

Tabloid Kontan

Cuan Bebas Pajak

Dividen bisa bebas potongan pajak, jika Anda mau mengikuti syaratnya.

03

Biaya e-money

Bank Indonesia berlakukan MDR e-money per 1 Maret. Berdampak bagi konsumen?

10-11



Dialog Menteri ATR/BPN

Mengulas target sertifikasi elektronik dan pembatasan gerak mafia tanah.

22-23

Menyelamatkan Produk Lokal

E-commerce asing menjadi pintu masuk derasnya impor barang konsumsi. Produk impor ini jadi kompetitif karena banting harga atau *predatory pricing*.

UMKM lokal pun terpinggirkan di tengah semaraknya perdagangan digital. Kondisi ini mendorong pemerintah menyiapkan regulasi yang mengatur tertib niaga di platform digital.

Di lain pihak, ada UMKM lokal meraja dalam perdagangan digital. Bagaimana dongkrak daya saing produsen lokal ini?

Halaman 16-19



Lancarnya Bisnis Khamar Lawas

Izin bisnis minuman beralkohol tetap tertutup bagi pemain baru

Investasi minuman beralkohol kembali tertutup usai Presiden Joko Widodo mengeluarkannya dari lampiran daftar investasi yang terbuka dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 10 Tahun 2021 tentang Bidang Usaha Penanaman Modal. Keputusan ini membuat pemain khamar lawas bebas melenggang menjalankan bisnis tanpa harus cemas memikirkan ketatnya per-

saingan dengan kompetitor baru.

Keputusan ini pun membuat perajin minuman beralkohol tradisional kembali masuk zona abu-abu, menjalankan usaha tanpa jaminan aturan. Ada tawaran menjadi mitra perusahaan khamar yang berizin, namun perajin harus bayar mahal. Simak cerita mereka.

Halaman 14-15



<https://bit.ly/3sE1qJ>

Lima Besar Smartwatch

(Pengapalan ke seluruh dunia dalam juta unit)

Terkena dampak pandemi korona, pasar smartwatch dunia selama tahun 2020, hanya tumbuh 1,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam segmen ini, Apple masih mendominasi, dengan penjualan 33,9 juta unit. Mereka bahkan menambah pangsa pasar sebesar 6%.

fitbit

bbk

SAMSUNG



Sumber : Counterpointresearch.com

Raja Pembangkit, UMKM Bangkit



SS. Kurniawan

EBT. Singkatan energi baru terbarukan ini belakangan mulai populer di Indonesia. Pemerintah memang sedang mendorong percepatan pemanfaatan EBT sebesar 23% dalam bauran energi nasional pada 2025. Soalnya, pemanfaatan EBT dalam bauran energi nasional sampai akhir 2020 lalu baru 11,5%.

Apalagi, saat ini banyak negara bergerak menuju pemanfaatan energi bersih. Tren global adalah masyarakat punya pilihan beralih, dari mengonsumsi energi berbasis fosil ke energi bersih termasuk listrik.

Dan, Indonesia punya potensi sumber energi bersih yang berlimpah. Jelas, ini peluang besar untuk mendukung kemandirian energi yang lebih bersih.

Contoh, panas bumi. Potensi panas bumi di Indonesia mencapai 23,9 gigawatt (GW). Tapi, mengacu data Direktorat Panas Bumi Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), potensi itu baru dimanfaatkan untuk pembangkit listrik tenaga panas bumi (PLTP) 8,9% atau 2.130,6 megawatt.

Potensi energi surya di Indonesia juga besar: 4,8 kilowatt-hour per meter persegi (kWh/m²) atau setara 112.000 gigawatt peak (GWp). Tapi, kapasitas pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) terpasang hingga akhir tahun lalu baru 0,15 GWp.

Banyak tantangan menghambat pengembangan EBT di Indonesia. Mulai perizinan, harga pembelian listrik yang tidak kompetitif, hingga keekonomian

proyek. Pasar EBT di Indonesia masih kecil, belum mencapai skala keekonomian. Alhasil, tarif listrik EBT terbilang mahal.

Untuk mendorong pengembangan EBT, pemerintah harus melakukan banyak hal termasuk memberi insentif. Misalnya, menyelesaikan tumpang tindih kebijakan soal perizinan lahan. Lalu, menetapkan harga pembelian listrik yang mencerminkan tingkat risiko dan keekonomian investasi EBT.

Saat ini, pemerintah dan DPR tengah membahas Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang EBT. Calon beleid itu sangat penting karena regulasi di tingkat menteri tidak konsisten juga mudah berubah.

Dengan keberadaan UU EBT, dasar hukum pengembangan energi baru terbarukan jadi lebih kuat. Terlebih, UU yang ada saat ini punya sejumlah kekurangan dalam membangun ekosistem EBT.

Lantaran pembahasan RUU kerap berlarut, di saat yang sama pemerintah menggodok Rancangan Peraturan Presiden tentang Pembelian Tenaga Listrik Energi Baru Terbarukan oleh PT Perusahaan Listrik Negara (Perpres EBT). Salah satu tujuannya membenahi sistem tarif. Contoh, pemerintah bakal menetapkan skema feed-in tarif.

PLTS jadi opsi terbaik mendorong percepatan pemanfaatan EBT. Pembangunan PLTS punya kelebihan, yakni lebih cepat dan mudah dibanding pembangkit lain, apalagi untuk rooftop. Laporan International Energy Agency tahun lalu menyebutkan, PLTS akan menjadi raja baru pembangkit.

Terbaru, Tsingshan Holding Group, akan membangun PLTS dan pembangkit listrik tenaga bayu (PLTB) total 2 gigawatt di Indonesia dalam tiga-tahun ke depan. Pembangkit ini akan jadi sumber listrik bagi fasilitas produksi baterai kendaraan di Indonesia Morowali Industrial Park (IMIP), Sulawesi Tengah, dan Indonesia Weda Bay Industrial Park (IWIP), Halmahera Tengah, Maluku Utara.

Dan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga jadi target pemasangan PLTS atap. Alhasil, pelaku UMKM dapat mengurangi beban listrik mereka. Jadi, produk yang UMKM hasilkan bisa lebih murah, sehingga kompetitif dengan barang impor.

Hanya, pemerintah tetap harus membantu pelaku usaha dalam pengadaan PLTS atap, karena harganya mahal. Sehingga, ajakan pemerintah untuk mencintai produk Indonesia, bisa bersambut. Sebab, produk UMKM kita berkualitas dan harganya bersaing. ◆

Daftar Isi

Tajuk

2. SS Kurniawan : Raja Pembangkit, UMKM Bangkit

Kocek

3. Memanfaatkan fasilitas bebas PPH bagi dividen

Saham

4. Prospek emiten telko di tengah pandemi

Valas

6. Jurusan cuan di pasar valas yang volatilitasnya tinggi

Kuangan

8. Unit Usaha Syariah tak wajib jadi bank
10. Bank sentral berlakukan biaya transaksi e-money

Manajemen

12. Rumahsakit siapkan paket isoman

Refleksi

13. Ekuslie Goestiandi : Karier dan Progres Individual

Bisnis

14. Pemain bisnis miras baru, tak boleh masuk
16. Kasus suap di kantor pajak di tengah produk impor

Konsultasi Pajak

15. Agus S. Lihin & Hendra W. : Pajak Hasil Investasi di LN

Nasional

18. Susun regulasi membantu UKM di pasar digital
20. Kasus suap di kantor pajak kembali terungkap

Dialog

22. Sofyan Djilil, Menteri ATR : Persempit Ruang Gerak Mafia Tanah

Agribisnis

23. F. Rahardi : Miras Sebagai Komoditas Politik

Kedai

24. Sedap wangi gudeg Bu Yuli

Kocek

Dividen Bebas PPh

Dengan adanya pembebasan PPh pada pembagian dividen, investor disarankan menginvestasikan seluruh dana yang diterima agar terasa manfaatnya.



Ada duabelas instrumen investasi yang ditetapkan untuk menaruh hasil dividen agar bebas pajak.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Francisca Bertha VP

Namanya kewajiban, pajak senantiasa mengikuti setiap transaksi yang kita lakukan. Termasuk ketika kita berinvestasi di pasar saham, ada pajak yang harus dibayar, bila kita mencairkan keuntungan investasi itu.

Menurut Agus Susanto Lihin, Konsultan Pajak, sesuai dengan Pasal 4 ayat 2 huruf c UU No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh), penghasilan yang kita raup dari transaksi saham dan sekuritas lain, transaksi derivatif, dan penjualan saham ataupun pengalihan penyertaan modal pada perusahaan pasangannya yang diterima oleh perusahaan modal ventura dapat dikenai PPh bersifat final.

Lantas, menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 1997, penghasilan yang digae orang pribadi atau badan dari transaksi penjualan saham di bursa efek itu kena pajak penghasilan yang bersifat final. Besaran tarif PPh atas pengalihan saham ini 0,1% dari jumlah bruto nilai transaksi.

Agus menjelaskan, mekanisme pembayaran PPh itu melalui pemotongan oleh perusahaan broker saham atau perusahaan sekuritas pada saat penyelesaian transaksi penjualan saham. Untuk itu, "Investor bisa meminta bukti pemotongan pajak PPh final kepada perusahaan sekuritas yang melakukan transaksi penjualan saham," kata Agus.

Nah, baru-baru ini, ada kabar gembira terkait dividen tidak dipungut pajak. Kebijakan tersebut tertuang dalam Peraturan

Menteri Keuangan (PMK) Nomor 18/PMK.03/2021 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja di Bidang Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, serta Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Hanya saja, ada aturan main untuk memperoleh insentif itu. Yakni, investor yang merupakan Wajib Pajak harus menanamkan kembali modalnya sebanyak 30% dari dividen yang didapat ke dalam instrumen investasi yang ditetapkan. Investasi ini harus dilakukan paling tidak selama 3 (tiga) tahun pajak terhitung sejak tahun pajak diterima atau penghasilan lain diterima atau diperoleh.

Nah, untuk jangka waktu investasi yang harus dilakukan oleh Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri atau badan dalam negeri yang menerima dividen adalah akhir bulan ketiga, un-

tuk Wajib Pajak orang pribadi dan akhir bulan keempat, untuk Wajib Pajak badan setelah Tahun Pajak berakhir.

Agus mengatakan dalam Pasal 35 PMK 18/2021 disebut dua belas instrumen investasi yang telah ditetapkan pemerintah, untuk penempatan dividen kembali. Dana tersebut dapat diinvestasikan di pasar keuangan seperti sukuk, saham, deposito, reksadana dan lainnya, termasuk produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi, perusahaan pembiayaan, dana pensiun, atau modal ventura, yang mendapatkan persetujuan Otoritas Jasa Keuangan. Bisa juga investasi dirempatkan pada non keuangan seperti properti atau emas dan investasi lain sesuai undang-undang.

Cuan lebih besar

Agus menjelaskan sebelum UU Cipta Kerja berlaku, divi-

den yang diterima oleh investor individual dikenakan tarif 10%. Sekarang, dengan ketentuan tersebut investor tidak dikenakan lagi PPh 10% dan otomatis investor saham di bursa efek lebih menguntungkan.

Selain mendapatkan kenaikan atas nilai investasinya, apabila perusahaan di bursa yang membagi dividen kepada investor tersebut, penerimaan dividen itu tidak dikenakan pajak penghasilan lagi. "Sehingga cuannya otomatis lebih besar. Hanya dikenakan pajak 0,1% atas penjualan sahamnya yang bersifat final," kata Agus.

Agus menegaskan maksud final ini adalah, tidak melihat keuntungan dari penjualan sahamnya. Jadi dikenakan 0,1% kali penjualan sahamnya saja.

Contohnya, ada Investor A yang mendapatkan dividen Rp 10 juta. Sebelum UU Cipta Kerja berlaku maka atas dividen tersebut dipotong PPh sebesar 10% yakni sebesar Rp 1 juta.

Setelah UU Cipta kerja berlaku mulai 2 November 2020, misalnya dividen yang diperoleh A pada tanggal 9 Maret 2021 sebesar Rp 10 juta tidak dikenakan PPh.

Namun, A wajib menginvestasikan hasil dividen sebesar Rp 10 juta tersebut ke instrumen investasi yang telah ditetapkan oleh Pemerintah paling singkat tiga tahun dan wajib menyampaikan laporan realisasi investasi.

Penyampaian periode pertama paling lambat akhir bulan Maret 2022 (periode 9 Maret 2021 - 31 Desember 2021), periode kedua paling lambat akhir Maret 2023 (periode 1 Januari 2022 - 31 Desember 2022) dan periode ketiga paling lambat akhir Maret 2024 (periode 1 Januari 2023 - 31 Desember 2023).

Akan tetapi, perlu diingat bahwa yang dikenakan potongan PPh hanya yang kembali diinvestasikan. Bukan semua dividen yang diterima. Jika, ketentuan minimal 30% yang diinvestasikan maka hanya 30% itulah yang dibebaskan PPh.

Dari contoh di awal, misalnya A mendapat dividen Rp 10 juta, lantas hanya 30% yang diinvestasikan kembali atau sekitar Rp 3 juta. Maka, si A dibebaskan pajak 10% dari Rp 3 juta itu. Sementara sisanya yaitu Rp 7 juta tetap dikenakan PPh 10%, jadi A harus membayar pajak yang besarnya sekitar Rp 700.000.

Begitu pula jika ternyata yang diinvestasikan 50% dari penerimaan dividen, maka porsi yang tidak dikenakan pajak hanya 50% dari seluruh penerimaan dividen tersebut.

Tergantung Tujuan Investasi

Mengingat pemotongan Pajak Penghasilan (PPh) hanya berlaku bagi keuntungan yang diinvestasikan kembali, Mike Rini, perencana keuangan Mitra Rencana Edukasi menyarankan agar investor menginvestasikan kembali seluruh keuntungannya. Mike bilang tujuan pemerintah memberi insentif dengan model reinvestasi ini adalah untuk memotivasi investor agar mau terus berinvestasi, yang nantinya dana tersebut bisa digunakan pemerintah untuk pembangunan.

"Saran saya, investasikan kembali semuanya daripada untuk jajan yang tidak jelas. Lagipula instrumen investasinya bervariasi kan. Ada yang keuangan dan non keuangan," kata Mike.

Akan tetapi, tidak semua investor harus meng-

investasikan seluruhnya. Mike bilang tiap investor punya tujuan investasi yang berbeda. Biasanya terbagi antara mereka ada tujuan keuangan tertentu dan yang hanya sekedar cari untung cuan.

Tujuan keuangan itu bisa karena kebutuhan seperti dana pendidikan anak, pensiun, naik haji atau uang muka rumah. Saran Mike, jika memiliki tujuan ini sebaiknya memang tidak diinvestasikan seluruhnya kembali. Utamakan dahulu tujuan keuangan yang Anda tetapkan.

Sementara, untuk yang sekedar mencari keuntungan sebaiknya diinvestasikan semua. "Daripada uangnya menganggur, lebih baik digulung lagi biar keuntungannya makin besar. Dengan insentif ini kan bisa memperoleh double cuan," pesan Mike.

Saham

Jaringan Telko Kuat

Bisnis emiten telekomunikasi mampu melambung tinggi tahun ini. Hanya saja, perang harga bisa jadi hambatan

Jane Aprilyani

Prospek emiten telekomunikasi masih cerah tahun ini. Salah satu faktor yang menyokong bisnis mereka adalah peningkatan konsumsi data selama di rumah saja (*stay at home*). Dengan begitu, kinerja emiten telekomunikasi bisa untung tahun ini.

Jika ditelisik, sepanjang tahun 2020, PT Indosat Tbk (ISAT) atau Indosat Ooredoo membukukan kenaikan pendapatan sebesar 6,9% menjadi Rp 27,93 triliun, dari Rp 26,12 triliun pada 2019. Akan tetapi dari segi *bottom line*, Indosat mencatatkan rugi bersih Rp 716,7 miliar sepanjang 2020. Ini berkebalikan dengan tahun 2019

ketika Indosat membukukan laba bersih Rp 1,57 triliun.

Sementara emiten telekomunikasi lain, PT XL Axiata Tbk (EXCL) membukukan kenaikan pendapatan 3% sepanjang 2020 menjadi sebesar Rp 26,02 triliun. Sementara laba tahun berjalan merosot 47,9% yoy, dari Rp 712,58 miliar pada 2019 jadi Rp 371,6 miliar pada 2020.

Analisis Reliance Sekuritas, Anissa Septiwiwijaya, mengatakan, meski kinerja keuangan ISAT dan EXCL tahun lalu kurang memuaskan, tahun ini kinerja kedua emiten bisa berangsur pulih. Pasalnya, konsumsi pemakaian data masih akan meningkat selama pandemi covid-19 dan diberlakukannya WFH (*work from home*)

dan SFH (*school from home*) hingga saat ini.

Tetapi perlu diingat bahwa daya beli masyarakat bisa mempengaruhi bisnis telekomunikasi. Saat ini, Anissa melihat daya beli masyarakat belum cukup pulih karena aktivitas ekonomi yang terhambat ruang gerakannya. "Hal ini bisa menghambat pertumbuhan ki-

Jangkauan Pelanggan dengan Transformasi Digital



PT XL Axiata Tbk (EXCL) membukukan kenaikan pendapatan 3% sepanjang 2020 menjadi sebesar Rp 26,02 triliun. Kenaikan ini didorong pendapatan layanan data yang tumbuh 10% *year on year* (yoy) menjadi Rp 21,39 triliun, mengingat kontribusinya terhadap total pendapatan mencapai 92%.

Namun, emiten telekomunikasi ini membukukan penurunan laba bersih 47,9% secara *year on year* (yoy) menjadi Rp 371,6 miliar pada tahun lalu.

Menurut Anissa Septiwiwijaya, analis Reliance Sekuritas, penurunan laba bersih EXCL tak lepas dari beban depresiasi perusahaan pada tahun 2020 yang naik signifikan hingga Rp 4,6 triliun. Anissa bilang, tahun lalu, EXCL masih rutin mengurangi perangkat 3G sehingga biaya depresiasi dan amortisasi (D&A) naik.

"Kalau dilihat perangkat 3G ke depan akan memberi keuntungan bagi perusahaan karena dapat menghasilkan penghematan depresiasi sehingga mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan di tahun depan," ujar Anissa.

Lee Young Jun, analis Mirae Sekuritas berpendapat tahun lalu seharusnya perusahaan mengubah asumsi depresiasi. Sebab, semua operator bisa bertahan dengan memberikan layanan semua jaringan kepada pelanggan.

"Akan tetapi, perusahaan sudah melakukan hal tersebut. Dan tahun ini kami berharap kinerja EXCL lebih baik karena lalu lintas data akan terus tumbuh dengan penurunan harga yang lebih sedikit," ucap Lee.

Kendati laba bersih perusahaan turun, Michael menyoroti pada sisi jaringan, trafik data EXCL sepanjang tahun 2020 meningkat 47% yoy, dari 3.320 Petabyte menjadi 4.869 Petabyte. Peningkatan trafik tidak terlepas dari bertambahnya jumlah pelanggan dari 56,88 juta pada kuartal III-2020 menjadi 57,89 juta pada kuartal IV-2020. Rerata

pendapatan per pelanggan atau *average revenue per user* (ARPU) campuran meningkat dari Rp 35.000 pada tahun 2019 menjadi Rp 36.000 pada tahun 2020 yang baru lalu.

Melihat capaian tersebut, Michael menilai bahwa program kuota pendidikan gratis selama belajar di rumah cukup menyokong trafik dan jumlah pelanggan. Sehingga tidak heran, terjadi peningkatan trafik maupun ARPU.

Transformasi digital

Dengan berlanjutnya pandemi covid-19 di tanah air tahun 2021 ini, Michael optimis kinerja EXCL sepanjang tahun ini membaik. Apalagi jika perusahaan mau melakukan transformasi digital, seperti meningkatkan interaksi layanan pelanggan melalui digital. "Hal ini sangat perlu dilakukan untuk meningkatkan penutupan harga yang tepat," imbuh Michael.

Di samping itu juga, Michael melihat bahwa EXCL telah meluncurkan kembali paket HotRod, pa-

ket harian atau mingguan dengan harga terjangkau, dan harga paket kuota yang lebih murah dibandingkan paket yang lama. Dengan adanya inisiasi perusahaan yang menyediakan paket data yang harganya murah, menurut dia, EXCL bisa bersaing bahkan lebih unggul dari operator telekomunikasi lain, seperti Telkomsel.

Sedangkan Lee beranggapan, akan sangat menjanjikan apabila perusahaan menawarkan paket yang terbilang komplis bagi pelanggan. Apalagi dengan kondisi seperti sekarang, di mana hampir semua orang menghabiskan waktu di rumah, maka kemungkinan besar permintaan data di EXCL akan ikut bertumbuh. "Seperti yang dilakukan IndiHome, jadi tidak perlu persis dengan kompetitornya tetapi mirip saja. Kami yakin EXCL bisa melakukan hal seperti itu," tambahnya.

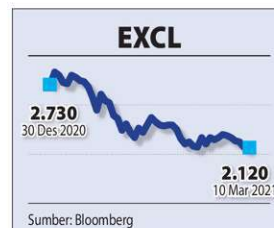
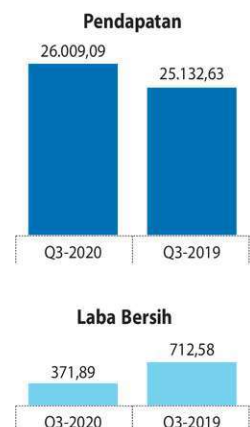
Di lain pihak, Anissa melihat kinerja EXCL justru bisa tersokong dari bisnis XL Home dan fiberisasi. Hingga akhir 2020, layanan *fiber to the home* (FTTH) XL Axiata telah menjangkau sekitar 593.000 rumah yang terhubung jaringan (*home pass*). Jumlah tersebut meningkat

lebih dari 152%, jika dibandingkan dengan posisi pada akhir tahun 2019. Anissa bilang capaian tersebut cukup baik, mengingat kebutuhan internet masih cukup tinggi di tengah keharusan *work from home* (WFH). "Apabila pertumbuhan bisnisnya bisa ditingkatkan secara masif maka hal ini bisa mendorong kinerja EXCL secara keseluruhan," imbuh Anissa.

Melihat upaya bisnis perusahaan tersebut, Anissa merekomendasikan beli saham EXCL, dengan target Rp 3.250 per saham.

Senada, Michael juga menyarankan beli dengan target Rp 3.350 per saham. Adapun Lee merekomendasikan beli saham EXCL dengan target harga Rp 4.280 per saham.

Kinerja EXCL (Rp/miliar)



EXCL	Q4-2020	Q4-2019
Aset (miliar rupiah)	67.744,79	62.725,24
Liabilitas (miliar rupiah)	48.807,43	43.603,27
Ekuitas Shareholders (miliar rupiah)	19.137,36	19.121,96
Laba Bersih per Saham (Rp)	35,00	67,00
Price to Earnings Ratio (kali)	78,65	47,25
Price to Book Value (kali)	1,53	1,78
Dividend Yield (%)	0,63	1,25
Margin Kotor (%)	NA	NA
Margin Laba Usaha (%)	3,62	12,47
Return on Assets (%)	0,55	1,14
Return on Equity (%)	1,94	3,73

Sumber: RTI

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

nerja para emiten telekomunikasi. Apalagi perang harga di industri telekomunikasi masih cukup sengit," tandasnya.

Bergerak naik

Kendati bergelut dengan perang harga, Lee Young Jun, Analis Mirae Sekuritas yakin bisnis telekomunikasi masih bergerak naik. Katanya, hal ini karena para operator telekomunikasi menjangkau pelanggan dengan paket unlimited. Dan masih adanya pertumbuhan data di sepanjang tahun ini.

Lee memperkirakan hasil data dan ARPU (rata-rata pendapatan per pengguna/average revenue per user) naik 0,3%

sampai 1,5% pada 2021 dan 1% sampai 2% pada 2022. "Kami memproyeksikan, pendapatan data tumbuh masing-masing 17,4% dan 21,2%," ujar Lee.

Adapun analisis RHB Sekuritas, Michael Wilson Setjoadi, sepakat, bahwa kinerja sektor telekomunikasi dapat beranjak tumbuh positif sampai pada akhir tahun 2021 ini. Katanya, meski Pemerintah memberikan subsidi untuk paket data, hal ini mampu menurunkan ARPU dan data yield, konsumsi data tetap akan mengalami peningkatan. "Aksi korporasi yang akan dilakukan masing-masing emiten tahun ini juga mampu menumbuhkan kinerja hingga akhir tahun 2021," beber Michael.



KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Efek Jual Ribuan Menara



Sepanjang tahun 2020, PT Indosat Tbk (ISAT) atau Indosat Ooredoo membukukan kenaikan pendapatan sebesar 6,9% menjadi Rp 27,93 triliun dari Rp 26,12 triliun pada 2019. Kenaikan pendapatan ini didorong oleh pendapatan seluler yang tumbuh 11,6% secara tahunan (yoy), dari Rp 20,67 triliun menjadi Rp 23,08 triliun.

Segmen bisnis seluler merupakan kontributor terbesar pendapatan Indosat dengan porsi 82,7%. Sementara itu, pendapatan bisnis M-DI (Multimedia, Komunikasi Data, Internet) dan telekomunikasi tetap yang menyumbang 17,3% total pendapatan Indosat justru turun 10,4% yoy dan 15,4% yoy.

Anissa Septiwi, analis Reliance Sekuritas menilai kinerja pendapatan yang disokong pertumbuhan pendapatan segmen seluler cukup baik dan melebihi perkiraannya. "Mengingat masih pandemi, dan daya beli masyarakat cenderung rendah, kontribusi bisnis seluler hingga 80% sangat bagus. Dibandingkan kompetitornya, ISAT memang lebih unggul," ungkap Anissa.

Namun, di antara kinerja yang apik, Anissa melihat ISAT masih membukukan kerugian. Sekedar informasi saja, ISAT harus membukukan rugi bersih Rp 716,7 miliar sepanjang 2020. Ini berkebalikan

dengan tahun 2019 ketika Indosat membukukan laba bersih hingga Rp 1,57 triliun.

Anissa berpendapat, rugi yang dialami ISAT tak lepas dari tingginya beban hutang perusahaan yang tak bisa dikendalikan

"Seperti beban penyusutan dan beban karyawan yang meningkat seharusnya menjadi perhatian perusahaan kedepannya," tandasnya.

Berbeda dengan Michael Wilson. Analisis RHB Sekuritas ini melihat rugi bersih yang ditanggung ISAT tak lepas dari perusahaan yang melewatkan peluang menarik. Dia beranggapan apabila ISAT menempatkan sahamnya di Artajasa untuk dijual pada kuartal tiga tahun lalu maka perusahaan tidak akan menanggung rugi.

Kerugian yang dialami ISAT rupanya tak dipungkiri juga oleh Analis Mirae Asset Sekuritas, Lee Young Jun. Menurutnya, berkaca dari tahun 2019, keuntungan yang didapat perusahaan tak lepas dari penjualan menara yang dimiliki ISAT. "Dan tahun ini, kami berpikir, perusahaan masih akan merugi karena manajemen biaya yang tidak efisien," tutur Lee.

Kendati menanggung rugi, Michael melihat ISAT menorehkan hasil yang maksimal pada EBITDA. Sebelumnya, EBITDA Indosat di kuartal IV tahun 2020 menurun 4,6% secara kuartalan menjadi Rp 2,89 triliun dari kuartal III tahun 2020 sebesar Rp 3,04 triliun. Namun jika dibanding secara tahunan, EBITDA ISAT naik 10,7% dari Rp 2,62 triliun pada kuartal IV-2019.

Dari capaian tersebut, Michael bilang penurunan EBITDA secara kuartalan umum terjadi, karena biaya pemeliharaan dan pemasaran yang tinggi. Namun, berkat bauran produk ISAT yang lebih baik, serta rerata pendapatan per pelanggan (average revenue per user/ARPU) data yang lebih tinggi mampu menjaga kinerja EBITDA tahunan.

Di tengah perolehan kinerja yang cukup memuaskan, PT Indosat Tbk kini menjajaki penjualan menara. Kabarinya, operator telekomunikasi ini akan menjajakan sekitar 4.000 menara milik mereka.

Lee Young Jun beranggapan adanya aksi korporasi untuk menjual menara sangatlah tepat dilakukan. Bahkan, kata Lee, perusahaan bisa membukukan keuntungan dari penjualan menara. "Untuk jangka panjangnya, kami melihat ISAT akan sewa kembali menara yang dijual. Jika saat sewa mendapat harga yang murah, maka ini akan berdampak baik pada manajemen keuangan perusahaan, dan kami rasa perusahaan bisa mendapat sewa menara dengan harga murah," kata Lee.

Serupa, Anissa juga beranggapan penjualan menara oleh ISAT akan memberikan hasil maksimal pada kinerja perusahaan tahun depan. Kata Anissa, jika rencana ini benar-benar dilakukan, maka ISAT bisa lebih fokus pada pertumbuhan pendapatan data, dan melakukan efisiensi biaya. "ISAT juga bisa menurunkan tingkat hutang tahun depan," beber Anissa.

Michael Setjoadi, analis RHB Sekuritas memberikan gambaran,

ISAT masih memiliki sisa 5.000 menara setelah menjual 3.100 menara pada 2019. "Dari sisa menara tersebut, 4.000 di antaranya masih memiliki nilai pasar. Sehingga, jumlah menara ini siap dijual dalam waktu dekat," kata Michael.

Michael memperkirakan ISAT bakal meraup duit segar sekitar Rp 8 triliun jika berhasil menjual 4.000 menara tersebut. Berarti, setiap satu menara dihargai Rp 2 miliar.

Perkiraan itu memakai asumsi jika rasio kolokasi 4.000 menara ISAT sama seperti yang sebelumnya sudah terjual, yakni 1,9 kali. Rata-rata harga menara telekomunikasi paling murah saat ini juga masih senilai Rp 1,1 miliar per menara.

Laba bersih naik

Andai nilainya lebih murah dibanding transaksi lama, Rp 7 triliun misalnya, ini sudah cukup memperbaiki kondisi keuangan ISAT. Divestasi dengan nilai ini sudah cukup membuat *net gearing* ISAT jauh lebih baik, menjadi hanya 1,2 kali dari sebelumnya 2,3 kali.

Bukan hanya untuk penurunan rasio utang, divestasi tersebut juga akan membuat laba bersih ISAT tahun ini mencapai Rp 5,4 triliun. Tanpa penjualan menara, Michael memperkirakan ISAT masih akan mengalami kerugian Rp 159 miliar pada akhir tahun ini.

Di samping penjualan menara yang mampu menguntungkan ISAT, Michael juga memprediksikan merger dengan PT Hutchison 3 juga akan membawa dampak positif pada perusahaan ini "Setidaknya konsolidasi harus segera diselesaikan, agar membantu kinerja ISAT," ujar Michael.

Ya, terkait konsolidasi dengan PT Hutchison 3 Indonesia, manajemen perusahaan mengaku masih dalam tahap awal. Anissa menilai, jika teralisasi maka kedua emiten akan

mendapat hasil yang maksimal. "Dua emiten telekomunikasi itu memiliki pangsa pasar yang besar di industri telekomunikasi. Dan jika bergabung, akan sangat baik bagi kinerja keduanya," tegasnya.

Terlepas dari itu semua, salah satu yang menjadi hambatan agar ISAT bisa menumbuhkan bisnisnya tahun ini adalah perang tarif.

Anissa melihat masih terjadi perang tarif antar operator telekomunikasi. Apabila mereka mengeluarkan paket unlimited dengan harga murah, maka pelanggan tidak akan beralih ke operator lain. Sebaliknya, dengan bila harganya lebih mahal, maka siap-siap saja untuk kehilangan pelanggan," jelas Anissa.

Pendapat serupa juga diaminai Lee. Menurut Lee, daya beli masyarakat di tengah pandemi masih belum pulih. Apabila 60% lebih populasi masyarakat sudah mendapat vaksin dan kasus korona mereka, maka daya beli akan perlahan membaik. "Ya, masalah harga, jadi kendala semua operator telekomunikasi. Melihat kondisi seperti sekarang, akan sangat baik jika operator menetapkan harga yang pas dan paket-paket yang bisa dijangkau semua pelanggan," terangnya.

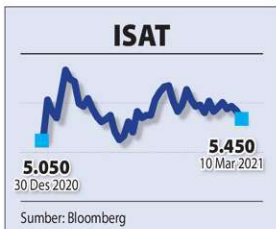
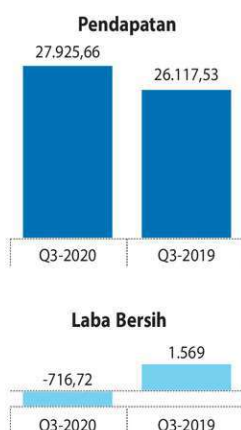
Berbeda dengan kompetitornya, Lee menilai penetapan harga oleh ISAT masih belum unggul. Sehingga dia merekomendasikan jual saham ISAT dengan target Rp 3.300 per saham.

Serupa, Anissa juga merekomendasikan jual saham ISAT dengan target Rp 5.225 per saham.

Berbeda dengan Michael yang merekomendasikan beli saham ISAT dengan target Rp 7.000 per saham. Menurutnya, kinerja trafik data Indosat cukup apik.

Trafik ISAT tahun lalu melesat 52,8% yoy menjadi 4,91 juta TB dan jumlah pelanggan yang naik 1,7% yoy menjadi 60,3 juta (sebelumnya 59,3 juta).

Kinerja ISAT (Rp/miliar)



ISAT	Q4-2020	Q4-2019
Aset (miliar rupiah)	62.778,74	62.813,00
Liabilitas (miliar rupiah)	49.565,34	49.105,81
Ekuitas Shareholders (miliar rupiah)	12.913,39	13.707,19
Laba Bersih per Saham (Rp)	-131,90	288,74
Price to Earnings Ratio (kali)	-38,29	10,08
Price to Book Value (kali)	2,31	1,24
Dividend Yield (%)	1,52	1,52
Margin Kotor (%)	NA	NA
Margin Laba Usaha (%)	7,46	4,31
Return on Assets (%)	-1,14	2,50
Return on Equity (%)	-6,04	12,33

Sumber: RTI



KONTAN/Muradi

Valas

Greenback Unjuk Gigi, Pounds Masih Bertaji

Seiring dengan dollar AS yang mulai bangkit, volatilitas *major currency* lebih tinggi di tahun ini. Bagaimana memainkan jurus agar tetap cuan?



Respons pasar terhadap kenaikan yield di AS ke depan bisa berubah seiring dengan menguatnya sentimen pemulihan ekonomi global.

KONTAN/Fransiskus Simbolon

Dupla Kartini PS

Persaingan antar mata uang utama dunia atau *major currency* di tahun ini lebih atraktif. Lihat saja, dollar AS (USD) yang lebih bertenaga. Berbeda dengan tahun lalu, ketika mata uang negeri Uwak Sam keok di hadapan mayoritas mata uang utama. Saat ini, mata uang berjuduk *the greenback* mampu mengungguli beberapa mata uang utama, terutama yen Jepang (JPY) dan euro (EUR). Sepanjang tahun ini berjalan hingga Kamis (11/3) sore, *pairing* USD/JPY sudah naik hampir 5% ke kisaran 108,49. Adapun, EUR/USD terdepresiasi 2% ke level 1,1964.

Meski begitu, masih ada mata uang dunia yang mampu menandingi otot dollar AS. Adalah poundsterling (GBP) yang sanggup mengungguli *the greenback*. Periode *year to date* (Ytd) hingga Kamis, pasangan

GBP/USD telah menguat sekitar 2,12% ke level 1,3961.

Penguatan poundsterling sejauh ini menggiringnya menjadi mata uang utama yang paling berjaya. GBP mengalahkan krona Swedia (SEK) dan dollar Aussie (AUD), yang tahun lalu di puncak penguatan versus dollar AS (*lihat tabel*).

Namun, GBP tak sendirian. Mengekor di belakangnya, masih ada mata uang berbasis komoditas, seperti dollar Kanada (CAD) dan dollar Australia (AUD) yang sanggup mempertahankan keunggulannya di hadapan *the greenback*. *Pairing* USD/CAD, misalnya, tahun ini sudah turun 1,12% ke level 1,2582.

Solidnya pounds dan mata uang komoditas juga terlihat di pasar Asia. GBP dan CAD, misalnya, unggul versus rupiah (IDR). Di sisi lain, JPY dan EUR melemah di hadapan IDR. Padahal, tahun lalu, keduanya jauh mengungguli rupiah.

Meski begitu, pergerakan mata uang utama disinjalir masih mungkin berbalik arah di sepanjang tahun ini. Kemajuan vaksinasi global, potensi pemulihan ekonomi, dan guyuran stimulus jumbo bisa sewaktu-waktu memicu fluktuasi.

Currency tangguh

Ibrahim, analis TRFX Garuda Berjangka, menilai, keunggulan GBP berawal dari optimisme bahwa vaksinasi akan memulihkan ekonomi Inggris. Negara yang sempat lama bergumul dengan perkara pemisahan diri dari Uni Eropa (Brexit) ini terbilang yang pertama menggelontorkan vaksin dalam jumlah besar bagi warganya.

Semula, ketidakpastian Brexit dan penguncian negara (*lockdown*) akibat pandemi mengikis tenaga GBP. Sekarang, Inggris menikmati hasilnya, *lockdown* dibuka. "Fund

besar di Eropa dan Asia banyak *hedging* di GBP. Sehingga meski mata uang lain turun karena penguatan USD, namun GBP lebih stabil," jelas Ibrahim.

Hanya saja, USD juga sedang di atas angin. Baru-baru ini, *yield* obligasi Pemerintah AS alias US Treasury naik. Dollar AS pun lebih bertenaga.

Apalagi, ekonomi AS dinilai bisa lebih cepat membaik, karena adanya gelontoran stimulus. Sinyal pemulihan ekonomi tercermin dari pasar tenaga kerja yang membaik. Februari lalu, ada penambahan tenaga kerja di luar sektor pertanian sebanyak 379.000. Tingkat pengangguran turun ke 6,2%. Angka ini di atas estimasi pasar yang memperkirakan pengangguran tetap di 6,3%. Dus, muncul dugaan The Fed ke depan akan meredam stimulus dan menaikkan suku bunga.

Alhasil, indeks DXY, yang mencerminkan kekuatan dollar terhadap sekeranjang mata

uang utama dunia, bergerak naik lebih cepat ke kisaran 91-92 dari sebelumnya di bawah 90. Padahal, level tersebut semula diramal baru dicapai di kuartal ketiga nanti.

Maka, pounds versus dollar AS diprediksi akan fluktuatif. Meski begitu, taksiran Ibrahim, dalam waktu dekat, masih terbuka peluang penguatan GBP/USD mencapai 1,5000.

Namun, jika pemulihan ekonomi menguntungkan USD, maka euro bisa melemah lagi ke batas bawah 1,3558.

Sutopo Widodo, Presiden Direktur HFX Berjangka, menilai keberhasilan vaksinasi di negara-negara lebih maju pada gilirannya akan memaksimalkan dampak stimulus fiskal. Mengingat stimulus di AS yang sangat besar dan dampaknya pada perbedaan *yields*, maka USD diperkirakan bukan pada kondisi *bearish* seperti yang diramal sebelumnya.

Tapi, saat ini, GBP masih

unggul karena prospek pertumbuhan ekonomi membaik seiring dengan vaksinasi yang berjalan sangat baik. Belum lama ini, GBP sempat melemah terimbas kenaikan imbal hasil US Treasury. Juga ada dugaan angka pertumbuhan ekonomi Inggris Q1 akan berkontraksi karena *lockdown* sebelumnya. Tapi, itu dinilai tidak mengkhawatirkan, karena perkembangan vaksinasi dan pembukaan *lockdown* membuat prospek ekonomi Inggris akan semakin baik.

"Pasar lebih melihat prospek jangka panjang. Tapi, jika kembali terjadi kenaikan *yield* di AS, maka akan menjadi ancaman bagi GBP," papar Sutopo.

Ariston Tjendra, pengamat pasar forex, sepakat fluktuasi akan mewarnai GBP/USD di tahun ini. Hanya, potensi penguatan GBP masih lebih terbuka. Kebijakan suku bunga rendah dan program pembelian aset oleh bank sentral AS (The Fed) akan menekan USD.

Prediksi Ariston, pergerakan GBP/USD tahun ini di kisaran 1,3400 hingga 1,4400.



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Dollar AS bukan pada kondisi bearish seperti yang diramalkan sebelumnya.

Di samping GBP, mata uang komoditas masih selamat dari imbas bangkitnya dollar AS. Menurut analis Central Capital Futures Wahyu Tri Laksono, GBP, CAD, dan AUD bisa lebih kuat, karena didukung sentimen risiko yang kuat terhadap market dan kenaikan harga komoditas.

"GBP meski sempat koreksi, tapi belum menunjukkan gejala *bearish*," imbuh dia.

Dalam jangka pendek, setidaknya hingga semester pertama, prediksi Wahyu, pasangan GBP/USD masih berpeluang menguat ke level 1,4200. Adapun, USD/CAD berpotensi mencapai 1,2400.

Follow the trend

Sebagian lagi *major currency* tak sanggup melawan laju USD. Maklum, sinyal pemulihan ekonomi AS membuka peluang The Fed untuk mengerek suku bunga. Efeknya, mata uang *carry trade* seperti JPY dan EUR paling sensitif untuk melemah.

JPY dan EUR cenderung dilepas, lantaran tingkat *yield* rendah. ECB condong menjaga suku bunga acuan di level 0%. Sementara, bank sentral Jepang (BOJ) menjaga suku bu-

nga jangka pendek minus.

Wahyu menduga pelemahan EUR dan JPY bisa terjadi hingga semester I. Potensi pelemahan USD/JPY pada *range* 108-109. Sementara, pasangan EUR/USD jika tembus 1,1890, bisa turun sampai ke 1,1600.

Tapi, Wahyu mengingatkan, jangka panjang, USD berpeluang melemah lagi, karena efek guyuran stimulus.

Menurut Ariston, EUR ikut tertekan karena isu vaksinasi. Negara-negara di Benua Biru terlambat melakukan pemersanan vaksin. Sementara, JPY seringkali melemah ketika sentimen pasar terhadap aset berisiko menguat.

Toh, prospek pemulihan ekonomi ke depan bisa mendorong EUR dan JPY berbalik menguat. Hanya, sementara ini, risiko kenaikan *yield* obligasi AS memicu pasar mengkalkulasi ulang posisi aset, sehingga USD menguat terhadap hampir semua nilai tukar.

"Tapi respons pasar terhadap kenaikan *yield* ini bisa berubah seiring dengan menguatnya sentimen pemulihan ekonomi global," prediksi Ariston.

Ibrahim juga masih melihat peluang *rebound* EUR. Setelah stimulus senilai US\$ 1,9 triliun disetujui oleh senat AS, ada risiko dollar AS melemah. Sehingga, tahun ini, EUR/USD bisa berfluktuasi di kisaran 1,2373 hingga 1,7960.

Nah, adanya volatilitas yang tinggi di pasar forex justru bisa dimanfaatkan untuk mengejar cuan lebih besar ketimbang saat volatilitas kecil. Menurut Ariston, investor bisa dengan

cepat masuk dan keluar pasar. Jadi, *trading* semua *pairing* terhadap USD sangat prospektif di tahun ini.

Tentu, pilihan *pairing* juga harus jitu. Sutopo menyarankan, selalu lakukan survei pada mata uang yang fundamental kuat dan sandingkan dengan mata uang fundamental lemah. Sejatinya, *trading* di semua *major currency* ada kesempatan untuk cuan. Namun, tahun ini, *pairing* dengan mata uang komoditas lebih atraktif.

Di jangka pendek, kata Wahyu, investor bisa terapkan

strategi *follow the trend*. "Misalnya, GBP/USD tren masih naik, berarti *buy on weakness*, mengikuti tren," saran dia.

Bagi investor berbasis IDR yang mengejar cuan dari investasi valas fisik, Sutopo merekomendasikan USD. Alasannya, USD/IDR masih ada peluang mencapai 14.500-14.750 di kuartal II atau kuartal III.

Meski GBP sedang berjaya, Ibrahim tak menyarankan untuk investasi fisik. Sebab, nilainya sudah tinggi. Dia bilang, USD dan SGD yang masih menarik. Investor disarankan beli

saat koreksi dan menunggu kenaikan jangka menengah.

Sebab, akhir tahun ini, USD/IDR diprediksi bisa naik ke 15.000. Saat stimulus dirilis, USD bisa melemah ke 13.500. Tapi, akan menguat lagi.

Adapun, SGD/IDR ditaksir bisa naik ke 12.000. Hingga Kamis (11/3), USD/IDR di level 14.405, dan SGD/IDR di 10.749.

Ariston menilai mata uang komoditas seperti AUD cukup menarik. Tahun ini, AUD/IDR diramal bergulir antara 10.900-11.500. Kamis (11/3), pasangan ini di level 11.204. ♦



Kontari WEBINAR

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

TIKET
1.500.000

PENDAFTARAN

<http://bit.ly/KA-CIM>

0813 1111 6063

POWERED BY KontariAcademy



IKIN SOLIHIN
MBA, CTP, FP&A, FRM, FMVA, CSCP
PRAKTIKER KEUANGAN

Performa Major Currencies vs USD

Major Currencies	Ytd 11 Mar 2021*	FY 2020
Poundsterling (GBP)	2,12%	3,12%
Dollar Kanada (CAD)	1,15%	2,08%
Dollar Australia (AUD)	1,03%	9,59%
Dollar Singapura (SGD)	-1,33%	1,80%
Euro (EUR)	-2,06%	8,94%
Swedia Krona (SEK)	-2,66%	13,83%
Swiss Franc (CHF)	-4,32%	9,20%
Yen Jepang (JPY)	-4,81%	5,19%

*Di pasar spot pukul 18.32 WIB

Sumber: Bloomberg

Keuangan

Masih Nyaman Duduk di Pangkuan Induk

OJK membuka opsi: *spin off* unit usaha syariah (UUS) tak lagi menjadi kewajiban, melainkan sukarela. Memang lebih berat menjadi bank umum syariah (BUS).

Nina Dwiantika

Gonta-ganti kebijakan terjadi juga di industri keuangan. Jelang dua tahun tenggat penentuan saphi atau tidak disaphi unit usaha syariah (UUS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) justru membuka opsi agar bank tidak wajib untuk melakukan pemisahan alias *spin off* UUS mereka.

Sang regulator rupanya menilai kewajiban *spin off* UUS ini cukup berat dilakukan bagi sejumlah bank. Kepala Pengawas Perbankan OJK Heru Kristiyana mengatakan, *spin off* butuh modal yang cukup besar. Sementara, tidak semua induk mampu menyediakan modal untuk anak usaha menjadi bank umum syariah (BUS).

Alhasil, bagi beberapa bank, ketentuan itu tidak mudah diterapkan. Idealnya, bagi bank yang punya modal kuat bisa saja *spin off*; namun yang tidak bisa boleh tetap menjadi UUS. "Semoga ketentuannya bisa demikian," kata Heru.

Cuma, merujuk Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank pemilik UUS wajib melakukan *spin off* hingga akhir tahun 2023. Jika ingin ada relaksasi, maka regulator harus mengusulkan untuk merevisi UU Perbankan Syariah itu.

Dalam waktu yang singkat ini, OJK harus memutar otak agar niatnya dapat terlaksana. Mau tak mau OJK harus mengajukan usulan amandemen itu dalam Rancangan Undang-Undang Omnibus Law tentang Sektor Keuangan. Nah, lewat rancangan UU itulah aksi *spin off* UUS tak lagi jadi kewajiban atau *mandatory*, melainkan sukarela atau *voluntary*.

Tinggal dua tahun lagi, UUS harus memutuskan untuk lepas dari induk atau tetap bertahan di induk usaha. Jika relaksasi kewajiban *spin off* menjadi sukarela bisa terealisasikan, maka banyak UUS pilih bertahan di pangkuan induk, karena mereka tetap dapat berekspansi dengan modal yang sudah ada.

UUS atau BUS

Sejatinya, baik UUS maupun BUS sama-sama bagus. Hanya, bagi sebagian bank, menjalankan bisnis syariah lewat UUS sudah cukup dapat meningkatkan pangsa pasar (*market sha-*

re) bank syariah mereka. Saat ini, *market share* bank syariah hanya sebesar 6,3% atau tidak banyak berubah dalam beberapa tahun terakhir.

Direktur Perbankan Syariah PT Bank CIMB Niaga Tbk Pandji P. Djajanegara bilang, UUS CIMB Niaga lebih cocok tetap menjadi unit syariah. Pasalnya, bank akan lebih efisien dari sisi modal maupun pengembangan infrastruktur. "Kalau memang sudah disetujui aturannya, maka kami akan lebih senang menjadi UUS," jelasnya.

Dalam memperbesar pangsa pasar bank syariah, bukan soal menjadi UUS atau BUS, melainkan bagaimana meningkatkan kesadaran masyarakat soal ber-bank syariah. Buktiannya, Panji menyebut, kontribusi bisnis UUS CIMB Niaga Syariah terhadap induk usaha terus naik, baik dari sisi pembiayaan, pendanaan, dan pendapatan.

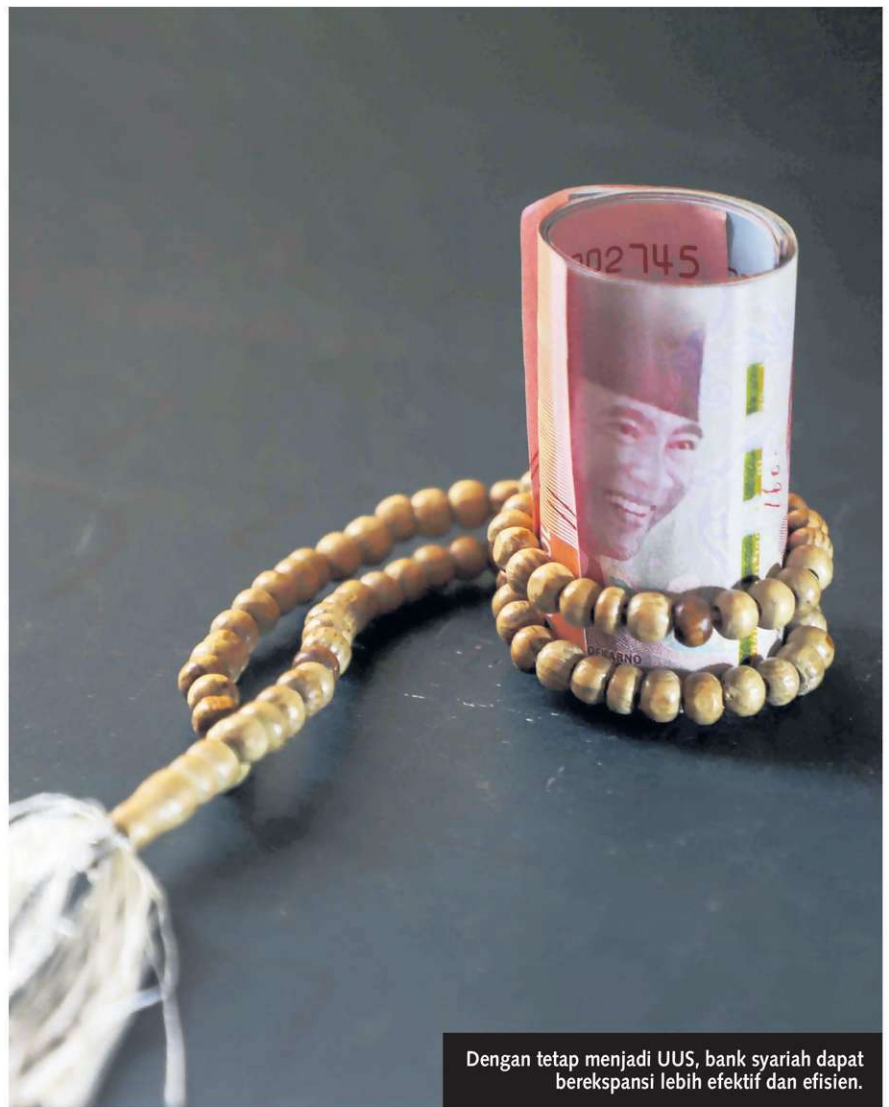
Jadi, lanjut Pandji, perkara bank mau menjadi UUS atau BUS adalah pilihan masing-masing bank dan induk usaha sesuai dengan kriteria bank.

Sepanjang tahun lalu, UUS CIMB Niaga Syariah mencatat pembiayaan berkontribusi 17% terhadap kredit induk. Kemudian pendanaan berkontribusi 16% dan aset 16%. Tak hanya itu, pendapatan laba sebelum pajak atau *profit before tax* (PBT) UUS mencapai Rp 1,35 triliun dari total PBT CIMB Niaga sebesar Rp 2,94 triliun pada akhir tahun lalu.

Setali tiga uang, Direktur UUS PT Bank Permata Tbk Herwin Bustaman menyatakan bahwa jika secara UU memang diperbolehkan untuk tidak *spin off*, tentu akan banyak UUS bertahan di pangkuan induk usaha. Termasuk, UUS dari Permata Syariah, karena UUS karena dapat beroperasi lebih efektif dan efisien.

Tentu saja, bank punya banyak pertimbangan untuk melakukan *spin off* dari UUS ke BUS. Salah satunya yang paling krusial adalah soal permodalan dan tantangan yang semakin berat ke depan, seperti penanganan portofolio pembiayaan yang terdampak Covid-19 maupun persaingan bisnis dengan perbankan digital.

"Jika UU yang berlaku memperbolehkan, maka kami lebih menginginkan untuk tetap sebagai UUS," ucapnya. Sejauh ini, UUS Permata Syariah punya kontribusi yang baik ter-



Dengan tetap menjadi UUS, bank syariah dapat berekspansi lebih efektif dan efisien.

KONTAN/Muradi

hadap induk usaha, semisal kontribusi aset mencapai 14% di tahun lalu.

Senada, Direktur PT Bank Danamon Indonesia Tbk Herry Hikmanto mengatakan, sejalan dengan usulan OJK terkait relaksasi *spin off*, Danamon Syariah akan lebih banyak fokus untuk melakukan *leveraging* jaringan dan *recources* induk. Dengan kata lain, Danamon Syariah tetap pilih menjadi UUS daripada harus *spin off*.

Dengan memanfaatkan bank induk secara maksimal, maka UUS akan mendapatkan sumber daya yang lebih baik untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas layanan syariah secara

lebih optimal. Kepala Strategi dan Perencanaan UUS Danamon Syariah Refita Rulli, menandakan, lewat strategi *leveraging* UUS ini dapat mempercepat pertumbuhan bisnis.

Pendek kata, ia bilang, kontribusi UUS terhadap induk usaha akan lebih baik lagi. Pada tahun lalu, Danamon Syariah mencatat kontribusi pembiayaan sebesar 5% dan laba sekitar 4,5% terhadap induk usaha, yakni Bank Danamon.

Tak mau ketinggalan, Wakil Direktur Utama PT Bank Tabungan Negara Tbk (BTN) Nixon Napitupulu pun menyampaikan, pada saat ini, skema UUS yang paling cocok untuk

bisnis BTN yang berfokus di sektor perumahan.

BTN Syariah memang menjadi satu-satunya bank pelat merah yang masih berstatus UUS. Namun, Nixon memandang kinerja bisnis syariah masih cukup optimistik, tercermin dari portofolio KPR perseroan yang sudah lebih 25% menggunakan skema syariah.

Bank pelat merah ini mencatat KPR subsidi BTN di bank konvensional Rp 120 triliun, sedangkan porsi dari KPR subsidi dengan skema syariah sudah Rp 30 triliun. "Model bisnis unit syariah ini yang paling fokus dan pas untuk kami," katanya.

Dia juga menilai, apabila OJK

memutuskan untuk menanggung ketentuan *spin off*, maka BTN akan mendukung. Sebab, secara bisnis sangat efisien, dan nasabah juga lebih leluasa untuk memilih skema yang diinginkan dalam memilih produk.

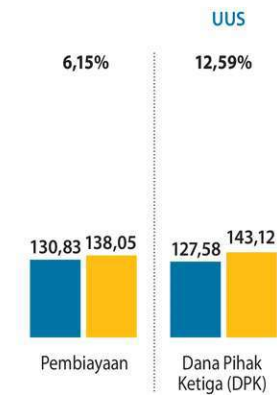
Di sisi lain, Kepala UUS PT Bank OCBC NISP Tbk Koko Tjatur Rachmadi mengungkapkan, pihaknya masih *wait and see* untuk dapat memutuskan menjadi BUS atau UUS. Saat ini, banknya masih menunggu aturan turunan OJK terkait relaksasi *spin off*, mengingat aturan itu bergantung pada UU Perbankan Syariah.

Tak secara gamblang, Koko bilang, pihaknya perlu mempertimbangkan kembali mana kondisi yang memungkinkan untuk melaksanakan *spin off*. Karena, rencana lepas dari induk itu terkait dengan penyediaan modal, sedangkan kondisi pandemi di tahun lalu cukup memberatkan bagi perbankan.

Yang perlu dipertimbangkan lagi adalah: apakah UU Perbankan Syariah yang terbit tahun 2008 masih sejalan dengan perkembangan perbankan syariah saat ini? *Pertama*, basis perbankan digital di bank syariah sudah semakin luas. *Kedua*, perbankan syariah sudah punya bank syariah terbesar, yakni Bank Syariah Indonesia.

Koko menambahkan, apakah layanan perbankan berubah atau tetap sama saja ketika menjadi BUS atau UUS? Tentu tetap sama saja. Toh, UUS juga punya layanan teknologi dengan memanfaatkan infrastruktur yang dimiliki induknya. "UUS saja sebetulnya sudah cukup," jelas Koko.

Saban tahun, OCBC NISP Syariah terus mencatat kenaikan kontribusi bisnis terhadap induk usaha. Maklum, layanan bank syariah ini menjadi opsi alternatif bagi konsumen yang



Pertumbuhan (%)

ingin menikmati layanan pembiayaan dan pendanaan secara hukum agama.

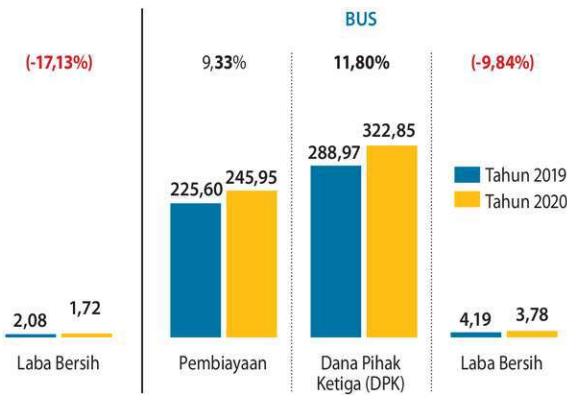
Yang jelas, kendati masih ditimbang-timbang oleh sang induk, namun UUS optimistis tetap mampu menjaga pertumbuhan bisnis di tahun 2021 ini. Paling tidak, UUS membidik pertumbuhan pembiayaan sebesar 10% di tahun kerbau logam ini, atau lebih baik dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 6% di tahun lalu.

Pandji pun memaparkan kinerja banknya. UUS CIMB Niaga Syariah punya setoran dana usaha sebesar Rp 4,55 triliun, dana tersebut untuk memenuhi pertumbuhan pembiayaan sebesar 10% setiap tahunnya. Di tahun ini, manajemen menargetkan pembiayaan dapat tumbuh 10% dengan segmen bisnis yang diincar adalah konsumen, komersial, dan usaha kecil dan menengah (UKM).

Pada kuartal kedua nanti, kemungkinan mulai ada perbaikan permintaan pembiayaan dari segmen konsumen. Sedangkan untuk debitur komersial baru mulai tanya-tanya kembali

Kinerja UUS dan BUS

(Dalam triliun rupiah)



SUMBER: OJK

soal pembiayaan usai mereka menjalani proses restrukturisasi di tahun lalu. Para debitur mulai ingin bangkit kembali.

"Tapi kami lihat mungkin real pertumbuhan ada kuartal ketiga," terang Pandji. CIMB Niaga Syariah memprediksi per-

UUS optimistis masih mampu mencatat pertumbuhan pembiayaan positif minimal sebesar 10%.

mintaan pembiayaan akan banyak di segmen konsumen seperti kredit pemilikan rumah (KPR). Apalagi, Bank Indonesia (BI) sudah melakukan kebijakan pelonggaran *loan to value* (LTV) hingga 100% untuk pembiayaan rumah.

Biasanya, lanjut Pandji, pada kondisi normal, CIMB Niaga Syariah mampu mencatat pertumbuhan *double digit*, yakni mencapai 20% sampai 40%.

Saat ini, portofolio pembiayaan terbesar CIMB Niaga Syariah adalah konsumen, dengan portofolio mencapai 42%. Sisanya ada di korporasi, komersial, dan UKM. Dengan target pembiayaan sebesar 10% di tahun ini, maka *outstanding* pembiayaan akan mencapai Rp 35 triliun-Rp 36 triliun, naik dari realisasi pembiayaan sebesar Rp 32 triliun tahun lalu.

Memang, tak hanya bank konvensional, bisnis bank syariah juga masih menantang di tahun ini. Herwin menyampaikan, dengan proses restrukturisasi pembiayaan yang masih berjalan, Permata Syariah menargetkan pertumbuhan pembiayaan sebesar 10% di tahun ini. Segmen yang diincar adalah pembiayaan di korporasi, komersial, UKM dan ritel.

Dalam tiga tahun ke depan, Refita menambahkan, Bank Danamon Syariah menargetkan pertumbuhan pembiayaan

UUS di Bank Umum

Bank Danamon Indonesia
Bank Permata
Bank CIMB Niaga
Bank OCBC NISP
Bank Sinarmas
Bank Tabungan Negara (BTN)
BPD DKI
BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
BPD Jawa Tengah
BPD Jawa Timur
BPD Sumatera Utara
BPD Jambi
BPD Sumatera Barat
BPD Riau dan Kepulauan Riau
BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
BPD Kalimantan Selatan
BPD Kalimantan Barat
BPD Kalimantan Timur
BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat

kurang lebih 25%. UUS milik Danamon ini menilai hampir semua segmen pembiayaan dapat diperhitungkan untuk diberikan pembiayaan asal debitur tersebut sehat dan mampu tumbuh secara berkesinambungan di waktu mendatang.

Namun, untuk tahun ini, Danamon Syariah punya fokus segmen pembiayaan. Yakni, pembiayaan di komersial dan korporasi melalui produk leasing syariah.

Senada, Koko optimistis pertumbuhan pembiayaan UUS akan positif. Di tahun ini, OCBC NISP Syariah berusaha untuk tetap mencatatkan pertumbuhan pembiayaan di segmen konsumen dan korporasi seperti infrastruktur pendukung. Saat ini, portofolio pembiayaan UUS Bank OCBC NISP ini adalah 50:50 masih pada kedua segmen tersebut. ◆

Memperbesar Pangsa Pasar

Mimpi punya bank syariah terbesar di Indonesia sudah terwujud lewat bank hasil merger, PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Hanya, bank syariah masih punya pekerjaan rumah (PR) yang besar, yaitu bagaimana mereka bisa memperbesar pangsa pasar di dalam negeri.

Saat ini, pangsa pasar bank syariah masih minim, yakni sekitar 6%. Tak hanya itu, literasi keuangan syariah juga masih kurang, hanya 9,1% untuk inklusi syariah. Begitu pula kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM) belum banyak berkembang.

Maka, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan *roadmap* pengembangan perbankan syariah 2020-2025. Harapannya, bisa mendorong perbankan syariah menghadapi tantangan yang ada, sehingga visi pemerintah menjadi Indonesia sebagai rujukan keuangan syariah di dunia terwujud.

Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Heru Kristiyana mengatakan, perbankan syariah belum memiliki diferensiasi model bisnis yang signifikan. Ini penting agar konsumen mendapat produk dengan kualitas yang lebih baik dari konvensional. "Kalau punya diferensiasi produk yang bervariasi tanpa meninggalkan prinsip syariah, saya yakin ini bisa mendorong pertumbuhan bank syariah," katanya.

Tidak khawatir kehilangan pasar

Direktur Perbankan Syariah PT Bank CIMB Niaga Tbk Pandji P. Djajanegara mengakui pangsa pasar bank syariah belum besar. Ini jadi PR bersama bank-bank syariah untuk mengedukasi masyarakat. Pandji menilai kehadiran BSI cukup membantu untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa sudah tersedia bank syariah dengan kapasitas besar, sehingga akan merembet ke bank syariah lain.

Dalam meningkatkan pangsa pasar, UUS dan BUS tidak perlu saling bersaing. Toh, Pandji menambahkan, bank syariah dapat mengambil *market share* dari bank konvensional yang mencapai 94% atau menjangkau nasabah di luar nasabah eksisting yang belum ber-bank.

Kepala UUS PT Bank OCBC NISP Tbk Koko Tjatur Rachmadi mengatakan, penetrasi dan edukasi masyarakat soal bank syariah perlu ditingkatkan. Bank syariah tidak khawatir akan kehilangan pasar. Maklum, masyarakat yang belum ber-bank syariah sangat besar, sehingga mereka perlu menjadi target bank syariah. ◆



Kontan WEBINAR

LIVE ON ZOOM

SUKSES MEMIMPIN: TETAP PRODUKTIF DI TENGAH PANDEMI

Untuk mengelola diri sendiri secara lebih efektif, kuncinya adalah menginvestasikan waktu dengan cara yang paling produktif, demi organisasi dan ketenangan pikiran. Webinar ini akan mengenalkan teknik dan pendekatan spesifik yang akan membantu Anda tetap pada target, menemukan waktu yang terbuang dan memperbaikinya untuk meningkatkan produktivitas, dan mendapatkan hasil yang lebih baik dalam pekerjaan dan kehidupan.

09.00-11.00 WIB

19 MARET 2021

FASILITATOR

DALE CARNEGIE DIGITAL TRAINER

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

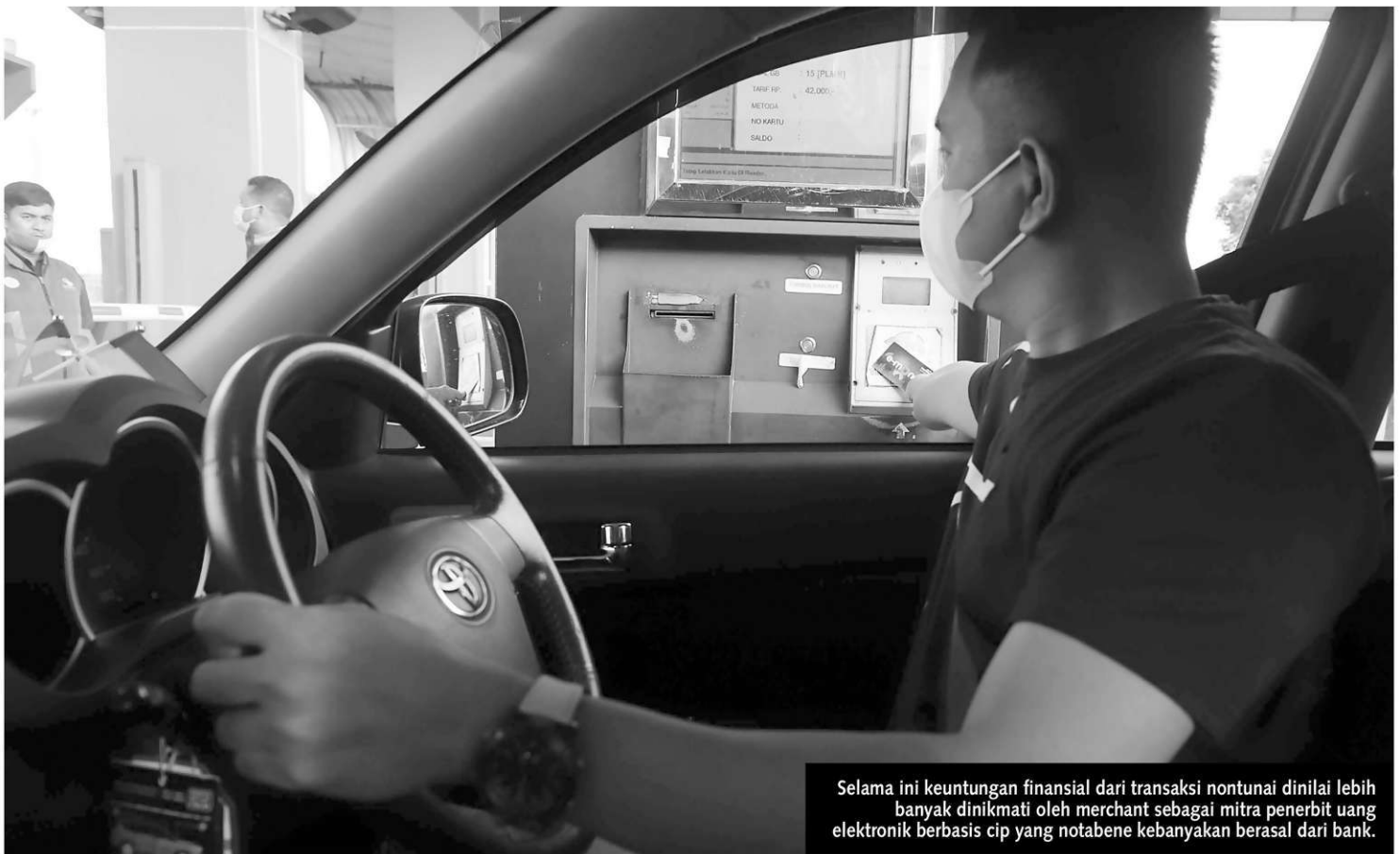
POWERED BY KontanAcademy

TIKET
350.000

Keuangan

Ada Biaya Administrasi di Ketukan E-Money

Bank Indonesia resmi memberlakukan biaya *merchant discount rate* (MDR) *e-money* kepada pihak *merchant*. Apa dampaknya bagi konsumen?



Selama ini keuntungan finansial dari transaksi nontunai dinilai lebih banyak dinikmati oleh merchant sebagai mitra penerbit uang elektronik berbasis cip yang notabene kebanyakan berasal dari bank.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Dikky Setiawan, Anggar S

Setelah lama dinanti, Bank Indonesia (BI) akhirnya resmi merilis penerapan biaya administrasi kepada *merchant* atas transaksi pembayaran uang elektronik (e-money) berbasis cip (*chip based*). Kebijakan ini mulai berlaku per 1 Maret 2021.

Pengenaan biaya administrasi yang dikenal sebagai *merchant discount rate* (MDR) itu diberlakukan terhadap transaksi uang elektronik berbasis cip untuk transaksi pembayaran tol dan transportasi umum, seperti *mass rapid transit* (MRT), KRL, Transjakarta, dan lainnya. Jadi, nantinya, penerbit kartu *e-money* dapat mengenakan biaya MDR kepada *merchant*. Pengenaan biaya sebesar 0,5% dari transaksi

Asal Anda tahu, MDR adalah potongan atau *fee* yang dibebankan kepada pihak *merchant* atau pemilik *outlet* terkait

dengan kegiatan transaksi nontunai yang dilakukan pada mesin EDC (*electronic data capture*). EDC merupakan alat penerima pembayaran lewat kartu kredit ataupun debit.

Retno Ponco Windarti, Direktur Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran BI, menjelaskan, tarif MDR diberlakukan untuk mendorong efisiensi industri *e-money* dengan tetap memperhatikan keberlangsungan industri dan ekosistem pembayaran nontunai. Ini sekaligus mendukung pengembangan ekosistem keuangan ekonomi digital di Tanah Air.

Dengan adanya biaya MDR, kata Retno, diharapkan dapat mendorong peningkatan ekosistem pembayaran. Antara lain, lewat perbaikan kualitas layanan sistem pembayaran. "Misalnya, memberikan kemudahan penggunaan fasilitas *top up e-money*, efisiensi dari interoperabilitas, serta keamanan bertransaksi," katanya.

Tentu, kebijakan BI ini disambut positif oleh kalangan penerbit uang elektronik.

Dinikmati merchant

Sudah selainya merchant jalan tol membayar biaya MDR seperti halnya merchant pada umumnya.

Rico Usthavia Frans, Wakil Ketua Umum Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), menilai, kebijakan BI memberlakukan biaya MDR untuk transaksi *e-money* akan meringankan beban penerbit.

Alasannya, selama ini keuntungan finansial lebih banyak dinikmati oleh pihak *merchant* sebagai mitra perusahaan penerbit *e-money*, yang notabene kebanyakan berasal dari bank.

Ambil contoh, badan usaha jalan tol (BUJT) atau operator transportasi lain yang memanfaatkan *e-money* sebagai alat pembayaran nontunai. "*Merchant* yang menikmati keuntungan sistem pembayaran, misalnya akseptasi tol menjadi lebih murah karena semuanya sudah elektronik, sehingga BUJT tak perlu tenaga kerja yang biayanya lebih besar," kata Rico.

Hal itulah, lanjut Rico, yang dinilai cukup memberatkan buat para penerbit. Sebab, investasi infrastruktur uang elektronik dan biaya pemeliharaan ditanggung pihak penerbit. "Jadi secara industri tidak sehat dan tidak *sustainable*. Sudah selainya *merchant* membayar MDR seperti *merchant* pada umumnya," imbuh Rico.

Gambaran saja, bisnis pembangunan jalan tol saat ini memang hanya melibatkan dua pihak, yaitu penerbit *e-money* dan BUJT sebagai *merchant*. Nah, agar uang elektronik bisa diterima sebagai alat transaksi, penerbit mesti menanggung sebagian biaya infrastruktur.

Mengutip paparan Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia, Desember 2020, penerbit misalnya perlu membayar Rp 300 juta per ruas tol per tahun kepada BUJT. Atau senilai Rp 5,5 miliar kepada Transjakarta. Sementara, pendapatan penerbit berasal dari dana menganggur (*floating money*) saldo *e-money* maupun komisi *top up* saldo.

Nah, dengan dikenakan biaya MDR, maka ada sebagian nilai yang dibayarkan oleh pengguna akan diterima pihak penerbit *e-money*. Misal, dengan tarif MDR 0,5% dan terjadi transaksi Rp 50.000, maka akan ada potongan sekitar Rp 250 dari nilai



KONTAN/Cheppy A. Muchlis

transaksi, sehingga *merchant* hanya akan dapat Rp 49.750.

Pendapat senada diungkapkan Thomas Wahyudi, *Senior Vice President Transaction Banking & Retail Sales* PT Bank Mandiri Tbk. Ia bilang, pengenaan biaya MDR untuk *merchant* akan menjadi dasar yang jelas bagi bank dan mitra dalam menjalankan kerjasama penyediaan jasa pembayaran.

Pasalnya, biaya penyelenggaraan ekosistem *e-money* tergolong besar. "Padahal, pada 2020 lalu, pendapatan *fee based income* (FBI) Bank Mandiri dari *e-money* hanya menyumbang 3% dari FBI keseluruhan *e-channel* Bank Mandiri," ujarnya.

Karena itu, bank berlogo pita emas ini juga akan mengenakan biaya MDR untuk *merchant*. Menurut Thomas, saat ini pihaknya terus berkoordinasi secara intens dengan regulator untuk mekanisme penerapannya. Bank Mandiri juga terus berkomunikasi dan memberikan edukasi terkait penerapan biaya MDR kepada *merchant*.

Cuma, Thomas belum bisa menyebut jumlah mitra *merchant* Bank Mandiri yang ber-

potensi dikenakan biaya MDR. Yang jelas, biaya ini akan diaplikasikan di beberapa *merchant* untuk sektor yang sudah memiliki akseptansi *e-money*, seperti layanan transportasi.

Santoso Liem, Direktur Consumer Banking PT Bank Central Asia Tbk (BCA), menimpali, penerapan biaya MDR bakal membuat konsumen mendapatkan manfaat berupa kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi sehari-hari di berbagai *merchant*, cukup dengan satu kartu uang elektronik.

Yang menjadi pertanyaan sekarang, bagaimana dampak penerapan biaya MDR terhadap pengguna *e-money*?

Piter Abdullah, ekonom dari Center of Reform on Economics (CORE), berpendapat, pengenaan biaya MDR kepada pihak *merchant* ini bakal membebani pengguna kartu uang elektronik. Pasalnya, si *merchant* tentu akan membebani biaya MDR tersebut kepada pihak konsumen.

Jika itu terjadi, tarif jasa atau barang yang disediakan *merchant* akan naik. Dus, kebijakan tersebut akan menekan

penggunaan uang elektronik di masyarakat. "Dampak biaya MDR ini tentu akan ditanggung oleh konsumen," kata Piter.

Bisa merugikan penerbit

Namun, Piter mengingatkan, biaya MDR juga bisa merugikan bank penerbit. Alasannya, jika *merchant* menaikkan tarif jasa atau barang yang dijualnya, bukan mustahil transaksi *e-money* akan ikut merosot. Apalagi, pada masa pandemi Covid-19, masyarakat menahan pengeluarannya ketimbang belanja.

Kris Ade Sudiyo, Sekretaris Jenderal Asosiasi Jalan Tol Indonesia (ATI), menilai efisiensi dan kesempatan monetisasi produk *e-money* seharusnya juga menjadi komponen menganalisis biaya dan keun-

tungan bagi bank penerbit.

Kegagalan mencapai tingkat keekonomian, kata Kris, tak bisa diselesaikan dengan pengurangan biaya *sharing* infrastruktur. "Atau, malah dibebaskan dengan memasukkan biaya itu ke dalam bagian investasi BUJT, yang pada akhirnya akan dibebankan kepada masyarakat pengguna," beber Kris.

Toh, kekhawatiran Piter ditampik Thomas Wahyudi. Dia bilang, penetapan biaya MDR tidak akan merugikan pihak konsumen. "Mengacu kepada regulasi dari regulator, MDR ini akan dikenakan kepada pihak *merchant*, dan tidak boleh dibebankan kepada konsumen secara langsung," tegasnya.

Setali tiga uang, Direktur Eksekutif Asosiasi Pembayaran Indonesia (ASPI) Djamin Nainngolah menyebutkan, pene-

rapan biaya MDR seharusnya tidak akan menekan pertumbuhan pengguna uang elektronik di masyarakat. Sebab, biaya MDR hanya dibebankan kepada pihak *merchant*. "Ketika kita memulai bisnis elektronifikasi sistem pembayaran, maka semua pemain yang ada di dalam ekosistem tersebut harus merasakan manfaatnya," katanya.

Selama ini, lanjut dia, selain membayar biaya kepada BUJT, bank penerbit mesti mengeluarkan biaya infrastrukturnya mandiri. Misal, untuk membangun kanal isi ulang, *switcing*, *issuier*, koneksi sistem. "Dengan skema pendapatan dari *top up* dan *floating money* biaya operasional bank tidak tertutupi. Keberlangsungan bisnis model seperti ini tidak mendukung ekosistem pembayaran non tunai," tandasnya. ◆

Masih Bergigi di Masa Pandemi

Perlahan tapi pasti, transaksi uang elektronik berbasis kartu mulai bangkit di masa pandemi Covid-19. Hal ini bisa dilihat dari data statistik sistem pembayaran yang dipublikasikan Bank Indonesia (BI).

BI mencatat, nilai transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik mencapai Rp 22,1 triliun pada Desember 2020, naik 30,44% secara tahunan dari Desember 2019.

Data BI itu selaras dengan tren pertumbuhan uang elektronik kartu yang milik sejumlah bank penerbit. Salah satunya Bank Mandiri. Sampai saat ini, tercatat sudah ada 23 juta kartu Mandiri *e-money* yang beredar.

Thomas Wahyudi, SVP *Transaction Banking Retail Sales* Bank Mandiri, mengungkapkan, sampai Januari 2020, tren transaksi *e-Money* Mandiri tumbuh 12% secara tahunan atau *year on year* (yoy). Frekuensi transaksi selama Januari itu lebih dari 70 juta dengan volume lebih dari Rp 1 triliun. "Pada tahun 2021 ini, kami menargetkan transaksi *e-money* dapat tumbuh lebih dari 10% dari pencapaian tahun lalu yang transaksinya mencapai hampir 900 juta, dengan nilai transaksinya mencapai Rp 14 triliun," tutur Thomas.

Tren pertumbuhan bisnis *e-money* juga dialami Bank BCA. Santoso Liem, Direktur *Consumer Banking* Bank BCA, menuturkan, sampai akhir tahun 2020, kartu Flazz BCA yang beredar sudah sebanyak 18,4 juta keping dengan 447 juta transaksi. Adapun, nilai transaksi Flazz BCA di sepanjang tahun lalu mencapai Rp 6,3 triliun.

Sayangnya, Santoso tidak mengungkapkan besaran pertumbuhan transaksi kartu Flazz. Dia hanya bilang, di sepanjang tahun 2021 ini, pihaknya menargetkan total transaksi Flazz dapat meningkat sekitar 20% dibandingkan dengan tahun lalu. "Untuk mencapai target tahun ini, kami akan menambah *partnership* penjualan dan *cobranding* Flazz serta memperluas *acceptance* Flazz, sehingga penggunaan kartu-kartu yang beredar dapat semakin optimal," katanya. ◆



LIVE ON ZOOM

SUKSES PRESENTASI: MEMBUAT KONSEP YANG SULIT JADI MUDAH DIPAHAMI

Kita semua ingin dipahami saat membuat presentasi, tanpa mencoba memahami sudut pandang pendengar kita. Kita membuat asumsi tentang tingkat pemahaman mereka tentang suatu topik dan kemudian gagal mencapai hasil yang kita inginkan. Dalam Webinar interaktif ini, Anda akan fokus pada cara menyajikan topik yang Anda ketahui dengan baik tetapi masih asing atau kompleks bagi audiens Anda. Anda juga akan mendapatkan tips untuk materi pendukung, visual, dan penyampaian presentasi yang akan membantu Anda lebih sukses di presentasi berikutnya.

09.00-11.00 WIB

26 MARET 2021

FASILITATOR

DALE CARNEGIE DIGITAL TRAINER

<http://bit.ly/KA-SP>

0813 1111 6063

POWERED BY KontanAcademy

TIKET
350.000

Manajemen



Walaupun membuka layanan untuk masyarakat umum, pada praktiknya manajemen rumahsakit tetap memberlakukan seleksi ketat sebelum menerima pasien tersebut.

Dok. Primaya Hospital

Pilihan Paket Isoman Bikin Pasien Nyaman

Sejumlah rumahsakit menawarkan paket isolasi mandiri Covid-19. Ada yang hanya memberikan layanan, ada pula yang termasuk dengan penginapan.

Putri Werdiningsih

Pandemi Covid-19 masih belum berakhir. Meski lajunya mulai melambat, tapi jumlah kasus positif tetap bertambah setiap harinya. Mereka yang terinfeksi dengan gejala berat biasanya langsung dirujuk ke rumahsakit. Sedangkan jika hanya mengalami gejala ringan atau tanpa gejala alias OTG, umumnya akan diarahkan untuk melakukan isolasi mandiri.

Sepintas terkesan mudah, "bisa dirawat di rumah". Tetapi, sebenarnya penderita OTG juga membuat risau. Bagaimana dengan nasib keluarga di rumah yang saat itu tidak terinfeksi? Tak pelak, banyak yang khawatir untuk melakukan isolasi mandiri di rumah.

Indah Prastiwi, misalnya. Saat terdeteksi positif korona, akhir tahun lalu, karyawati ini akhirnya memilih keluar dari rumah. "Karena mama negatif, akhirnya diputuskan saya yang harus keluar. Kasihan mama sudah tua," cetusnya.

Meski tanpa gejala, tapi ia tak ingin ambil risiko. Isolasi mandiri dilakukan dengan menyewa apartemen selama kurang

lebih 14 hari. Ketika hasil tes PCR sudah menunjukkan negatif Covid-19, baru kemudian Indah kembali ke rumah.

Tak sedikit yang berpikiran seperti Indah. Ada yang lebih suka memilih menginap di hotel, ada pula yang berusaha untuk mendapatkan perawatan di rumahsakit. Namun, dengan tingginya kasus positif korona, bukan hal yang mudah untuk bisa mendapatkan ruang perawatan. Antreannya panjang.

Kondisi inilah yang kemudian mendorong pihak manajemen rumahsakit untuk berinovasi meluncurkan paket isolasi mandiri. Meski sama-sama dipantau oleh tenaga medis, tapi program ini berbeda dengan perawatan pasien Covid-19 di bangsal.

RS Cinta Kasih Tzu Chi, salah satunya. Rumahsakit yang berlokasi di Cengkareng, Jakarta Barat, ini lebih memilih mengalihfungsikan dormitori perawat miliknya untuk bisa melayani pasien Covid-19 dengan gejala ringan atau tanpa gejala. Jadi, para pasien ini bisa menjalani isolasi mandiri di gedung yang berbeda dengan pasien Covid-19 yang dirawat di rumahsakit.

Adrianus Kanaris, Ketua Tim Covid-19 Rumah Sakit Tzu Chi, bilang, awalnya layanan isolasi mandiri ini dikembangkan hanya untuk kalangan internal Yayasan Buddha Tzu Chi Medika. Mereka yang positif tanpa gejala akan diisolasi di asrama tersebut. Namun, karena banyak permintaan dari kalangan

Banyak pasien Covid-19 yang kebingungan karena sulit mendapatkan ruang perawatan.

relawan yayasan, maka mulai akhir 2020, layanan isolasi mandiri dibuka untuk umum. "Karena relawan itu kan bagian dari masyarakat umum, jadi akhirnya kami buka untuk umum," ungkapnya.

Dormitorinya berada di area

yang sama dengan rumahsakit, hanya berbeda gedung. Semula dormitori ini disediakan bagi karyawan yang bekerja di rumahsakit yang akan dibuka di kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK). Tapi karena pengoperasian RS-nya belum berlangsung, maka dialihfungsikan sementara. Toh, bentuknya sudah seperti rumah kos, sehingga hanya perlu menambah tempat tidur dan beberapa peralatan.

Menurut Adrianus, inovasi ini tidak memakan biaya besar. Selain dibiayai oleh internal rumahsakit, rupanya fasilitas isoman ini juga banyak mendapat bantuan dari donatur yayasan.

RS Cinta Kasih Tzu Chi menawarkan dua jenis layanan isolasi mandiri. *Pertama*, isolasi yang disediakan bagi orang yang baru datang dari luar kota. Sambal menunggu hasil PCR keluar, mereka bisa melakukan isolasi di lantai 6. Manajemen menyediakan 21 tempat tidur. Biasanya, layanan ini dipakai untuk pekerja migran yang baru datang dari luar negeri untuk kembali ke kampung halaman.

Layanan isolasi jenis ini memiliki beberapa paket. Di antaranya paket 3 malam seharga

Rp 3,2 juta, paket 5 malam seharga Rp 4,7 juta, dan paket 14 malam seharga Rp 6,2 juta. Harga tersebut sudah termasuk biaya tes PCR, multivitamin, makan, dan camilan.

Kedua, isolasi mandiri bagi orang yang sudah dinyatakan positif Covid-19 dengan tanpa gejala atau hanya gejala ringan. Pasien ini akan menjalani isolasi di lantai 2 dan lantai 3. Untuk layanan ini disediakan 42 tempat tidur.

Menurut Adrianus, khusus untuk mereka yang sudah terinfeksi korona, manajemen tidak memberlakukan harga pasti. Harganya menyesuaikan dengan berapa lama waktu isolasi mandiri yang dijalani pasien.

Mengacu pada protokol Kementerian Kesehatan, memang, waktu isolasi mandiri hanya diwajibkan selama 10 hari. Tapi kenyataannya, banyak pasien yang memilih keluar saat benar-benar sudah dinyatakan negatif. "Tapi yang pasti, pasien yang keluar dari sini waktu isolasinya sudah terpenuhi dan tanpa gejala," terangnya.

Walaupun menjalani isolasi di gedung berbeda, tapi setiap hari tetap ada perawat yang melakukan kontrol. Hanya be-

danya, kunjungan dokter dilakukan seminggu sekali atau bergantung pada ada tidaknya keluhan. Kalau ada keluhan, dokter baru akan melakukan kunjungan.

Tak hanya layanan medis, pihak rumahsakit juga menawarkan area *roof top* agar pasien tidak jenuh berada di kamar. Nanti waktu penggunaannya akan diatur jadwalnya. Lift untuk menuju ke atas pun sudah dikhususkan bagi pasien Covid-19 atau tenaga medis yang sudah menggunakan APD.

Sejauh ini, layanan isolasi mandiri RS Cinta Kasih Tzu Chi cukup mendapatkan respons positif. Apalagi pasca-liburan akhir tahun lalu, seluruh ruang isolasi terisi penuh. Pertengahan Maret 2021 ini, dari kapasitas 21 kamar, setiap lantainya terisi 16-18 kamar.

Pengalaman lain, cara berbeda dilakukan oleh Primaya Hospital Tangerang. Rumahsakit yang berlokasi di Jl MH Thamrin Tangerang ini membuat paket isolasi mandiri yang menghadirkan layanan *telemedicine* dan kunjungan dokter langsung ke rumah pasien.

Konsepnya tidak jauh berbeda dengan paket *homecare* yang sudah ditawarkan lebih dulu. Manajemen membuka layanan perawatan di rumah untuk pasien non-Covid 19 yang enggan datang ke rumahsakit. Paket ini terdiri dari layanan dokter, layanan perawat, layanan bidan, penyelenggaraan laboratorium, rehabilitasi medik, dan fisioterapi.

Sedangkan, paket isoman yang ditawarkan adalah telekonsultasi 7 hari seharga Rp 4,5 juta, telekonsultasi 14 hari seharga Rp 7 juta, telekonsultasi dan kunjungan 7 hari seharga Rp 6 juta, dan telekonsultasi dan kunjungan seharga Rp 8,5 juta. Paket tersebut sudah termasuk tes PCR, alat oksimeter, termometer digital, dan obat-obatan.

Deassy Putriyani Marbun, *Head Of Marketing* Primaya Hospital Tangerang, bilang, layanan ini sengaja dirilis karena banyak pasien yang ingin dirawat setelah terinfeksi virus

Covid-19. Mereka ingin dirawat di ruang VIP, tapi sayangnya kapasitas rumahsakit sudah tidak mencukupi.

Menurut Deassy, dengan isoman di rumah masing-masing, pasien bisa lebih nyaman sehingga mereka tidak stres dan sistem imunnya tetap terjaga. Walaupun melakukan isolasi mandiri di rumah, tapi semuanya tetap dipantau oleh dokter berpengalaman dari Primaya Hospital Tangerang.

Kendati baru beberapa bulan dirilis, ternyata program ini sudah ramai peminat. Ada yang datang dari wilayah Tangerang, ada pula yang berasal dari daerah lain. Rencananya paket isoman ini akan tetap diselenggarakan selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Seleksi ketat

Walaupun membuka layanan untuk masyarakat umum, tapi pada praktiknya manajemen rumahsakit tetap memberlakukan seleksi ketat sebelum menerima pasien tersebut untuk dirawat dalam paket isoman yang diselenggarakannya.

RS Cinta Kasih Tzu Chi mengaku tidak menerima pasien Covid-19 yang berusia 60 tahun ke atas dan yang memiliki penyakit bawaan. "Hanya yang gejala ringan atau OTG saja," papar Dr Adrianus.

Alasannya, manajemen tidak ingin ambil risiko jika sewaktu-waktu pasien isoman yang dirawat di dormitori itu kondisinya memburuk. Apalagi, fasilitas medis di dormitori hanya terbatas.

Keputusan serupa juga dilakukan Primaya Hospital Tangerang. Menurut Deassy, sebelum diterima, terlebih dulu pasien tersebut akan dicek di bagian IGD. Kalau memang tidak memungkinkan, maka pasien tersebut akan langsung menjalani rawat inap di rumahsakit.

Hanya, ia memastikan, walaupun menjalani isoman di rumah, apabila sewaktu-waktu terjadi perburukan kondisi kesehatan, maka pihak rumahsakit akan siap membantu. ◆

Refleksi

Karier dan Progres Individual



Ekuslie Goestiandi,
Pengamat Manajemen
dan Kepemimpinan

Seorang karyawan muda membagikan pengalaman kerjanya yang baru seumur jagung kepada saya. Ada satu fenomena yang lazim terjadi pada saat ini, yang disebutnya dengan istilah *cross border*. Jangan salah mengerti, *cross border* yang dimaksud di sini bukan dalam pengertian lintas batas negara, namun lebih dalam konteks ketidakseimbangan antara pilihan awal dengan pilihan berikutnya.

la mengambil contoh, dia dan beberapa teman semasa SMA mengambil jurusan IPA alias eksakta, namun menempuh kuliah di rumpun ilmu sosial semisal: ekonomi, sosial-politik, hukum dan sebagainya. Padahal, mereka menyadari bahwa tujuan penjurusan pada saat SMA adalah untuk memfokuskan bakat dan minat pelajar, dan dengan demikian seharusnya mempermudah para murid menentukan bidang kuliah yang relevan di masa depan.

Pengalaman unik lain terjadi pada seorang rekan muda lainnya. Sedari bangku SMP, ia sudah membangun cita-cita menjadi seorang dokter. Berbagai macam buku terkait ilmu biologi dipelajari dan dipahaminya dengan baik. Tampaknya, aksi para dokter di dalam serial film *Grey's Anatomy* yang begitu hits beberapa waktu lalu, sangat menginspirasi untuk memilih profesi medis.

Namun apa yang terjadi? Ternyata, pada saat detik-detik terakhir pendaftaran kuliah, yang bersangkutan mendadak berubah haluan. Dia akhirnya memilih untuk menempuh perkuliahan di bidang ilmu psikologi. Dan, pada gilirannya, ternyata dia pun bisa meninggalkan hasratnya untuk menjadi seorang dokter, dan menikmati pilihan studi yang baru.

Beberapa orang tua melihat fenomena *cross border* ini sebagai sebuah kekeliruan, yang membuat seseorang menjadi tak fokus dan punya determinasi dalam memburu suatu karier di masa depan. Kita cenderung berharap bahwa hidup seseorang, termasuk kehidupan karirnya, berjalan secara linier. "Siapa sih yang nggak pengen kariernya meningkat",

adalah pertanyaan yang seringkali muncul di kepala banyak saat diskusi urusan pekerjaan.

Peningkatan golongan dari seorang *officer* menjadi supervisor, terus sebagai manajer, hingga akhirnya menjadi direktur, adalah gambaran paling konkret tentang definisi karier bagi banyak orang. Karier dimaknai sebagai suatu status sosial ataupun capaian profesional.

Namun, sesungguhnya ada dimensi karier dalam pengertian yang lebih luas dan mendalam, yang bersifat lintas ilmu, profesi dan juga organisasi. Karier juga bisa dimaknai sebagai sebuah progres individual, yang bisa diraih siapa saja tanpa memandang bidang profesi dan jenjang jabatan seseorang.

Sekalipun seseorang tak memiliki bidang profesi yang terpandang dan derajat pekerjaan yang mentereng, tak berarti ia tak memiliki karier cemerlang. Karena, dalam konteks ini, peningkatan karier ditandai dengan adanya pengalaman pembelajaran dan progres individual yang dirasakan oleh seseorang.

Tekanan sosial

Saat seseorang memahami karier sebagai progres individual yang bersifat personal – bukan sekadar peningkatan status sosial dan gengsi profesional –, sikap terhadap pekerjaan akan menjadi lebih positif dan kaya. Orang tak akan mengandalkan tekanan sosial dan gengsi profesi untuk mendongkrak kualitas dirinya, namun justru bersandar kepada kompetensi dan kecintaannya terhadap suatu bidang pekerjaan.

Dalam konteks cerita dua sahabat muda di atas, boleh jadi derajat jurusan IPA yang dianggap "berkelas" dan profesi dokter yang dipersepsikan "prestisius", telah menjadi *social pressure* yang ikut menentukan pilihan mereka pada awalnya. Sekalipun, bidang tersebut bukanlah talenta dan hasrat asalnya.

Marshall Goldsmith dan Mark Reiter, dalam bukunya *Mojo: How to Get It, How to Keep It, and How to Get It Back If You Lose It* (2009), memberikan contoh menarik tentang seorang pramusaji yang hebat. Ia dengan sadar memilih pekerjaan pramusaji – bukan karena tak bisa bekerja di tempat lain –, dan menjalankan tanggungjawabnya dengan baik.

Ia gembira, bahkan bangga dengan identitasnya sebagai seorang pramusaji, yang oleh banyak orang dianggap tak prestisius. Karena ia bekerja dengan kecintaan yang dalam, kegembiraannya bekerja juga terpantul ke lingkungan sekitar; termasuk tamu-tamu yang dilayaninya. Hasilnya? Ia pun seringkali mendapatkan tips yang lebih besar dibandingkan rekan kerjanya yang bekerja pas-pasan dan melakukan tugas hanya karena tuntutan tanggung-jawab.

Walaupun hanya "sekadar" seorang pramusaji, toh ia mengalami progres individual yang luarbiasa. Semakin terampil melayani tamu secara baik, menikmati kegembiraan dalam bekerja, dan juga memperoleh penghasilan (terutama dari tips) yang lumayan besar.

Bagi pemburu progres individual, kecintaan terhadap pekerjaan lebih penting daripada pencapaian profesional ataupun status sosial. Harry F. Harlow, guru besar psikologi Universitas Wisconsin, mengatakan bahwa bagi orang yang bekerja dengan rasa cinta, pelaksanaan tugas itu sendiri sudah merupakan hadiah. Karena, rasa cinta mendatangkan kegembiraan dan sukacita. ◆

Hati-Hati Jaga Kualitas

Meningkatnya jumlah pasien Covid-19 di Tanah Air sering menimbulkan kecemasan, mengingat terbatasnya jumlah fasilitas layanan kesehatan yang tersedia. Tapi, di sisi lain, ternyata keterbatasan ini membuka peluang bagi sejumlah rumahsakit untuk menyelenggarakan layanan isolasi mandiri alias isoman. Caranya, ada yang bekerjasama dengan hotel, ada pula yang memanfaatkan fasilitasnya sendiri, dan ada pula yang hanya menjual layanan saja.

Daniel Saputra, pengamat pemasaran, melihat tren yang terjadi saat ini adalah buah permintaan dari konsumen. Di awal pandemi, pihak rumahsakit mungkin tidak pernah berpikir akan menyelenggarakan layanan demikian. "Setiap peluang harus dicoba, karena kita tidak pernah tau," ujarnya.

Hanya saja, semua inovasi yang dilakukan tetap harus disesuaikan dengan permintaan konsumen. Menurut Daniel, sekarang ini pasien yang terinfeksi Covid-19 dengan gejala ringan atau tanpa gejalanya, biasanya, lebih suka untuk menjalani isolasi di hotel atau di rumahnya masing-masing. Ia melihat, kalau memang permintaannya demikian, lebih baik diikuti.

Namun, bukan berarti menyelenggarakan paket isoman di hotel bebas akan risiko. Manajemen hotel juga akan berhadapan dengan persoalan citra. Bisa jadi citranya akan jatuh. Tidak tertutup kemungkinan setelah pandemi berakhir, orang jadi enggan untuk menginap di sana karena hotel tersebut juga menjadi tempat isoman. "Perlu hati-hati membangun *image*," pesannya.

Di sisi lain, mungkin menjalani isolasi di rumahsakit tampak aman. Tetapi kenyataannya belum tentu juga. Kembali lagi kuncinya terletak pada layanan. Kalau layanannya mengecewakan, akhirnya orang akan takut dirawat di sana.

Pihak rumahsakit juga perlu untuk menjaga citranya. Apalagi di era sosial media seperti sekarang. Kabar kurang mengenakkan bisa langsung tersebar tanpa dikonfirmasi terlebih dulu. ◆



Bisnis

Melanggengkan Bisnis Pemain Khamar Lawas

Investasi minuman beralkohol kembali tertutup. Keputusan ini justru menguntungkan bisnis khamar yang sudah ada karena tak ada kompetitor baru.



Izin usaha minuman beralkohol yang sudah ada tidak bisa diganggu gugat lagi karena regulasinya tidak berlaku mundur.

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Asnil Bambani Amri

Anais, seroang warga Yogyakarta, sudah delapan tahun mengembangkan minuman beralkohol dari hasil fermentasi. Sejumlah produk minuman dari olahan biji-bijian dan buah-buahan telah dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan handai taulannya. Anais memproduksi minuman beralkohol sendiri setelah adanya larangan menjual khamar di minimarket pada tahun 2015 silam.

Tahun berganti, kemampuan Anais bertambah. Varian produk minuman beralkohol hasil fermentasinya pun makin banyak. Kini, ada tujuh varian minuman beralkohol yang bisa dia produksi, mulai dari mak-koli, sake, shochu, dan lainnya. Semua khamar itu dijual terbatas tanpa cukai untuk teman dan komunitas yang dikenal saja. "Saya tak bisa menjual terbuka," kata Anais.

Anais belajar bikin minuman beralkohol secara autodidak. Ia melakukan fermentasi biji-bijian dan buah sendiri setelah frustrasi tak bisa membeli minuman beralkohol di minimarket. Jelas, ia mampu memproduksi banyak minuman. Namun ia tidak bisa memproduksinya karena usahanya itu tidak memiliki izin. "Kami ingin legal dan diakui negara, kami juga ingin membayar pajak dan cukai," kata Anais.

Tapi, apa hendak dikata, keinginan Anais tak bersambut. Cita-cita ingin memberikan kontribusi untuk negara melalui cukai dan pajak minuman beralkohol itu mesti disimpan rapat-rapat. Begitu pula cita-citanya menjadi pengusaha besar minuman beralkohol di Indonesia. "Saya tak punya mimpi apa-apa lagi. Sekarang saya produksi hanya untuk kalangan terbatas saja," jelas Anais.

Tak hanya Anais. Ada Juli Astrawan, pemilik usaha Arak

Bali Murni di Jalan Pemuda, Denpasar, Bali. Juli merupakan salah satu pedagang arak bali yang menjual arak hasil sulingan perajin arak di wilayah Karang Asem. Sama dengan Anais, produk arak bali yang dijual oleh Juli tidak disertai pita cukai alias tidak ada izin resmi.

Meski produk arak bali itu tanpa pita cukai, namun Juli berdalih telah mengantongi izin dari pemerintah daerah. Ia bilang sudah mendaftar di salah satu koperasi usaha minuman fermentasi atau distelasi yang juga difasilitasi pemerintah daerah. "Harga arak bali Rp 30.000 per botol (250 mililiter) dan konsumennya warga lokal," kata Juli.

Walaupun tak membayar pita cukai, namun dalam menjalankan usaha khamarnya itu, Juli tetap bayar retribusi ke pemerintah daerah. Dalam anggapan Juli, retribusi itu merupakan biaya pengganti cukai.

Cerita yang sama juga di-

sampaikan Made Suryana, perajin fermentasi arak bali di Karangasem. Made sejatinya ingin menjalankan bisnis secara legal, tapi sayang regulasi tak berpihak kepada dirinya dan perajin arak bali lainnya.

Memang, Made bercerita, ada pilihan bergabung jadi mitra perusahaan minuman beralkohol yang sudah memiliki izin. "Namun kami harus membayar mahal agar bisa menjadi mitra," kata Made, yang enggan menceritakan nilai mahar yang dipungut oleh perusahaan.

Banyak kisah dan masalah perajin minuman beralkohol itu bersumber pada ketidakjelasan izin. Maka itu, Setly Kohdong, produsen minuman beralkohol cap tikus di Sulawesi Utara, berharap pemerintah membuka izin agar perajin leluasa menjalankan usahanya termasuk mengatur distribusinya. "Wine impor boleh masuk sementara kami tidak boleh? Ini lucu," keluh Setly.

Izin tertutup

Sejatinya Setly dan perajin minuman cap tikus sempat gembira membaca lampiran Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 10 Tahun 2021 tentang Bidang Usaha Penanaman Modal yang dirilis 2 Februari lalu. Dalam beleid itu membolehkan izin minuman beralkohol dibuka di daerahnya. "Tetapi kami kecewa kemudian hari lampiran yang membolehkan izin minuman beralkohol itu dicabut," kata Setly.

Ya, hanya sebulan setelah beleid tersebut berlaku, Presiden Joko Widodo mengumumkan pencabutan lampiran yang membolehkan izin minuman beralkohol di empat provinsi, yakni Bali, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Utara, dan Papua. "Setelah menerima masukan dari ulama, baik Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan ormas lain, serta tokoh

agama," kata Jokowi dalam konferensi pers, Rabu (2/3).

Meski hasil revisi beleid tersebut belum keluar sampai berita ini diturunkan, namun banyak pelaku usaha tetap mengajukan keberatan atas sikap Presiden Jokowi tersebut. Dari kacamata investasi, keputusan itu menimbulkan keraguan investor untuk berinvestasi di Indonesia. "Ini preseden buruk, karena regulasi sudah diteken kemudian diubah," kata Ipung

Pencabutan lampiran Perpres Nomor 10 Tahun 2021 merupakan preseden buruk bagi iklim investasi.

Nimpuno, Sekretaris Jenderal Asosiasi Pengusaha Importir dan Distributor Minuman Indonesia (APIDMI).

Menurut Ipung, seharusnya langkah yang ditempuh Presiden adalah memberikan kesempatan kelompok yang menolak beleid melakukan uji materi aturan yang diprotes. Proses ini sama dengan proses penyusunan aturan lainnya. Jika ada yang menolak, maka tempuh upaya hukum uji materi atau *judicial review*.

Menjawab hal ini, Bahlil Lahadalia, Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), ber alasan, pencabutan lampiran aturan minuman beralkohol itu karena kajian dan juga aspirasi yang didengar Presiden Jokowi. Namun Bahlil bilang, pencabutan lampiran aturan itu bukan berarti mencabut izin minuman beralkohol yang sudah ada. "Sebelum ada Undang-Undang Cipta Kerja dan aturan daftar negatif investasi (DNI), sudah ada 109 izin usaha minuman beralkohol di 13 provinsi," jelasnya.

Artinya, izin usaha khamar yang sudah ada itu tak bisa

diganggu gugat lagi karena regulasinya tidak berlaku mundur. Namun banyak pihak menilai, kebijakan mencabut lampiran Perpres Nomor 10 Tahun 2021 itu berdampak pada hilangnya peluang investasi minuman beralkohol dari daftar investasi di empat daerah.

Hal tersebut berpotensi melanggengkan bisnis minuman beralkohol yang sudah ada, karena menutup peluang kompetitor baru untuk masuk. "Ini hanya memperkuat bisnis importir wine, dan juga pelaku usaha minuman beralkohol yang sudah mendapatkan izin itu," kata Setly yang juga konsultan hukum pengrajin minuman beralkohol di Manado.

Namun pendapat Setly dibantah Njoto Soe, *founder* minuman beralkohol merek Vibe di Semarang. Menurut Njoto, dibuka atau tidak investasi minuman beralkohol itu tak akan berdampak ke bisnis mereka. "Segmen pasar kami berbeda dan pasar kami sudah ada sendiri, sehingga tak berpengaruh," dalih Njoto.

Menurut Njoto, Vibe – atau lebih dekat dengan minuman beralkohol jenis vodka – memiliki segmentasi pasar berbeda dengan minuman fermentasi tradisional seperti arak bali atau cap tikus. Vibe lebih banyak masuk ke restoran, hotel, dan tempat hiburan. "Aturan itu bukan tantangan bagi kami. Justru kami mendukung industri tradisional itu untuk berdiri," kata Njoto yang punya basis produksi di Semarang.

Njoto bilang, agar perajin minuman beralkohol bisa berusaha dan tetap bisa menjalankan tradisinya, solusinya adalah bekerjasama dengan perusahaan minuman beralkohol di daerah tersebut. "Tapi tentu ada pertimbangan bisnis bagi perusahaan yang mau menerima mitra," kata Njoto.

Namun, menjadi mitra pemilik izin minuman beralkohol justru bikin posisi perajin minuman beralkohol tradisional tak setara. "Ada syarat yang justru menguntungkan perusahaan ketimbang pengrajin minuman," jelas Setly. ◆

Penjualan Melorot

Jika Anda ke Bali, tentu tak asing dengan pemandangan wisatawan asing yang memadati sejumlah lokasi dan objek wisata. Mereka memadati hotel-hotel, restoran dan tempat hiburan sambil bersantai dan menegak minuman beralkohol bersama kolega, sahabat dan keluarganya. Namun sepanjang 2020, pemandangan tersebut langka ditemukan di Bali karena pandemi Covid-19.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah wisatawan mancanegara lewat pelabuhan udara di Bali turun 83,31% menjadi 1,04 juta orang. Kondisi inilah yang membuat pendapatan pelaku usaha di Bali terpukul, salah satunya perusahaan penghasil minuman beralkohol. "Penurunan penjualan lebih kurang 90%," kata Lila Saputra, *Assistant Horeca Sales Manager* PT Hatten Bali, pemilik merek arak bali Dewi Sri.

Penurunan penjualan minuman beralkohol juga dialami Juli Astrawan, pemilik usaha Arak Bali Murni di Denpasar. Jika hari-hari biasa sebelum Covid-19 bisa menjual 30 botol arak bali per hari, namun belakangan, Juli hanya bisa jual enam botol arak bali per hari. Penurunan penjualan tak lepas dari turunnya jumlah wisatawan yang datang ke Bali, baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik.

Kondisi yang tak jauh berbeda juga dialami oleh pelaku bisnis minuman beralkohol lain di luar Bali. Seperti yang dialami minuman beralkohol merek Vibe, besutan PT Segar Harum Rasa. Perusahaan yang bermarkas di Semarang, Jawa Tengah, itu melaporkan penurunan penjualan 30% sejak pandemi Covid-19 terjadi. Penurunan penjualan terjadi karena sepihnya bisnis perhotelan dan pariwisata. "Penjualan di tempat hiburan juga belum bisa diandalkan," kata Njoto Soe, pendiri Vibe.

Penurunan penjualan juga dialami PT Multi Bintang Indonesia Tbk, salah satu produsen bir terbesar di Indonesia. Merujuk laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI), emiten berkode saham MLBI itu melaporkan penurunan penjualan 46,5% di tahun 2020 menjadi Rp 1,98 triliun dari periode tahun sebelumnya Rp 3,71 triliun. ◆

Konsultasi Pajak

Pajak Hasil Investasi di LN (1)



Agus Susanto Lihin dan Hendra Wijana
Praktisi Pajak

PERTANYAAN:

Saya ingin menanyakan mengenai hasil investasi saya di luar negeri. Jadi ada 1 investasi di Singapura yang untung, sedangkan investasi di Amerika mengalami kerugian. Apakah atas kerugian di Amerika ini bisa mengurangi pajak penghasilan dari investasi di Singapura?

Kurniawan, Jakarta

JAWABAN:

TERIMAKASIH. Pasal 4 ayat (1) huruf d UU Pajak Penghasilan (UU No. 36/2008) menyebutkan yang menjadi Objek Pajak adalah penghasilan yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun, termasuk keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta.

Dalam menentukan Penghasilan Kena Pajak, Wajib Pajak menggabungkan penghasilan yang diterima atau diperoleh dari luar dengan dalam negeri. Nah, untuk menghindari terjadinya Pajak Berganda (*Double Taxation*) diatur lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Keuangan nomor 192/PMK.03/2018 Tentang Pengkreditan Pajak Luar Negeri. Peraturan ini menerangkan bahwa sumber penghasilan luar negeri salah satunya adalah penghasilan dari saham dan sekuritas lainnya serta keuntungan dari pengalihan saham dan sekuritas lainnya dari negara tempat badan yang menerbitkan saham atau sekuritas tersebut didirikan atau bertempat kedudukan. Pasal 4 aturan itu dijelaskan bahwa

- (1) Dalam menghitung Penghasilan Kena Pajak, WPDN wajib melakukan penggabungan penghasilan yang diterima atau diperoleh dari sumber penghasilan di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dengan penghasilan yang diterima atau diperoleh dari sumber di Indonesia.
- (2) Besarnya penghasilan yang diterima atau diperoleh dari sumber penghasilan di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditentukan sebagai berikut:

- a. penghasilan usaha termasuk penghasilan dari cabang atau perwakilan WPDN di luar negeri adalah sebesar penghasilan neto;
 - b. penghasilan yang berasal dari Trust di luar negeri adalah sebesar penghasilan neto atau bagian penghasilan neto yang diterima atau diperoleh WPDN; dan
 - c. penghasilan lainnya adalah sebesar penghasilan neto.
- (3) Dalam menghitung Penghasilan Kena Pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1), WPDN tidak dapat memperhitungkan:
- a. kerugian usaha dari cabang atau perwakilan di luar negeri, termasuk kerugian usaha dari cabang atau perwakilan di luar negeri yang diperoleh setelah memperhitungkan kerugian yang diperoleh dari harta atau kegiatan yang memiliki hubungan efektif dengan cabang atau perwakilan WPDN di luar negeri; dan
 - b. kerugian lain di luar negeri.

Berdasarkan Pasal 4 ayat (3) PMK-192/PMK.03/2018 tersebut dijelaskan bahwa Wajib Pajak Dalam Negeri dalam menghitung penghasilan kena pajak pada perhitungan SPT Tahunan PPh tidak dapat memperhitungkan kerugian usaha dari cabang atau perwakilan di luar negeri, termasuk kerugian usaha dari cabang atau perwakilan di luar negeri yang diperoleh setelah memperhitungkan kerugian yang diperoleh dari harta atau kegiatan yang memiliki hubungan efektif dengan cabang atau perwakilan Wajib Pajak Dalam Negeri dan juga tidak dapat memperhitungkan kerugian lain yang diderita di luar negeri.

Maka dapat kami simpulkan atas kerugian atas investasi saham yang diderita di luar negeri (dalam hal ini Amerika), tidak dapat diperhitungkan dalam menghitung penghasilan kena pajak di SPT Tahunan PPh.

Sedang keuntungan (penghasilan neto) atas investasi saham di Singapura, dilakukan penggabungan penghasilan di Indonesia dalam menghitung penghasilan kena pajak pada SPT Tahunan PPh (*bersambung*). ◆

Kirimkan pertanyaan untuk rubrik Konsultasi Pajak ke alamat e-mail: agus@ats-konsultama.com (sertakan data diri)



Pelaku bisnis UMKM tidak harus eksis di e-commerce.

KONTAN/Muradi

Butuh Strategi dan Penguasaan Teknologi

Pemerintah cemas, produk impor menyingkirkan bikinan UMKM lokal. Bagaimana agar pebisnis kecil ini bertahan?

Fransiska Firlana

Isu produk impor merajai pasar lokal kembali marak belakangan ini. Hal itu terjadi, ketika Pemerintah menemukan bahwa harga hijab bikinan China hanya Rp 1.900 per buah. Hijab impor itu dipasarkan lewat e-commerce. Ini dikhawatirkan mematikan produsen hijab lokal.

"Kalau sampai daster batik Indonesia diproduksi juga di China, habis sudah kami" kata Sigit Budi Santoso, Manajer Pemasaran CV Ada Jaya, produsen daster batik asal Solo, Jawa Tengah. Menurut Sigit, produk fashion adalah salah satu produk yang mudah ditiru. Saat ini saja, kata dia, ada produsen daster batik yang membeli kain batik dari China. Soalnya, kain batik China jauh lebih murah.

Sigit cemas, jika nantinya, produsen di China pun bikin daster batik. Ini bukan mustahil. Yanuar Harry Pratama, pemilik Hunay Rooftop Tent, produsen tenda atap. Ia sempat

ditawari produsen tenda atap mobil di China. "Mereka menawarkan spesifikasi tenda yang saya mau, kapasitas produksi bisa lebih banyak, dan mereka sanggup kirim ke Indonesia," kata Yanuar. Ia menolak tawaran itu dan pilih membuat sendiri di sini.

Sigit bersyukur karena daster Ada Jaya yang berdiri sejak 1980, masih tetap diminati pembeli di Indonesia. Pada awal berdiri, Ada Jaya memproduksi kain untuk daster batik.

Bahkan, menurut Sigit, omzet mereka sepanjang tahun pandemi 2020, justru mencapai puncak. Ketua Umum Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (AKUMANDIRI) Hermawati Setyorini, mengatakan salah satu UMKM yang sukses belakangan ini adalah produk pakaian tidur seperti daster, terkait pembatasan sosial berskala besar.

"Justru produk fashion untuk bepergian penjualannya turun," kata Hermawati.

Belakangan *homedress* ini ju-

ga berkembang corak dan desainnya. Jenis *homedress*, selain daster, yang laku adalah piyama, tapi yang juga cocok untuk bepergian.

Ketua UKM Indonesia Dewi Meisari Haryanti menambahkan selain *homedress*, produk makanan dan minuman lokal juga masih laris. Sebab, ini merupakan kebutuhan pokok. Masyarakat sudah terbiasa dengan kemudahan belanja online termasuk belanja bahan pangan.

"Jenis makanan frozen food masih akan diminati, pun jenis minuman herbal pendukung kesehatan," jelas Dewi.

Produk minuman herbal yang bagus, menurut konsumen, lebih gampang didapatkan melalui *ecommerce*. Sebab, jelas diskripsinya dan jelas testimoniya. Sementara kalau mau beli langsung ke toko konvensional, konsumen akan merasa kerepotan untuk mencari toko dan keterbatasan informasi yang sebatas keterangan di label saja.

Selain itu, menurut Dewi pro-

duk-produk *wellness* juga masih jadi pilihan konsumen *ecommerce*. Produk *wellness* ini misalnya *spray* anti bakteri atau anti kuman untuk kain atau barang lainnya. Ada juga produk *essential oil* untuk relaksasi selama di rumah.

Tak sebatas e-commerce

Produk kategori ini juga cukup banyak dicari di *ecommerce* karena pembelinya akan lebih mudah mendapatkan di sana ketimbang toko offline.

Hermawati menambahkan, produk *skincare* lokal juga laris di *ecommerce*. Banyak pelaku bisnis *skincare* lokal yang sukses karena produknya di-review *beauty vlogger* atau di-endorse selegram.

"Terakhir, saya juga melihat alat-alat pertanian juga laris di *ecommerce*. Maraknya pehobi tanaman membuat mereka belanja tanaman dan peralatannya melalui *ecommerce*," kata Hermawati.

Sejatinya, banyak pelaku UMKM yang sukses berdagang digital selain di *ecommerce*. Artinya, produk UMKM kita tidak kalah dengan impor.

Dewi mengungkapkan, banyak platform digital yang dimanfaatkan pelaku UMKM saat ini. Yang harus disadari adalah, platform digital ada tingkatannya, sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan UMKM.

Menurut Dewi paling bawah itu ada teknologi email. Lalu aplikasi chat, di mana saat ini 90% masyarakat Indonesia memakai WhatsApp. Kemudian ada Google My Business. Tingkat selanjutnya adalah media sosial seperti Instagram atau Facebook. Adapun tingkat teratas adalah *ecommerce*.

"Pola tingkatan platform digital untuk bisnis ini tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asean," jelas Dewi.

Bagi pelaku usaha mikro, platform yang cocok adalah dengan C-Commerce alias Chat Commerce alias Conversation Commerce. Platform ini lebih

cocok karena calon pembeli bisa langsung bertanya ke pihak penjual. Pemanfaatannya juga sederhana.

"Kalau mau masuk *e-commerce*, lebih baik serahkan pada reseller. Jadi produsen fokus pada produksi barang dan pemasaran diserahkan reseller," ujar Dewi. Jadi untuk pengusaha mikro, lebih baik fokus untuk branding lebih dahulu.

Lebih baik, produsen UMKM fokus pada produksi barang dan branding lebih dulu.

Menurut Dewi, hadir di *e-commerce* bukan tolok ukur kesuksesan UMKM. Punya akun di *e-commerce* saja tidak cukup. UMKM harus mampu membuat konten menarik pada toko onlinenya. Misalnya kualitas foto dan video yang ditampilkan atau deskripsi produk yang jelas.

Hal yang sering dilupakan para shareholder, baik perusahaan-perusahaan menyatakan kepedulian terhadap UMKM atau bahkan pemilik *marketplace*, adalah pelatihan untuk UMKM terkait pembuatan konten dalam mengelola akun niaga.

"Kebanyakan hanya memberikan pelatihan terkait bagaimana membuat akun dan menggunakan fitur yang ada di *e-commerce* tersebut," jelas Dewi. Padahal, isian konten lebih penting. Misalnya pelatihan memotret produk serta latihan membuat deskripsi menarik.

Tak kalah penting adalah bagaimana memasarkan produk. Bukan sekadar memberikan penjelasan pemasaran dengan menggunakan fasilitas pema-

sangan iklan dalam *e-commerce*, tapi juga jenis pemasaran lain yang memang bisa dimanfaatkan pelaku UMKM dengan modal terbatas.

Dewi mengungkapkan jurus sukses berbisnis online adalah ketika pelaku UMKM itu rajin mengulik konten terkait produk yang mereka jual. Tanpa kesadaran itu, produk mereka tak akan dilirik.

UKM Indonesia.co.id telah mengkurasi 100 UMK Juara dan mereka sudah di level kesadaran untuk membuat konten menarik dalam pemasaran produk mereka. "Dan 48% dari mereka mengalami peningkatan order. Secara konten menarik dan mereka juga dibantu oleh UKM Indonesia.co.id untuk promosinya," jelas Dewi.

Dewi berharap, para shareholder yang menyatakan diri peduli dengan UMKM ini bisa langsung memberikan pelatihan, tidak sekedar menggelar webinar.

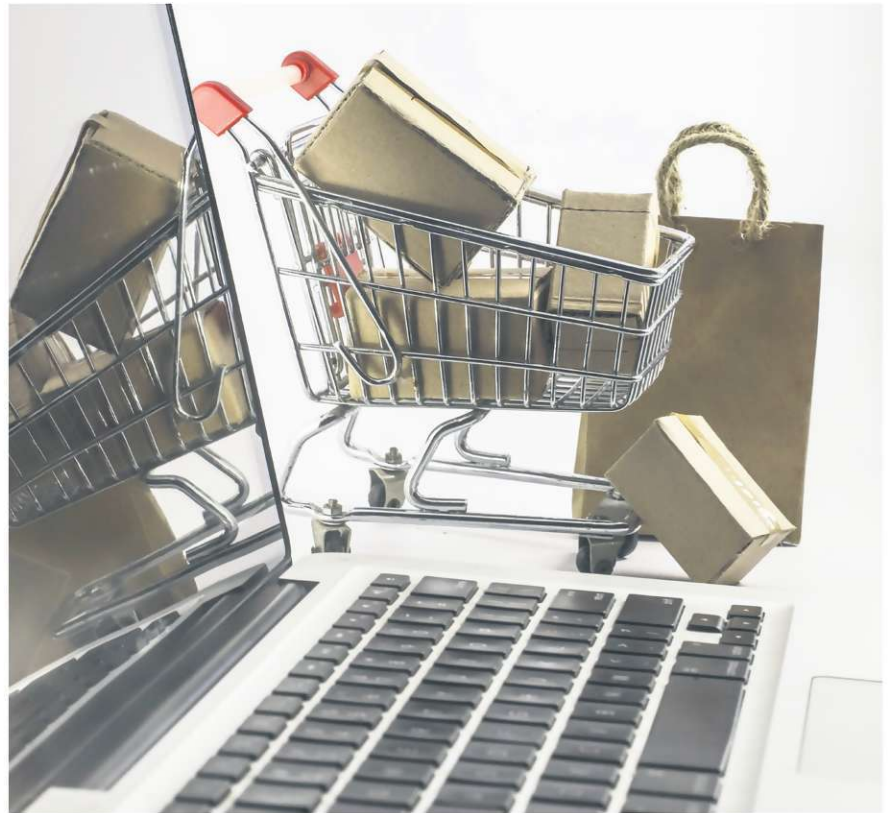
"Dengan pelatihan, pengajarannya akan lebih dalam dan langsung. Setelah pelatihan, seharusnya ada pendampingan, sehingga aktivitas kepedulian UMKM ini bisa terukur keberhasilannya," ujarnya.

Sukses berjalan

Di lain pihak, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi menargetkan 30 juta UMKM, atau separuhnya, bisa *go digital* dan segera terintegrasi dengan sistem elektronik. Maka, pemerintah mengharap dukungan berbagai pihak untuk menggendong UMKM bisa meleak teknologi dan mendorong percepatan digitalisasi ini.

Salah satu *e-commerce* yang rajin membuat program khusus UMKM lokal adalah Blibli.

"Mendukung program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang digaungkan pemerintah, kami menghadirkan beragam kurasi produk lokal di kategori Galeri



KONTAN/Muradi

Indonesia," kata Andreas A Pramaditya, Vice President Galeri Indonesia Blibli.

Blibli, *e-commerce* yang merupakan anak perusahaan Djarum ini, tetap menyediakan lapak bagi UMKM lokal, terutama kerajinan. Padahal, seperti kita tahu, tahun 2019, Qlapa, platform *e-commerce* khusus untuk kerajinan Indonesia, harus tutup setelah beberapa lama beroperasi. Perusahaan rintisan ini hanya bertahan empat tahun saja. Padahal ada sekitar 9000 perajin usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ber-

mitra dengan Qlapa.

Nah, kembali ke Blibli, hingga saat ini, terdapat lebih dari 75.000 seller UMKM yang berasal dari Sabang sampai Merauke bergabung. Selama tahun 2020, Blibli mencatat produk paling diincar adalah produk muslim, makanan, minuman, dan pakaian.

Toh ada UMKM yang sukses menggelar lapak di Blibli antara lain Digidoy Comics, UMK asal Sumatera Utara yang sukses menjual kaos, sweater, dan sepatu dengan desain tokoh komik. Lantas, ada Gesyal,

UMKM yang melibatkan komunitas difabel untuk memproduksi busana perempuan. "Fitur Seller Care khusus seller di Blibli memudahkan Gesyal untuk memaksimalkan ekosistem digital untuk memasarkan produk," kata Andreas.

Menurut Andreas, Blibli juga memberi pendampingan, bagaimana melakukan *product packaging, branding*, hingga meningkatkan penjualan. "Blibli punya kriteria merchant UMKM yang layak didorong lewat subsidi *cashback* dan potongan harga," jelas Andreas. ◆

Memikat Pembeli

Sigit Budi Santoso, Manajer Pemasaran CV Ada Jaya harus pulang larut malam pada Rabu (10/3) lalu. Beberapa hari belakangan, dia bersama tim marketing produsen daster batik ini sibuk menggodok strategi untuk tahun 2021. "Memasuki tahun 2021 ini, penjualan daster menurun. Maka, kami harus segera melakukan evaluasi strategi," jelas Sigit yang sudah 5 tahun terakhir jadi manajer pemasaran di produsen batik yang berlokasi di Solo, Jawa Tengah itu. "Tahun ini, kami fokus di *e-commerce*, karena sejak Ada Jaya memproduksi daster tahun 2016 sudah menjadikan *e-commerce* sebagai lapak," kata Sigit.

Ada Jaya sudah merasakan pasang surutnya *e-commerce*. Awal berdiri, Ada Jaya membuka lapak di Tokopedia, menyusul kemudian buka di Shopee. "Setiap *e-commerce* itu punya spesialisasi produk dan market masing-masing," jelas Sigit. Hingga saat ini, produk Ada Jaya mayoritas terserap di Shopee.

Untuk bertahan di *e-commerce*, Ada Jaya memanfaatkan promo yang disediakan oleh pihak *e-commerce*. Misalnya gratis ongkos kirim, *flash sale*, dan lain sebagainya. "Kami tidak ada anggaran khusus untuk biaya iklan," kata Sigit.

Sigit mengaku, pihaknya tidak pernah menerapkan strategi pemasaran di *e-commerce* dengan menerapkan algoritma. "Kami hanya pasang foto, deskripsi yang bagus saja," katanya. Ia lebih konsen pada review dan testimoni pembeli.

Adapun Fifin Nashirotn Nisya, pemilik SanGreat Natural Indonesia punya cara supaya dagangannya di *e-commerce* laku. "Mau nggak mau beli kata kunci, alias memanfaatkan algoritma," kata Fifin, produsen pupuk cair yang tinggal di Bogor, Jawa Barat. Dalam sebulan setidaknya Fifin harus menggelontorkan sekitar 10% dari omzet untuk biaya iklan. Di lain pihak, pemilik lapak juga harus siap mendandani toko, menyambut konsumen yang mampir berkat kata kunci.

Persaingan dengan produk impor memang tak terhindarkan. Tapi selama produk UMKM punya keunggulan, kata Fifin, jangan takut untuk bersaing. Soalnya, konsumen sekarang pintar. Mereka enggak semata tergiur harga murah belaka. Justru jika terlalu murah, malah dicurigai sebagai barang palsu. ◆



Kontari WEBINAR

DATA ANALYSIS & VISUALIZATION WITH POWER BI

Bagaimana mengubah data perusahaan menjadi insight? Kuasai teknik explorasi dan visualisasi big data sheet dengan membuat dashboard interaktif yang akan mengesankan atasan, rekan kerja dan audience anda. Anda akan mengerjakan project data analisis dan visualisasi dengan menggunakan real-world data set dari awal sampai jadi dengan free software Microsoft Power BI desktop.



24-25 MARET 2021

09.00-12.15 WIB

TIKET 2.000.000 1.500.000

PENDAFTARAN

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

IKIN SOLIHIN

MBA, CTP, FP&A, FRM, FMVA, CSCF
PRAKTIKER KEUANGAN

POWERED BY KontariAcademy

Siapkan Rambu agar Lokal Tak Tersapu

Kementerian Perdagangan menyiapkan regulasi mengenai tertib niaga di platform digital. Tapi, mampukah mengangkat daya saing produk lokal?



KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Hauid Vebri, Andy Dwijayanto

Ajakan-ajakan untuk cinta produk-produk dalam negeri harus terus digaungkan. Gaungkan juga benci produk-produk dari luar negeri!" Begitu pernyataan Presiden Joko Widodo (Jokowi) saat membuka Rapat Kerja Nasional Kementerian Perdagangan tahun 2021 di Istana Negara, Jakarta, belum lama ini.

Pernyataan Presiden tersebut bukan tanpa alasan. Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS), impor barang konsumsi dalam lima tahun terakhir tumbuh rata-rata 6,88% per tahun. Jauh lebih cepat ketimbang pertumbuhan impor bahan baku/penolong (0,41%) dan barang modal (0,06%).

Salah satu barang konsumsi yang banyak diimpor dan memukul UMKM dalam negeri adalah pakaian jadi (*clothing*). Dalam lima tahun terakhir, rata-rata nilai impor produk dengan kode HS 84 ini tumbuh 7,89% per tahun. Sementara rata-rata pertumbuhan impor

produk makanan dan olahan dalam lima tahun terakhir sebesar 2,34% per tahun.

Nah, yang juga menjadi kekusaran Jokowi adalah keberadaan *marketplace* ataupun *e-commerce* yang menjadi salah satu pintu masuk derasnya impor barang konsumsi tersebut. "Saya sudah sampaikan ke Menteri Perdagangan, kalau ada yang ada tidak benar di perdagangan digital kita, membunuh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Tanah Air," tandas Jokowi.

Mendapat sentilan Presiden, Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi langsung buka-bukaan. Dengan lugas, ia mengakui adanya *e-commerce* asing yang menjual produk impor secara tidak sehat dan membunuh UMKM lokal. Yakni, dengan membanting harga atau *predatory pricing* yang membuat impor barang konsumsi via *e-commerce* tersebut mengalir deras hingga membunuh pelaku usaha lokal.

"Kita sebut praktik ilegal perdagangan *predatory pricing* yang membunuh kompetisi,"

ujar Lutfi.

E-commerce yang dimaksud adalah perusahaan *marketplace* internasional, asing, bukan *marketplace* asli Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Bukan saja *predatory pricing*, *e-commerce* asing ini juga diduga kuat melakukan spionase dengan memata-matai aktivitas UMKM lokal, terutama yang memiliki potensi besar di pasar domestik.

Selain meniru produk UMKM lokal, dengan *big data* mumpuni, mereka juga mempelajari apa yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Bukan asal menuding, dugaan itu didasarkan pada laporan yang dirilis sebuah lembaga internasional dunia, belum lama ini. Laporan itu mengungkap cerita bagaimana hancurnya geliat UMKM lokal yang memproduksi hijab.

Industri rumahan ini sempat maju selama kurun waktu 2016-2018 dengan mempekerjakan lebih dari 3.000 orang. Dengan karyawan sebanyak itu, biaya yang dikeluarkan buat membayar gaji saja lebih dari US\$ 650.000 per tahun.

Namun, di tahun 2018, kemajuan industri rumahan dalam negeri itu tersadap oleh *artificial intelligence* yang digunakan oleh perusahaan digital asing. Mereka kemudian membocorkan rahasia industri dalam negeri tersebut ke perusahaan China. Dari situlah kemudian dibuat industrinya di Negeri Panda, lalu barang diimpor ke Indonesia dengan harga jual yang jauh lebih murah. "Dilakukan dengan spesial diskon dan masuk Indonesia. harganya hanya Rp 1.900 per *piece*. Bagaimana kita bisa bersaing?" beber Lutfi.

Lantaran harga jual produk hijabnya sangat murah, perusahaan *online* yang menjual produk hijab itu hanya membayar bea masuk kepada negara sekitar US\$ 44.000.

Cara-cara seperti itulah yang dia maksud sebagai *predatory pricing*. Konsep ini juga sangat dilarang oleh dunia perdagangan. "Aksi-aksi ini yang sebenarnya yang tidak boleh dan dibenci," tegas Lutfi.

Dengan modus operandi semacam itulah ditengarai pro-

duk-produk hasil dari kejadian curang dan jauh dari standar berkeliaran di platform *e-commerce* yang ada di Indonesia. Apalagi, beberapa waktu lalu juga trending topik bertagar #SellerAsingBunuhUMKM di media sosial.

Munculnya tagar di medsos tersebut sebagai bentuk protes netizen terhadap maraknya barang murah yang dijual *seller* asing bernama Mr Hu di *marketplace* Shoope. Barang yang dia jual memang kelewat murah, sih. Misalnya, batik cap hanya dihargai Rp 35.000 per 2 potong. Tak ayal, produk asing yang dijual Mr Hu mengalir deras dan membunuh pelaku usaha lokal.

"Nah, fenomena itu yang sekarang mau kita tegakkan demi terciptanya keadilan perdagangan," ucap Lutfi.

Siapkan regulasi

Bertindak sebagai wasit sekaligus regulator, Kementerian Perdagangan (Kemdag) pun kini tengah menyiapkan regulasi

yang khusus mengatur tertib niaga di platform digital. Dengan terbitnya regulasi baru ini diharapkan nantinya tidak ada lagi praktik-praktik curang seperti *predatory pricing*.

Ini pun memastikan regulasi ini bukan upaya proteksionisme terhadap industri lokal. Tapi, lebih sebagai jaminan bahwa aktivitas perdagangan di Indonesia yang dilakukan di kanal daring tetap berjalan sesuai dengan koridor perdagangan yang adil dan memberi manfaat.

"Kami jamin yang akan kami regulasikan ini bukannya mengimpit perdagangan, tapi memperbaiki perdagangan supaya terjadi *exchange* antara penjual dan pembeli," jelas Lutfi.

Lalu, apa saja poin penting yang akan diatur calon beleid anyar tersebut?

Lantaran fokus utamanya mencegah *predatory pricing*, calon beleid ini akan mengatur praktik pemberian potongan harga atau diskon yang ditawarkan pedagang atau perusahaan *e-commerce* agar tidak menyalahi asas-asas perdagangan yang adil.

Banyak *e-commerce* asing yang menjual produk impor secara tidak sehat dan membunuh UMKM lokal.

"Masalah harga tentunya adalah kesepakatan penjual dan pembeli. Tetapi, untuk urusan diskon akan kita regulasi, jangan sampai bermuatan dumping atau subsidi yang justru malah bisa mengganggu pasar," ujar Nina Mora, Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kemdag.

Jadi, tidak bisa dengan alasan diskon, penjual atau platform *e-commerce* sembarangan merilis harga produk yang terindikasi *predatory pricing*. Tapi, selama tidak untuk merusak kompetisi yang sehat, maka praktik diskon tersebut sah-sah saja dilakukan dalam perdagangan.

Kenyataannya selama ini, banyak penjual via *e-commerce* menerapkan strategi mem bakar uang untuk memenangkan persaingan di tengah ketatnya kompetisi. Mereka mem bakar uang dengan memberikan diskon, *cashback*, atau gratis ongkos kirim untuk menarik pelanggan dan menguasai pasar. Model bisnis ini kemudian diterapkan oleh *e-commerce* lain yang sebenarnya tidak ingin menjalankan cara tersebut.

Upaya saling membunuh yang jamak ditemukan di platform digital itulah yang ingin dibabat habis regulasi anyar ini. Untuk memastikan seluruh pelaku perdagangan digital yang beroperasi di Indonesia menaati regulasi tersebut, pengawasannya akan melibatkan banyak lembaga dan kementerian. Salah satunya Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

"Sejauh ini regulasinya sedang dipersiapkan dan diharapkan bisa selesai secepat-

nya," jelas Nina.

Regulasi ini nantinya melengkapi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Beleid yang berlaku sejak November 2020 tersebut lebih banyak mengatur soal perizinan, pembinaan, serta pengawasan PMSE.

Masuk *e-commerce*

Bukan saja membenahi dari sisi perdagangan, persoalan lain yang menjadi keprihatinan pemerintah ialah masih sedikitnya UMKM yang memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai sarana memasarkan produknya. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemkop UKM) menyebutkan, saat ini baru sekitar 6%-7% barang-barang yang di jual di *marketplace* berasal dari UMKM dan produsen lokal. Sisanya masih didominasi barang-barang impor.

Kondisi ini jelas sangat disayangkan, mengingat belanja lewat *e-commerce* kini tengah naik daun dan menjadi pilihan banyak orang. Terutama saat pemerintah menganjurkan untuk tak banyak keluar rumah demi meminimalisir penularan virus Covid-19.

Dengan adanya pembatasan kegiatan selama pandemi korona itu, belanja lewat *e-commerce* menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Terbukti selama pandemi, pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia sangat tajam, yakni mencapai 91%. Ini juga paralel dengan meningkatnya pengguna internet di dalam negeri, dari 64% menjadi 73,7%, pada pertengahan Desember 2020.

Sayangnya, "Jumlah yang masuk platform digital masih kecil banget," ujar Santoso, Sekretaris Deputy Bidang Usaha Kecil dan Menengah Kemkop dan UKM.

Tidak ingin asing terus-terusan menikmati pertumbuhan *e-commerce* tersebut, Kemkop UKM pun bertekad mendorong UMKM masuk ke dalam ekosistem digital. Salah satu upaya yang dilakukan adalah meningkatkan literasi digital pelaku usaha UMKM.

Caranya, antara lain, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM bisa melek digital, seperti mengoperasikan perangkat, aplikasi, platform digital, dan lain-lain. "Kami akan terus mendorong agar *mindset* mereka berubah," ujarnya.

Selain itu, Kemkop UKM juga gencar menggandeng beberapa *market place* untuk bisa meningkatkan penetrasi jumlah pelaku UMKM lokal yang berjualan di platform mereka. Upaya yang sudah dilakukan sejak tahun lalu itu diklaim sudah membuahkan hasil.

Saat ini, tercatat sudah ada sekitar 10,2 juta atau 16% pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital. Angka segini merupakan prestasi, mengingat pada awal 2020 baru 13% pelaku UMKM lokal masuk ranah digital. Hanya, kendati bertambah, jumlahnya jelas masih sangat mini.

Meskipun jumlah UMKM



KONTAN/Baihaki

yang memanfaatkan teknologi digital ini masih minim, toh beberapa *marketplace* yang merajai pasar digital di Indonesia berani mengklaim bahwa hampir 100% produk yang di jual di platformnya merupakan produk lokal. Sebut saja, Shopee yang menjadi *marketplace* favorit bagi Mr Hu berjualan, pun berani mengklaim: komposisi produk lokal di platformnya mencapai 97% dari total produk.

Selain menasar pasar domestik, perusahaan *market place* asal Singapura ini juga mengaku terus membuka peluang bagi produk-produk UMKM untuk menembus pasar ekspor. Salah satu program yang disiapkan adalah Shopee Kreasi Nusantara dari Lokal untuk Global.

"Tahun ini ada program ekspor ke Vietnam dan Thailand yang diikuti oleh 500.000 eksportir baru," ujar Handhika Jahja, *Executive Director* Shopee Indonesia.

Sementara, mengenai pro-

duk impor, ia memastikan tidak lebih murah dibandingkan dengan produk UMKM lokal. Maka itu, ia tidak memperlakukan bila pemerintah mengatur diskon harga di *e-commerce*.

Tak mau kalah, Lazada juga mengklaim jumlah UMKM lokal yang berjualan di platform mereka mencapai 99% dibandingkan dengan jumlah *seller* asing. *E-commerce* ini juga mengaku turut menjadi inisiatif gerakan Bangga Buatan Indonesia sejak diluncurkan tahun lalu, dan secara aktif memberikan pelatihan rutin kepada UMKM Indonesia melalui Lazada University dan komunitas Lazada Club.

"Siapa tahun jumlah *seller* lokal yang berjualan di Lazada juga mengalami peningkatan pesat," ujar Ferry Kusnowo, *Chief Customer Officer* Lazada Indonesia.

Namun, klaim *e-commerce* asing itu diragukan banyak kalangan. Sebab, menjamurnya *e-commerce* dan *marketplace*

asing di Indonesia berbanding lurus dengan membanjirnya produk impor. "Hal ini wajar karena hampir semua kepemilikan platform digital itu asing yang juga memiliki kepentingan untuk bisa berjualan di Indonesia," ujar Dianta Sebayang, Koordinator Pusat Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Tapi, tidak bisa bersaingnya produk UMKM lokal di *e-commerce* bukan semata-mata disebabkan *predatory pricing* atau dumping yang dilakukan produk asing. Tapi juga terkait masalah literasi digital sampai dengan akses permodalan.

Karena itu, tidak cukup membatasi banjir produk asing via *e-commerce* dengan mengatur instrumen pajak hingga diskon saja. Yang lebih penting ialah membenahi sisi hulu, yaitu dengan memberikan pendampingan UMKM *go digital*, memberikan akses permodalan yang lebih murah, hingga pendampingan mengenai standarisasi produk. ◆



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

Nasional

Ruang Sengketa Buka Celah Suap

Dugaan penyuaipan kembali muncul dari Kantor Pajak. Kasus yang terulang dari kasus Gayus, jadi bukti ada celah dalam pengawasan ketat di Kantor Pajak.



Sebenarnya, pengawasan bagi para petugas pajak ini sudah sangat ketat.

KONTAN/Fransiskus Simbolon

Yuwono Triatmodjo

Kasus suap kembali mendera aparat Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dikabarkan telah menetapkan dua tersangka dalam kasus tersebut. Keduanya merupakan pejabat eselon I dan II DJP Kementerian Keuangan.

Kasus suap pajak ini, seperti diungkapkan Kementerian Keuangan dalam siaran persnya, merupakan tindak lanjut pengaduan masyarakat pada awal tahun 2020. Terhadap laporan masyarakat itu, Kementerian Keuangan dan KPK lantas melakukan tindakan.

Hingga kini, KPK dan Kementerian Keuangan memang belum terang menyebutkan pihak-pihak yang terlibat dalam kasus tersebut. Sempat beredar sebuah surat dari KPK kepada Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati perihal pemberitahuan dimulainya penyidikan.

Dalam surat tersebut tertera nama dua pejabat DJP sebagai tersangka, beserta nama tiga

entitas wajib pajak dan nama-nama konsultan pajak yang bersangkutan.

Keberanian surat tersebut, telah KONTAN coba konfirmasi kepada Ali Fikri selaku Plt Juru Bicara KPK. Namun hingga berita ini diturunkan, Ali tidak memberikan jawaban atas pertanyaan KONTAN.

Entah karena kebetulan, seorang pejabat DJP disebut dalam surat KPK itu, mendadak hilang dari laman daftar pejabat DJP. Hal ini bersamaan saat Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menggelar konferensi pers menjawab kasus dugaan suap pajak, Rabu (3/3). Sang pejabat yang dimaksud adalah Angin Priyatno Aji, Direktur Ekstensifikasi DJP.

Sri Mulyani kala itu menyatakan, pihaknya mengapresiasi menghargai dan mendukung sepenuhnya langkah KPK beserta Unit Kepatuhan Internal (UKI) Kementerian Keuangan yang telah bekerjasama mengungkap kasus tersebut.

"Kami di Kementerian Keuangan menghormati proses hukum yang sedang dilakukan

oleh KPK untuk dapat menuntaskan dugaan suap yang dilakukan oleh pegawai DJP dengan tetap memegang azas praduga tidak bersalah," tutur Sri Mulyani, Rabu (3/3).

Beda interpretasi antara aparat pajak, membuat celah untuk negosiasi.

Menteri Keuangan menambahkan, dugaan suap yang melibatkan pegawai DJP itu merupakan pengkhianatan dan telah melukai perasaan seluruh pegawai, baik di DJP maupun jajaran Kementerian Keuangan di seluruh Indonesia.

Adapun pihak KPK, seperti

diberitakan KONTAN, terus melakukan penyidikan dugaan suap tersebut.

Wakil Ketua KPK Nawawi Pomolango mengatakan, pihaknya sangat hati-hati menangani perkara ini. "Sebab sama-sama kita ketahui bahwa pembiayaan seperti perpajakan dan perbankan ini adalah bidang-bidang yang memiliki peraturan ketentuan khusus yang kita kenal dengan *administrative penal law*," kata Nawawi saat rapat kerja dengan Komisi III DPR, Rabu (10/3).

Nawawi mengatakan, lembaga antirasuah akan menangani hal yang terkait dengan dugaan suap dan atau tindak pidana korupsi. Sedangkan penyidik di Kementerian Keuangan, akan menangani pelanggaran dalam kasus tersebut, terkait tindak pidana perpajakan.

"Kita bermain di ranah tipikornya, ada kewenangan teman-teman penyidik di Dirjen Pajak untuk menangani perkara tindak pidana perpajakan sebagaimana yang diatur dalam UU perpajakan itu sendiri," jelas Nawawi.

Ruang sengketa

Kasus yang terjadi kali ini, merupakan kasus yang disinyalir melibatkan oknum pejabat dengan jabatan yang lebih tinggi. Sebelumnya, kita ingat kasus yang mendera pegawai Direktorat Pajak Kementerian Keuangan, Gayus Halomoan Parthanan Tambunan pada tahun 2010 silam. Menteri Keuangan Agus Martowardojo saat itu, mencopot lima pejabat Kementerian Keuangan terkait kasus pajak Gayus.

"Ada lima pejabat yang dicopot, eselonnya ada di eselon III," ujar Agus, seperti diberitakan KONTAN, 24 Januari 2011 silam.

Menanggapi kasus suap yang kembali mendera aparat Dirjen Pajak, Darussalam pengamat perpajakan yang juga *Managing Partner* Danny Darussalam Tax Center (DDTC) menyoroti dua hal. Hal pertama yakni penyalahgunaan kekuasaan dalam bidang pajak, berawal dari sengketa antara wajib pajak dan petugas pajak.

"Sengketa ini berupa sengketa

keta terkait fakta dan interpretasi. Oleh karena itu, penting bagaimana meminimalkan sengketa tersebut melalui keterbukaan informasi, transparansi dan melibatkan partisipasi masyarakat atau wajib pajak," kata Darussalam menanggapi pertanyaan KONTAN. Menurut dia, sejatinya DJP telah berupaya melakukan hal-hal guna meminimalisir sengketa.

Terkait meminimalkan sengketa fakta, lanjut Darussalam, DJP telah melakukan dan terus melakukan pengumpulan data dan informasi terkait data-data keuangan, transaksi bisnis, dan perpajakan dari berbagai pihak.

Hal ini sudah dilakukan DJP misalnya, melalui UU Pengampunan Pajak, UU Keterbukaan Informasi Keuangan untuk Tujuan Pajak, dan MoU dengan berbagai lembaga atau institusi untuk mengumpulkan informasi yang relevan.

Adapun terkait dengan sengketa interpretasi, lanjut Darussalam, DJP telah berupaya dalam setiap ketentuan pajak yang akan dibuat, lebih transparan dan meminta partisipasi masyarakat untuk memberikan masukan dan komentar. Lewat langkah tersebut, diharapkan tidak ada lagi ruang untuk berbuat penyalahgunaan, baik bagi petugas pajak maupun wajib pajak yang terkait.

Hal kedua menurut Darussalam, DJP sebenarnya sudah



KONTAN/Fransiskus Simbolon

cukup berlapis melakukan pengawasan. Dia mencontohkan pengawasan di internal DJP, yang digawangi Direktorat Kepatuhan Internal dan Transformasi Sumber Daya Aparatur (Kitsda).

Pengawasan cukup

Selain itu, ada saluran pengaduan masyarakat melalui program *whistleblowing*. Kementerian Keuangan juga menjalankan pengawasan melalui Komite Pengawasan Pajak (Komwas Pajak) dan Inspek-

torat Jenderal.

Di luar itu semua, masih ada pengawasan dari BPKP dan BPK. "Jadi, menurut saya, sudah lebih dari cukup pengawasan terhadap DJP," imbuh Darussalam.

Ditambah lagi, DJP sudah dan sedang melakukan reformasi atas lima pilar, yaitu sumber daya manusia (SDM), organisasi, proses bisnis, data dan informasi, serta revisi peraturan pajak. Reformasi itu dilakukan guna mewujudkan DJP yang bersih, transparan, mempermudah layanan administrasi, perumusan aturan yg

berkeadilan dan berkepastian hukum yang melibatkan partisipasi masyarakat.

"Tujuan utama reformasi adalah menjadikan institusi DJP menjadi institusi yang dipercaya, profesional, dan berintegritas," ujar Darussalam.

Senada, Prianto Budi Saptano, pengamat pajak dari Pratama Indomitra Konsultan menyatakan persoalan suap biasanya dimulai dari interpretasi yang berbeda antara wajib pajak dan aparat pajak.

"Area abu-abu ini yang kemudian menimbulkan celah bernegosiasi," ujar Prianto.

Makanya, Prianto membagikan tips agar masyarakat tidak terjerumus dalam kasus pajak serupa.

"Pikirkan dulu masalah perpajakannya, sebelum Anda melakukan deal bisnis," pesan Prianto.

Kata Prianto, kadang para pebisnis menganggap enteng perihal perpajakan. Hasil, mereka lebih dulu mengejar transaksi bisnis dan mengurus pajak belakangan. Dari pola perubahan perilaku sederhana seperti ini, Prianto berharap aksi suap menyuar dalam perpajakan, semakin minimal. ◆

Mengikuti Proses Hukum

Surat Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) kepada Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati perihal pemberitahuan dimulainya penyidikan, memang belum terkonfirmasi. KONTAN mencoba mengklarifikasi nama-nama yang tersebut di dalam surat tersebut. Dua dari tiga entitas wajib pajak yang disebut dalam surat tersebut merespon konfirmasi KONTAN. Mereka adalah PT Bank Pan Indonesia Tbk (Bank Panin) dan PT Gunung Madu Plantations (GMP).n

Direktur Utama PT Bank Pan Indonesia Tbk, Herwidayatmo menyatakan, Bank Panin menghormati proses hukum yang sedang dijalankan KPK. Mereka juga akan bersikap kooperatif. "Kami tidak bermaksud mendahului proses hukum yang sedang berjalan di KPK," tulis Herwidayatmo kepada KONTAN, Sabtu (6/3).

Selanjutnya Herwidayatmo menyatakan, jika benar kasus tersebut terkait dengan pajak Bank Panin, maka mereka menegaskan akan tunduk dan patuh selama temuan pajak tersebut sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku.

Dia menambahkan, selama proses pemeriksaan pajak tahun 2016, pihaknya mengikuti seluruh mekanisme dan prosedur yang benar. "Kami selama ini adalah wajib pajak yang taat dan mengikuti seluruh aturan perpajakan," ujar Herwidayatmo.

Selama proses pemeriksaan dan upaya hukum perpajakan tahun 2016, Bank Panin juga didampingi oleh lembaga yang berkompeten dan kredibel. "Bahwa tidak benar jika ada pihak-pihak yang mengaku menerima hadiah atau janji dari kami, terkait urusan pajak tahun 2016. Kami sebagai perusahaan terbuka, memiliki tanggung jawab kepada seluruh Stakeholder untuk menjalankan perusahaan sesuai prinsip good corporate governance (GCG) yang baik," kata mantan Ketua Bapepam-LK tersebut.

Adapun pihak GMP lewat pernyataan tertulis kepada KONTAN menyampaikan bahwa terkait pemeriksaan perpajakan tahun pajak 2016, perusahaan ini menggunakan jasa kantor konsultan pajak profesional. "Konsultan pajak kami memberikan jasa konsultasi pajak profesional untuk segala urusan perpajakan

terkait PT Gunung Madu Plantations," kata pejabat *General Affairs Division* kepada KONTAN melalui pernyataan tertulis. Hingga saat ini, GMP menyatakan selalu berkomitmen untuk menjalankan prinsip GCG serta mengikuti kaidah usaha yang sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia.

Dua nama konsultan pajak yang dipakai GMP yang disebut dalam surat KPK, berasal dari Foresight Consulting. "Sehubungan dengan kasus hukum tersebut, dapat kami informasikan bahwa kedua orang yang bersangkutan telah mengundurkan diri dari perusahaan agar secara independen dapat lebih fokus dalam menjalani proses hukum yang sedang berlangsung," ujar Ressa Uli Communication and Relation Foresight Consulting dalam jawaban tertulisnya kepada KONTAN.

Foresight Consulting, lanjut Ressa, sangat menghormati proses hukum yang sedang berjalan dan akan mendukung sepenuhnya upaya penegakan hukum dengan mengedepankan asas praduga tak bersalah. Ressa menambahkan, pihaknya menjunjung tinggi

kode etik Konsultan Pajak Indonesia, dan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia.

GMP merupakan pelopor usaha perkebunan dan pabrik gula di luar Jawa, khususnya Lampung. Perusahaan ini didirikan tahun 1975 dan kini mengoperasikan areal garapan seluas 36.000 hektare (ha) dengan luar produksi sekitar 25.000 ha.

Merujuk data Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum (Ditjen AHU) Kementerian Hukum dan HAM, pemegang saham terbesar GMP saat ini adalah Kuok Investment Pte Ltd dengan kepemilikan saham 45%. Sedangkan atas sisa saham GMP dimiliki oleh Wealthy Assets Pte Ltd dan PT Redjo Sari Bumi dengan porsi sama besar, masing-masing 27,5%.

Adapun Redjo Sari Bumi dimiliki oleh anak-anak mantan presiden Soeharto. Mereka adalah Bambang Trihatmodjo (16,25%), Hutomo Mandala Putra (15%), Sigit Harjudanto (18,75%), Siti Hardiyanti Hastuti Rukmana (18,75%), Siti Hediaty Hariyadi (16,25%), dan Siti Hutami Endang Adiningsih (15%). ◆

Tabloid Kontan

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

RR Putri Werdiningsih, Francisca Bertha Vistika Putri, Wuwun Nafsiah, Pratama Guitarra, Jane Aprilyani, Dina Mirayanti Hutahuruk, Laurensius Marshall S.S. Andy Dwijayanto, Danielisa Putriadi, Agung Hidayat, Maizal Waljajri, Abdul Basih Bardan, Lidya Yuniarta P., Anggar Septiadi, Ferrika Sari, Dimas Andi Shadewa, Intan Nirmala Sari, Sugeng Adji Soenarso, Ika Puspitasari, Ridwan Nanda Mulyana, Lidya Yuniarta, Yusuf Imam Santoso, Venny Suryanto, Benedick Alvin P., Nur Qolbi. **Sekretariat Redaksi:** Sarjana **Manager Produksi & Pengarah Rancang Grafis:** Indra Surya **Rancang Grafis:** Candra Kusmana, Hendrik ST Oloan Tambunan, Steve G.A., Lim Ping Haw, Norbert Pramudyo, Lily Sugianti, Ary Agus Sugianto, Afrindo Mukti, Ridwan Prima Gozal **Redaktur Foto:** Hendra Suhara **Fotografer:** Carolus Agus Waluyo, Wicaksono Daniel Prabowo, Cheppy A. Muchlis, Muradi, Baihaki, Fransiskus Parulian **Videoografer:** Melly Anne Firdianti, David Kurniawan **Penyelaras Warna:** Pandji Indra, Alri Kemas N. **Riset dan Dokumentasi Foto:** Dedi Sukanto, Nasrudi Kaisaku **Perpustakaan dan Pemeliharaan Data:** Dedi Riswani, Priyanto, Nugroho, **GM Bisnis:** R. Cipta Wahyana **Iklan:** Aris Akhmad, Risang Wahyu P., Indah Sulistyori M., FX Tutur Wibowo, Adhika Kirana, Christoporos 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:** Aguslinus B. 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/Advertisor:** 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.

Dialog

Sofyan Djalil, Menteri ATR/BPN

Persempit Ruang Gerak Mafia Tanah

Pemerintah lewat Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (Kementerian ATR/BPN) telah menerbitkan aturan pelaksanaan sertifikat tanah elektronik atau sertifikat elektronik (sertifikat el). Aturan ini tertuang dalam Peraturan Menteri Nomor 1 Tahun 2021 tentang Sertifikat Elektronik yang ditandatangani Menteri ATR/Kepala BPN Sofyan Djalil dan mulai berlaku di 2021.

Di dalam beleid itu disebutkan penerbitan sertifikat tanah elektronik dilakukan melalui pendaftaran tanah pertama kali untuk tanah yang belum terdaftar, atau penggantian sertifikat tanah yang sudah terdaftar sebelumnya dari analog menjadi bentuk digital.

Program sertifikat tanah elektronik ini diharapkan mampu mengikis praktik mafia tanah sekaligus memberikan kepastian kepada investor untuk menanamkan modalnya dalam membangun infrastruktur di Tanah Air.

Lalu bagaimana kesiapan Kementerian ATR/BPN dalam merealisasikan program ini? Apa saja hambatan dan tantangannya? Untuk mengetahui lebih jauh, Menteri ATR/BPN, Sofyan Djalil memaparkannya kepada wartawan Tabloid KONTAN, Ragil Nugroho, Rabu (10/3).

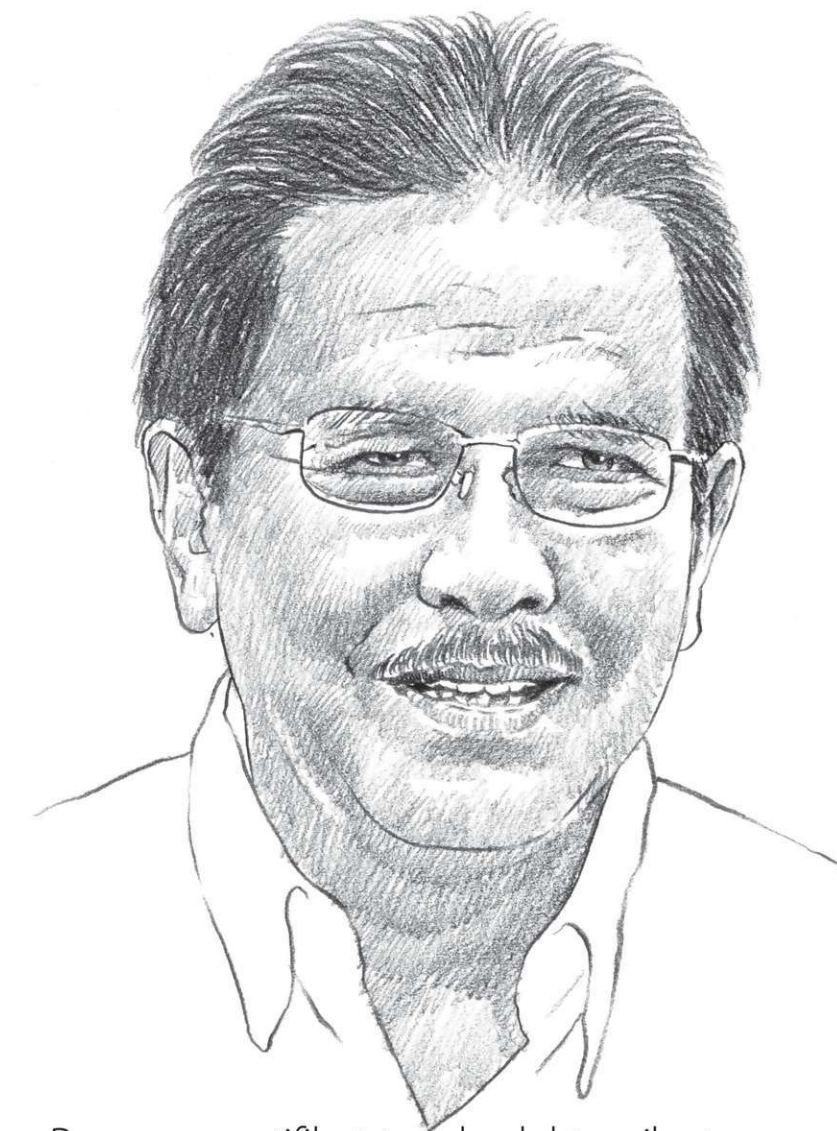
Berikut nukilannya.

KONTAN: Apa pentingnya sertifikasi tanah elektronik ini?

SOFYAN: Digitalisasi adalah keniscayaan, semua akan mengalami itu cepat atau pun lambat. Bahkan, banyak negara di dunia seperti Filipina, Jepang dan negara-negara di Eropa Timur yang sudah menerapkan sistem elektronik untuk sertifikat tanah. Tak hanya perihal teknis, instansi kami juga mempersiapkan dari sisi keamanan yang tinggi dengan diawasi oleh Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

Apabila sertifikat tanah elektronik ini sudah berjalan sepenuhnya maka mafia tanah akan susah bergerak. Selama ini mafia tanah bisa leluasa beroperasi karena tidak ada kepastian hukum yang jelas di tanah itu.

Kami juga tengah mempersiapkan detail teknis dan keamanan berlapis agar sertifikat tanah elektronik dapat segera diimplementasikan kepada masyarakat. Persiapan teknis itu berupa data dokumen elektronik, validasi data pertanahan, hingga dasar hukum yang



Program sertifikat tanah elektronik atau sertifikat-el mulai diterapkan pemerintah. Jadi, setiap orang yang akan melakukan transaksi properti untuk kali pertama, bakal mendapatkan sertifikat elektronik, bukan lagi sertifikat fisik atau analog. Kapan target sertifikat elektronik ini bisa terealisasi di seluruh wilayah Indonesia?

mengatur kepemilikan hingga alur pembuktian dan penyelesaian sengketa.

Kementerian ATR/BPN juga menerapkan ISO:27001 2013, yaitu untuk sistem manajemen keamanan informasi yang memastikan segala proses yang dilakukan sesuai analisa risiko dan mitigasi berdasarkan *in-*

ternational best practice.

Sertifikat tanah elektronik juga menggunakan dua langkah verifikasi, yakni otentifikasi dan tanda tangan elektronik yang menggunakan certificate authority oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSRE). Selanjutnya adalah data digital ATR/BPN digunakan dalam model

terenkripsi dan dicadangkan secara teratur di dalam data center.

Terlebih Presiden Joko Widodo ingin ada percepatan legalisasi aset tanah dengan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) se-Indonesia dan tengah berjalan proses sertifikat tanah elektronik. Jika

sertifikat tanah elektronik efektif berjalan, ada kode identitas yang menjelaskan detail pemilikan hak tanah.

Sertifikat pada hakikatnya adalah tanda bukti kepemilikan. Dalam konteks sertifikat elektronik ini, bisa disebut kepemilikan juga dan diakui. Hal ini sesuai dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 5 yang berbunyi bahwa Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik dan atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Dari sisi hukum, persoalan bukti kepemilikan ini tak ada soal.

Apabila tanah terdaftar secara online di sistem, akan lebih mudah ditemukan data tanahnya dibandingkan dengan data manual, terlebih dengan keamanan data yang berlapis. Ini bisa mengurangi kecenderungan sertifikat tanah ganda dan paling penting adalah menghindari mafia tanah.

KONTAN: Sempat beredar isu sertifikat tanah yang lama akan ditarik dulu oleh pemerintah. Bagaimana tanggapan Anda?

SOFYAN: Isu yang jelas ngawur. Sebab kami tegaskan, kementerian tidak mengambil sertifikat yang sudah dimiliki sampai dialihkan dalam bentuk elektronik. Peralihan sertifikat ini juga masih membutuhkan waktu.

Pergantian surat tanah analog ke elektronik dapat dilakukan secara sukarela. Jadi, saat masyarakat ingin mengganti sertifikat analog ke elektronik atau terjadi peralihan hak atau pemeliharaan data, baru sertifikat analognya ditarik oleh kepala kantor digantikan oleh sertifikat elektronik. Jadi, sertifikat lama tetap berlaku.

KONTAN: Lalu bagaimana cara mengubah sertifikat tanah asli lama yang masih berupa dokumen kertas menjadi sertifikat elektronik?

SOFYAN: Begini, masyarakat menyerahkan sertifikat lama ke Kantor Pertanahan setempat sesuai domisili. Dari validasi sertifikat fisik, Kantor Pertanahan nantinya akan mengeluarkan sertifikat elektronik dan hanya bisa diterima melalui email.

Artinya, masyarakat yang ingin mengajukan permohonan sertifikat tanah elektronik, syaratnya harus terlebih dahulu memiliki alamat email. Datanya sudah terintegrasi secara elektronik, fisiknya juga terintegra-

si secara elektronik.

Nanti cara kerjanya, masyarakat harus membuat email dan mengaktifkan email tersebut serta diinfokan kepada Kantor Pertanahan, apabila ingin membuat sertifikat elektronik. Jika sertifikat tanah elektronik sudah jadi, akan dikirim melalui email tersebut.

Setelah nanti sertifikatnya berbentuk digital, masyarakat pemilik tanah bisa mengaksesnya kapan saja dan di mana saja, termasuk mencetak atau print sertifikat tersebut dari database online.

KONTAN: Kapan target sertifikat elektronik ini bisa teralisasi seluruh wilayah Indonesia?

SOFYAN: Salah satu persiapan untuk itu adalah uji coba di tanah pemerintah dan gedung-gedung milik perusahaan besar. Kita uji coba dengan tanah yang masih terbatas di Jakarta ada lima kantor BPN, di Surabaya ada dua kantor dan kemudian mungkin kita pilih satu atau dua kantor lain yang sudah siap infrastrukturnya.

Lalu tahap selanjutnya juga masih terbatas pada tanah-tanah pemerintah daerah, seperti taman, jalan, dan sejumlah fasilitas umum lain.

Perlahan, kami akan memperluas adopsi sertifikat elektronik di kalangan masyarakat. Meski bisa memakan waktu cukup lama, kami berharap penerapan secara bertahap ini akan meningkatkan keinginan dan edukasi masyarakat untuk membuat sertifikat tanah elektronik.

Target kami mulai pertengahan tahun ini, paling cepat bisa mulai diberlakukan di wilayah-wilayah lain di Indonesia. Tentu untuk langsung penerapan di semua daerah butuh waktu dan agak sulit terealisasi

tahun ini. Fokus kami setahun ini adalah bagaimana melakukan secara bertahap.

KONTAN: Apa saja kendala yang ditemui di lapangan?

SOFYAN: Program ini kan satu sistem kesatuan dengan pemantauan dan evaluasi hak atas tanah. Nah, salah satu kendalanya adalah informasi hak atas tanah di aplikasi komputerisasi kegiatan pertanahan tidak lengkap. Lalu ada beberapa dokumen di Kantor Pertanahan, Kantor Wilayah dan Kantor Pusat yang belum sinkron. Ini semua juga sambil kami benahi.

KONTAN: Apa lagi yang dilakukan kementerian Anda untuk memaksimalkan pemberantasan mafia tanah?

SOFYAN: Kami tengah menggandeng beberapa lembaga terkait seperti Kepolisian hingga Kejaksaan untuk sama-sama bersinergi memberantas masalah tanah khususnya mafia tanah. Lalu kami melakukan audit untuk pejabat pembuat akta tanah (PPAT) dan semua pegawai di seluruh lingkungan Kementerian ATR. Dan, apabila terbukti terlibat dengan mafia tanah ketika dilakukan pemeriksaan, maka ada sanksi yang diterima yakni bisa sampai pemecatan.

Selain itu, kami sedang menjalankan pendaftaran dan pendataan tanah di seluruh Indonesia. Langkah ini juga sebagai aspek preventif yang dilakukan Kementerian ATR untuk mencegah mafia tanah. Ditambah lagi akan ada peningkatan mekanisme pelayanan di kantor BPN mulai dari layanan profesional anti calo dan anti orang dalam.

Pokoknya semua upaya kami usahakan agar praktik mafia tanah ini bisa ditumpas sampai ke akar-akarnya. ◆

Negosiator Konflik Aceh

Nama Sofyan Djilil jelas sudah sangat familiar di jajaran pejabat kementerian di Indonesia. Betapa tidak, sudah lima jabatan menteri ia pegang selama kurun waktu 2004 hingga saat ini. Mulai dari era Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) hingga Joko Widodo (Jokowi), pernah menggunakan jasa pria asli Aceh tersebut.

Namun, Sofyan mengaku, dari sekian banyak tugas negara, tugasnya sebagai tim negosiasi perdamaian antara Pemerintah Indonesia dengan Gerakan Aceh Merdeka (GAM) lah yang paling menantang.

Selain motif emosional karena ia sendiri orang Aceh, ia juga sangat ingin mengakhiri konflik yang sudah berlangsung puluhan tahun tersebut. "Ketika perdamaian akhirnya terwujud, maka lega sudah ketegangan selama ini," ujarnya.

Kesepakatan damai tercapai 15 Agustus 2005, ia dan Jusuf Kalla menjadi tokoh yang dominan dalam mewujudkan gencatan senjata hingga saat ini. ◆

Riwayat pendidikan:

- Sarjana Hukum Universitas Indonesia
- Master Hukum Universitas Indonesia
- Doktor International Financial and Capital Market Law and Policy, Universitas Tufts, Amerika Serikat (AS)

Riwayat pekerjaan:

- Komisaris PLN (1999-2002)
- Menteri Komunikasi dan Informatika (2004-2007)
- Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (2007-2009)
- Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (2014-2015)
- Menteri Perencanaan Pembangunan (2015-2016)
- Menteri ATR/BPN (2019- sekarang)
- Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (2007-2009)
- Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (2007-2009)



Agribisnis Miras Sebagai Komoditas Politik

Tunisia, yang berpenduduk 98% Muslim, adalah konsumen minuman keras (miras, minuman beralkohol), terbesar dunia. Konsumsi miras Tunisia, menurut World Population Review, mencapai 36,6 liter per kapita per tahun.

Afganistan, yang terkenal dengan kelompok Talibannya, berada di peringkat 4 dengan konsumsi miras 33,5 liter per kapita per tahun. Konsumsi miras Indonesia masih sangat kecil. Kita berada di peringkat 180, dengan konsumsi 3,4 liter; di bawah Arab Saudi (peringkat 176) dengan konsumsi 3,8 liter per kapita per tahun.

Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa ternyata juga bukan peminum alkohol peringkat atas. AS di peringkat 126, dengan konsumsi 13,7 liter. Inggris peringkat 93, konsumsi 15,6 liter; Perancis peringkat 74, 16,7 liter; Jerman 73, 16,9 liter; dan Italia 145, 12 liter.

Miras merupakan minuman dengan kandungan etanol (ethyl alcohol) antara 5% -55%. Etanol berasal dari pati dan gula tumbuh-tumbuhan yang difermentasi. Etanol sebagai minuman, dibedakan dari metanol (methyl alcohol) untuk bahan bakar dan sanitasi.

Minuman oplosan yang sering melenan korban jiwa di Indonesia, bukan etanol melainkan metanol yang dicampur (dioplos) dengan minuman lain, biasanya minuman ringan. Miras hasil fermentasi pati atau gula oleh yeast (kapang *Saccharomyces cerevisiae*), hanya mengandung alkohol antara 5% (bir), sampai 19% (wine, sake, tuak, brem bali). Sebab yeast tak bisa hidup dalam alkohol di atas 20%.

Dalam praktek, proses fermentasi hanya akan menghasilkan alkohol paling tinggi 16%.

Wine dengan kadar alkohol antara 17% - 19% harus diberi brandy (*fortified wine*); atau ditambah gula dan ragi dalam botol (*sparkling wine*). Miras beralkohol 20%-55%, merupakan hasil destilasi tradisional satu kali (30%) atau dua kali (40%-55%).

Secara umum, miras hasil destilasi disebut spirit. Misalnya whisky, gin, vodka, tequila, cium, moke dan sopi. Dalam industri miras modern, destilasi wine cukup satu kali menggunakan mesin, dengan hasil alkohol 99,9%, yang biasa disebut absolute. Agar menjadi brandy, absolute kembali dicampur air.

Bir yang terbuat dari fermentasi air malt dengan bunga hops menggunakan yeast, sudah dibuat manusia tahun 11.000 SM, hingga tercatat sebagai minuman tertua di dunia. Malt, kecambah biji barley, berkadar gula tinggi, karena pati dalam biji diubah menjadi gula oleh enzim selama proses perkecambahan. Bunga hops ditambahkan untuk mencegah bakteri *Acetobacter aceti* tumbuh. *Acetobacter* mengakibatkan gula malt menjadi asam cuka, hingga bir berasa masam.

Industri miras Indonesia

Susu sapi dan kambing sebagai minuman, baru dikenal manusia tahun 9.000 SM; wine 7.000 SM, madu 6.000 SM, teh tahun 300 M dan kopi minuman paling muda, baru dikenal manusia tahun 1.300 M.

Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 10 Ta-



F. Rahardi,
Pengamat Agribisnis

hun 2021, yang ditetapkan tanggal 2 Februari 2021 dan berlaku sejak 4 Februari 2021; bukan Perpres Tentang Legalisasi Miras; melainkan tentang Bidang Usaha Penanaman Modal. Ada ratusan bidang usaha yang terdapat dalam lampiran. Salah satunya, tentang Investasi Industri Miras di Bali, NTT, Sulawesi Utara dan Papua.

Lampiran ini viral di medsos, dan disebut sebagai "Perpres Legalisasi Miras". Karena menjadi kontroversial, tanggal 2 Maret 2021, bagian tentang Investasi Industri Miras dalam lampiran Perpres ini dicabut oleh Presiden Joko Widodo.

Mereka yang percaya bahwa Perpres Nomor 10 Tahun 2021 berisi peraturan tentang legalisasi miras; tidak tahu bahwa dari dulu, minuman beralkohol legal di Indonesia. Tidak ada UU, PP, Perpres, Permen, atau Perda yang menyatakan bahwa miras terlarang di Indonesia. Yang ada hanyalah peraturan untuk memproduksi dan memasarkan miras. Di semua hotel berbintang tiga ke atas di Indonesia, selalu ada miras. Sejak Indonesia merdeka, sudah ada dua pabrik bir warisan Belanda: PT Multi Bintang Indonesia di Surabaya yang memproduksi Bir Bintang; dan PT Delta Jakarta Tbk, yang memproduksi Anker Bir.

Tahun 1975, berdiri PT Bali Hai Brewery di Jakarta, dengan produk Bali Hai Premium, Draft Beer, El Diablo Original, dan Panther Black. Selain bir, Indonesia juga punya perusahaan wine berbahan baku anggur lokal, semua berdomisili di Bali. Yang terbesar Hatten Wine, berdiri tahun 1994, kedua Sababay, berdiri tahun 2009. Selain Hatten dan Sababay, masih ada pula Dima International Wines,



Foto/F.Rahardi

Cape Discovery dan CV Kayubatu. Produk Hatten dan Sababay tidak hanya dipasarkan di Bali, melainkan di seluruh Indonesia, bahkan juga diekspor.

Sejak 2018, Sababay memproduksi anggur misa (*sacramental wines*) untuk Gereja Katolik. Sebelumnya Gereja Katolik Indonesia mendatangkan anggur misa dari Sevenhill Cellars, Australia.

Selain bir dan wine, di Indonesia juga ada minuman fermentasi tradisional yang disebut tuak. Di NTT, tuak didestilasi menjadi moke dan sopi, di Sulawesi Utara hasil destilasi tuak disebut cap tikus. Di Jawa Tengah ada Ciu Bekonang dari bahan baku singkong dan di Bali ada Brem Bali dari beras. Brem bali mirip dengan sake Jepang. Sopi, moke, cium bekonang dan cap tikus, hasil destilasi yang disebut spirit. Belakangan spirit (brandy) merk Saba produksi Sababay sudah dipasarkan, bahkan sudah diekspor.

Penduduk negara-negara Islam dunia, menganggap alkohol hanya sebagai minuman; bukan komoditas politik. Islam memang melarang umatnya minum miras. Pelanggaran terhadap larangan itu, merupakan dosa, dan itu urusan si pelanggar dengan Allah. Alhasil, jawa minum alkohol dunia, bukan negara-negara Uni Eropa, melainkan Tunisia. Malaysia, negara dengan penduduk mayoritas Islam, punya Genting Highland. Di sana bukan hanya ada miras, tetapi juga judi dan prostitusi untuk para wisatawan asing, termasuk dari Indonesia. Penduduk Malaysia beragama Islam, dilarang masuk Genting Highland. ◆

Kedai

Sedap Wangi Gudeg Bu Yuli

Selama tujuh tahun berjualan, Yuli mempertahankan citarasa khas gudeg Jogja. Salah satunya, ia setia masak dengan kayu bakar.

Jane Aprilyani

Jika Anda plesiran ke Jogjakarta, kuliner yang pasti dicicipi adalah gudeg. Ya, menu makanan berbahan dasar nangka muda ini memiliki citarasa yang berbeda. Rasanya yang manis membuat banyak orang ketagihan untuk melahapnya. Belum lagi, ada beragam lauk yang bisa disantap dengan seporasi gudeg.

Nah, bila Anda ingin menikmati gudeg, tak perlu jauh-jauh ke Jogjakarta. Di Tangerang, tepatnya di Jalan Raya Pagedangan ada sebuah lapak yang menjajakan menu gudeg khas Jogjakarta. Namanya Gudeg Jogja Bu Yuli.

Tak sulit menemukan kedai ini. Lokasinya persis di pinggir jalan. Dari Qbig, BSD, hanya memakan waktu 10 menit untuk sampai di kedai ini.

Kedai Gudeg ini tidak besar, mungkin ukurannya hanya sekitar 3 meter (m) x 3 m. Hanya ada meja kayu dan kotak ber-

lapis plastik yang memajang baskom-baskom stainless steel penuh berisi gudeg dan aneka lauknya.

Bagi pembeli yang makan di sini, bisa memilih untuk bersantap pas di warung ataupun di luar kedai. Memang sih, di dalam warung hanya disediakan dua kursi panjang dengan meja kayu di masing-masing kursinya. Sementara, pembeli yang ingin makan di luar kedai tidak ada kursi yang tersedia, sehingga Anda bisa duduk di mobil atau motor, untuk menyantap gudeg.

Ketika KONTAN bertandang ke Gudeg Bu Yuli, pembelinya tak berhenti berdatangan. Tenggok saja, bermunculan dari pembeli yang naik sepeda, motor dan mobil. Satu per satu pembeli yang antri akan dilayani oleh Yuli, pemilik kedai ini.

Yuli yang duduk di balik meja, dengan sigap akan menuangkan secentong nasi dan sendok gudeg. Ia tetap men-



KONTAN/Jane Aprilyani

dengarkan pembeli yang menunjuk atau menyebutkan lauk pauk apa yang mereka mau. Untuk seporasi gudeg komplet dibanderol dengan harga Rp 20.000. Sementara untuk lauknya saja, per porsi dibanderol Rp 10.000.

Setelah pembeli selesai memilih lauk pauk, Yuli mengambil piring rotan anyaman yang dilapisi beberapa lembar daun pisang untuk menuangkan seporasi gudeg. Nah, bagi yang ingin membawa pulang, Yuli tidak menggunakan styrofoam sebagai pembungkus. Melainkan tempelang atau daun pisang yang sudah dilipat untuk membungkus gudeg.

Masak pakai kayu

Tak berapa lama, sepiring gudeg segera tersaji di meja Anda. Beralaskan daun pisang, gudeg berwarna kecoklatan itu sungguh tampak menggoda. Mene mani gudeg, ada krecek dan tempe, sepotong tahu dan sebutir telur pindang. Masih belum komplet, ada juga sepotong ayam bagian paha atau dada sesuai pilihan Anda. Semua itu disiram dengan areh blondo. Ya, blondo adalah kuah berwarna coklat yang terbuat dari ampas pengolahan minyak kelapa.

Yuli bilang memasak blondo tak sulit. Ketika santan dipanaskan. Setelah kira-kira air menguap maka minyak kelapa akan kering dan muncul bahan padat berwarna putih kecoklatan. Itulah kethak blondo. Rasanya gurih dan sedikit manis.

Tunggu apa lagi. Yuk, segera saja santap nasi gudeg tersebut. Begitu mencapai mulut, rasa manis dan lembut berpadu di lidah. Rasa gurih pun segera menjalar ketika krecek, tahu bacem, telur dan daging ayam yang empuk ikut berpadu. Ditambah dengan blondo yang menjadikan semuanya makin nikmat.

Gudeg racikan Yuli ini terasa cukup khas. Agak basah namun tidak benyek. Ternyata, proses masak gudeg dan lauk pauknya

cukup unik. "Masaknya pakai kayu," ujar Yuli.

Menurut Yuli, ia setia masak pakai kayu karena aroma wangi kayu akan merasuk dalam gudeg. Adapun lauk pauknya juga lebih empuk jika dimasak dengan kayu bakar.

Benar, ketika mencicipi gudeg dengan nasi saja, ada aroma khas yang tercium. Tekstur nangka yang sudah empuk juga cukup lembut ini pun membuat mulut ingin mencecap terus. Olah ayam negerinya pun benar-benar lunak dan bumbunya meresap.

Selain itu, kendati ada semburat rasa manis, gudeg racikan Yuli terbilang gurih dengan iringan sayur krecek tempe yang ditaburi cabai rawit berukuran sedang.

Anda tertarik jajan di kedai ini? Silakan datang dari Selasa sampai hari Minggu pukul 6 pagi sampai 10 pagi. Untuk hari Senin, Yuli bilang kedai tutup karena istirahat. Maklum, semua proses memasak dilakukan sendirian. ◆

Ingin Buka Cabang

Lahir di Wijilan, Yogyakarta, Bu Yuli jelas sudah sangat akrab dengan kuliner gudeg. Sehingga, tak heran bila sejak remaja hingga dewasa dirinya sudah paham bagaimana mengolah gudeg.

"Dulu di kampung suka buat gudeg. Tapi karena di sana sudah sangat banyak yang jual gudeg, jadi tidak terpikir jualan di sana," ujarnya.

Akhirnya, tepat tujuh tahun lalu, Bu Yuli membuka kedainya di daerah Pagedangan, Tangerang. Alasannya membuka kedai gudeg di daerah itu cukup simpel. Yaitu, karena sejak dulu tidak ada yang berjualan gudeg di sekitar Pagedangan.

Tak disangka, seiring dengan berjalannya waktu, gudeg buatannya laris manis. Bahkan, di tengah pandemi pun gudeg buatannya tak pernah tidak habis.

Dalam sehari, Bu Yuli bisa mengolah 20 kilogram ayam, 3 kilogram krecek dan tempe, 20 kilogram nangka muda untuk gudeg, dan 2 kilogram telur. Selain itu, dia juga melayani pesanan makan siang di luar kedai. "Pesanan itu tidak menentu. Tetapi, paling banyak saya pernah buat 600 kotak," ungkap Yuli.

Bu Yuli berharap bisa mempertahankan usahanya. Meskipun saat ini hanya dibantu dua saudara di kedai gudegnya, Yuli yakin bisa memenuhi permintaan pesanan pembeli.

Salah satu keinginan yang ingin dia capai adalah membuka cabang lain di Tangerang. "Beberapa waktu lalu saya terpikir untuk buka cabang, tetapi belum ada tenaga kerja yang kompeten. Jadi tunggu ada yang bantu di kedai dululah," tuturnya. ◆



Gudeg Jogja Bu Yuli
Jl. Raya Pagedangan no.15,
Pagedangan, Tangerang
Telp. 0813-1791-0429
Koordinat GPS:
-6.182633,106.633709