Pojok Otomotif Lazada Mendorong UMKM Naik Kelas

Pandemi menjadi tantangan besar bagi dunia usaha selama hampir dua tahun terakhir. Bagaimana tidak? Beragam aktivitas ekonomi terhambat. Kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang kerap diterapkan membuat masyarakat tak leluasa melakukan berbagai aktivitas luar ruang.

ISTIMEWA

E-Commerce menjadi salah satu platform penjualan yang bisa dimanfaatkan pelaku UMKM untuk mendorong penjualan di masa pandemi.

Selain menghadirkan suasana kurang menguntungkan, pandemi Covid-19 juga menghadirkan tren atau budaya baru di masyarakat Indonesia. Gaya hidup digital menjadi sebuah fenomena bagi masyarakat Indonesia. Lembaga riset Kantar Worldpanel menyebutkan, selama pandemi Covid-19 gaya hidup masyarakat mengalami perubahan, termasuk dalam berbelanja. Masyarakat lebih memilih belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Hal itu pulalah yang dilakukan oleh Popo Mustofa, 51. Pria yang bermukim di samping Masjid Nurul Iman, Jatayu, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, ini lebih memilih memenuhi beragam kebutuhannya dengan belanja secara daring melalui platform *e-commerce*. "Saat pandemi sekarang lebih enak belanja *online* dari rumah. Selain nyaman dan tak perlu interaksi juga banyak diskon," ujarnya kepada *KORAN SINDO* kemarin.

Selain kebutuhan pokok, untuk membeli kebutuhan lain juga dilakukan melalui belanja model ini. "Nah kemarin kebetulan *wiper* sudah keras, jadi perlu diganti. Belinya di Lazada Rp66.000," ungkapnya. Sebelum pandemi, Popo biasanya membeli aksesori maupun *sparepart* Mitsubishi Lancer Evolution 3 warna hitam lansiran 1994 bernomor polisi B 8019 HC miliknya di pasar *sparepart* Blok M dan Blok M Square. Kemarin Popo membelinya di Oto Master Variasi. "Sekarang pesan dari rumah saja karena di Lazada semuanya ada, oli hingga busi juga ada," paparnya.

Di platform *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam itu, Popo juga kerap membeli aksesori untuk motor matiknya, Yamah Mio. "Spion Mio tahun lama kan susah *tuh* carinya. Di Lazada ada yang jual," tuturnya. Popo pun mengaku proses pengiriman yang dilakukan *seller* cukup cepat.

Senada dengan Popo, Friadi Ahmad, 43, juga memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhannya. "Terutama saat ada harbolnas (hari belanja online nasional), diskonnya besar. Pernah beli helm di Lazada, diskonnya besar karena ada program bonus dadakan," tuturnya.

Pria yang bermukim di Kompleks DKI Joglo Blok J ini menilai kualitas barang yang dijual di Eka Helmet itu cukup baik dan memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI). "Kualitas produknya baik, awet. Kalau helm tentu harus SNI, meskipun dijualnya di *e-commerce*," paparnya.

Tak hanya helm, Friadi juga membeli *sparepart* seperti kampas rem maupun aki di platform penjualan daring. "Lebih mudah dibandingkan harus ke toko. Kalau stoknya tidak ada, harus cari ke tempat lain," tuturnya.

VP Commercial - Automotive Lazada Indonesia Canggih Satriatama menjelaskan, pihaknya menaruh perhatian serius terhadap ekosistem automotif di dalam negeri. Karenanya, Lazada Indonesia meluncurkan program Otomotif Anak Negeri di kanal Lazada Pojok Otomotif untuk mendukung perekonomian lokal, khususnya industri automotif. Dengan komitmen untuk membantu pertumbuhan industri automotif lokal, Pojok Otomotif yang merupakan kanal khusus kebutuhan produk maupun jasa servis automotif di Lazada ini memiliki ratusan *seller*. Tidak kurang dari 90% penjual di sini merupakan *seller* dalam kategori usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lokal. "Program Otomotif Anak Negeri ini ditujukan untuk meningkatkan gairah konsumen dalam mendukung *seller* UMKM lokal sekaligus memudahkan mereka memenuhi berbagai kebutuhan automotif," ujarnya dalam diskusi virtual dengan Forum Wartawan Otomotif (Forwot) Indonesia.

Canggih mengatakan, di Indonesia banyak UMKM yang mampu menghasilkan produk berkualitas, tetapi belum banyak orang yang tahu. Hal ini yang ingin mereka angkat. "Produknya benar-benar lokal, tapi berkualitas global. Harganya kompetitif, tapi barangnya berkualitas," jaminnya.

Untuk mendorong UMKM automotif naik kelas dan semakin ekspansif, Lazada Indonesia menggelarprogram *Rising Star*, yakni program pendampingan untuk para *seller* terpilih yang akan didampingi selama tiga bulan. Pendampingan dilakukan untuk kegiatan operasional, pemasaran, dan analisis bisnis. "Diharapkan nanti para *seller* yang ikut program bisa menjadi contoh bagi yang lain bagaimana berwirausaha yang baik," ungkapnya. Ada pula pelatihan untuk menjaga ketersediaan barang dan harga yang kompetitif. "Termasuk membuat *display* barang dan memudahkan konsumen untuk mencari barang."

Ide Lazada Indonesia menghadirkan Pojok Otomotif didasarkan pada kenyataan Indonesia merupakan salah satu produsen dan eksportir kendaraan bermotor dan *sparepart* terbesar di dunia. "Dengan demikian, industri lain akan ikut berkembang. Seperti industri *sparepart*, aksesori, dan perlengkapan berkendara. Kami melihatnya itu sebagai potensi penggerak perekonomian nasional dan regional. Kami juga melihat ada potensi untuk menggerakkan UMKM kita," papar Canggih.

Para *seller* hendaknya memahami hak kekayaan intelektual. Para *seller* juga harus terus meningkatkan kualitas produk yang diproduksi maupun dijualnya. "Termasuk untuk *fast moving sparepart*," tekan Canggih.

Sejak diperkenalkan, para *seller* UMKM lokal di Pojok Otomotif banyak memperoleh pelanggan baru. Pengunjung kanal Pojok Otomotif meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun lalu. Bahkan, ada peningkatan penjualan tiga kali lipat di periode September 2021 dibandingkan April 2021.

Peningkatan penjualan dirasakan oleh Nurrizki, pemilik toko Raja Spare Part asal Cirebon. Menurut dia, peningkatan penjualan terjadi sejak bulan keempat dari saat bergabung di Pojok Otomotif. "Belum lama di Lazada, belum satu tahun, tiga bulan sepi. Lalu ada program *Rising Star* dan saya dipandu, dilatih, sehingga ada perubahan. Sekarang penjualan sangat banyak, sampai kekurangan stok dan harus produksi sendiri," ungkapnya.

Bahkan Rizki, begitu dia disapa, harus menambah jumlah karyawan dari sebelumnya hanya tiga orang menjadi 15 orang. "Ada peningkatan order, terutama saat momen tertentu, jadi pusing urus stoknya. Akhirnya menambah karyawan," tuturnya.

Rizki mengatakan, sebagai pelaku UMKM dia mendapat dukungan penuh dari Lazada Indonesia. "Awalnya belum tahu caranya untuk menjual, diberikan pelatihan dan banyak hal. Yang penting serius mau belajar," katanya. Dengan peningkatan volume penjualan, dia pun berharap bisa membantu masyarakat sekitarnya untuk ikut berpartisipasi dalam usaha.

Senada dengan Rizki, pemilik Ghento King Shop, Aries, yang bergabung di Pojok Otomotif melihat potensi berjualan di *e-commerce* cukup besar. "Awalnya memang sepi order karena memang belum ada ilmunya. Setelah ikut pelatihan dan mendapat pendampingan, termasuk belajar strategi penjualan di Lazada, penjualan melonjak tajam," katanya.

Aries mengatakan, membeludaknya order membuatnya harus menambah stok produk. Jika sebelumnya hanya 100 stok per *item* produk, kini mencapai 1.000 per *item* produk. "Saya jual *sparepart* motor RX King. Setiap hari ada yang order. Penjualan naik juga karena ada dukungan *Free Shipping Campaign*. Itu yang luar biasa membantu, juga program Bonus Dadakan," tuturnya.

Lazada Indonesia merilis laporan Digital Confidence Index pada Agustus 2021, yang menemukan bahwa 70% dari pemilik toko *online* merasa percaya diri dan optimistis melihat perkembangan bisnis mereka. Lazada juga memperkenalkan program Lazada University, yakni fasilitas edukasi interaktif untuk para UMKM yang menjadi *seller* dan membuka toko virtual di Lazada.

Pakar marketing Yuswohady menilai, Pojok Otomotif Lazada bisa menjembatani para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya hingga mancanegara. "*Cross market* adalah kekuatan Lazada sehingga produk *sparepart* para UMKM berpeluang dijual ke Thailand, Malaysia, atau negara lain," paparnya kepada *KORAN SINDO*.

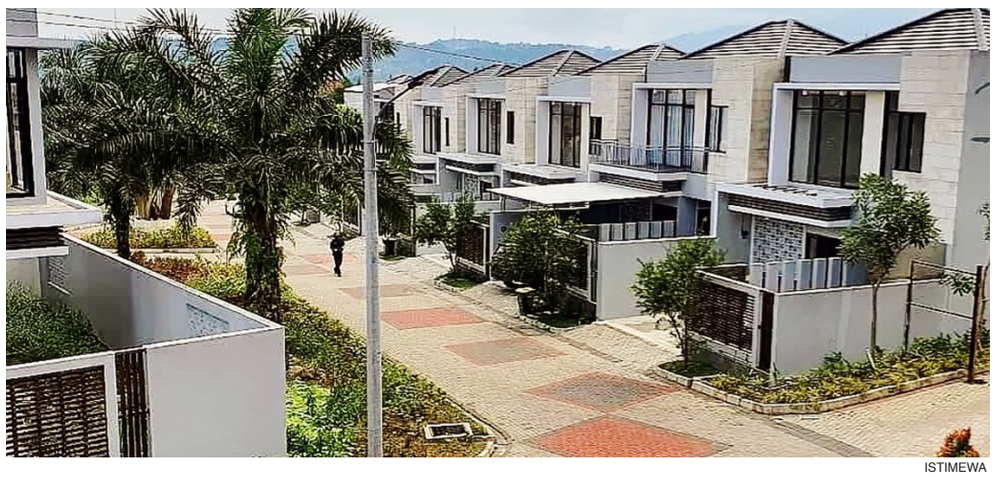
Namun, Managing Partner Inventure itu juga mengingatkan agar para UMKM memperkuat pemahaman *digital marketing*, *packing order*, ketersediaan barang dan *complain handling*. "Misalnya barang dikirim terlambat, ada komplain, itu harus bisa diatasi. Karenanya para UMKM juga harus belajar *customer relations*," ujarnya.

Ekonom yang juga Direktur Center of Economic and Law Studies (Celios) Bhima Yudhistira mengungkapkan, saat ini sudah 20% UMKM yang memanfaatkan *e-commerce*. Menurut dia, *e-commerce* akan mendukung UMKM untuk terus bertumbuh dan memberikan kontribusi terhadap pemulihan ekonomi nasional. "UMKM bisa menggunakan *e-commerce* untuk ekspor *cross border*," paparnya.

Dukungan para penyedia platform diyakini akan mempercepat akselerasi pertumbuhan UMKM nasional. "Salah satunya subsidi ongkos kirim, sehingga harga jual akhir di level konsumen bisa terjangkau," ucap Bhima.

Banyak manfaat yang akan diraih para UMKM dengan bergabung di platform *e-commerce*. Selain pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan digital, para pelaku UMKM juga berpeluang untuk mendapatkan fasilitas seperti pinjaman dana sehingga bisa membantu untuk membeli bahan baku produksi.

Selama masa pandemi, kata Bhima, terdapat 60 juta orang baru yang menjadi pelanggan *e-comerce*. Dari hasil penelitian yang dilakukan sebagian besar tidak akan melakukan transaksi secara tradisional lagi. Hal inilah yang dia yakini akan membuat ekonomi digital di Tanah Air akan melesat cepat. "Terbentuk kebiasaan baru, di mana masyarakat lebih nyaman belanja *online*. Aplikasi digital sudah menjadi rutinitas dan kebiasaan," katanya. ***antonc***


ISTIMEWA

Laba Bersih Pengembang Perdana Gapuraprima Melonjak 122%

PENGEMBANG Gapura Prima Group melalui PT Perdana Gapuraprima Tbk (GPRA) berhasil membukukan kinerja positif dalam sembilan bulan pertama pada 2021. Pencapaian tersebut berasal dari kenaikan penjualan dan produktivitas perseroan meski di tengah kondisi pembatasan PPKM akibat penyebaran Covid-19.

Direktur Utama PT Perdana Gapuraprima Tbk Arvin F Iskandar mengatakan, berdasarkan laporan keuangan perusahaan per 30 September 2021, Perdana Gapuraprima berhasil membukukan laba bersih tahun berjalan sebesar Rp50,63 miliar. Nilai ini naik secara signifikan sebesar 122% dibandingkan laba bersih tahun berjalan pada periode 30 September 2020 sebesar Rp22,79 miliar.

Pertumbuhan positif laba bersih perseroan ini ditopang oleh pendapatan sepanjang Q3-2021 yang tumbuh 15,1% menjadi Rp282,9 miliar, dibanding periode sama tahun lalu sebesar Rp245,8 miliar.

Selain strategi promosi penjualan yang dilakukan perseroan, kinerja positif Perdana Gapuraprima juga tak lepas dari ada kebijakan relaksasi pemerintah berupa bebas PPN. "Juga, insentif perbankan seperti penurunan suku bunga dan kebijakan kredit properti tanpa uang muka serta rasa optimistis karena telah berjalannya program vaksinasi yang berimbas pada pemulihan ekonomi masyarakat," ujar Arvin F Iskandar dalam keterangan tertulisnya.

Sementara itu, Komisaris Utama PT Perdana Gapuraprima Tbk Rudy Margono menjelaskan, perseroan sangat optimistis jika iklim industri properti Tanah Air akan kembali pulih pada 2022. Untuk itu, GPRA telah menyiapkan sejumlah rencana strategis yang telah disesuaikan dengan kondisi pandemi, satu di antaranya meningkatkan produksi dan penjualan dari segmen perumahan (*landed*) kelas menengah pada kisaran harga Rp1,2 miliar ke bawah.
antonc

Sinar Mas Land Kembangkan Knowledge Hub

PANDEMI Covid-19 telah menyebabkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas sehari-hari menggunakan teknologi. Hal tersebut turut membuat industri teknologi berkembang sangat pesat dibandingkan sebelum pandemi. Tren ini memotivasi Sinar Mas Land, yang saat ini sedang mentransformasikan BSD City sebagai *smart integrated digital city* untuk mengembangkan sebuah kawasan komersial khusus bagi industri teknologi yang bernama Digital Hub BSD City. Area ini didedikasikan untuk komunitas, institusi pendidikan, *start-up,* dan perusahaan multinasional di bidang teknologi, digital, dan industri kreatif. Area seluas 26 hektare ini telah dikembangkan sejak 2016 dan kini telah menjadi rumah bagi perusahaan teknologi terkemuka seperti Traveloka, Grab, Apple Developer Academy, Juniper, dan sejumlah perusahaan teknologi lainnya.

Sinar Mas Land memutuskan untuk membangun gedung baru di Kawasan Digital Hub BSD City yang bernama Knowledge Hub. Proyek gedung kantor yang diperuntukkan bagi perusahaan teknologi itu dibangun dalam dua tahap.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi KreatifSandiaga Unomenjelaskan kontribusi ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, ditambah dengan situasi pandemi Covid-19 yang menjadi katalis digitalisasi. Pada 2020 nilai transaksi digital di Indonesia mencapai Rp253 triliun dan diperkirakan dapat meningkat hingga Rp330,7 triliun pada 2021. "Dalam rangka pengembangan ekonomi digital dan pemulihan ekonomi nasional, transformasi digital merupakan salah satu opsi yang perlu dipertimbangkan, salah satunya dengan pembangunan Digital Hub di BSD City," ujarnya.

Digital Hub merupakan sebuah proyek ambisius yang kami kembangkan dengan optimisme terhadap pertumbuhan industri teknologi di Indonesia. "Saat ini kami telah menaungi puluhan perusahaan rintisan hingga perusahaan multinasional dan ke depannya masih akan terus bertambah," imbuh Chief Digital Tech Ecosystem and Development – Sinar Mas LandIrawan Harahap.

Pembangunan gedung Knowledge Hub tahap pertama ini merupakan upaya Sinar Mas Land untuk memfasilitasi kebutuhan industri teknologi yang semakin meningkat. Selain itu, proyek gedung perkantoran khusus perusahaan teknologi tersebut juga tentunya akan menambah *recurring income* bagi PT BSD Tbk yang merupakan induk dari Sinar Mas Land.
antonc

ISTIMEWA