda setiap nasabah.

Sejauh ini, CIMB Niaga masih mengkaji untuk menerapkan kebijakan ini. Jika pun menerapkan, Lani bilang, pasti bank akan selektif memberikan fasilitas tersebut, karena komponen LTV dan DP terbukti mempengaruhi kinerja kredit. "Pasti akan saling terpengaruh.

Namun, sebetulnya, DP merupakan salah satu faktor seleksi kredit juga," katanya.

Felicia M. Simon, *Executive Vice President Consumer Loan* PT Bank Central Asia Tbk (BCA), menjelaskan, jika setoran DP kecil, berarti utang pokok debitur besar. Hal tersebut sama saja dengan jika KPR tanpa uang muka, maka rasio utang pokok juga besar.

Nah, yang menjadi risiko bank adalah jika terjadi *default* kemudian terpaksa dilakukan lelang atau penjualan properti, lalu sisa pokok utang beserta bunga tertunggak tidak bisa dilunasi seluruhnya dengan penjualan jaminannya.

Sebaliknya, jika setoran uang muka besar, misalnya 30%, berarti antara nilai pinjaman dan nilai jaminan (kolateral) ada selisih 30%. Nah, apabila pinjaman debitur macet dan dilakukan penjualan kolateral, maka seluruh kewajiban debitur mungkin bisa lunas.

Hal lain yang harus juga diperhatikan adalah: kapan terjadi kredit macetnya. Misalnya, pinjaman macet ketika debitur sudah jalan lima tahun dari total tenor 10 tahun, maka sisa kewajiban debitur sudah menurun cukup besar. Jika saat itu dijual kolateralnya, kemungkinan besar seluruh sisa utang debitur bisa lunas.

Kendati demikian, Felicia menandakan, BCA mendukung relaksasi yang diberikan oleh BI. Ini karena regulator membolehkan bank-bank untuk menerapkan relaksasi ini sesuai dengan *risk assessment* masing-masing bank. "Kami sedang melakukan koordinasi internal untuk menyusun kriteria pemberian LTV 100% ini dan kebijakan pelaksanaannya," terangnya.

Ke depan, penerapan LTV 100% juga akan BCA coba siangi dengan pengembangan-pengembangan yang memenuhi kriteria dari hasil *risk as-*

*essment*. Saat ini, BCA sudah melakukan kerjasama dengan raturan pengembang secara nasional, sebagian di antaranya berpartisipasi dalam acara *BCA Expoversary Online* yang sedang berlangsung sampai dengan 27 Maret 2021 nanti.

Apa saja syarat debitur yang bisa menerima LTV 100%? Felicia bilang, pihaknya sedang menyusun kriteria calon debitur tersebut. "Bisa juga tidak terbatas hanya pada calon debitur yang punya pendapatan tetap," terangnya Felicia.

Tentu saja, bank tidak akan gegabah dalam memberikan fasilitas LTV KPR hingga 100%. Ignatius Susatyo Wijoyo, *Executive Vice President Consumer Loans Group* PT Bank Mandiri Tbk, menyampaikan, pihaknya sangat selektif memberikan fasilitas DP 0% untuk KPR. Adapun, aksi tebang pilih ini berlaku untuk calon debitur maupun developer.

Pertama, syarat debitur yang



bisa menerima relaksasi tersebut ialah calon debitur KPR pertama dan untuk pembelian rumah tapak. Dus, KPR ini menjadi kontrak pertama bagi debitur itu atau tidak pernah punya fasilitas kredit sebelumnya, serta *payroll* (gaji) mereka lewat Bank Mandiri minimal selama enam bulan terakhir.

Kedua, syarat pengembang yang akan Bank Mandiri pilih adalah pengembang besar yang bonafide dan punya reputasi. Misalnya, pengembang sekelas Ciputra, Sinarmas, Summarecon yang banyak membangun hunian *landed house* untuk kelas menengah dengan kisaran harga Rp 500 juta sampai di bawah Rp 1 miliar per unit.

Jadi, bisa dibayangkan, relaksasi LTV ini memang menjadi angin segar buat calon debitur, tetapi kurang disukai oleh pengembang. Karena, dengan DP 0%, tidak ada jaminan dari calon pembeli. Misalnya, ketika calon debitur tidak mendapatkan persetujuan dari bank pemberi KPR, maka calon debitur itu akan angkat kaki untuk membatalkan pembelian rumah dari pengembang tersebut.

Saat ini, Bank Mandiri mengaku membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin menikmati fasilitas KPR DP 0% dengan developer yang sudah bekerjasama. Sebagai langkah awal, manajemen mengajak milenial yang bekerja di Bank Mandiri untuk mengajukan fasilitas KPR LTV 100% ini agar masyarakat tertarik untuk kredit rumah.

Senada, Corina Leyla Karnalies, Direktur Bisnis Konsumer PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI), mengatakan, kebijakan DP 0% akan dilaksanakan secara selektif dengan memperhatikan reputasi developer maupun profil risiko calon debitur. Saat ini, Bank BNI memiliki kerjasama dengan banyak developer nasional ma-

upun regional yang tentu akan manajemen nilai apabila menghendaki pelonggaran DP hingga 0%.

### Minimal DP 5%

Memang, dibukanya peluang DP KPR 0% tentu menjadi kabar gembira bagi calon debitur, terutama para milenial. Sering kali, calon debitur dari kalangan anak muda kesulitan untuk mengumpulkan uang muka minimal 10% dari harga rumah.

## Uang muka KPR ini diperlukan bank untuk meminimalisir risiko dan tanda jadi debitur beli rumah.

Cuma, bukan tanpa tangan kosong, kebanyakan orang harus mempersiapkan dana minimum sebelum mengajukan kredit rumah di perbankan. Soalnya, debitur tetap harus menyiapkan dana untuk bayar administrasi, asuransi, *booking fee*, hingga surat-surat ke notaris di luar dari dana untuk pembayaran uang muka KPR.

"Setidaknya, calon debitur sudah punya dana 10% dari harga rumah," kata Susatyo. Dengan adanya kebijakan relaksasi LTV ini tentu memberikan keringanan bagi calon debitur, karena setoran uang muka tidak besar. Dari hasil riset Bank Mandiri, rata-rata anak-anak muda baru mampu mengumpulkan uang muka sekitar 7%-8% dari harga rumah.

Saat ini, rata-rata ketentuan uang muka KPR di Bank Mandiri antara 10% sampai 20% untuk tenor pinjaman beraneka ragam, mulai dari 15 tahun sampai dengan 20 tahun. Sedangkan, bagi debitur yang ingin mengajukan KPR untuk rumah bekas, maka Bank Mandiri akan meminta mereka untuk setor uang muka minimal 20%. Kenapa? Karena harga rumah bekas sedang fluktuatif.

Felicia menambahkan, saat memproses KPR, tentu bank harus melihat kondisi keuangan calon debitur tersebut. Tak hanya itu, bank juga harus melihat rekam jejak fasilitas kredit yang dimiliki calon debitur KPR. Misalnya, apakah pembayaran kartu kredit berjalan lancar? "Saat ini, kami berikan kewajiban uang muka KPR minimal 5%," jelasnya.

Sebenarnya, setoran uang muka KPR sudah sangat bersedikit bagi calon debitur muda. Lani memaparkan, calon debitur dapat menikmati tawaran uang muka mulai dari 5% untuk KPR di Bank CIMB Niaga. Memang tidak semua debitur bisa dapat uang muka rendah, karena DP ringan ini hanya untuk segmen tertentu dan pengembang terpilih.

Dari sisi otoritas, selama ini, BI tak pernah putus asa mendorong kebijakan untuk mendorong pertumbuhan kredit, mulai dari penurunan bunga acuan, pelonggaran likuiditas hingga relaksasi LTV. Erwin Haryono, Direktur Eksekutif Kepala Departemen Komunikasi BI, mengatakan, kebijakan ini untuk mendorong sektor perbankan menjalankan kredit yang berkualitas.

BI memandang kebijakan ini diperlukan guna mendukung pemulihan di sektor usaha dengan tujuan akhir mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Toh, tanpa LTV 100% pun, bank pemain KPR yakin permintaan kredit rumah di tahun ini lebih baik ketimbang tahun lalu, karena program vaksinasi Covid-19 sudah berjalan. Lalu, ada insentif PPN untuk rumah tapak dan rumah susun hingga Rp 5 miliar per unit. Sepanjang 2020 lalu, kredit properti tumbuh 3,6% atau jadi Rp 1.006,4 triliun, dengan kontribusi terbesar dari KPR dan KPA.

Satyo mengakui, kebijakan BI tersebut dapat menggairahkan permintaan kredit rumah. Untuk itu, Bank Mandiri menargetkan pertumbuhan KPR bisa naik 5% sampai 6% di tahun ini setelah terjadi penurunan pertumbuhan KPR turun 1,6%, karena efek dari pemberian kredit di rumah bekas.

Segmen pasar kredit Bank Mandiri masih pada *ticket size* Rp 400 juta-Rp 500 juta yang menyedot banyak permintaan. Saat ini, hampir 75% portofolio KPR Bank Mandiri mengalir un-

tuk segmen *ticket size* itu.

Senada, Lani melihat segmen kredit rumah dan kendaraan bermotor akan tumbuh positif karena permintaan masih tetap ada, terutama kebutuhan untuk kredit rumah pertama. Di tahun 2021, Bank CIMB Niaga membidik pertumbuhan KPR sebesar 6%-8%. Tahun lalu, KPR masih tumbuh baik, yakni 5,9%.

CIMB Niaga memakai strategi *cross selling* untuk memajukan pertumbuhan kredit. Soalnya, langkah *cross selling* ini sangat penting untuk pendekatan kepada debitur daripada mencari nasabah baru. Ini termasuk *referral* dari para mitra.

Sementara itu, Felicia menyebutkan, BCA akan meningkatkan pertumbuhan KPR lewat pameran virtual *BCA Ex-poversary* tersebut. Dari pagelaran virtual itu, BCA menargetkan bisa membuka 6.000 aplikasi pengajuan KPR dari atau lebih tinggi dari pertumbuhan 30% di tahun lalu. ◆

### Penyesuaian Batasan Rasio LTV untuk Kredit Properti dan Pembiayaan Properti

Tipe Properti (m <sup>2</sup> ) (termasuk properti berwawasan lingkungan)	Batasan Rasio LTV/FTV (paling tinggi)		
	Bank yang memenuhi persyaratan NPL/NPF	Bank yang tidak memenuhi persyaratan NPL/NPF	
	KP/PP Fasilitas 1 dst	KP/PP Fasilitas I	KP/PP Fasilitas II ZWGdst
<b>Rumah Tapak</b>			
Tipe > 70	100%	95%	90%
Tipe > 21-70	100%	95%	95%
Tipe < 21	100%	100%	95%
<b>Rumah Susun</b>			
Tipe > 70	100%	95%	90%
Tipe > 21-70	100%	95%	95%
Tipe < 21	100%	100%	95%
<b>Ruko/Rukan</b>			
	100%	95%	90%

\*) kriteria NPL/NPF:

1. Rasio kredit bermasalah atau pembiayaan bermasalah secara bruto kurang dari 5%
2. Rasio KP bermasalah atau rasio PP bermasalah secara bruto kurang dari 5%

Sumber: BI

## Pangkas Bunga

Era suku bunga murah dan uang muka rendah telah tiba. Ini waktu yang tepat bagi Anda yang ingin mengajukan kredit pemilihan rumah (KPR) di bank, karena perbankan punya tawaran bunga kredit KPR single digit dengan setoran uang muka alias *down payment* mulai dari 5% hingga 0%.

Ignatius Susatyo Wijoyo, *Executive Vice President Consumer Loans Group* PT Bank Mandiri Tbk mengatakan, kelompok milenial yang sudah nabung untuk KPR bisa mewujudkan impian kredit rumah sekarang tanpa perlu tunggu satu tahun lagi, karena bank tengah gencar mencari debitur KPR.

Bank Mandiri menawarkan bunga *single digit* baik untuk tenor pendek maupun tenor panjang. Nah, bunga KPR yang mereka tawarkan adalah bunga 3,88% selama setahun, kemudian bunga tetap 4,88% untuk tiga tahun, dan bunga 6,86% untuk lima tahun. "Kami juga akan bunga tetap 8,88% untuk tenor 10 tahun," kata Satyo.

Buat calon debitur yang mau menikmati bunga program KPR ini sudah bisa ajukan mulai sekarang dan akan berakhir pada 31 Maret 2021. Satyo mengatakan, ada sederet syarat yang harus dipenuhi oleh debitur untuk menikmati bunga *single digit* ini, salah satunya mereka harus punya *payroll* di Bank Mandiri.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) turut menawarkan bunga promo KPR single digit. Lewat pameran virtual di BCA Ex-poversary 2021, BCA punya empat tawaran bunga KPR rendah, mulai dari 3,88% untuk satu tahun, lalu bunga 4,88% untuk dua tahun, bunga 5% untuk tiga tahun, dan bunga 6% selama lima tahun.

Felicia Mathelda Simon, *Executive Vice President Consumer Loan* BCA mengatakan, ada sekitar 88 pengembang dengan 280 proyek tersebar di Indonesia yang ikut dalam pameran ini. Tak hanya pengembang, ada juga 77 kantor agen properti dengan 865 proyek properti yang siap listing.

Adapun, Lani Darmawan, Direktur Konsumer PT Bank CIMB Niaga Tbk mengatakan, bunga kredit untuk konsumen termasuk KPR sudah rendah sehingga cukup menarik bagi debitur. Hanya saja, bank harus selektif dalam memberikan kredit lantaran perbankan perlu menjaga tingkat kolektibilitas kredit.

Salah satu tawaran bunga KPR CIMB Niaga yang menarik adalah bunga tetap sebesar 9,5% selama 10 tahun. Program bunga KPR ini berlaku hingga 30 Juni 2021. ◆



## CAPITAL INVESTMENT MODEL & PRESENTATION

Sebuah perusahaan yang berhasil tidak dapat berasumsi bahwa kesuksesan mereka akan berlanjut di masa mendatang, kecuali siap untuk melakukan investasi baru secara teratur. Menggunakan Excel dan power point, webinar ini akan melengkapi Anda dengan teknik mengubah ide bisnis ke dalam suatu model penilaian investasi, menganalisa apakah investasi tersebut menguntungkan dan pembuatan presentasinya.

\* Semua template excel dan powerpoint akan diberikan agar dapat digunakan dalam pekerjaan Anda.

LIVE ON ZOOM  
17-18 MARET 2021  
09.00-12.15 WIB

PENDAFTARAN  
<http://bit.ly/KA-CIM>  
0813 1111 6063

TIKET  
1.500.000

POWERED BY KontariAcademy



# Leasing Belum Pede Kasih Kredit Tanpa DP

Bank Indonesia (BI) menerbitkan relaksasi uang muka 0% untuk pembiayaan kendaraan bermotor. Bagaimana kesiapan perusahaan *multifinance*?



Merosotnya penjualan kendaraan bermotor turut berdampak terhadap anjaknya penyaluran pembiayaan industri *multifinance*.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

## Dicky Setiawan

Sederet insentif terus digelontorkan pemerintah demi mendorong industri otomotif yang terdampak pandemi Covid-19. Setelah Menteri Keuangan menerbitkan insentif pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM), kali ini giliran Bank Indonesia (BI) yang meluncurkan stimulus untuk menggenjot pembiayaan kendaraan bermotor di Tanah Air.

Ya, pada akhir Februari 2021, BI telah menerbitkan ketentuan pelonggaran *down payment* (DP) alias uang muka untuk kredit kendaraan. Dan, mulai 1 Maret 2021, relaksasi DP 0% itu sudah bisa dimanfaatkan masyarakat. Kebijakan ini berlaku sampai 31 Desember 2021.

Tentu, bukan tanpa alasan bank sentral menulis beleid DP 0% atau LTV 100%. Resesi ekonomi menghantam Indonesia di sepanjang tahun 2020 akibat dampak pandemi Covid-19. Da-

ya beli masyarakat pun terjun bebas. Tak pelak, nyaris seluruh industri di negeri ini bak bernapas di dalam lumpur.

Tak terkecuali industri otomotif. Bahkan, sejumlah pabrik otomotif sempat tutup sementara. Begitu pula dengan ajang pameran mobil yang batal karena adanya kebijakan pembatasan sosial untuk menghindari penularan wabah Covid-19. Alhasil, penjualan mobil sepanjang tahun 2020 menukik.

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), di sepanjang tahun 2020, penjualan mobil secara nasional dari pabrik ke dealer (*wholesales*) di pasar domestik mencapai angka 532.027 unit. Sementara itu, penjualan mobil dari dealer ke konsumennya atau penjualan retail sebanyak 578.327 unit.

Angka penjualan grosiran maupun penjualan retail tersebut turun signifikan. Dibandingkan realisasi *wholesales* di

tahun 2019 yang mencapai 1.030.126 unit, realisasi *wholesales* pada tahun 2020 merosot 48,35%. Sedangkan penjualan retail di tahun 2020 anjlok 44,55% dari realisasi 2019 sebanyak 1.043.017 unit.

## Multifinance terpuruk

Bukan hanya penjualan mobil yang drop. Di sepanjang 2020, penjualan sepeda motor juga hanya 4.361.008 unit. Perinciannya, penjualan domestik sebesar 3.660.616 unit dan ekspor 700.392 unit. Sepanjang Januari-Desember 2020, penjualan domestik tersebut turun 43,57% dari tahun 2019 yang mencatat 6.487.460 unit.

Kondisi tersebut, tak pelak, turut berdampak terhadap jebloknya penyaluran pembiayaan industri *multifinance*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, sampai Desember 2020, penyaluran pembiayaan *multifi-*

nance hanya mencapai Rp 369,75 triliun, turun dibandingkan posisi Desember 2019 yang sebesar Rp 452,21 triliun.

Dus, ya itu tadi, BI 'menyuntikkan vaksin' lewat kebijakannya agar *multifinance* mendapatkan imun tambahan. Erwin Haryono, Kepala Departemen Komunikasi BI, bilang, penerbitan aturan itu berkaca pada kondisi perekonomian nasional yang tengah dalam masa pemulihan. Jadi, dibutuhkan stimulus tambahan demi mempercepat pemulihan ekonomi.

Menurutnya, kebijakan makprudensial yang bersifat akomodatif diperlukan untuk mendorong sektor perbankan menjalankan fungsi intermediasi yang berkualitas. "Kredit perbankan masih dalam pemulihan. Di tengah risiko kredit yang relatif masih terjaga, maka kredit kendaraan perlu diakseleserasi untuk mendukung pemulihan sektor terkait," katanya.

Upaya bank sentral untuk

mendorong pemulihan ekonomi, sejatinya, memang patut dicungki jempol. Tapi, kebijakan pelonggaran DP 0% ibarat menabur biji di atas batu. Kendati punya tujuan baik untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, namun relaksasi tersebut dinilai sulit diterapkan.

Piter Abdullah, ekonom dari Center of Reform on Economics (CORE), menilai, kebijakan uang muka 0% bisa jadi memang membuat konsumen tergerak untuk mendatangi dealer atau *showroom* kendaraan bermotor. Namun, hal itu belum tentu berakhir dengan transaksi jual-beli. Pasalnya, di masa pandemi Covid-19, masyarakat cenderung menahan pengeluaran untuk menimbang belanja.

Dia mencontohkan sikap masyarakat kalangan menengah ke atas yang di masa pandemi lebih memilih menyimpan dananya di instrumen investasi atau produk bank. Kondisi ini bisa dilihat dari data Lembaga

Penjamin Simpanan (LPS), terlihat jumlah simpanan masyarakat dengan saldo di atas Rp 2 miliar di perbankan terus membengkak.

Di sisi lain, lanjut Piter, kalangan menengah bawah justru tidak memiliki kemampuan untuk membeli kendaraan bermotor. Alasannya, di masa pandemi Covid-19, banyak masyarakat di level ini yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) atau usahanya tidak berjalan normal seperti masa sebelumnya.

Lagi pula, saat ini sebagian besar masyarakat sudah cermat ketika ingin membeli kendaraan, terlebih jika membelinya secara kredit. Konsumen akan mencari tahu terlebih dahulu secara detail berapa cicilan yang harus mereka bayar sebelum memutuskan membeli atau tidak. "Konsumen jelas tidak ingin kendaraan yang dibelinya lewat kredit harus gagal bayar," imbuh Piter.

Pendapat Piter, boleh jadi, tidak salah. Relaksasi DP 0% memang meringankan konsumen dalam membayar uang muka cicilan kredit kendaraan. Namun, dengan tanpa membayar DP pada saat awal kredit, artinya nilai pokok utang akan menjadi lebih besar dan 100% nilai kendaraan akan menjadi dasar pengenaan bunga utang.

Nah, pertanyaannya sekarang, apakah perusahaan pembiayaan berani mengambil risiko untuk memberikan kredit tanpa uang muka alias DP 0%?

### Tidak bersifat wajib

Suwandi Wiratno, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI), mengatakan, DP 0% tidak bersifat wajib diterapkan oleh pihak leasing. Kebijakan ini dinilai hanya sebatas relaksasi yang memberikan pelonggaran

kepada perusahaan *multifinance* untuk menentukan uang muka pembiayaan "DP 0% itu bukan kewajiban. BI memberi kelonggaran ke perusahaan pembiayaan untuk memberikan DP sampai 0%," tandasnya kepada Tabloid KONTAN.

Soal DP 0% bisa diberikan atau tidak kepada konsumen, lanjut Suwandi, semua bergantung pada kemampuan calon debiturnya. Bila profil debitur dinilai mampu, pihak leasing akan memberikan program tersebut. Kalau tidak, tentu harus tetap pakai DP minimal, semisal 5%, 10%, atau 20%.

Pernyataan Suwandi selaras dengan para pelaku industri pembiayaan. Gunawan Effendi, *Chief Executive Officer* PT In-

## Jika kendaraan memiliki STNK dan digunakan, maka nilainya tak akan sama lagi dengan kendaraan baru.

domobil Finance Indonesia, bilang, pihaknya akan lebih berhati-hati dan mempertimbangkan banyak hal dalam memberi DP 0%. Sebab, potensi risiko lebih besar dibandingkan pembiayaan dengan DP tertentu.

Gunawan menambahkan, bila debitur wanprestasi atau tidak bisa meneruskan kewajiban membayar angsuran serta kendaraannya harus dijual untuk melunasi utangnya (*take over*), maka akan terjadi selisih cukup besar. Selisih ini antara harga jual dan sisa pokok utang yang masih harus dilunasi.



KONTAN/Baihaiki

"Perlu diingat, sekali kendaraan memiliki surat tanda nomor kendaraan (STNK) dan digunakan, maka nilainya tidak akan sama lagi dengan harga kendaraan baru," kata dia.

Karena itu, Gunawan mengingatkan, jika konsumen berani mengambil pembiayaan kendaraan tanpa DP, maka nilai angsuran bulannya menjadi lebih besar. Ini bila dibandingkan apabila debitur membayar DP, misalnya 20%. Dengan ada DP, maka pokok utang konsumen ke leasing hanya tinggal 80%.

Saat membayar uang muka pertama kali, debitur sebenarnya tidak hanya membayar persentase tertentu dari harga *on the road* (OTR) kendaraan. Tapi juga membayar biaya administrasi, provisi, dan premi asuransi. Bila debitur mengajukan DP 0%, artinya komponen-komponen biaya administrasi, provisi, dan premi asuransi juga akan diperhitungkan menjadi pokok pinjaman.

Dengan begitu, dasar pengenaan bunga juga menjadi lebih besar serta membuat angsuran bulanan lebih besar lagi. "Jadi,

kami akan mempertimbangkan *history* pembayaran angsuran pihak debitur sebelum menentukan nilai DP yang akan ditawarkan," tegas Gunawan.

Kalaupun DP 0% diterapkan, lanjut dia, program itu akan ditawarkan hanya kepada *existing customer* dengan kinerja pembayaran angsuran yang baik atau berlaku hanya untuk karyawan tetap dengan skema *car ownership program*. Atau, untuk debitur perusahaan yang telah memiliki aset dengan nilai lebih besar dari utangnya.

Setali tiga uang, PT BCA Finance juga masih mempertimbangkan penerapan DP 0%. Roni Haslim, Presiden Direktur BCA Finance, menyatakan saat ini pihaknya belum punya program DP 0% untuk pembiayaan kendaraan. "Kami sedang mempelajari kemungkinan menjalankan DP 0%. Tapi, sekarang belum ada," cetus Roni.

Menurut Roni, relaksasi uang muka memang bisa meningkatkan penjualan. Hanya, risiko program ini sangat besar. Untuk itu, BCA Finance bakal menerapkan syarat ketat untuk

pemberian DP 0%. Misalnya, kata Roni, program ini kemungkinan cuma berlaku untuk segmen dan tipe mobil tertentu.

Langkah serupa juga akan ditempuh PT Astra Credit Companies (ACC). Arifianto Soendoro, *EVP Corporate Communication & Strategic Management* ACC Finance, menuturkannya, pihaknya mendukung kebijakan DP% untuk kredit kendaraan bermotor. Apalagi, kebijakan ini bukan hal baru. Sebelumnya, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga sudah memberlakukan DP 0% lewat POJK Nomor 35/POJK.05/2018.

Arifianto bilang, kebijakan itu akan membuat nilai pembiayaan meningkat sejalan dengan beberapa program relaksasi yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekonomi. "Tapi untuk pelanggan, kami berharap bisa mempersiapkan keuangan yang stabil dan kemampuan bayar yang baik untuk dapat mendapatkan fasilitas DP 0%," katanya.

Jadi, Anda tetap mau kredit kendaraan tanpa DP? ◆

## Putusan MK & Jaminan Fidusia

**Para** pelaku industri pembiayaan kembali mengingatkan kepada masyarakat untuk mematuhi perjanjian yang tertulis dalam akad kredit pembelian unit kendaraan bermotor. Pasalnya, jika debitur melakukan wan prestasi atau tidak mampu memenuhi kewajiban pembayaran angsuran kredit, maka pihak perusahaan pembiayaan atau leasing akan menanggung kerugian berupa melonjaknya angka *non performing financing* (NPF) atau tingkat kredit bermasalah.

Kenaikan NPF bukan mustahil terjadi seiring keluarnya putusan Mahkamah Konstitusi (MK) terkait larangan sita jaminan fidusia secara paksa, Januari tahun 2020 silam. Keputusan yang tertuang dalam Putusan MK Nomor 18/PUU-XVII/2019 tertanggal 6 Januari 2020 itu, membuat *multifinance* mengeksekusi objek jaminan fidusia secara sepihak. Sebab, jika aset tidak disita, maka leasing yang merugi.

Apalagi, saat ini sekitar 80% dari perusahaan pembiayaan mendapatkan pendanaannya dari bank. Kondisi ini akan membuat bank semakin selektif, bahkan hentikan memberikan pendanaan tersebut. Nah, jika itu terjadi, maka perusahaan pembiayaan akan kesulitan mendapatkan sumber pendanaan untuk bisnisnya.

Sebelumnya, Bambang W. Budiawan, Kepala Departemen Pengawasan IKNB 2B OJK mengatakan, bagi perusahaan pembiayaan, keputusan MK ini membuat adanya kecenderungan peningkatan rasio pembiayaan bermasalah. Lantaran jaminan fidusia tidak bisa langsung dieksekusi seperti sebelumnya bila tidak diserahkan secara sukarela. "Tentunya akan pengaruh kesehatan secara industri, kalau NPF naik, maka diperlukan modal tambahan. Pandemi dan putusan MK ini menjadi *double effect* ke perusahaan pembiayaan," kata Bambang.

Gunawan Effendi, *Chief Executive Officer* PT Indomobil Finance Indonesia menjelaskan, perlu sosialisasi yang lebih intens mengenai hal-hal yang tercantum dalam UU Fidusia. Hal ini, terutama mengenai objek pembiayaan bergerak yang dijamin kepada kreditur selama jangka waktu kredit walaupun penguasaannya ada di tangan debitur.

Gunawan menambahkan, pihaknya selalu memberikan reminder atau informasi keterlambatan pembayaran angsuran melalui telepon, kunjungan dan surat peringatan. Dengan pendekatan dan pemberitahuan secara baik, biasanya debitur secara sadar menyerahkan unit kendaraan yang angsurannya tidak dilunasi tepat waktu. "Biasanya mereka menyerahkan unit kendaraan yang menjadi objek kredit sekitar 2-3 bulan setelah wanprestasi pembayaran angsuran," ujarnya. ◆



Kontan WEBINAR

TIKET  
599.500

## SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ON DISTRIBUTION PLANNING

Bermula dari perencanaan distribusi yang baik maka pengelolaan rantai pasok akan semakin baik untuk membantu perusahaan secara efektif dan efisien menjadi unggul dalam persaingan bisnis. Tutorial perhitungan dan penerapan perencanaan distribusi akan dibahas pada webinar ini.

LIVE ON ZOOM  
9 MARET 2021  
13.30 SD 17.00 WIBPENDAFTARAN  
<http://bit.ly/KA-SCD>  
0813 1111 6063POWERED BY  
Kontan AcademyEFRATA DENNY SAPUTRA YUNUS  
ST, M.COM, M.IS, CSCA, CSCM, CDDP  
PRAKTIKSI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

# Ekonomi Digital



Dengan memanfaatkan teknologi digital, otomatis kini proses distribusi barang menjadi tersistematis.

Dok. Warung Pintar

## Pasokan Warung Aman lewat Grosir Online

Startup grosir kelontong *online* panen pengguna di tengah pandemi korona. Maklum, pemilik warung kini mulai terbiasa berbelanja menggunakan aplikasi.

### Putri Werdiningsih

Sudah setahun pandemi korona melanda Tanah Air. Jelas, ini bukan hal yang mudah untuk dilewati. Ada usaha yang berhasil bertahan, tapi tak sedikit pula yang akhirnya gulung tikar.

Tutupnya sejumlah fasilitas publik di awal pandemi korona sempat membuat sejumlah pemilik usaha warung kelontong mengalami penurunan pendapatan. Survei internal yang dilakukan *startup* Warung Pintar mencatat sebanyak 93% pelaku usaha warung itu pendapatannya turun hingga 28%.

Di sisi lain, penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) rupanya membuat konsumen mengandalkan warung terdekat sebagai tujuan untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Sayangnya, hal itu bukan berarti sepenuhnya kabar gembira. Warung-warung di lingkungan permukiman penduduk memang diserbu pembeli. Tetapi, kenaikan permintaan

yang tiba-tiba dan ketidaksiapan stok seringkali membuat harga melambung. Padahal, pemilik warung juga memiliki keterbatasan mobilitas untuk berbelanja pasokan.

Akhirnya, berbelanja kebutuhan sehari-hari secara *online* menjadi solusi bagi warga masyarakat. Tak hanya konsumen perseorangan yang beramai-ramai belanja *online*. Banyak juga para pemilik warung kelontong yang berbelanja menggunakan aplikasinya. Ini tercermin dari beberapa *marketplace* grosir produk *fast moving consumer goods* (FMCG) yang mencatatkan kenaikan jumlah pengguna di tengah pandemi.

Warung Pintar, salah satunya. Sepanjang tahun 2020, perusahaan rintisan yang berdiri tahun 2017 ini mengalami pertumbuhan jumlah penggunaannya hingga 30 kali lipat. Pendapatan harian para pemilik warungnya juga tumbuh sekitar 20%-34%.

Manajemen menyebut keber-

hasilan itu tak lepas dari sejumlah inovasi yang dirilis di tengah pandemi. *Pertama*, Bantuan Pintar. Ini adalah program pengadaan bantuan sosial mulai dari pemesanan, penyediaan, pengiriman, hingga pe-

**Di tingkat pengecer kecil menjadi lebih terbuka untuk mencoba memesan melalui aplikasi.**

nyaluran menggunakan jaringan warung. Total dana terkumpul mencapai hampir Rp 17 miliar dan sudah diteruskan pada 100.000 penerima.

*Kedua*, Grosir Pintar. Ini me-

rupakan layanan berbasis teknologi yang bertujuan memberi akses kepada pengusaha grosir untuk masuk dalam aplikasi Warung Pintar. Mereka bisa menjangkau 600 mitra warung yang sudah lebih dulu tergabung sebagai mitra Warung Pintar sebagai pelanggan barunya.

Selain menguntungkan pengusaha grosir, layanan ini juga bisa menjadi solusi untuk pemilik warung yang kesulitan mendapatkan pemasok. Misalnya saja warung yang berlokasi di gang sempit. "Pemilik warung yang terdaftar pada aplikasi Warung Pintar pun dapat memperoleh pilihan barang yang lebih beragam dengan harga yang lebih kompetitif," ujar Agung Bezharie Hadinegoro, CEO dan *Co-Founder* Warung Pintar.

Menurutnya, sekarang ini manajemen sudah bekerjasama dengan lebih dari 500 grosir terbaik di 40 kota dan kabupaten di Indonesia. Grosir Pintar bisa diakses di beberapa

kota seperti Surabaya, Jakarta, Bandung, Depok, Kediri, Mojokerto, Jember, dan lain-lain.

Tren kenaikan serupa juga dialami GudangAda. Selain mencatatkan jumlah pengguna, tumbuhnya kesadaran pedagang untuk memakai teknologi digital mendorong kenaikan jumlah transaksi sepanjang tahun lalu. Dibandingkan dengan kuartal I-2020, pada kuartal I-2021 ini peningkatannya bakal mencapai tiga kali lipat.

Elisa Prajogo, *Senior Vice President of Product Strategy and Development* GudangAda, menyebut, sejauh ini pedagang yang bergabung dengan GudangAda biasanya mengalami peningkatan volume bisnis rata-rata 30%-50% hanya dalam beberapa bulan. Sekarang pengguna GudangAda sudah lebih dari 300.000 pedagang dan tersebar di 500 kota mulai dari Aceh hingga Papua.

Saat pandemi, Elisa dan tim berupaya memudahkan transaksi dengan menyediakan pilihan pembayaran melalui de-

## Refleksi

# Jebakan Pengalaman



Ekuslie Goestiandi,  
Pengamat Manajemen  
dan Kepemimpinan

Coba lihat iklan lowongan kerja yang beredar di sekitar kita. Banyak yang menjadikan pengalaman sebagai salah satu kriteria, bahkan kriteria utama, dalam urusan rekrutmen. Apalagi, jika posisi yang hendak direkrut adalah jabatan tinggi.

Maklumlah, kita terbiasa dengan adagium bahwa "pengalaman adalah guru terbaik", yang tak dapat digantikan oleh ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku sekolah. Pengalaman, terutama pengalaman keberhasilan, seringkali dianggap jaminan mutu untuk mendatangkan keberhasilan lainnya di masa yang akan datang.

Namun, mantan CEO Honeywell, David Cote, memiliki pandangan yang agak berbeda. Dalam wawancaranya dengan Harvard Business Review (January-February, 2021), Cote membagikan hasil refleksinya atas pengalaman memimpin perusahaan dengan pendapatan sekitar US\$ 35 miliar tersebut.

Sebelum ditunjuk sebagai CEO Honeywell, ia hanyalah seorang pimpinan perusahaan otomotif dan digantara TRW Inc. selama 7 bulan; periode yang jauh lebih dari kata cukup untuk membangun reputasi sebagai seorang pemimpin sukses. Tak pelak, saat diangkat menjadi pimpinan puncak perusahaan langganan *Fortune 100* tersebut, banyak komentar miring yang menghampirinya.

Beberapa di antaranya bahkan menuding bahwa dirinya bukanlah pilihan pertama untuk memimpin perusahaan, pasca akuisisi Honeywell oleh AlliedSignal, dan sama sekali tak yakin bahwa ia akan berhasil melakukan perubahan positif bagi perusahaan.

Sejarah akhirnya membuktikan bahwa Cote adalah salah satu CEO terbaik yang pernah dimiliki oleh Honeywell. Kondisi perusahaan yang merugi pada saat penunjukannya sebagai CEO, berhasil dikembalikan ke jalur keuntungan dalam waktu yang relatif singkat. Selanjutnya, perusahaan pun menunjukkan kinerja operasional dan kontribusi publik yang mengesankan, yang membuatnya dipercaya menjadi pimpinan puncak selama 15 tahun.

Pada saat mempersiapkan masa pensiunya di tahun 2017, Cote pun merefleksikan secara mendalam kualitas diri yang dibutuhkan oleh seorang CEO yang sukses, dan dituangkannya dalam buku bertajuk *Winning Now, Winning Future* (2020).

Secara umum, Cote menilai bahwa selama ini kita terlalu melebih-lebihkan (*overrate*) faktor pengalaman. Banyak orang yang memiliki pengalaman yang begitu kaya, namun toh tak berhasil menjadi agen perubahan yang berhasil. Mengapa? "Karena yang bersangkutan tak memiliki rasa lapar untuk melakukan perubahan dan menciptakan perbedaan", jawab Cote.

Sebaliknya, seorang CEO yang miskin peng-

alaman justru seringkali memiliki rasa lapar yang lebih besar untuk melakukan perubahan. Tatkala seseorang masih belum memiliki reputasi yang dapat dibanggakan, ia akan lebih merasa lapar untuk meraih kesuksesan.

Namun, lebih dari sekadar rasa lapar, Cote juga menekankan pentingnya sikap keterbukaan dari seorang pemimpin. Seorang pemimpin yang baik haruslah terbuka pada berbagai fakta dan pandangan, dan menyadari bahwa dia bukanlah sosok yang serba tahu. Kerendahan hati untuk belajar dan keterbukaan terhadap

hal-hal baru adalah tantangan mental terbesar bagi seorang pemimpin, khususnya pemimpin puncak.

Untuk urusan pembelajaran di tengah kepenuhan pengalaman, cerita berikut pantas disimak.

## Merasa lapar

Bruce Lee, artis kungfu Hollywood terpopuler sepanjang sejarah dan juga penemu aliran bela diri Jet Kun Do, pernah kedatangan seorang peminat bela diri dari aliran lain. Dengan serius, si peminat bela diri meminta sang maestro mengajarkan segala ilmu bela diri yang dikuasainya.

Bruce Lee pun sesaat terdiam dan segera membawa dua cangkir berisi air. Katanya, "Cangkir pertama mewakili semua yang saya ketahui tentang bela diri, sementara cangkir kedua mewakili semua yang Anda ketahui tentang bela diri". Agar si peminat bela diri tersebut bisa mendapatkan ilmu Bruce Lee, sang maestro memberikan syarat yang berat baginya, yakni harus terlebih dahulu mengosongkan "cangkir"-nya. Artinya, ia harus rela "menanggalkan" segala ilmu bela diri yang pernah dipelajari sebelumnya dan menempatkan dirinya sebagai orang naif yang tak mengerti apa pun

tentang ilmu bela diri.

Bruce Lee memberlakukan syarat tersebut dengan maksud agar dapat mengisi kembali orang tersebut dengan ilmu bela diri darinya.

Steve Jobs, salah satu CEO terbaik sejagad di abad modern memiliki jargon hidup yang sangat terkenal, *stay hungry, stay foolish*.

Sang pendiri Apple ini jelas bukan orang yang tak punya uang untuk membeli makanan, ataupun intelegensi yang tak memadai sehingga terkesan dungu. Ia adalah salah satu orang paling kaya di muka bumi, sekaligus juga salah satu sosok paling jenius sekelas Einstein.

Namun, ia tak pernah merasa puas dengan pencapaian yang diraihinya, dan terus belajar tiada henti untuk menghasilkan karya-karya terbaiknya. Menggunakan perspektif Cote, rasa lapar Jobs untuk belajar jauh melampaui rasa bangga akan segenap pengalamannya.

posit rekening. Setelah pembelian terkonfirmasi, Gudang Ada akan menyalurkan pembayaran ke rekening penjual. "Kami membantu pedagang melakukan pembatasan kontak, sehingga dapat membantu mengurangi potensi risiko pembeli dan penjual dari terpapar virus," ujarnya.

Tak hanya pemain lama, pertumbuhan jumlah pengguna pun dirasakan pemain baru. Ula yang baru berdiri di Januari 2020 juga merasakan hal yang sama. Derry Sakti, *CCO & Co-Founder* Ula, merasakan pandemi berhasil meningkatkan digitalisasi di tingkat pengecer kecil. "Mereka menjadi lebih terbuka untuk mencoba memesan melalui aplikasi kami," ungkapnya.

Secara bisnis, sejak awal berdirinya sampai sekarang, pertumbuhan bisnis Ula sudah mencapai 40 kali lipat. Saat ini jangkauannya pun sudah meluas di Pulau Jawa. Dari yang semula dimulai beroperasi di Surabaya, kini sudah masuk ke beberapa kota di Jawa Tengah dan Jawa Barat. Tercatat sudah ada 20.000 toko terdaftar di platform Ula.

## Adu kecepatan

Dengan memanfaatkan teknologi digital, otomatis kini proses distribusi barang menjadi tersistematis. Berbagai cara dilakukan oleh masing-masing *marketplace* grosir barang kelontong itu agar bisa mengirimkan barang ke pemilik warung secara lebih cepat dengan biaya seefisien mungkin.

GudangAda memilih menerapkan tarif flat Rp 10.000 dengan maksimal jarak pengiriman 15 km. Sejak pandemi hingga sekarang tidak ada kenaikan biaya layanan logistik. "Pedagang memperoleh barang dengan lebih cepat dan biaya lebih rendah," terang Elisa.

Kini manajemen sedang mencoba memperluas layanan di luar sektor FMCG. Di antaranya seperti peralatan rumah-tangga, farmasi, kebutuhan gaya hidup, dan perlengkapan tu-

lis. Targetnya di tahun 2021, pengembangan bisnis bisa tumbuh hingga lima kali lipat dan mencapai 1 juta pengguna.

Adapun Warung Pintar mengklaim, pemilik warung yang berbelanja di aplikasi Warung Pintar hanya memerlukan maksimal 43 menit untuk memesan barang dan sekitar 14 jam untuk menunggu pengiriman. Bahkan, bisa hanya memakan waktu 2,5 jam jika menggunakan pengiriman *same-day* Grosir Pintar.

Dari segi biaya, pemilik warung juga bisa berhemat karena tidak perlu pergi berbelanja secara *offline*. Harga barang yang ditawarkan pun lebih miring 20% ketimbang pemasok lain karena rantai distribusi yang lebih pendek dan transparan.

Guna memperkuat sistem logistik, bulan lalu Warung Pintar resmi mengakuisisi platform logistik dan distribusi rantai pasok B2B, Bizzy Digital. Kehadiran entitas baru ini diharapkan bisa menghadirkan pendekatan distribusi berbasis platform digital di lapangan.

Agung bilang, setidaknya dengan fondasi ini, dalam beberapa bulan ke depan Warung Pintar akan berekspansi ke semua kota *tier 2* dan *tier 3* di seluruh penjuru Tanah Air.

Sementara Ula menargetkan proses pemesanan hingga pengiriman sampai ke tempat pembeli memakan waktu kurang lebih 2 hari. Untuk memudahkan, manajemen juga memiliki agen penjualan yang bisa mengunjungi pelanggan untuk membantu proses orientasi melakukan pemesanan.

Meski masih tergolong pemain baru, tetapi manajemen Ula cukup optimistis digitalisasi dalam bisnis grosir akan terus berlanjut. Prospeknya masih cukup menjanjikan. Bukti-tanya di tengah pandemi, Ula kembali berhasil mengantongi pendanaan baru.

Awal 2021, Ula mendapatkan suntikan dana senilai US\$ 20 juta atau sekitar Rp 281 miliar. Pendanaan ini dipimpin oleh Quona Capital bersama B Capital Group, Lightspeed India, dan Sequoia Capital India. ◆

## Harus Menjaga Layanan

**Pandemi** Covid-19 memang memaksa kita cepat beradaptasi dengan teknologi. Kini semuanya sudah beralih ke digital. Mau tidak mau semuanya harus siap untuk beradaptasi.

Pemilik warung dan usaha grosir sekarang sudah mulai mengandalkan teknologi. Tak hanya untuk mengatur pembukuan, mereka juga telah mulai berbelanja pasokan secara *online*.

Heru Sutadi, Direktur Eksekutif Indonesia ICT Institute, melihat meski di Tanah Air kebanyakan pengelola warung rata-rata orang tua, tapi mereka mampu untuk beradaptasi. Biasanya bisnis warung dan grosir ini adalah usaha keluarga yang dikelola secara bersama-sama. Paling tidak anak-anaknya pasti terlibat dalam proses pengelolaan.

Buktinya, saat ini jumlah pengguna aplikasi *marketplace* grosir produk *fast moving consumer goods* (FMCG) cenderung meningkat. Selama pandemi, kebutuhan konsumen terhadap produk FMCG akan tetap ada dan terus berkelanjutan.

Heru bilang, kuncinya terletak pada layanan. Selama produknnya berkualitas, proses pengiriman barang lancar, harganya murah, dan bisa berbelanja secara *online*, platform semacam ini akan terus dicari. "Sebab sebenarnya ini kan memotong *middle man*, sehingga pemilik warung bisa dapat harga lebih murah," paparnya.

Termasuk ketika nantinya pandemi korona benar-benar usai. Platform *marketplace* grosir FMCG akan menjadi kebiasaan baru yang diadaptasi masyarakat. Namun sebaliknya, jika beberapa persyaratan tersebut tidak bisa dipenuhi, bukan tidak mungkin pelaku usaha akan kembali lagi ke jalur konvensional.

Sementara itu, dari sisi bisnis perusahaan rintisan itu sendiri, Heru meyakini sektor ini masih cukup menarik para investor. Tengok saja, beberapa pemain tetap mendapatkan suntikan dana di tengah pandemi. "Pendanaan diperkirakan akan masih mengucur. Tetapi hanya bisnis yang tumbuh saja yang bisa mendapatkan pendanaan," ungkap Heru. ◆



## Usaha

# Mengalap Berkah Tenda Atap

Pamor rooftop tent naik daun, selama pandemi karena orang jadi gemar kemping. Usaha ini punya margin tebal.



Sekarang, tenda atap mobil memang sedang booming, tapi nanti pun tetap masih diminati orang.

Dok. rangaroo\_motoshop

## Fransiska Firlana

Tepat setahun, Indonesia mengalami pandemi korona, seperti banyak negara lain di dunia. Selama setahun belakangan, pilihan liburan orang-orang jadi terbatas. Kita tidak lagi leluasa bepergian ke luarnegeri, bahkan juga ke luar pulau atau luar kota. Alhasil, tak sedikit lantas suka kemping dan liburan outdoor sejenisnya, karena dianggap lebih aman dari risiko paparan virus korona.

Nah, kalau sudah begini, para pengusaha peralatan outdoor pun panen raya. Salah satu yang naik daun adalah *rooftop tent*. Tenda di atap mobil ini, lazim digendong oleh kendaraan jenis SUV. *Rooftop tent* disukai, karena praktis dan membuat pemiliknya leluasa mau nenda di mana saja.

Sebelumnya, jarang sekali dijumpai *rooftop tent* di pasar Indonesia. Perangkat ini harus

diimpor. Belakangan, muncul beberapa produsen *rooftop tent* lokal, seperti Zainal Lutfi, pemilik Rangaroo Motoshop dan Yanuar Harry Pratama, empunya Hunay Rooftop Tent.

*Rooftop tent* bikinan lokal ini, cepat naik daun karena kualitas dan harganya bisa diadu dengan yang impor. "Kualitas yang baik dan harga yang miring inilah yang membuat *rooftop tent* lokal banyak yang mencari," jelas Yanuar.

Menurut Lutfi, sebelum ini, *rooftop tent* dianggap sebagai peralatan kemping premium. Jadi tidak semua pecinta kemping mampu memilikinya. Sekarang, harga *rooftop tent* lebih terjangkau. *Rooftop tent* impor berkisar Rp 18 juta sampai Rp 30 jutaan. Sementara *rooftop tent* buatan lokal harganya di kisaran Rp 6 juta-Rp 18 juta. Yanuar menjual produknya mulai Rp 11,5 juta. Sementara Lutfi membuka harga Rp 6,5 juta.

Yanuar mengungkapkan, dia

terdorong membuat *rooftop tent* pada tahun 2018. Awalnya dia ingin beli dari luar negeri. Tapi karena harganya mahal dia mengurungkan niat. Dia lalu meminta tukang las dan tukang jahit di rumahnya untuk membuat sendiri. Kebetulan Yanuar dan ayahnya selama ini menjalankan usaha rental tenda untuk pesta dan pameran.

Ternyata, para tukang yang biasa membuat tenda pesta itu bisa mewujudkan *rooftop tent*. Yanuar lantas memasang tenda bikinan sendiri tersebut, saat ia menjadi relawan gempa Lombok, Agustus 2018.

"Di Lombok ada relawan a yang mengatakan kalau *rooftop tent* termasuk barang mahal. Ia menyarankan saya untuk produksi massal," kata Yanuar.

Sekembali dari Lombok, Yanuar lalu merekrut 3 pegawai dari rental tenda untuk membuat *rooftop tent*. Selama setahun, tak satu pun tenda bikinan Yanuar itu laku terjual.

Menjelang akhir 2019, barulah ia dapat pesanan tiga tenda atap. Lantas, tahun 2020, ia kebanjiran order. Sejak Juli 2020, setiap bulan, ia menggarap pesanan 5 sampai 6 tenda. Kini Yanuar mempekerjakan 5 tukang jahit, 6 tukang las, dan 2 di bagian assembling.

Pesanan tenda Lutfi pun tak kalah kencang di masa pandemi ini. Selama setahun ini saja, setidaknya dia sudah menjual lebih dari 200 tenda.

Lutfi menceritakan, dia tertarik dengan *rooftop tent* pada tahun 2019. Kala itu dia sedang berjalan-jalan di mal dan melihat mobil terparkir dengan *rooftop tent*. Ia ingin beli, tapi ternyata harganya mahal. Lalu Lutfi meminta kenalannya yang punya usaha tenda dan awning, untuk membuatnya.

Dengan tenda baru itu, Lutfi jalan-jalan ke pantai di Jogja dan memasangnya. "Di situ ada yang tertarik dan memesan ke saya," katanya.

Baik Lutfi maupun Yanuar meyakini, pasar *rooftop tent* ini akan makin ramai peminat. "Sekarang sedang booming. Tapi saya rasa nanti juga akan tetap diminati," kata Lutfi. Alasannya, sekarang kemping sudah jadi semacam kebutuhan.

Ditambah lagi, yang bisa dipasang *rooftop tent* saat ini tidak melulu mobil jenis SUV saja. Bahkan, mobil MPV yang LCGC bisa dipasangi tenda.

Margin usaha untuk bisnis tenda atap mobil ini, cukup menggiurkan. Menurut Lutfi, margin dari satu unit tenda bisa 20% sampai 30%. Malah, kata Yanuar, marginnya bisa 40%.

Hingga saat ini, untuk memproduksi tenda, Lutfi melakukan kerjasama dengan pengusaha awning. Jadi Lutfi hanya mempekerjakan 3 orang yang tugasnya *setting* produk. Sementara untuk produksi mulai dari pasang rangka, jahit kain itu diserahkan pada mitra.

Menurut Lutfi, orang yang bi-

sa membuat *rooftop tent* ini biasanya punya latar belakang sebagai pembuat tenda kawinan atau awning. Akan tetapi tidak semua pembuat tenda atau awning mau diajak kerjasama. Maklum, pembuatan tenda atap lebih ribet, menyangkut keselamatan pengguna kendaraan. Karena menempel di atap, tenda harus punya ukuran dan berat yang aman kala kendaraan bergerak. Tenda tak boleh membuat kendaraan limbung. Jangan pula mengganggu keselamatan kala mobil melaju di jalan tol.

### Bahan baku lokal

Baik Lutfi maupun Yanuar mendesain tenda mereka sendiri, padahal mereka tak punya latar belakang desain. Mereka mengaku belajar dari Internet. "Kalau bisa maksimal belajarnya, di Youtube itu ilmunya sudah ada semua," jelas Yanuar. Kebetulan, Yanuar mendapatkan tukang las dan tukang jahit yang jam terbangnya tinggi. "Ia sudah pengalaman jadi tukang las di Malaysia," kata Yanuar yang bikin *rooftop tent* di Bondowoso, Jawa Timur.

Kalau mau merekrut karyawan dan mempekerjakan di tempat sendiri seperti Yanuar, Anda harus belanja peralatan dan perlengkapan produksi. Minimal Anda harus mempunyai mesin las (sekitar Rp 1,5 jutaan), mesin jahit (Rp 400 ribu), dan mesin jahit (Rp 4 juta). Untuk masa awal, Anda bisa belanja masing-masing 2 unit mesin.

Anda tak perlu pusing soal bahan baku. Menurut pengalaman Yanuar dan Lutfi, bahan baku mudah didapat di dalam negeri. Tapi, yang terutama adalah kain anti air.

Sekalipun di Internet, banyak yang menawarkan bahan baku kain tenda ini, menurut Yanuar ada baiknya Anda datang langsung ke produsennya. Jadi, Anda bisa melihat dan menyenutuhnya secara langsung.

Yanuar mengungkapkan, produsen lokal hanya mampu

menawarkan tenda yang anti air. Sementara tenda impor biasanya selain anti air juga anti jamur dan anti ultra violet.

Adapun dek tenda, yang buatan lokal biasanya memakai tripleks atau aluminium biasa. Sementara tenda impor, pakai aluminium khusus yang jauh lebih ringan dan kuat.

Nah, bahan aluminium ini, di Indonesia hanya bidang usaha tertentu saja yang menggunakannya. Misalnya keperluan pesawat terbang. Di dalam negeri, produk ini susah dicari.

"Saya pernah ditawari impor bahan baku tersebut. Namun minimal order harus 500 lembar, sementara harga per lembarnya Rp 4 juta saya lihat kantong lagi," kata Yanuar.

Namun yang pasti, sekalipun bahan baku yang digunakan tidak seberat produk impor, bahan baku yang ada di tanah air sudah aman dan nyaman untuk

### Tenda lokal biasanya hanya anti air, sedangkan yang impor anti jamur dan sinar UV.

dibuat menjadi *rooftop tent*.

Terkait belanja bahan baku, Anda juga bisa belanja online, bahkan untuk semua bahan. "Kalau punya pusat kulakan yang dipercaya ya tinggal belanja online saja," kata Lutfi.

Hanya saja, belanja online itu yang sering menjadi kendala adalah di pengiriman yang kadang lambat. Di sinilah kita harus memperhitungkan waktu untuk produksinya. Ini dilakukan supaya tidak meleset dari hari yang sudah dijanjikan dengan si pemesan.

Jadi bagaimana, Anda tertarik untuk menjajal usaha ini? Atau mau coba tes pasar dengan menjadi *reseller*?

## Pasar Asia Tenggara

**Rooftop** tent buatan lokal ternyata tak hanya diminati oleh masyarakat domestik, tapi juga pembeli luar negeri. Tenda atap buatan Zainal Lutfi, dari Rangaroo Motoshop sudah dikirim ke enam negara, antara lain ke Qatar, Jerman, Norwegia, Malaysia, dan Filipina.

Menurut Lutfi, para pembeli ini datang langsung ke workshop yang ada di Sleman, Yogyakarta. Brand Rangaroo menjadi populer lantaran cengeng tampil di media sosial. Bila diketik kata kunci *rooftop tent* di laman pencarian Google, Rangaroo terbilang ada di posisi teratas.

Lutfi mengungkapkan, tidak sedikit yang ingin jadi resellernya. Hanya saja, dia belum memiliki kapasitas produksi yang memadai. "Mau stok saja nggak bisa karena langsung terjual," katanya.

Hal ini juga dialami Yanuar Harry Pratama, pemilik Hunay Rooftop Tent. Sejatinya dia mendapatkan pesanan dari Amerika dan Malaysia. "Tapi saya masih terkendala di pengiriman, sistemnya, pajaknya. Di benak saya kirim keluar itu ribet dan mahal," jelas Yanuar. Karena itu Yanuar mengajukan syarat, dia akan memenuhi permintaan itu tapi tidak mau mengurus pengirimannya keluar negeri. Akhirnya pemesan dari Malaysia itu urung memesan. Sementara calon dari Amerika itu urung memesan karena tidak sabar dengan waktu pembuatannya. Yanuar mengungkapkan sejauh ini, untuk membuat 1 tenda, dia membutuhkan waktu 3 hari untuk pembuatan soft shell. Sementara untuk hard shell butuh waktu sampai 12 hari.

"Sejatinya pasar di Asia Tenggara untuk *rooftop tent* sangat besar dan Indonesia yang sudah makin banyak produsennya ini, bisa menguasai pasar tersebut," jelas Yanuar. Kebanyakan negara-negara Asia Tenggara membeli *rooftop tent* dari China atau Amerika.

Karena itu, Yanuar berharap ada reseller yang mampu mengirim produknya keluar negeri. "Saya sebenarnya sempat dihubungi pemain *rooftop tent* di China. Mereka menawarkan spesifikasi tenda yang saya mau, kapasitas produksi bisa lebih banyak, dan mereka sanggup kirim ke Indonesia," kata Yanuar. Namun Yanuar menolaknya.

## Konsultasi Pajak

# Pencatatan Rumah Warisan



Agus Susanto Lihin dan Hendra Wijana  
Praktisi Pajak

### PERTANYAAN:

Terimakasih atas jawaban pertanyaan saya terkait pencatatan warisan di SPT (Tabloid KONTAN 18 & 25 Januari 2021). Beberapa hal yang ingin saya pastikan :

1. Kami akan tetap melakukan pelaporan tahunan SPT OP seperti biasa (oleh Ibu saya), karena ada penghasilan yang harus dilaporkan dan Harta Warisan belum terbagi. Namun di Daftar Harta telah menghilangkan data rumah yang diwariskan pada saya.

2. Saya laporkan dalam SPT PPh 21: penghasilan yang Tidak Termasuk Obyek Pajak sebesar Rp 2,5 miliar dan tambahan Harta rumah warisan

3. Saya telah membayar 2 pajak, yakni BPHTB Waris 5% x (NPOP-NJOPTKP), untuk proses waris rumah almarhum kepada ibu saya dan empat anak dan BPHTB Hibah, untuk proses dari Ibu dan empat anak kepada saya. Apakah dua bukti bayar itu hanya syarat proses di BPN saja dan tidak akan diminta atau ditanyakan Petugas KPP saat pelaporan SPT?

4. Ada pendapat transaksi di atas terutang Pajak Hibah. Jika ya, mohon penjelasan lengkap: Subjek Pajak, Terutang saat kapan, dan berapa Pajak Hibah?

5. Adakah hal lain yang perlu saya urus terkait kewajiban pelaporan atas tambahan harta?

IG,  
Bandung

### JAWABAN:

TERIMAKASIH. Terkait pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi orangtua bapak (pewaris), harta berupa rumah tentunya sudah tidak perlu dilaporkan dalam daftar harta SPT Tahunan PPh. Namun bila terdapat penghasilan dan harta yang belum dibagi kepada ahli waris, tetap wajib dilaporkan.

Menjawab pertanyaan kedua, saat pelaporan di SPT Tahunan PPh Anda, warisan berupa rumah diwariskan sebagai penghasilan yang tidak termasuk objek pajak pada kolom warisan serta

dicantumkan juga pada daftar harta pada lampiran SPT Tahunan senilai Rp 2,5 miliar.

Selanjutnya, menjawab pertanyaan ketiga, BPHTB merupakan pajak yang dikenakan oleh pihak yang menerima hak atas bangunan. Untuk pelaporan SPT Tahunan PPh, bukti bayar BPHTB tidak perlu dilampirkan. Hanya, saat pemeriksaan, biasanya KPP akan meminta bukti yang menyatakan kewajiban pembayaran pajak apakah sudah dilakukan atau tidak atas harta berupa tanah dan bangunan yang telah beralih kepada ahli waris.

Terkait hibah dari ibu dan 4 anak kepada Anda, pihak pemberi hibah adalah ibu dan 4 anak tersebut, sedangkan pihak penerima hibah adalah Anda. Adapun penghasilan berupa hibah dari orangtua, dalam hal ini Ibu kepada anak, bukan merupakan objek pajak penghasilan. Sedangkan untuk hibah dari saudara kandung kepada saudara kandung atau dari kakak atau adik atau sebaliknya, merupakan objek pajak penghasilan bagi pihak penerima hibah.

Kapan terutang peristiwa hibah tersebut? Saat terutang pajak atas perolehan hak atas tanah dan bangunan karena waris dan hibah wasiat adalah sejak tanggal yang bersangkutan mendaftarkan peralihan haknya ke Kantor Pertanahan Kabupaten/Kota.

Pengenaan BPHTB Waris, sebesar 5% x (NPOP-NJOPTKP) untuk proses Waris rumah Almarhum kepada Ibu dan 4 Anak. Sedangkan BPHTB Hibah (APHB), sebesar 5% x (NPOP-NJOPTKP), untuk proses Hibah, dari nama Ibu dan 4 Anak kepada Anda. Dan bagi Anda, sebagai pihak yang menerima hibah dari saudara kandung atau hibah tersebut terutang pajak penghasilan dikenakan tarif pasal 17 UU PPh. Sedang, untuk hibah dari ibu kandung bukan merupakan objek pajak.

Menjawab pertanyaan kelima, Semua bukti terkait penyusunan laporan SPT Tahunan PPh harus didokumentasikan dengan baik seperti bukti penghasilan, rekening bank, pencatatan biaya hidup, bukti penambahan atau perolehan aset, bukti penambahan utang dan sebagainya yang mencerminkan angka yang tertera di pelaporan SPT Tahunan PPh.

Demikian, semoga bermanfaat. ◆

# Bisnis



Dari pengalaman yang sudah-sudah, insentif yang diberikan untuk industri otomotif akan berdampak ke harga jual mobil bekas.

KONTAN/Muradi

## Mobil Baru Melaju Mobil Bekas Lesu

Insentif mobil baru berdampak ke bisnis mobil lelang dan mobil bekas. Margin berpotensi tergerus karena pembeli dan harga turun.

### Asnil Bambani Amri

Banyak pedagang mobil bekas langsung tertunduk lesu saat mendengar kabar sejumlah insentif untuk industri otomotif. Bagi mereka, insentif untuk industri otomotif sama saja dengan menurunkan harga jual mobil baru. Jika harga jual mobil baru turun, otomatis harga mobil bekas juga ikut turun.

Yudi Rachim, 40 tahun, salah satu pedagang mobil bekas yang ditemui KONTAN bilang, kebijakan insentif pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) membawa angin segar bagi industri otomotif, khususnya pabrikan. Namun kebijakan itu bikin pusing peda-

gang mobil bekas. "Banyak pedagang mobil bekas mengeluh karena harganya turun, dan tentunya menggerus profit mereka," kata Yudi.

Asal tahu saja, insentif PPnBM hingga nol persen berlaku mulai 1 Maret 2021 sampai dengan Desember 2021. Selain insentif PPnBM, konsumen otomotif juga mendapatkan relaksasi kredit berupa keringanan kredit membayar uang muka kredit menjadi nol persen alias tanpa uang muka.

Meski bikin pusing, Yudi meyakini kebijakan tersebut akan menjadi kabar baik bagi industri mobil bekas di masa yang akan datang. Namun dalam jangka pendeknya akan membuat pedagang mobil bekas ke-

sulitan menjual mobilnya. "Konsumen kami juga menunggu dan menahan pembelian," jelas Yudi.

Yudi biasanya membeli tiga unit mobil bekas saat lelang mobil di balai lelang saban bulan. Namun sejak Februari lalu, Yudi mengurangi pembelian, bahkan bulan ini belum berencana melakukan pembelian mobil bekas lagi saat lelang. "Kami juga ikut melihat kondisi pasar dulu sembari menyimak implementasi insentif PPnBM ini," jelas Yudi.

Tak hanya Yudi, banyak pedagang mobil bekas memilih *wait and see* sebelum belanja mobil bekas untuk dijual kembali. Sebagian ada yang belanja tetapi dalam jumlah terbatas.

"Ada pelanggan yang biasa membeli lima unit sekarang selektif dan hanya belanja satu unit saja," kata Daddy Doga Manurung, Presiden Direktur PT Balai Lelang Serasi (Ibid), perusahaan balai lelang.

Menurut Daddy, beberapa pelanggannya sudah mengurangi pembelian mobil sejak bulan lalu, atau sejak berembus wacana insentif PPnBM untuk industri otomotif. "Jika sudah ada titik keseimbangan harga baru, biasanya mereka baru akan melakukan pembelian mobil secara lelang lagi," terang Daddy. Asal tahu saja, dalam kurun waktu dua bulan terakhir, permintaan mobil bekas di balai lelang Ibid sudah turun 10%-20%.

### Harga turun

Dari pengalaman yang sudah-sudah, insentif yang diberikan untuk industri otomotif akan berdampak ke harga jual mobil bekas. Tengok saja pemberian insentif ke mobil *low cost green car* (LCGC) yang diberlakukan tahun 2012 lalu, yang membuat harga mobil bekas beragam jenis turun – termasuk harga di balai lelang.

Saat itu, banyak konsumen yang dulu ingin membeli mobil bekas beralih beli mobil baru LCGC. Maka itu, pedagang mobil bekas berhati-hati membaca pasar. Ada kekhawatiran, konsumen justru membelih membeli mobil baru. "Peluang ini ada, karena uang muka pem-



belian mobil juga diturunkan," kata Yudi.

Kekhawatiran ini pun dirasakan oleh perusahaan mobil bekas Mobil88. Agar bisa bersaing, anak usaha Grup Astra tersebut menurunkan harga mobil bekas yang dijual di gerainya. "Penurunan harga terbanyak ada pada mobil bekas tahun muda. Ini kami lakukan agar harga jualnya tidak menyamai harga mobil barunya," kata Halomoan Fisher, Presiden Direktur Mobil 88.

Penurunan harga lebih kecil akan terjadi untuk mobil yang usianya lebih tua. Semakin tua mobil tersebut, maka nilai penurunan harganya relatif lebih sedikit. "Untuk jangka pendek



KONTAN/Muradi

## Pasokan mobil bekas ke balai lelang akan naik di kuartal ke-II karena bakal banyak mobil tarikan dari leasing.

ini akan menimbulkan problem ke penjualan," kata Fisher.

Namun, yang menjadi beban dan tantangan berat pedagang mobil adalah, penurunan harga akan berdampak ke kinerja perusahaan. Sebab, konsekuensi penurunan harga akan menggerus laba, bahkan modal. Semakin banyak stok mobil bekas di *showroom*, maka semakin besar potensinya akan tergerus.

Akan tetapi, Fisher memperkirakan hal itu tidak akan berlangsung lama. Ia masih melihat adanya dampak positif da-

ri insentif PPnBM tersebut. Salah satunya, naiknya penjualan mobil baru. "Mereka yang membeli mobil baru akan menjual mobil bekasnya atau melakukan *trade in*," jelas Fisher.

Meski mendapat pasokan mobil bekas, namun belum tentu pasar mobil bekas tersebut tersedia. Apalagi, konsumen saat ini lebih melirik membeli mobil baru dengan tawaran uang muka nol persen. "Pedagang mobil bekas mesti membuat strategi khusus agar bisa mendulang penjualan dalam kondisi saat ini," jelas Daddy.

### Bisnis lelang berkibar

Banyak pelaku bisnis otomotif sepakat, insentif PPnBM dan keringanan uang muka nol persen saat pandemi Covid-19 ber-

dampak besar ke bisnis mobil bekas dan mobil lelang. Insentif membuat konsumen membeli mobil baru dan menjual mobil lamanya lewat lelang.

Selain itu, pandemi korona juga membuat kondisi ekonomi terganggu, termasuk nasabah *leasing*. Prodjo Sunarjanto, Presiden Direktur PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA), yang memiliki balai lelang mobil PT JBA Indonesia, bilang, relaksasi kebijakan kredit mobil hanya berlaku 9 bulan. "Artinya kuartal kedua 2021 ini akan banyak mobil yang disita *leasing*," kata Prodjo.

Tahun lalu, masih banyak warga menikmati bantuan sosial atau keringanan dalam pembayaran kredit. Namun tahun ini keringanan sudah tidak ada lagi. "Ini imbas kondisi ekonomi tahun lalu dan akan ter-

asa dampaknya tahun ini," ujar Prodjo.

Kondisi itu tentu menjadi kabar baik bagi bisnis balai lelang yang banyak menerima dan menjual mobil tarikan *leasing*. Sekadar gambaran saja, bisnis lelang mobil tak banyak terpengaruh oleh kondisi Covid-19. Meski jumlah mobil yang dilelang sempat turun di awal-awal pandemi, namun menjelang akhir tahun 2020 jumlah mobil yang dilelang kembali laris diserbu pembeli.

Prodjo menyebutkan, bisnis lelang di JBA Indonesia tahun lalu tumbuh 11%-13% dengan jumlah mobil lelang di angka 4.000 an unit per tahun. Adapun tahun ini, Prodjo berharap bisa membidik pertumbuhan yang lebih tinggi karena ada proyeksi pasokan mobil lelang akan bertambah banyak.

Proyeksi pasar lelang yang sama juga disampaikan oleh Daddy dari balai lelang I bid. Namun Daddy tak mau mematok target terlalu optimistis tahun ini. Ia hanya berharap kinerja balai lelangnya tahun ini sama dengan tahun lalu atau sekitar 24.000 unit per tahun, sama dengan realisasi lelang tahun 2019. "Kami tak mau jor-joran karena situasi masih pandemi," kata Daddy.

Baik Daddy atau Prodjo optimistis, permintaan mobil bekas masih moncer tahun ini. Permintaan datang dari warga yang bekerja dan menghindari naik kendaraan umum. "Banyak yang mencari mobil bekas yang lebih murah ketimbang membeli mobil baru yang lebih mahal. Apalagi mereka hanya menggunakannya untuk ke kantor saja," kata Prodjo. ♦

## Mobil Baru Kejar Target Baru

**Meski** insentif berupa diskon Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) menjadi 0% baru berlaku beberapa hari. Namun Agen Pemegang Merek (APM) otomotif sudah bisa menikmati kenaikan penjualannya. Setidaknya, insentif PPnBM tersebut berhasil menstimulus konsumen membeli mobil baru.

Rizwan Alamsjah, Vice President PT Krama Yudha selaku pemegang merek Mitsubishi menyebutkan, pihaknya sudah mendapat laporan kenaikan pesanan mobil sejak insentif PPnBM berlaku. "Jika sebelumnya pesanan mobilnya 5-6 unit per hari, sejak insentif PPnBM terjadi lonjakan pesanan menjadi 25 unit per hari, jadi menurut kami hal ini sangat positif," jelas Rizwan.

Kenaikan penjualan Mitsubishi diharapkan bisa menepis tuduhan banyak pihak yang menganggap pemberian stimulus tak tepat. "Bagi kami ini waktu yang tepat, karena distribusi vaksin berjalan, kondisi kesehatan nasional membaik, serta perekonomian masyarakat menggeliat," kata Yohannes Nangoi, Ketua Umum di Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo).

Nangoi berharap, penjualan mobil tahun ini bisa mencapai 70.000 sampai 80.000 unit per bulan. Sekadar gambaran, tahun 2020 lalu, penjualan mobil nasional anjlok 48,35% menjadi 532.027 unit. Adapun penjualan mobil bulan Januari lalu hanya 52,9 10 unit.

Insentif PPnBM diharapkan bisa memacu penjualan agar perusahaan perakitan mobil kembali menambah produksi. Jika tak ada produksi, imbasnya bisa berbuntut panjang, rantai pasok industri otomotif juga terdampak. Sementara, sektor industri ini menanggung masa depan 1,5 juta pekerja. "Kami yakin kebijakan ini memberikan napas baru bagi industri otomotif yang belakangan ini mengalami tahun yang berat," kata Nangoi.

PPnBM adalah komponen wajib dibayarkan konsumen saat membeli mobil dengan tarif kisaran 10%-30%. Insentif ini membuat pembeli tak perlu bayar PPnBM alias ditanggung pemerintah. Mobil yang mendapatkan insentif adalah mobil dengan kandungan dalam negeri tinggi, seperti, Toyota Avanza, Toyota Rush, Honda Brio, Honda Mobilio, Mitsubishi Xpander, dan Suzuki Ertiga. Kemudian sedan atau *hatchback* seperti Toyota Yaris dan Toyota Vios. Nangoi menambahkan, jika penjualan naik, manfaat tak hanya dirasakan industri otomotif tetapi juga ekosistem industrinya, mulai dari bahan baku, komponen, termasuk lembaga pembiayaan dan asuransi. ♦



LIVE ON ZOOM

# BASIC SOCIAL MEDIA MARKETING

(FACEBOOK DAN INSTAGRAM)

BATCH 9

### Day 1: Preparing Content

- + Mencari/membuat gambar yang menarik untuk iklan produk Anda
- + Membuat *caption* yang bisa memancing orang untuk ingin tahu lebih banyak seputar produk Anda
- + *Content* apa saja yang layak dan tidak layak diiklankan

### Day 2: Broadcasting Content

- + Mempersiapkan facebook dan instagram untuk periklanan
- + Melakukan deposit iklan
- + Men-setting target iklan dan menayangkannya
- + Memahami data setelah iklan ditayangkan

PEMBICARA

**ROBERT HANSON**

DIGITAL MEDIA SPECIALIST

**17-18 MARET 2021**

13.30 - 16.30 WIB

PENDAFTARAN

<http://bit.ly/kafbig9>

0819 9889 1119

TIKET  
590K  
**499.5K**

POWERED BY

KontanAcademy

# Dialog

Siti Nadia Tarmizi, Juru Bicara Vaksin Kementerian Kesehatan

## Tugas Bio Farma Sangat Berat

**A**turan mengenai vaksinasi mandiri atau yang disebut dengan vaksinasi gotong royong sudah resmi dirilis pemerintah. Vaksinasi gotong royong tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Nomor 10 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Covid-19.

Disebut mandiri, karena biaya vaksinasi gotong royong ini sepenuhnya ditanggung oleh swasta atau perusahaan tanpa ada subsidi dari pemerintah. Pemerintah telah menunjuk PT Bio Farma untuk mengimpor vaksin mandiri yang nanti dijual ke perusahaan-perusahaan.

Pemerintah juga menetapkan merek vaksin untuk vaksinasi mandiri berbeda dengan yang dipakai dalam program vaksinasi Covid-19 pemerintah. Nah, untuk mengetahui bagaimana perkembangan terbaru vaksinasi mandiri ini, Juru Bicara Vaksin Covid-19 Kementerian Kesehatan, Siti Nadia Tarmizi mengungkapkannya kepada wartawan Tabloid KONTAN, Ragil Nugroho, Kamis (4/3).

Berikut petikannya:

**KONTAN:** Apa sih perbedaan vaksinasi Gotong Royong dengan vaksin program prioritas pemerintah?

**NADIA:** Begini, vaksin gotong royong merupakan vaksinasi kepada karyawan atau karyawan, keluarga dan individu lain terkait dalam keluarga yang pendanaannya ditanggung atau dibebankan pada badan hukum atau badan usaha.

Jadi jelas di sini, pemerintah tak ikut menanggung beban pendanaan vaksin gotong royong, berbeda dari vaksin program pemerintah. Disebutkan pula, penerima suntikan vaksin gotong royong tidak dipungut biaya atau gratis, sesuai bunyi Pasal 3 ayat (5) Permenkes Nomor 10 Tahun 2021.

Pemerintah juga memastikan jenis vaksin yang digunakan dalam vaksinasi gotong royong berbeda dengan jenis vaksin program pemerintah. Jenis vaksin yang bisa digunakan dalam vaksinasi gotong royong adalah di luar empat vaksin program pemerintah.

Jenis vaksin gotong royong tidak akan menggunakan vaksin Sinovac, vaksin AstraZeneca, vaksin Novavax, dan vaksin Pfizer. Sehingga, kita bisa memastikan tidak akan ada kebocoran vaksin tersebut yang



Pemerintah mulai menyediakan program vaksinasi gotong royong atau mandiri untuk perusahaan swasta. Program ini sengaja digulirkan untuk mempercepat kekebalan kelompok. Pemerintah juga menjamin program vaksinasi mandiri ini bisa berjalan secara bersamaan dengan program vaksinasi gratis. Seperti apa persiapannya?

akan digunakan untuk vaksin gotong royong.

Untuk vaksinasi gotong royong, jenis vaksin yang digunakan harus mendapat persetujuan pengguna pada masa darurat (EUA) atau penerbitan nomor izin edar (NIE) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Dalam hal distribusi, vaksinasi gotong royong dilaksanakan oleh PT Bio Farma ke fasilitas pelayanan kesehatan (Fasyankes) milik masyarakat atau swasta yang bekerjasama dengan badan hukum atau badan usaha. Nantinya, PT Bio Farma dapat bekerjasama dengan pihak ketiga.

Meski biaya vaksinasi gotong royong ditanggung badan hukum atau badan usaha, tetapi pendanaan untuk pemantauan dan penanggulangan kejadian ikutan pasca vaksinasi Covid-19 dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Kemudian, pendanaan untuk pelayanan kesehatan bagi penerima Vaksin Covid-19 yang mengalami gangguan kesehatan akibat kejadian ikutan pasca vaksinasi Covid-19 dibebankan pada anggaran Kementerian Kesehatan atau program Jaminan Kesehatan Nasional.

## Program vaksinasi mandiri ini bukan merupakan kewajiban bagi perusahaan swasta.

Keberadaan vaksinasi gotong royong, harus kami tegaskan tak mengubah target vaksinasi program pemerintah. Pemerintah menargetkan program vaksinasi kepada 181,5 juta orang penerima.

Vaksin yang akan disiapkan pun akan disesuaikan memenuhi kebutuhan tersebut. Pemerintah tidak mengubah target penyediaan untuk 182 juta sasaran, jadi pemesanan vaksin masih tetap pada jumlah yang sama.

Adanya vaksinasi gotong royong akan membantu percepatan mencapai ketahanan komunal (*herd immunity*). Meski begitu, vaksin yang telah dipesan juga akan tetap diberikan kepada masyarakat yang belum mendapat vaksin.

Pemerintah juga telah merancang peta jalan pemberian vaksin Covid-19. Nah, masyarakat dan pelaku ekonomi lainnya masuk dalam pemberian vaksin tahap ketiga setelah pekerja sektor publik dan masyarakat lanjut usia.

**KONTAN:** Mengapa pemerintah hanya menunjuk Bio Farma sebagai satu-satunya perusahaan yang dapat melakukan impor vaksin untuk vaksinasi gotong royong?

**NADIA:** Ini hasil koordinasi dan kesepakatan antara lembaga pemerintah, jadi bukan dari Kementerian Kesehatan saja. Alasan utamanya agar lebih mudah dikontrol, menghindarkan

penyimpangan dan masuknya vaksin palsu.

**KONTAN:** Dengan penugasan baru itu, bukankah akan menghambat Bio Farma dalam memproduksi vaksin untuk program vaksinasi gratis?

**NADIA:** Kami rasa kekhawatiran itu berlebihan. Menurut keterangan yang didapat, Bio Farma menyanggupinya dan tentu kita berharap tidak ada masalah. Lagipula, jenis vaksinnya itu berbeda.

Saat ini, mereka mulai menajaki dan melakukan pembicaraan dengan produsen vaksin asal China, yakni Sinopharm dan pengadaan vaksin Sinopharm akan dilakukan PT Kimia Farma selaku anak perusahaan holding farmasi dari BUMN.

Lalu ada pula penajakan dengan Moderna, vaksin dari Amerika Serikat dengan platform mRNA.

**KONTAN:** Tapi kan kemampuan produksi vaksin Bio Farma sendiri lambat, buktinya dari 26 juta dosis bahan baku vaksin Sinovac yang sudah tiba di Indonesia, Bio Farma baru mampu memproduksi sekitar 7 juta dosis, bukankah itu berpengaruh ke distribusi juga?

**NADIA:** Mari kita percayakan dan beri dukungan penuh kepada Bio Farma. Memang tugas ini sangat berat, namun dengan kerjasama kita semua, kami yakin produksi dan distribusi ke daerah-daerah tidak akan terkendala.

**KONTAN:** Apakah benar rasio vaksinasi sekarang baru mencapai 100.000 per hari?

**NADIA:** Berdasarkan data terbaru, kini sudah sampai 150.000 orang per hari dan trennya terus meningkat dari hari ke hari. Tapi tentu saja kan tergantung jumlah vaksin yang ada. Ketika nanti sudah lebih banyak lagi vaksin yang datang, maka proses vaksinasi akan kami genjot lagi sehingga jumlahnya akan tejrus meningkat.

**KONTAN:** Padahal, Presiden menargetkan 182 juta penerima vaksin rampung dalam satu tahun. Kalau begitu harusnya ada 1 juta orang yang disuntik vaksin setiap harinya?

**NADIA:** Begini ya, untuk target sekarang sih sudah tercapai, sudah *on the track* menurut saya. Ke depannya tentu kami optimistis ini akan terus bertambah.

**KONTAN:** Bagaimana dengan jumlah tenaga penyuntik dan fasilitas layanan kesehatan untuk vaksinasi mandiri ini?

**NADIA:** Kami terus melakukan penambahan untuk vaksinator. Kalau tahun ini sesuai kebutuhan jadi tidak ada target tertentu. Perkembangannya, sampai akhir Februari ada 41.000 orang vaksinator, nanti Maret rencananya sudah ada 70.000 orang.

**KONTAN:** Untuk layanan kesehatan penyuntikan vaksin mandiri akan dilakukan di mana?

**NADIA:** Pelaksanaan vaksinasi gotong royong hanya dapat dilaksanakan di fasyankes milik masyarakat atau swasta

yang memenuhi syarat dan bukan merupakan tempat layanan vaksinasi program prioritas pemerintah. Hal tersebut berbeda dengan vaksinasi program yang dilakukan di fasyankes milik pemerintah pusat, daerah, dan masyarakat yang memenuhi syarat.

**KONTAN:** Banyak yang berpendapat vaksinasi mandiri harusnya dilakukan setelah vaksinasi nasional mencapai setengahnya, bagaimana menurut Anda?

**NADIA:** Pada prinsipnya, ini kan vaksin gotong royong, vak-

sin ini juga tidak akan diberikan kepada individu, melainkan kepada perusahaan-perusahaan supaya mereka mendistribusikan ke seluruh karyawannya. Jadi, sasaran kita satu klaster dengan jumlah tenaga kerja yang cukup banyak.

Jadi menurut saya kan tidak ada alasan mengapa harus setengahnya dulu. Apa alasannya? Justru kita ingin mempercepat kekebalan kelompok dan mempercepat orang divaksin dalam waktu singkat sebanyak-banyaknya. Lalu berbicara hak, tidak ada hak pasien pemerintah dikurangi, kan be-

da kuota dan jatah.

Bagi perusahaan juga ini kan pilihan, bukan kewajiban. Kalau tidak mampu ya mau bagaimana. Jadi sebenarnya perusahaan diberikan kesempatan lewat vaksin gotong royong ini.

Lalu vaksin ini juga harus diberikan gratis kepada karyawan dan harapannya juga sampai ke keluarga. Jadi ini sebenarnya tidak membebani lo, sehingga tidak ada alasan untuk menunggu setengah dulu. Pastinya yang prioritas tetap berjalan dan kita selesaikan secara bersamaan semua. ◆

## Pengalaman di Level Nasional

**Sebelum** diangkat menjadi Juru Bicara (Jubir) Vaksinasi Nasional, Siti Nadia Tarmizi memiliki reputasi nasional karena merupakan Manajer Program AIDS Nasional di Kementerian Kesehatan Indonesia. Nadia memiliki tanggungjawab untuk mengelola program HIV/AIDS (*human immunodeficiency virus/acquired immune deficiency syndrome*) dan IMS (infeksi menular seksual) di Indonesia.

Wanita kelahiran Palembang ini juga mengembangkan intervensi untuk HIV dan IMS. "Kami mempunyai tugas untuk merumuskan kebijakan nasional, memberikan standar pelaksanaan, dan mengembangkan bimbingan teknis terkait pencegahan dan pengobatan HIV dan IMS," ujarnya.

Nadia juga bertanggungjawab untuk menentukan tes diagnostik standar dan regimen pengobatan antiretroviral di fasilitas kesehatan di seluruh negeri. Dengan tantangan geografis dan wilayah yang luas di Indonesia, Nadia memiliki pengalaman dalam mengembangkan intervensi yang komprehensif dan membangun jaringan antar fasilitas kesehatan untuk memberikan layanan HIV dan IMS.

Dengan ditunjuknya ia sebagai Jubir Vaksinasi Nasional, maka tugasnya bertambah di level nasional. Namun bagi Nadia, tugas tersebut ia pandang sebagai pengabdian untuk negeri. "Ini amanah dan saya merasa bahagia bisa berkontribusi untuk negeri," ujarnya. ◆

### Riwayat pendidikan:

■ Sarjana Kedokteran, Universitas Indonesia



■ Master Epidemiologi, Universitas Indonesia

### Riwayat pekerjaan:

■ Manajer Program AIDS Nasional di Kementerian Kesehatan (2016–sekarang)  
 ■ Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tular Vektor dan Zoonotik, Kementerian Kesehatan (2018–2020)  
 ■ Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Menular Langsung, Kementerian Kesehatan (2020–sekarang)  
 ■ Juru Bicara Vaksin Kementerian Kesehatan (2021–sekarang)



LIVE ON ZOOM

## PANDUAN CEPAT MENGANALISA DAN MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS BERBASIS SKKNI

(STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA)

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) adalah rumusan kemampuan kerja yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan/atau keahlian serta sikap kerja yang relevan dengan pelaksanaan tugas dan syarat jabatan yang ditetapkan. Sejatinya, setiap insan di dalam organisasi harus mampu berpikir strategis berdasarkan SKKNI agar perusahaan mempunyai arah yang jelas.

13.00–17.00 WIB

15 MARET 2021

TIKET 590.000 /pax 990.000 /2 pax



**DANIEL SAPUTRO**  
Senior Corporate Consultant and Business Strategy

POWERED BY  
KontariAcademy

PENDAFTARAN <http://bit.ly/KA-SB> | 0819 9889 1119

## Nasional

# Beban Berat, Minta Harga Bersahabat

Pelaku industri masih menanti kepastian harga vaksin mandiri yang akan ditetapkan pemerintah. Mereka berharap tidak terlalu mahal.



Program vaksinasi mandiri bagi perusahaan swasta mulai bergulir menyusul diterbitkannya Permenkes Nomor 10 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

KONTAN/Carolus Agus Waluyo

**Havid Vebri,  
Andy Dwijayanto**

Terbitnya aturan soal pelaksanaan vaksin gotong royong atau vasin mandiri untuk sektor swasta tidak serta merta disambut gembira pelaku industri. Mereka justru harap-harap cemas menyusul terbitnya regulasi itu.

Pasalnya, Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Nomor 10 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), yang mengatur pelaksanaan vaksinasi mandiri itu, masih menimbulkan banyak pertanyaan di benak mereka.

Salah satunya, soal harga vaksin yang akan dibebankan ke pengusaha. Pasal 23 ayat 1 Permenkes hanya menyebut besaran tarif maksimal atas pelayanan vaksinasi gotong royong yang dibiayai badan usaha nantinya ditetapkan oleh menteri. Bila vaksinasi dilakukan oleh fasilitas pelayanan kese-

hatan milik masyarakat atau swasta, tarif tidak boleh melebihi batas maksimal yang sudah ditetapkan menteri.

"Tapi untuk besaran harganya sendiri belum ditetapkan berapa, dan itu yang sampai sekarang masih kami tunggu," ujar Sekjen Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), Rizal Tanzil Rakhman.

Dari kalangan pelaku industri tekstil sendiri meminta harga vaksin mandiri tidak melebihi Rp 300.000 per dosis. Lebih dari itu mereka keberatan karena akan menambah pengeluaran perusahaan yang kinerjanya sedang sulit di tengah pandemi ini.

Hingga saat ini, lebih dari 100 perusahaan tekstil sudah mendaftar ke Kamar Dagang dan Industri (Kadin) untuk mengikuti program vaksinasi mandiri tersebut. Mereka antusias mengikuti program ini dengan harapan akan mempercepat pemulihan ekonomi. Tentu juga dengan pertimbangan harganya tidak terpaut jauh dengan harga vaksin Sinovac yang di-

gunakan untuk proses vaksinasi gratis oleh pemerintah, sekitar Rp 200.000 per dosis.

## Mengancam mundur

Maka itu, pelaku industri kini masih menanti kepastian harga vaksin mandiri yang tengah dinegosiasikan Kadin dengan pemerintah. "Kalau harga kemahalan, jelas bakal banyak yang mundur," ungkap Rizal.

Selain soal harga, pengusaha tekstil juga meminta insentif fiskal sebagai kompensasi atas biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam program vaksinasi tersebut.

Pasalnya, perusahaan akan mencatat biaya vaksin sebagai pengeluaran. Perusahaan memang dilarang memungut bayaran ke karyawan yang akan menerima vaksin alias gratis. Nah, jika dianggap sebagai biaya, maka harusnya Penghasilan Kena Pajak perusahaan akan berkurang. "Jadi harusnya bisa jadi insentif bagi pengusaha yang ikut dalam program

vaksinasi," ujarnya.

Ancaman mundur dari program vaksinasi mandiri juga datang dari pelaku industri makanan dan minuman. Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi), Adhi S. Lukman mengklaim, bakal banyak anggotanya yang mundur dari program vaksinasi mandiri bila harga vaksin yang ditetapkan pemerintah terlampaui mahal.

Senada dengan Rizal, ia juga menyebut harga yang ideal dan terjangkau kantong perusahaan tidak lebih dari Rp 200.000 per dosis. Tapi bila harga yang ditetapkan mencapai Rp 500.000 per dosis, maka hanya perusahaan yang punya finansial kuat yang bisa mengikuti program tersebut. "Selebihnya akan banyak yang mundur teratur dan menunggu program vaksin gratis dari pemerintah," cetusnya.

Pada akhirnya, sangat disayangkan bila partisipasi program vaksinasi mandiri hanya diikuti segelintir perusahaan. Padahal program ini dibuat

atas pertimbangan mempercepat pencapaian kekebalan kelompok atau *herd immunity* di Indonesia.

Kekhawatiran pelaku industri ini memang tidak berlebihan. Pasal 7 ayat 4 Permenkes No. 10 menetapkan bahwa merek vaksin untuk vaksinasi mandiri berbeda dengan yang dipakai dalam program vaksinasi Covid-19 pemerintah.

"Dibedakan, supaya tidak mengganggu jalur distribusi vaksin nasional dan tidak terjadi rebutan suplai," ujar Siti Nadia Tarmizi, Juru Bicara Vaksinasi Covid-19 Kementerian Kesehatan (Kemkes).

Asal tahu, vaksin yang digunakan pemerintah ada empat, yaitu vaksin Sinovac dari Cina, AstraZeneca dari Inggris, Pfizer asal Jerman-Amerika, dan Novavax dari Amerika. Artinya, peluang swasta menggunakan vaksin tadi sudah tertutup.

Nah, di luar itu ada beberapa merek vaksin yang digadag bakal dipakai buat program vaksinasi mandiri, di antaranya

Sinopharm, Moderna, Sputnik dan Johnson&Johnson. Dari empat merek vaksin tersebut, yang sudah pasti disuntikkan dalam program vaksinasi mandiri adalah Sinopharm dan Moderna.

Pemerintah bahkan sudah menargetkan sebanyak 20,2 juta dosis vaksin Sinopharm dan Moderna yang akan dimanfaatkan untuk program vaksinasi mandiri sepanjang tahun ini. Rinciannya, Sinopharm sebanyak 15 juta dosis yang akan didatangkan pada kuartal I dan kuartal II 2021, dan Moderna 5,2 juta dosis yang direncanakan masuk pada kuartal III dan kuartal IV 2021.

Pengadaan vaksin akan dilakukan oleh PT Bio Farma selaku holding farmasi. Bio Farma sendiri sudah mulai melakukan peninjauan dengan produsen Sinopharm asal Tiongkok dan produsen Moderna yang berbasis di Amerika Serikat. "Sejauh ini, Moderna dan Sinopharm sudah kasih komitmen untuk memenuhi kebutuhan vaksin gotong royong," ujar Juru Bicara Vaksin Bio Farma Bambang Heriyanto.

## Vaksinasi mandiri tak boleh pakai faskes Pemerintah karena mengganggu vaksin gratis.

Impor kedua jenis vaksin itu sudah dalam bentuk jadi alias siap pakai, sehingga tidak mengganggu proses produksi vaksin Coronavac yang sedang dilakukan Bio Farma, guna memenuhi kebutuhan program vaksinasi gratis. Selain mengimpor vaksin Sinovac dalam bentuk jadi, Bio Farma juga mengimpor dalam bentuk bahan baku (*bulk*) sehingga masih harus melakukan proses manufaktur untuk jadi vaksin siap pakai.

Soal harga, memang Sinovac tergolong murah dibandingkan kandidat vaksin mandiri. Mengacu keterangan Dirut PT Bio Farma Honesti Basyir, harga vaksin Sinovac sekitar Rp 200.000 per dosis.

## Harga vaksin

Lalu berapa harga vaksin gotong royong?

Mengutip Global Times, Sinopharm diketahui memasang harga 200 yuan untuk satu dosis vaksinya pada pemerintah China. Artinya satu dosis vaksin Sinopharm bisa berharga sekitar Rp 441.000.

Sementara vaksin mRNA-1273 buatan Moderna dihargai US\$ 37 atau Rp 523.000 per dosis. Harga ini kemungkinan bisa lebih mahal lagi karena belum mempertimbangkan biaya untuk distribusi serta faktor teknologi penyimpanan vaksin tersebut.

Bio Farma selaku importir yang ditunjuk pemerintah memang belum mematok harga jual Sinopharm dan Moderna ke perusahaan. Yang jelas, sebelum masuk ke penetapan harga, Bio Farma menunggu dulu terbitnya keputusan Kementerian Kesehatan (Kemkes) yang mengatur harga batas atas dan bawah harga jual vaksin ke perusahaan.

Sejauh ini, poses pengadaan vaksin mandiri memang belum sampai ke penetapan harga. Pasalnya, sekarang masih berlangsung proses pendaftaran bagi perusahaan yang ingin mengikuti program vaksin mandiri. Selain mendaftar lewat Kadin, ada juga perusahaan yang mendaftar langsung ke Bio Farma. Hanya, memang jumlahnya tidak sebanyak yang mendaftar lewat Kadin.

Pendaftaran lewat Kadin sendiri masih dibuka hingga 7 Maret mendatang, dan sampai saat ini sudah ada sekitar 8.300 perusahaan yang mendaftar. Pendaftaran lewat Bio Farma juga masih dibuka dan belum dipastikan kapan ditutup. Tapi yang jelas, pelaksanaan vaksinasi ditargetkan mulai jalan pada April mendatang.

Nampaknya Bio Farma memang ingin memberi kesempatan seluas-luasnya bagi perusahaan yang mau mendaftar. Begitu ditutup, diharapkan tak ada lagi perusahaan yang mendaftar belakangan, sehingga proses importasi bisa dilakukan sekaligus. Jadi, tak seperti vaksin Sinovac yang harus sampai tahap 5 kali impor.

Setelah jelas berapa jumlah perusahaan yang mendaftar, baru ditetapkan jumlah dosis yang akan diimpor. Saat itulah baru dilakukan negosiasi harga dengan produsen vaksin. "Jadi sekarang masih proses pendataan berapa yang akan diim-



KONTAN/Fransiskus Simbolon

por," jelas Bambang.

Yang terang, jika sudah ada kesepakatan harga, maka pemerintah akan menetapkan besaran harga batas atas dan bawah vaksin mandiri. "Kalau sudah diajukan, kami akan melihat dan menentukan harganya berapa," ujar Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin.

Soal harga ini, Kadin juga berharap harga acuan yang ditetapkan pemerintah tidak terlalu mahal. Harapannya ada di kisaran Rp 500.000 sampai Rp 1 juta per dosis, syukur-syukur bisa di bawah itu. "Tapi kami masih menunggu bagaimana aturan dari pemerintah saja," kata Ketua Kadin Indonesia, Rosan P. Roeslani.

Bagi Bio Farma sendiri, persoalan pasokan dan harga vaksin bukan satu-satunya masalah yang harus dipecahkan dalam waktu dekat. Masih banyak hal lain harus disiapkan dalam pelaksanaan vaksinasi mandiri ini. Antara lain menyangkut proses distribusi vaksin dan fasilitas kesehatan untuk vaksinasi.

Untuk distribusi, Bio Farma akan melibatkan perusahaan swasta yang memenuhi kriteria, misalnya punya fasilitas *cold chain* yang sesuai temperatur vaksin. "Sementara untuk faskes juga harus ada vaksinasi dan syarat lain," ujar Bambang.

Program vaksinasi mandiri tidak boleh menggunakan faskes pemerintah, agar tidak mengganggu pelaksanaan vaksinasi gratis yang sedang dilakukan.

Di tengah polemik harga dan ribetnya persiapan, program vaksin mandiri juga tak sepi dari kritik para pengamat. Pandu Riono, epidemiolog Universitas Indonesia, menggalang dukungan masyarakat melalui platform petisi online, Change.org, untuk menolak rencana pemerintah mengizinkan program vaksin mandiri. "Vaksinasi mandiri menyebabkan ketimpangan dan justru dapat memperpanjang pandemi," ujar Pandu.

Sebab, dengan suplai vaksin yang masih terbatas, masyarakat

yang berada di daerah dan ekonomi menengah ke bawah yang memiliki tingkat risiko penularan yang lebih tinggi, bisa-bisa tidak diprioritaskan dalam pembagian vaksin. "Vaksinasi mandiri justru menjadikan akses pada vaksinasi berdasarkan kemampuan ekonomi dan afiliasi dengan korporasi swasta," ujarnya.

Padahal, pelaksanaan vaksinasi harus berdasarkan kelompok prioritas yang telah ditetapkan, seperti tenaga kesehatan, lansia serta lainnya.

Dicky Budiman, Epidemiolog dari Centre for Environmental and Population Health, Griffith University juga punya pandangan yang sama. Maka itu, ia menyarankan perlunya sosialisasi lebih gencar yang mampu menjelaskan ke masyarakat bahwa tidak ada diskriminasi terhadap penerima vaksin. "Saat ini masih banyak masyarakat yang belum paham perbedaan program vaksinasi pemerintah dengan vaksinasi mandiri yang dilakukan swasta," ujarnya. ◆

## Tabloid Kontan

Sertifikat Dewan Pers  
No: 109/DP-Terverifikasi/K/X/2017

**Penerbit:** PT Grahana Mediatama Surat Izin: Surat Keputusan Menpen Nomor 307/SIUPP/B.1/1996, tanggal 19 Maret 1996. **Direktur:** Ardian Taufik Gesuri **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Ardian Taufik Gesuri **Dewan Redaksi:** Ardian Taufik Gesuri, Hasbi Maulana, Hendrika Yunapritta, Djumyati Partawidjaja, Titis Nurdiana, Ahmad Febrian, Markus Sumartomdjon, R. Cipta Wahyana, Barly Haliem Noe, Harris Hadinata, Thomas Hadwinata, Yuwono Triatmodjo, Khomarul Hidayat, Syamsul Ashar, SS Kurniawan, Havid Vebri, Wahyu Tri Rahmawati, Asnil Bambang Amri, Langiat Siringoringo, Sanny Cicilia, Barratul Taqiyah, Sandy Baskoro, Avanti Nurdiana, Adi Wikanto, Dupla Kartini, Rizki Caturini, Fransiska Firlana S., Anastasia Lilin, Azis Husaini, Anna Suci Perwitasari, Yudho Winarto, Dicky Setiawan, Herlina Kartika D., A. Herry Prasetyo, Tedy Gumilar, Fahriyadi, Ragil Nugroho, Nina Dwianitika, Novorius Laoli, Handoyo, Narita Indrasliti, Dadan M. Ramdan, Tendi Mahadi, Dityasa Hanin F., Tri Sulistiawati, Adinda Ade Mustami, **Penyelaras Warna:** Pandji Indra, Alri Kemas N. **Riset dan Dokumentasi Foto:** Dedi Sukanto, Nasrudi Kaisuku **Perpustakaan dan Pemeliharaan Data:** Deti Riswani, Priyanto, Nugroho, **GM Bisnis:** R. Cipta Wahyana **Iklan:** Aris Akhmad, Risang Wahyu P., Indah Sulistyori M., FX Tutur Wibowo, Adhika Kirana, Christopor Adwesta, Wendi Setiyo Utomo, Rizki Arisanti, Areka, Christian B Adi, Siti Faridah, Mac Margono, Herwanda Aditya, Samuel Christofan K. **Marketing Communication:** Ignatius Andri Indradie, Maggie Quesada, Renggo Kutut Kujantoko, Gusmawan Lubis, Lucky Alan, Johana Ani Kristanti, Fanny Ismiraz **Marketing & Circulation:** Agusribus P. Permana, Antonius Eko Puji, Sigit Kuncoro **KontanAcademy:** Margaretha Matasak, Guido S. Radityo, Siti Annisa Putri, **Alamat Redaksi:** Gedung KONTAN, Jalan Kebayoran Lama No. 1119 Jakarta 12210 **Iklan:** Gedung KOMPAS GRAMEDIA, Jalan Palmerah Selatan No. 22-28 unit II Lt. 2, Jakarta Selatan 10270 **Sirkulasi:** Gedung KOMPAS, Jalan Gajah mada No. 109-110A Jakarta 11140 **Telepon:** Redaksi (021) 535 7636, 532 8134, Iklan (021) 536 79909, 548 3008 **Faksimile:** Redaksi: (021) 535 7633, Iklan: (021) 5369 9080, Sirkulasi (021) 260 0972 **E-mail:** red@kontan.co.id, **Web site:** www.kontan.co.id, Dicitak oleh: Percetakan PT Gramedia Jl. Palmerah Selatan 22-28, Jakarta 10270, Isi di luar tanggung jawab percetakan. **Tarif Iklan Harian Kontan 2020: Display/Advertorial:** Full Color (FC) min 600mmk 34.000/mm, Black & White (BW) min. 60 mmk 29.000/mm, Iklan "Kuping" FC 90x30mm (Paket 3x Bonus 1x). **Di halaman Depan** 12.000.000/1x terbit, **Di halaman Dalam** 5.600.000/1x terbit, **Di halaman Belakang** 11.500.000/1x terbit, **Iklan "Banner FC"** 5 Kolom x30mm (Paket 3x Bonus 1x), **Di halaman Depan** 31.500.000/1x terbit, **Di halaman Dalam** 9.000.000/1x terbit, **Di halaman Belakang** 16.000.000/1x terbit, **Iklan "Banner BW"** 5 Kolom x30mm (Paket 3x Bonus 1x), **Di halaman Dalam** 4.350.000/1x terbit, **Paket Iklan Mini / Koloman BW** (8x terbit), 1 kolom x 100mm 4.000.000, 2 kolom x 50mm 4.000.000, 2 kolom x 100mm 7.800.000, Surcharge untuk halaman 3 & Back Cover 20%, \*Tarif belum termasuk diskon Agensi & PPN 10%, tarif berlaku 1 Januari 2017, harga dalam IDR. Isi iklan menjadi tanggung jawab pemasang iklan, KONTAN tidak bertanggung jawab atas materi iklan.

## Profil

# Dari Gerai Kecil Donat, Bisnis Dimas Membulat

Terkena PHK dari perusahaan tempatnya bekerja, Dimas memilih terjun ke usaha kuliner hingga sukses memproduksi donat premium.

### Ragil Nugroho

Mencapai kesuksesan dalam berbisnis terkadang harus ditempuh dengan cara keluar dari zona nyaman. Banyak orang yang takut memulai usaha karena terlalu banyak pertimbangan dan merasa tidak punya modal. Hal ini dirasakan betul oleh Dimas Vandityo, *Founder* Kalis Donuts di Yogyakarta.

Dimas terbukti mampu membesarkan bisnisnya setelah jalan hidup menuntunnya harus keluar dari status karyawan. Di awal berbisnis pun ia sempat hanya memproduksi 12 buah donat, kini ia mampu menjual hingga 2.000 buah donat per hari. Berawal dari toko kecil di Yogyakarta, kini ia sudah punya tiga *outlet* besar, termasuk di Semarang dan Pekanbaru.

Dimas adalah lulusan ilmu komunikasi di Universitas Kristen Petra, Surabaya. Ia lalu melanjutkan peruntungan hidup ke Ibukota, Jakarta, dengan bekerja di sebuah *advertising agency* selama 10 tahun. Di sana pula ia menikah dan memiliki dua orang anak.

Setelah kelahiran anak kedua, Dimas mulai merasa jenuh dengan pekerjaannya. Kematian Ibukota dan acapkali lembur membuat waktunya berkumpul bersama keluarga menipis. Maka, di tahun 2017, ia memutuskan pindah ke Yogyakarta, namun masih melanjutkan status sebagai karyawan. "Yogyakarta masih jauh lebih tenang untuk tempat tinggal," ujarnya.

Nasib apes, setahun bekerja di Yogyakarta, ia terkena PHK akibat krisis yang dialami perusahaan tempatnya mencari nafkah. Dimas pun memutuskan untuk mencari kerja kembali. Namun, ternyata pekerjaan tidak mudah didapat.

Hingga ia memutuskan untuk kembali melamar pekerjaan di Jakarta. Namun, beberapa surat lamaran dikirim tidak kunjung mendapat sambutan. Dia pun terjebak di Kota Pelajar tanpa tahu apa yang harus dilakukan. Syukurlah, dalam kondisi terjepit itulah tiba-tiba muncul idenya untuk memulai wirausaha.

Minat Dimas terhadap dunia bisnis sebenarnya sudah muncul sejak lama. Jauh sejak ma-

sih menjadi karyawan, ia sudah kepikiran untuk merintis bisnis. Kebetulan saat masih ngantor, ia banyak melihat orang bekerja sembari berbisnis. Namun, saat itu ia merasa belum memiliki waktu dan modal. "Ya sebenarnya belum punya keberanian juga," ungkap pria 38 tahun tersebut.

Apalagi pihak keluarga besar menyarankan Dimas untuk bekerja yang pasti-pasti saja. Kalau berwirausaha memiliki risiko besar. Namun, Dimas tidak menghiraukan saran tersebut dan merasa inilah momen yang tepat untuk memulai usaha.

Saat memulai bisnis, ia tidak langsung terjun ke bisnis kuliner. Ia mengawali perjalanan bisnisnya dengan berjualan produk pewan- gi.

Ia juga sempat tergo- da membuka toko kopi kekinian karena lagi menjamur. Cuma, itu urung dia lakukan karena pengetahuannya tentang kopi sangat minim. Namun, setelah merenung dan karena sadar *passi-* on-nya di kuliner, maka Dimas pun mulai

berpikir untuk menjajal bisnis kuliner.

Ide muncul ketika ia melihat sedang marak *coffee shop* di Yogyakarta. Ia memperhatikan kebanyakan kedai kopi itu tidak memiliki menu pendamping.

Setelah survei, ia juga melihat seandainya ada sajian pendamping, paling baru seputar roti dan pisang goreng.

### Belajar autodidak

Dari situlah ia ke-

pikiran untuk membuat donat yang kemudian ditawarkan ke pemilik *coffee shop* sebagai camilan pendamping kopi. "Keputusan membuat donat itu juga setelah saya berdiskusi dengan istri," ujarnya.

Namun, bukan sembarang donat. Ia berambisi membuat donat yang unik dan memiliki harga jual premium. Ia pun nekad melakukan upaya *try and error* sambil belajar dari YouTube dan bertanya langsung kepada beberapa chef. Butuh waktu hingga tiga bulan sampai ia menemukan tekstur dan rasa donat yang pas.

Selain itu, ia juga sempat pergi berburu donat premium lokal ke sejumlah wilayah, seperti Jakarta dan Bali. Dia menjajal banyak donat premium produksi lokal itu untuk mencari kelebihan dan kekurangan mereka.

Sampailah kemudian di awal 2019 dia mulai memproduksi donat kreasinya. Awal mula dia produksi dengan sistem *by order* atau open PO. Dia juga sempat menawarkan ke teman-temannya yang memiliki kedai kopi, karena memang itu ide awal Dimas saat mencoba bisnis donat.

"Kita tawarin ke *coffee shop*, namun menurut mereka ukuran donat saya terlalu besar, sehingga nanti pelanggan cepat kenyang dan tidak mau beli menu lain," akunya.

Akhirnya Dimas melakukan rencana cadangan, alias membuka tempat jualan donat sendiri. Ia merelakan seluruh tabungan terakhir senilai Rp 50 juta habis buat modal. Sebuah perjudian karena uang terakhir, bahkan masih kurang. Ia cuma mampu membeli peralatan produksi hingga menyewa toko.

Uang Dimas pun tidak cukup dan hanya mampu menumpang di sebuah rumah makan. Kebetulan ada gudang kecil di tempat makan itu yang bisa dimanfaatkannya sebagai lokasi usaha. Dari tempat kecil itulah lahir toko Kalis Donuts untuk pertama kali.

Ia juga belajar secara autodidak bagaimana menentukan harga pokok penjualan (HPP), memilih bahan baku yang tepat, hingga menentukan kombinasi *topping* donat. Semua itu Dimas lakukan dengan penuh semangat. "Saya sangat tertantang untuk membuat donat lokal yang bisa dikenal seluruh



Indonesia," ujarnya.

Terobsesi memproduksi donat premium, Dimas langsung memakai bahan terbaik sejak awal membuka usaha. Dengan bahan dan citarasa terbaik, ia percaya diri membanderol harga produknya mulai Rp 8.000 sampai Rp 10.000 per buah.

Di awal merintis usaha, ia langsung membidik ibu-ibu muda sebagai target konsumen utamanya. Kalangan ini, menurut Dimas, sangat potensial, karena mereka pasti biasanya membeli donat untuk dirinya sendiri, untuk anak-anaknya, lalu untuk rekan bisnis atau juga untuk oleh-oleh. Maka, ia pun mem-branding produknya semenarik mungkin, khususnya bagi kalangan *young mom* tersebut.

Hanya, upaya yang dia lakukan itu tidak langsung membuahkan hasil. Saat itu, masih jarang orang yang melirik donat buatannya. Apalagi toko donatnya sangat kecil, dengan menumpang di sebuah warung makan pula.

Lantaran sepinya pembeli, Dimas bahkan sempat tidak memiliki modal sama sekali buat membeli bahan. Ia pun mengakalinya dengan membeli bahan baku melalui sistem ecer, dan sempat juga berutang ke toko. Buat makan sehari-hari bahkan Dimas mengambil sisa bahan baku donat.

### Marketing influencer

Dimas akhirnya menyadari, sebuah produk butuh marketing agar dikenal luas. Dan, ia juga paham, sebenarnya inti marketing adalah membakar uang. Sedangkan ia tak punya modal yang cukup untuk alokasi marketing.

Alhasil, ia mencari cara lain dan menemukan ide menggunakan jasa *influencer* yang kerap mengulas Yogyakarta dari berbagai aspek, termasuk kuliner. Maktumlah, Yogyakarta sebagai kota wisata banyak didatangi *influencer* untuk liburan.

Kebetulan, saat itu ada seorang *influencer* sedang ber-

libur ke Yogyakarta, dan ia merupakan kenalan seorang sahabatnya. Si *influencer* itu ingin mencari camilan unik, dan temannya itu merekomendasikan Kalis Donuts.

Saat itu, si *influencer* membeli produknya dengan rasa tiramisu regal. Ternyata produknya itu di-review positif oleh *influencer* tersebut. "Setelah di-review, malamnya mulai banyak notifikasi di Instagram kita, banyak yang ingin tahu Kalis," ujar Dimas.

Keesokan harinya, produk Kalis Donuts ludes dalam waktu 1,5 jam saja. Dari situ nama Kalis mulai tenar. Donat tiramisu regal juga menjadi varian paling laku hingga saat ini.

Sejak saat itu, dia mulai mencari tahu artis dan *influencer* yang sedang berlibur ke Yogyakarta. Mereka di-DM alias *direct message* untuk ditawarkan produk Kalis Donuts.

Seiring dengan mulai dikenalnya Kalis Donuts, ia makin semangat membesarkan usahanya hingga memutuskan mencari investor sampai ke Jakarta. Akhirnya, ada seorang investor yang berani menanamkan modal. Dimas pun langsung menambah beberapa mesin produksi dan jumlah karyawan.

Kini, produksi Kalis Donuts meningkat dari hanya 400-500 buah per hari menjadi 2.000 buah per hari. Kalis juga sudah memiliki cabang di Semarang yang dibuka pada Oktober 2020 dan Pekanbaru pada Desember 2020.

Dimas mengaku, omzet rata-rata bisnisnya mencapai Rp 500 juta hingga Rp 600 juta per bulan. Sementara porsi biaya operasional, mulai dari gaji karyawan hingga modal produksi, hanya 35%. Jumlah karyawan Kalis sendiri saat ini mencapai 63 orang.

Sukses yang diraih tidak membuat dirinya terlena dan berleha-leha. Hingga saat ini, ia masih terus melakukan inovasi dengan membuat varian rasa donat yang bisa diterima konsumen. Ia juga berharap jaringan gerai donatnya bisa merambah daerah-daerah lain di Indonesia. ◆

## Tetap Kreatif di Masa Pandemi

**Pandemi** korona (Covid-19) jelas memukul banyak pebisnis, tak terkecuali sektor kuliner. Hal ini dirasakan betul oleh Dimas Vandityo, *Founder* Kalis Donuts di Yogyakarta. Di awal-awal pandemi meruyak, penjualan donat miliknya turun drastis.

Namun, Dimas tak patah arang. Ia tidak ingin merumahkan satu pun karyawannya. Maka, ia mencari mencari solusi agar bisnisnya tetap jalan dan karyawan bisa tetap bekerja.

Salah satu terobosannya adalah memperkuat penjualan *online*. Ia juga berupaya menciptakan kemasan yang benar-benar menjamin terjamin kualitas donat yang dikirim hingga ke luar kota. Jadi, selain pasar Yogyakarta, ia juga menyasar daerah-daerah lain dengan pusat pengiriman tetap dari Kota Pelajar itu. Hasilnya tidak sia-sia, pelan namun pasti, penjualan donatnya kembali merangkak naik.

Tidak hanya sampai di situ, ia meramu paket donat plus es krim dan donat disandingkan dengan jamu. Langkah ini nyatanya mampu membuat penjualan donat miliknya tetap stabil.

Dimas juga memberikan tips bagaimana memulai dan menjalankan bisnis. Ia menganalogikan merintis bisnis itu seperti merawat anak bayi. Kita tidak bisa langsung berharap ia bisa menghasilkan. Malahan di awal-awal harus siap dan terbiasa keluar uang.

"Kalau anak bayi kan kita harus siap mengeluarkan biaya buat beli susu dan popok. Begitu juga dengan merintis bisnis, kita harus siap dengan modal," tutupnya. ◆



Dok. Pribadi

Dekade 2000, Puslit Bioteknologi LIPI mendata dan mengumpulkan 713 spesimen talas, dari Lampung, Jawa, Bali, dan Sulawesi Selatan. Studi morfologi dan biokimia (*isozymes*) terhadap 713 spesimen itu, menghasilkan 180 morfotipe talas, dengan 20 kultivar lokal potensial untuk dikembangkan.

Dari 20 kultivar lokal itu, varietas kaliurang, paling unggul karena produktivitas, daya tahan terhadap penyakit, serta rasa daging umbinya enak. Tahun 2015, ketika saya menulis tentang talas kaliurang di rubrik ini; 20 kultivar talas lokal koleksi LIPI di Cibinong sudah punah karena penyakit hawar daun (Taro Leaf Blight) akibat kapang *Phytophthora colocasiae*.

Talas kaliurang di kebun LIPI termasuk yang terserang hawar daun dan punah. Sejak dekade 1990, saya juga sudah mulai mendata dan mengumpulkan umbi-umbian, tidak hanya talas (genus *Colocasia*) melainkan juga keladi (*Xanthosoma*), suweg (*Amorphophallus*), dan uwi-uwian (*Dioscorea*).

Konsentrasi saya, waktu itu, mendata talas yang dikembangkan di sekitar Bogor. Tahun 2005, perhatian saya terhadap talas (taro, *Colocasia esculenta*); terkurangi karena ada pengusaha yang mengembangkan talas jepang satoimo (*Colocasia antiquorum*). Satoimo sebenarnya juga asli Indonesia.

Saya baru bisa datang ke habitat asli talas kaliurang di Cangkringan, Kabupaten Sleman, DIY; pada tanggal 23 Juli 2016. Saya mengambil spesimen dari sawah penduduk, di elevasi sekitar 700 meter dpl. Sebagian petani menanam talas kaliurang di pematang sawah. Saya temukan juga spesimen yang tumbuh liar di selokan dan dekat tembok rumah.

Pendataan dan pengumpulan spesimen talas oleh LIPI, sebenarnya bagian dari proyek pemuliaan talas antar negara yang dibiayai dana hibah dari Uni Eropa. Proyek ini terhenti karena tiga peneliti yang menangani proyek tersebut pensiun. Pihak lembaga donor hanya bersedia mencairkan anggaran dengan berkas yang ditandatangani oleh tiga peneliti tersebut. LIPI tak bersedia karena tiga peneliti ini sudah pensiun. Akibatnya penelitian terhenti.

Tetapi dari proyek yang belum selesai ini, telah dihasilkan kultivar talas baru yang diberi nama pratama. Atas inisiatif para peneliti, terutama Tatang Koeswara, kultivar ini dibagikan ke para petani di Bogor melalui dinas pertanian setempat.

Para petani tidak tahu nama talas baru ini, hingga mereka menyebutnya talas merah, karena pangkal pelepah daun talas pratama berwarna pink. Ada juga yang menyebutnya talas cianjur, talas sumedang dll.

Dalam waktu singkat talas pratama masyarakat di Kabupaten Bogor, menggantikan talas bentuk yang rentan hawar daun apabila dibudidayakan di dataran menengah. Bentuk menghendaki elevasi 1.000 meter dpl. Tahun 2020, talas pratama telah mendominasi budidaya talas di Kabupaten Bogor. Antara rentang waktu 2016 sampai dengan 2020, talas kaliurang juga mulai dibudidayakan para petani di Kabupaten Bogor.

## Agribisnis

# Talas Kaliurang di Bogor



F. Rahardi,  
Pengamat Agribisnis

### Lebih enak

Genus *Colocasia* hanya terdiri dari delapan spesies. Sangat kecil dibanding keladi (*Xanthosoma*) yang beranggakan 76 spesies, sente (*Alocasia*) 80 spesies, *Amorphophallus* 198 spesies, dan uwi-uwian (*Dioscorea*) 613 spesies. Dari delapan spesies *Colocasia*, yang dibudidayakan untuk dikonsumsi umbinya hanya *Colocasia esculenta* (talas, taro) dan *Colocasia antiquorum* (kimpul plecet, kimpul pari, tales dempel, satoimo). Yang enam spesies tanaman hias, termasuk *Colocasia gigantea*.

Meskipun di Asia Tenggara, *Colocasia gigantea* merupakan sayuran. Di sini dikenal sebagai kemumu, talas sayur, lumbu bayem.

Meski genus *Colocasia* hanya beranggakan delapan spesies, tetapi talas, taro, *Colocasia esculenta* terdiri dari ratusan kultivar (spesies budidaya). Hanya dengan mengumpulkan spesimen dari Lampung, Jawa, Bali dan Sulawesi Selatan, LIPI sudah dapat mengidentifikasi 180 morfotipe dan 20 di antaranya potensial untuk dikembangkan.

Variasi kultivar talas meliputi ukuran dan warna pelepah dan tulang daun, warna bintik di tengah daun; serta ukuran, bentuk, warna, tekstur, dan rasa daging umbi. Tetapi secara garis besar ada kultivar talas darat dan ada kultivar talas air.

Talas kaliurang merupakan kultivar talas air. Salah satu ciri talas air, daging umbinya berwarna keunguan, dengan tekstur gembur. Sedangkan daging umbi talas darat berwarna putih dengan tekstur gembur, atau berwarna kuning dengan tekstur keras. Kultivar talas darat tidak mungkin dibudidayakan di air. Sedangkan talas air bisa dibudidayakan di darat, dengan hasil sama baik dengan dibudidayakan di air.

Sebenarnya ada dua kultivar talas kaliurang. Pertama, yang berpelepah daun cokelat keunguan. Ukuran tanaman dan umbi sangat besar. Kedua, kultivar yang berpelepah daun hijau keputihan, dan berukuran lebih kecil.

Yang disebut LIPI paling enak adalah berpelepah cokelat keunguan. Tapi, talas berpelepah hijau keputihan, sebenarnya banyak dibudidayakan para petani di dataran rendah. Jenis ini populer dengan sebutan talas minyak, karena permukaan bagian atas daun tampak seperti berminyak.

Sedangkan talas kaliurang kultivar berpelepah cokelat keunguan, sebenarnya juga bukan khas kaliurang. Di sepanjang jalan raya Banjarnegara-Wonosobo, banyak dibudidayakan talas dengan ciri seperti talas kaliurang.

Belakangan, talas kaliurang berkembang luas di Kabupaten Bogor, bersamaan talas pratama. Menurut para petani, talas kaliurang lebih berpotensi dikembangkan, karena ukuran umbi lebih besar, dan daya simpan setelah dipanen lebih lama dibanding talas pratama. Dua kultivar ini pelan-pelan menggeser talas bentuk, yang sebenarnya hanya cocok dibudidayakan di Batu, Tretes, Tawangmangu, Bandung, Kopeng dan Lembang yang berelevasi di atas 1.000 meter dpl. Talas kaliurang dan pratama lebih adaptif di dataran rendah, termasuk di Cimanggis, Depok. ◆



Dok. F. Rahardi

# Kedai



Bubuy adalah tradisi memasak dalam bara sekam selama berjam-jam. Hidangan jadoel ini bisa kita temukan di D'Bubuy Ma Atik, Subang.

## Hendrika Yunapritta

Banyak cara mengolah bahan mentah jadi makanan. Memasak di atas kompor, memanggang di oven, membakar di atas bara adalah jalan yang lazim kita temui. Cara lain, dikubur dalam bara, seperti bubuy : dipendam dalam bara sekam.

Memasak dengan bubuy ini, tentu tidak praktis, maka makin jarang kita jumpai, terlebih di perkotaan. Tapi, harus diakui, bahwa pembubuyan ini menghasilkan makanan yang nikmat. Buktinya bisa kita dapati di tengah kota Subang, dalam kedai bernama D'Bubuy Ma'Atik.

Kedai ini gampang dicari, menggunakan peta digital, lantaran cukup kondang sebagai kuliner Subang. Lokasinya ada di perkampungan, di salah satu jalan utama Subang. Jika membawa mobil, Anda harus parkir di tepi Jl. Letjen. Soeprapto. Setelahnya, Anda bisa berjalan kaki menyusuri gang

Menempati rumah biasa di jalan sempit yang hanya bisa

dilewati motor, D'Bubuy Ma Atik menyediakan tempat makan terbatas. Ada dua saung, yang muat sekitar 6 orang dewasa di halaman rumah ini, untuk bersantap.

Nah, jika ingin mencicipi bubuy ala Ma Atik, sebaiknya Anda menelepon dulu, untuk memastikan mereka masih punya persediaan. "Soalnya, masak bubuy ini butuh 6-7 jam," jelas Reynard Smara Mahardika, pemilik D'Bubuy Ma Atik.

Menu makanan di sini, tidak banyak. Sehari-hari, menurut Kang E'eng, panggilan akrab Reynard, mereka hanya menyediakan bubuy ayam saja. "Paling tambahannya ada tahu dan tempe," ujar dia.

Satu bubuy ayam, cukup untuk disantap sekitar lima atau enam orang. Bubuy ayam ini datang bersama nasi putih hangat, sambal tomat, dan lalapan yakni timun serta daun tespong. Kang E'eng sengaja memilih daun tespong yang lazim jadi lalapan di Subang. "Di sini sulit cari poh-pohan, tidak seperti di Lembang. Lagipula, menurut saya, rasa tespong le-

bih hangat," kata dia.

Bubuy ayam disajikan hangat, masih terbungkus rapi. Saat daun pisang dibuka, segera menguar aroma sedap dari paduan bumbu serta ayam. Aroma masakan ini, seperti tidak asing. "Bubuy ayam ini memakai bumbu pepes," jelas Kang E'eng.

Benar saja. Rasanya mirip ayam pepes. Bedanya, bubuy ayam ini garing. Dikubur dalam bara sekam selama berjam-jam, membuat ayam matang benar, berpadu dengan bumbu, dan kering, tidak ada kaldu setetes pun yang tertinggal.

Kang E'eng menggunakan ayam kampung yang bobotnya 700-800 gram untuk satu porsi bubuy ayam. Alhasil, daging ayam tidak hancur, meski dipendam berjam-jam dalam bara. Dagingnya empuk dan nikmat banget disantap dengan nasi hangat.

## Royal kemangi

Bubuy ayam di sini memakai satu ayam utuh, sehingga kita



KONTAN/Hendrika Yunapritta

bisa menemukan kepala, cakar, dan hati ampela pula. Jerohnya berpadu dengan daun kemangi yang dimasukkan ke dalam ayam, plus potongan bumbu seperti lengkuas dan sereh.

Kang E'eng cukup royal memberikan kemangi dalam bubuy, dan daun ini enak jadi pengiring nasi. Bahkan, bumbu yang menyelimuti ayam juga terasa sedap, karena mereka matang bercampur kaldu.

Nah, saat Anda menyantap bubuy ayam, jangan ketinggalan mencocol sambal yang sudah disediakan. Ini adalah sambal tomat tanpa terasi yang rasanya segar, pas mengiringi bubuy ayam dan nasi.

Dalam sehari, menurut Kang E'eng, paling banyak ia memasak 40 ekor bubuy ayam. "Kami mulai masak jam 2 malam," jelasnya. Empat puluh bubuy ayam adalah kapasitas maksimal tungku sekam yang sengaja dibangunnya, di samping rumah ini. Biasanya, dalam sehari, mereka membubuy dua kali.

Selain ayam, Kang E'eng juga menyediakan bubuy entok, bubuy bebek, dan ikan air tawar, seperti ikan mas. Hanya saja, untuk menu-menu terakhir, orang harus memesan lebih dulu. "Karena masaknya lama, jadi enggak bisa mendadak," kata Kang E'eng.

Setiap hari, Kang E'eng mulai membuka kedainya untuk santap di tempat, pada pukul 10.30 hingga jam 8 malam. Mereka buka saban hari, dan libur saat Idul Fitri serta Idul Adha.

Harga satu porsi bubuy ayam Rp 135 ribu, belum termasuk nasi. Sedangkan bubuy entok dan bebek dibanderol Rp 140 ribu. Adapun bubuy ikan, harganya lebih murah, yakni Rp 120 ribu per porsi. ◆

## Enggan ke Jalan Utama

Kang E'eng mulai membuka D'Bubuy Ma' Atik pada tahun 2014. Resep bubuy, ia peroleh dari ibunya yang bernama Ma' Atik. Sang ibu, sekarang berusia 75 tahun, masih aktif membantu di kedai.

Menurut Kang E'eng, dulu, ibunya sering membubuy ikan. "Lantas, saya modifikasi, ganti dengan ayam kampung, karena enggak semua orang suka ikan," jelasnya. Ternyata, bubuy ayam bikinan Kang E'eng banyak disukai.

Awalnya, orang beli bubuy ayam Kang E'eng dibungkus dan bawa pulang. Lama-kelamaan, beberapa orang minta makan di tempat. "Ya, kondisinya begini, kalau mau makan di sini, silakan saja," kata Kang E'eng. Nyatanya, orang tak keberatan bersantap di rumah jadoel milik keluarga Ma' Atik ini. Akhirnya,

Kang E'eng bikin dua saung untuk makan di tempat.

Ketika banyak kedai harus tutup karena kebijakan pembatasan sosial gara-gara pandemi, D'Bubuy Ma' Atik bisa tetap beroperasi. "Karena dari awal, kami kebanyakan *delivery*," ujar Kang E'eng. Itu sebabnya juga, hingga kini dia tak berminat buka di lokasi yang lebih strategis, seperti di tepi jalan utama.

Belakangan, bubuy ala Kang E'eng jadi oleh-oleh khas Subang. Agar bubuy-nya aman, ia menyediakan kemasan vakum. "Bisa lebih awet tiga hari dalam suhu ruang dan sebulan di *freezer*," jelasnya.

Jika beli untuk dibungkus, bubuy ayam dilepas dari daun dan ditempatkan di keranjang bambu. Soalnya, "Kalau tidak dilepas dan kelamaan di suhu ruang, ayamnya bisa berlendir," kata Kang E'eng. ◆



**D'Bubuy Ma Atik**  
Jl. Letjen. Soeprapto  
Gg. Kenanga 2,  
Karang Anyar, Subang  
Telp. 082139318876  
**Koordinat GPS:**  
**6.5665927,107.7567777,18**