|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Num | Title | Summary | Content | Info |
| 401 | Upaya IMPC dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19 | Di tengah keterbatasan alat pelindung diri (APD) bagi petugas medis di garis depan penanganan wabah Covid-19, PT Impack Pratama Industri Tbk. (IMPC) tak mau berpangku tangan. Perusahaan yang dikenal sebagai produsen atap dan bahan bangunan berbahan polikarbonat ini memodifikasi fasilitas produksinya untuk membuat face shield secara massal. Menurut Phillip, keputusan manajemen perusahaan mengalihkan fasilitas produksinya untuk membuat face shield dan alat-alat penunjang kesehatan lainnya berlangsung cukup cepat. Inisiatif ini muncul pada 24 Maret 2020, ketika pihaknya mengetahui bahwa tenaga medis di Indonesia kekurangan face shield dan kualitas produk impor masih kurang bagus. Philip mengatakan, pada hari pertama produksi face shield, IMPC bisa menghasilkan 800 unit per hari. Dalam kurun waktu sekitar satu bulan, kapasitas produksi kami sudah bisa di atas 6.000 face shield per hari. IMPC telah mengembangkan beberapa jenis varian face shield yang terbuat dari bahan plastik polikarbonat premium ataupun bahan polipropilena (PP) yang ekonomis. Menyadari besarnya risiko yang dihadapi tenaga medis terhadap paparan virus Covid-19, IMPC merasa tak cukup hanya memproduksi face shield, tetapi juga menghadirkan kotak pelindung berupa intubation box dan bilik swab yang bertujuan menciptakan lingkungan yang aman bagi pekerja medis. Selain itu, IMPC juga memperkenalkan protective partition, yang umumnya digunakan sebagai pembatas antara kasir dan konsumen. Dalam waktu beberapa bulan ke depan, kami masih akan meluncurkan beberapa varian produk baru khusus untuk penanganan aplikasi antivirus dan bakteri, kata Haryanto. Kami senang bisa ikut serta bersama dengan pemerintah dalam melawan pandemi Covid-19 ini, ia menambahkan. | Di tengah keterbatasan alat pelindung diri (APD) bagi petugas medis di garis depan penanganan wabah Covid-19, PT Impack Pratama Industri Tbk. (IMPC) tak mau berpangku tangan. Perusahaan yang dikenal sebagai produsen atap dan bahan bangunan berbahan polikarbonat ini memodifikasi fasilitas produksinya untuk membuat face shield secara massal.  Face shield berupa pelindung wajah transparan yang memblokir wajah dan mata dari kontak dengan cairan merupakan peralatan penting bagi petugas medis. Ide awal pembuatan face shield di lingkungan perusahaan ini dicetuskan oleh Phillip Tjipto, Kepala Pengembangan Bisnis IMPC. Dikonfirmasi soal ini, Phillip mengaku terinspirasi oleh beberapa perusahaan global yang menggeser lini produksinya untuk keperluan medis, seperti Nike, Ford, dan 3M yang memproduksi face shield, serta General Motors dan Dyson yang memproduksi ventilator.  Menurut Phillip, keputusan manajemen perusahaan mengalihkan fasilitas produksinya untuk membuat face shield dan alat-alat penunjang kesehatan lainnya berlangsung cukup cepat. Ia menuturkan, inisiatif ini muncul pada 24 Maret 2020, ketika pihaknya mengetahui bahwa tenaga medis di Indonesia kekurangan face shield dan kualitas produk impor masih kurang bagus. “Dua hari berikutnya kami sudah menyiapkan sampel dan keesokan harinya sudah mulai produksi,” cerita Phillip kepada SWA melalui fasilitas video conference.  Pekerjaan assembling atau perakitan face shield ini dilakukan oleh anak usaha IMPC, PT Kreasi Dasatama. Menurut Philip, perusahaannya tidak perlu menyediakan investasi yang besar, sebab hanya mengalihkan sebagian besar peralatan mesin dan tenaga kerja untuk proses produksi face shield tersebut.  Philip mengatakan, pada hari pertama produksi face shield, IMPC bisa menghasilkan 800 unit per hari. “Dalam kurun waktu sekitar satu bulan, kapasitas produksi kami sudah bisa di atas 6.000 face shield per hari,” katanya. Produk APD dari IMPC ini ada yang dijual dan ada yang didonasikan ke beberapa yayasan dan rumah sakit.  IMPC telah mengembangkan beberapa jenis varian face shield yang terbuat dari bahan plastik polikarbonat premium ataupun bahan polipropilena (PP) yang ekonomis. “Untuk pengembangan produk ini, kami melakukan studi dengan produk luar negeri yang menggunakan polikarbonat, seperti di Eropa dan Amerika,” ungkapnya.  Pada aspek desain, pihaknya berupaya mendengarkan setiap umpan balik, mulai dari Kemenkes, BNPB, rumah sakit, hingga kalangan pelaku kesehatan, untuk dapat menciptakan produk yang lebih baik.  Menyadari besarnya risiko yang dihadapi tenaga medis terhadap paparan virus Covid-19, IMPC merasa tak cukup hanya memproduksi face shield, tetapi juga menghadirkan kotak pelindung berupa intubation box dan bilik swab yang bertujuan menciptakan lingkungan yang aman bagi pekerja medis. Selain itu, IMPC juga memperkenalkan protective partition, yang umumnya digunakan sebagai pembatas antara kasir dan konsumen di toko ritel seperti supermarket dan minimarket, serta usaha yang berbasis loket lainnya.  “Di masa yang genting ini, sangatlah penting bagi perusahaan manufaktur untuk terus melakukan inovasi dan beradaptasi secara konstan terhadap perubahan pasar yang drastis,” kata Philip menandaskan.  Pada kesempatan yang sama, Dirut IMPC Haryanto Tjiptodihardjo menyebutkan bahwa IMPC akan terus berinovasi dan berkomitmen memberikan kontribusi dalam memutus rantai penularan Covid-19 dengan produk baru yang dihasilkannya.  “Dalam waktu beberapa bulan ke depan, kami masih akan meluncurkan beberapa varian produk baru khusus untuk penanganan aplikasi antivirus dan bakteri,” kata Haryanto. “Kami senang bisa ikut serta bersama dengan pemerintah dalam melawan pandemi Covid-19 ini,” ia menambahkan. (\*)  www.swa.co.id | Text :  742 characters(avg),  101 words(avg),  157 tokens(avg),  194 tokens(max),  64 tokens (min).   Summary : 346 characters(avg),  48 words(avg),  72 tokens(avg),  88 tokens(max),  54 tokens (min). |
| 402 | Ini Fitur Rapid Diagnostic Test Karya Anak Bangsa | Task Force Riset dan Inovasi Teknologi Penanganan Pandemi Covid-19 yang dibentuk Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi ( BPPT ) l dengan nama TFRIC-19 BPPT telah berhasil membangun ekosistem inovasi, serta menghasilkan beberapa produk yang sudah teraplikasi. Salah satu langkah penting dalam penanganan Covid-19 adalah penguatan testing. Pengujian cepat (rapid test) menjadi pilihan. Ketergantungan produk rapid test diagnostic ( RDT) pada impor, mendorong TFRIC-19 melakukan aksi cepat pengembangan produk RDT dalam negeri. Produk RI-GHA-COVID-19 memiliki fitur produk yang cepat dan praktis dalam penggunaan, hasil deteksi muncul dalam 15 menit tanpa membutuhkan alat tambahan maupun tenaga yang terlatih, alat uji yang fleksibel, dapat menggunakan sampel serum, plasma, atau whole blood untuk mendeteksi OTG, ODP, PDP, dan orang pasca infeksi. Produk ini telah di uji validasi pada skala laboratorium dengan hasil nilai sensitivitas IgM 96,8%, IgG 74% (uji pada 40 serum pasien (+) dari Balitbangkes (confirmed RT-PCR ) dan Spesifisitas IgM 98% , IgG 100% (uji pada RI-GHA telah mengantongi 2 Nomor Ijin Edar dari Kemenkes RI, yaitu AKD 20303020697 untuk PT. Hepatika Mataram dan AKD 20303021173 untuk PT Prodia Diagnostic Line. BPPT melalui BLU Pusat Pelayanan Teknologi (PUSYANTEK) terus mendorong tahapan hilirisasi dan komersialisasi. Selain Kementerian Kesehatan, beberapa instansi, dan pihak lain juga telah mengajukan permintaan atau pemesanan produk RI-GHA-Covid-19 ini, di antaranya Bank BNI, Pemkot Tangerang, Yayasan Budha Tsu Chi, PT JPPI, Rumah Sakit Pemerintah maupun Swasta, Klinik Kesehatan dan pihak lain, termasuk Kemenko PMK. TFRIC-19 telah menyiapkan skenario, agar bahan baku RDT RI-GHA ini bisa diproduksi di dalam negeri. Selain RI-GHA-Covid-19, BPPT bersama Nusantics dan PT Biofarma telah berhasil melakukan inovasi produk untuk penguatan pemeriksaan Gold Standar Covid-19 dengan menggunakan PCR. BioCOV-19, reagen untuk pemeriksaan spesimen menggunakan PCR telah diproduksi oleh PT. Biofarma sebanyak 100.000 tes dengan dukungan pendanaan dari Gerakan Indonesia Pasti Bisa. | Task Force Riset dan Inovasi Teknologi Penanganan Pandemi Covid-19 yang dibentuk Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) l dengan nama TFRIC-19 BPPT telah berhasil membangun ekosistem inovasi, serta menghasilkan beberapa produk yang sudah teraplikasi.  Salah satu langkah penting dalam penanganan Covid-19 adalah penguatan testing. Pengujian cepat (rapid test) menjadi pilihan. Ketergantungan produk rapid test diagnostic (RDT) pada impor, mendorong TFRIC-19 melakukan aksi cepat pengembangan produk RDT dalam negeri. Deteksi antibodi IgG dan IgM yang terbentuk pada seseorang yang terinfeksi Covid-19 menjadi pilihan pengembangan produk RDT dengan teknik imunokromatografi.  Bersama UGM, UNAIR dan PT Hepatika Mataram, BPPT melakukan inovasi produk RDT tersebut. Tahapan desain dan prototyping, validasi, registrasi dan produksi dilakukan dalam waktu yang relaitf singkat.  Produk RI-GHA-COVID-19 memiliki fitur produk yang cepat dan praktis dalam penggunaan, hasil deteksi muncul dalam 15 menit tanpa membutuhkan alat tambahan maupun tenaga yang terlatih, alat uji yang fleksibel, dapat menggunakan sampel serum, plasma, atau whole blood untuk mendeteksi OTG, ODP, PDP, dan orang pasca infeksi.  Produk ini telah di uji validasi pada skala laboratorium dengan hasil nilai sensitivitas IgM 96,8% , IgG 74% (uji pada 40 serum pasien (+) dari Balitbangkes (confirmed RT-PCR) dan Spesifisitas IgM 98% , IgG 100% (uji pada 100 koleksi serum).  Produk ini juga dilakukan uji akurasi di beberapa Rumah Sakit (sekitar 4000 kit) di Yogyakarta (3 RS), Surakarta (1 RS), Semarang (1 RS) dan Surabaya (2 RS), dan diperkuat dengan uji lapang (sekitar 6000 kit), yaitu uji akurasi (2 puskesmas), dan untuk skrining (23 puskesmas dan 2 Desa di Kabupaten Sleman). Saat ini RI-GHA-Covid-19 juga sedang dilakukan uji validasi di Balitbangkes Kementerian Kesehatan (sebanyak 200 kit).  RI-GHA telah mengantongi 2 Nomor Ijin Edar dari Kemenkes RI, yaitu AKD 20303020697 untuk PT. Hepatika Mataram dan AKD 20303021173 untuk PT Prodia Diagnostic Line.  BPPT melalui BLU Pusat Pelayanan Teknologi (PUSYANTEK) terus mendorong tahapan hilirisasi dan komersialisasi. RDT RI-GHA-Covid-19 diproduksi oleh PT Hepatika Mataram dengan kapasitas 100.000 kit per bulan. Untuk meningkatkan kapasitas produksi, telah terjalin kerja sama antara PT Hepatika Mataram dengan PT Prodia Diagnostic Line yang memiliki kapasitas produksi 100.000 kit per bulan dan ke depannya akan ditingkatkan menjadi 150.000 kit per bulan. Harga produk RI-GHA-Covid-19 adalah Rp 75.000,-/ kit. BLU Pusat Layanan Teknologi (PUSYANTEK) sudah mendapatkan mitra industri lainnya untuk meningkatkan kapasitas produksi RDT RI-GHA-Covid-19 sehingga dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri dan untuk kepentingan ekspor.  Selain Kementerian Kesehatan, beberapa instansi, dan pihak lain juga telah mengajukan permintaan atau pemesanan produk RI-GHA-Covid-19 ini, di antaranya Bank BNI, Pemkot Tangerang, Yayasan Budha Tsu Chi, PT JPPI, Rumah Sakit Pemerintah maupun Swasta, Klinik Kesehatan dan pihak lain, termasuk Kemenko PMK.  “TFRIC-19 telah menyiapkan skenario, agar bahan baku RDT RI-GHA ini bisa diproduksi di dalam negeri. Saat ini TFRIC telah menyiapkan aksi pengembangan teknologi produksi antigen dalam negeri sebagai bahan baku produk Rapid Test RI-GHA IgM/IgG, dengan berbasis pada desain dari sekuen virus Covid-19 orang Indonesia. Diharapkan dengan bahan baku ini akan menunjang kemandirian produk rapid test Covid-19 di Indonesia,” kata Kepala BPPT, Hammam Riza dalam keterangan resminya, (9/7/2020).  Selain RI-GHA-Covid-19, BPPT bersama Nusantics dan PT Biofarma telah berhasil melakukan inovasi produk untuk penguatan pemeriksaan Gold Standar Covid-19 dengan menggunakan PCR. BioCOV-19, reagen untuk pemeriksaan spesimen menggunakan PCR telah diproduksi oleh PT. Biofarma sebanyak 100.000 tes dengan dukungan pendanaan dari Gerakan Indonesia Pasti Bisa.  Saat ini Biofarma telah melakukan produksi komersial untuk memenuhi permintaan BioCOV-19 dari beberapa pihak dengan kapasitas produksi 200.000 kit per bulan.  Ventilator darurat dan Laboratorium Mobile BSL2 juga merupakan produk inovasi BPPT bersama mitra lain dalam TFRIC-19 yang memberikan manfaat penting dalam upaya penguatan aksi penanganan Covid-19. Komersialiasi kedua produk tersebut juga sedang dalam proses.  “Dalam waktu yang tidak terlalu lama, di bawah koordinasi Kementrian Ristek/BRIN, BPPT bersama tim TFRIC-19 akan meluncurkan beberapa produk inovasi lain untuk penanganan Covid-19,” ujar Hammam mengakhiri.  Editor : eva Martha rahayu  ww.swa.co.id | Text :  907 characters(avg),  125 words(avg),  227 tokens(avg),  282 tokens(max),  195 tokens (min).   Summary : 420 characters(avg),  59 words(avg),  106 tokens(avg),  150 tokens(max),  81 tokens (min). |
| 403 | Bantuan Asetku untuk Tenaga Medis COVID-19 | Aplikasi Fintech Peer to Peer Lending (P2P) Asetku bersama dengan dukungan lender retail/individual menyerahkan bantuan untuk tenaga medis di beberapa rumah sakit kawasan DKI Jakarta. Bantuan berupa alat pelindung diri untuk tenaga medis yaitu 1.400 pcs hazmat suit, 1.200 pcs face shield, 1.300 pcs masker n95 telah diterima oleh RSUP Persahabatan, Jakarta Timur dan RSUD Tarakan Jakarta Pusat. Petugas piket donasi RSUD Takaran, Supri mengungkapkan, penggunaan hazmat suit dalam sehari bisa lebih dari 100 pcs terutama di Unit Gawat Darurat dan rawat inap. Semua yang berinteraksi dengan pasien COVID-19, perlu menggunakan APD mulai dari petugas medis hingga petugas kebersihan. Dan itu semua hanya sekali pakai. Terutama masker N95 sangat dibutuhkan sekali di sini. Andrisyah Tauladan, Direktur Asetku, menjelaskan, donasi ini merupakan bentuk kepedulian dan apresiasi Asetku kepada tim medis Indonesia yang telah berjuang di garda terdepan selama pandemi. Dia berharap, semoga donasi ini dapat sedikit meringankan beban para pejuang kesehatan dan semoga bisa menjadi support dalam mendukung proses penanganan COVID-19 di Indonesia. | Aplikasi Fintech Peer to Peer Lending (P2P) Asetku bersama dengan dukungan lender retail/individual menyerahkan bantuan untuk tenaga medis di beberapa rumah sakit kawasan DKI Jakarta. Bantuan berupa alat pelindung diri untuk tenaga medis yaitu 1.400 pcs hazmat suit, 1.200 pcs face shield, 1.300 pcs masker n95 telah diterima oleh RSUP Persahabatan, Jakarta Timur dan RSUD Tarakan Jakarta Pusat.  Pihak rumah sakit mengatakan kebutuhan akan alat pelindung diri hingga kini masih sangat diperlukan. Menurut anggota tim donasi RSUP Persahabatan, Erwin, donasi yang diterima oleh rumah sakit saat ini khususnya RSUP Persahabatan kian menurun jika dibandingkan saat awal pandemi. Sedangkan kebutuhan akan alat pelindung diri tiap hari terus meningkat.  RSUP Persahabatan menerima pasien COVID-19 dengan penyakit bawaan, jika pasien tanpa penyakit bawaan akan dilarikan ke RS Wisma Atlet. “Kebutuhan kami terus meningkat tiap hari, jadi hingga saat ini kami sangat terbuka dengan donasi, khususnya alat pelindung diri," ujarnya.  Petugas piket donasi RSUD Takaran, Supri mengungkapkan, penggunaan hazmat suit dalam sehari bisa lebih dari 100 pcs terutama di Unit Gawat Darurat dan rawat inap. “Semua yang berinteraksi dengan pasien COVID-19, perlu menggunakan APD mulai dari petugas medis hingga petugas kebersihan. Dan itu semua hanya sekali pakai. Terutama masker N95 sangat dibutuhkan sekali di sini,” katanya.  Andrisyah Tauladan, Direktur Asetku, menjelaskan, donasi ini merupakan bentuk kepedulian dan apresiasi Asetku kepada tim medis Indonesia yang telah berjuang di garda terdepan selama pandemi. “Donasi akan kami bagi menjadi beberapa kloter, dan kloter pertama ini kami fokuskan kepada tim medis di beberapa RS. Selanjutnya kepada individu atau pelaku usaha yang sampai saat ini masih terdampak akibat pandemi. Berikutnya akan kami lihat dan menyesuaikan dengan kebutuhan nanti," kata Andrisyah. Dia berharap, semoga donasi ini dapat sedikit meringankan beban para pejuang kesehatan dan semoga bisa menjadi support dalam mendukung proses penanganan COVID-19 di Indonesia. | Text :  691 characters(avg),  98 words(avg),  147 tokens(avg),  217 tokens(max),  90 tokens (min).   Summary : 378 characters(avg),  54 words(avg),  85 tokens(avg),  99 tokens(max),  72 tokens (min). |
| 404 | Uni-Charm Indonesia Donasi Popok Dewasa dan Pembalut untuk Tenaga Medis Ja-Tim | Lonjakan jumlah kasus COVID-19 di beberapa wilayah di Indonesia masih menunjukkan angka yang cukup signifikan. Di Indonesia, per 30 Juni 2020 laporan kasus positif COVID-19 mencapai 56,385 dengan DKI Jakarta dan Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah kasus positif COVID-19 tertinggi di Indonesia. Dengan aktivitas 24 jam dalam merawat dan melayani pasien di rumah sakit, para tenaga medis, tenaga kesehatan dan paramedis bertugas dan bekerja bergantian dalam waktu yang cukup lama dan mereka wajib selalu menggunakan APD yang tidak bisa dilepas pakai karena keterbatasan jumlahnya, sehingga terkadang memaksa mereka untuk harus bisa menahan buang air kecil hingga berjam-jam. Merespons kondisi ini, PT Uni-Charm Indonesia Tbk sebagai produsen popok bayi sekali pakai, pembalut wanita, popok dewasa dengan market share terbesar di Indonesia, dan beberapa produk lainnya, memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi secara maksimal dan berperan aktif dalam segala bentuk kegiatan dalam menangani dan mengatasi pandemi ini. Uni-Charm Indonesia kembali memberikan donasi Lifree popok dewasa sekali pakai serta Charm pembalut wanita dengan total donasi lebih dari 40.000 lembar dan menyerahkan secara langsung kepada Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 di Jawa Timur yang berlokasi di Gedung Negara Grahadi, pekan ini. Unicharm selalu berupaya dengan sungguh-sungguh dan berkomitmen dalam tanggung jawab pemasyarakatan, tambahnya. Unicharm selalu berupaya dengan sungguh-sungguh dan berkomitmen dalam tanggung jawab pemasyarakatan. Unicharm selalu berupaya dengan sungguh-sungguh dan berkomitmen dalam tanggung jawab pemasyarakatan. | Lonjakan jumlah kasus COVID-19 di beberapa wilayah di Indonesia masih menunjukkan angka yang cukup signifikan. Di Indonesia, per 30 Juni 2020 laporan kasus positif COVID-19 mencapai 56,385 dengan DKI Jakarta dan Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah kasus positif COVID-19 tertinggi di Indonesia.  Meski terdapat juga peningkatan dalam angka kesembuhan pasien namun hingga saat ini, Jawa Timur dalam beberapa waktu terakhir mencatatkan tambahan pasien terbanyak yang menyebabkan puluhan rumah sakit rujukan di wilayah Jawa Timur, khususnya Surabaya dan sekitarnya, cukup kesulitan dalam ketersediaan alat pelindunh diri (APD) sekali pakai.  Dengan aktivitas 24 jam dalam merawat dan melayani pasien di rumah sakit, para tenaga medis, tenaga kesehatan dan paramedis bertugas dan bekerja bergantian dalam waktu yang cukup lama dan mereka wajib selalu menggunakan APD yang tidak bisa dilepas pakai karena keterbatasan jumlahnya, sehingga terkadang memaksa mereka untuk harus bisa menahan buang air kecil hingga berjam-jam. Oleh karena itu, pemakaian popok dewasa sekali pakai sangat bermanfaat sekali bagi para tenaga medis mereka dalam penanganan pasien COVID-19, dan juga bagi para pasien usia senior.  Sebagai petugas medis, sudah menjadi tanggung jawab mereka untuk turun ke lapangan menangani langsung pasien positif COVID-19 yang dirawat. Sehingga, menggunakan APD merupakan kewajiban setiap hari saat memasuki zona merah. Memang menggunakan APD ini tidak nyaman, dari mulai kesulitan bernafas, menahan lapar hingga menahan buang air.  "Sementara jumlah APD sangat terbatas, sehingga ketika kami menggunakan APD, kami harus memanfaatkannya semaksimal mungkin hingga berjam-jam dan tidak bisa dilepas pasang”, ujar salah seorang perawat di zona merah RSUD Dr Soetomo Surabaya yang enggan disebutkan namanya.  Merespons kondisi ini, PT Uni-Charm Indonesia Tbk sebagai produsen popok bayi sekali pakai, pembalut wanita, popok dewasa dengan market share terbesar di Indonesia, dan beberapa produk lainnya, memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi secara maksimal dan berperan aktif dalam segala bentuk kegiatan dalam menangani dan mengatasi pandemi ini serta berupaya agar para tenaga medis, tenaga kesehatan dan paramedis dapat menunaikan tugas mulianya tanpa rasa khawatir adanya gangguan kesehatan karena tidak lagi harus menahan keinginan buang air kecil walau dalam keterbatasan kondisi selama masa tugas, dan dapat digunakan juga oleh pasien usia senior.  Sebagai kelanjutan dari aktivitas donasi ke 32 RS Rujukan di wilayah Jakarta dan Karawang yang dilakukan di bulan Mei lalu, Uni-Charm Indonesia kembali memberikan donasi Lifree popok dewasa sekali pakai serta Charm pembalut wanita dengan total donasi lebih dari 40.000 lembar dan menyerahkan secara langsung kepada kepada Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 di Jawa Timur yang berlokasi di Gedung Negara Grahadi, pekan ini.  Pemberian donasi ini dilakukan oleh Kozo Nozaki sebagai representatif manajemen PT Uni-Charm Indonesia Tbk, dan diterima langsung Drs. Abimanyu Ponco Atmojo Iswinarno, MM Asisten Administrasi Umum Setdaprov Jatim. “Melihat apa yang terjadi dan dialami oleh petugas medis di lapangan sehari-hari membuat kami merasa bahwa perusahaan perlu mengambil langkah untuk turut berkontirbusi, terutama mempertimbangkan bahwa produk kami menjadi solusi dari permasalahan ini, ” kata Kozo Nozaki, saat ditemui di Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Jawa Timur.  “Seperti apa yang menjadi dasar perusahaan kami, bahwa Unicharm selalu berupaya dengan sungguh-sungguh dan berkomitmen dalam tanggung jawab pemasyarakatan”, tambahnya.  www.swa.co.id | Text :  722 characters(avg),  101 words(avg),  144 tokens(avg),  223 tokens(max),  37 tokens (min).   Summary : 327 characters(avg),  44 words(avg),  65 tokens(avg),  69 tokens(max),  60 tokens (min). |
| 405 | Mandiri Sekuritas Salurkan 2.500 APD dan Alkes | PT Mandiri Sekuritas kembali menyalurkan bantuan alat pelindung diri (APD) dan alat kesehatan (alkes) untuk para dokter dan tenaga medis yang merawat pasien Covid-19. Bantuan berupa lebih dari 2.500 APD dan alat kesehatan yang terdiri dari antara lain, 1.300 hazmat, 120 masker bedah, 100 masker N95, 190 sarung tangan, 500 face shield, 140 hand sanitizer, dan 200 Reagen Rapid. Direktur Mandiri Sekuritas, Theodora VN Manik mengatakan bantuan APD dan alat kesehatan ini merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung dan melindungi para dokter dan tenaga medis dalam melayani proses penyembuhan pasien Covid-19. Bantuan ini sebagian berasal dari sumbangan sukarela karyawan Mandiri Sekuritas, kami mengimbau mereka untuk berbagi kepada sesama dan bersatu melawan pandemi, ucap Theodora. Menghadapi pandemi Covid-19 tahun ini, Mandiri Sekuritas memfokuskan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility/CSR) untuk membantu penanggulangan pandemi. Tiga fokus utama CSR Mandiri Sekuritas tahun ini adalah bantuan APD untuk tenaga medis, beasiswa pendidikan kepada para pelajar dan mahasiswa yang berprestasi, serta bantuan sosial kepada masyarakat yang terdampak. Perusahaan sekuritas ini juga telah menyalurkan bantuan lebih dari 1.100 APD dan alkes ke Rumah Sakit Persekutuan Gereja Indonesia Cikini Jakarta dan Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI) Depok, Jawa Barat, April 2020. Perusahaan juga telah menyerahkan ratusan paket sembako kepada masyarakat yang terdampak Covid-19 di sekitar tempat tinggal para karyawan, Mei 2020. Sebagai bagian dari warga perusahaan, perseroan telah berperan aktif dalam melakukan pencegahan dan penanganan Covid-19 dengan memberlakukan kebijakan work from home (WFH) dan work from office (WFO) secara bergantian di masa new normal. Perusahaan juga memberlakukan protokol kesehatan kepada seluruh karyawan, menyediakan hotline penanganan Covid-19, serta rutin menyemprot disinfektan rutin seluruh ruang kantor. | PT Mandiri Sekuritas kembali menyalurkan bantuan alat pelindung diri (APD) dan alat kesehatan (alkes) untuk para dokter dan tenaga medis yang merawat pasien Covid-19. Bantuan berupa lebih dari 2.500 APD dan alat kesehatan yang terdiri dari antara lain, 1.300 hazmat, 120 masker bedah, 100 masker N95, 190 sarung tangan, 500 face shield, 140 hand sanitizer, dan 200 Reagen Rapid itu didonasikan untuk Rumah Sakit Hermina Jatinegara dan Rumah Sakit Umum Universitas Kristen Indonesia (RSU UKI), Cawang, Jakarta. Kedua rumah sakit tersebut, masing-masing telah merawat sekitar 200 pasien Covid-19.  Direktur Mandiri Sekuritas, Theodora VN Manik mengatakan bantuan APD dan alat kesehatan ini merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung dan melindungi para dokter dan tenaga medis dalam melayani proses penyembuhan pasien Covid-19. “Bantuan ini sebagian berasal dari sumbangan sukarela karyawan Mandiri Sekuritas, kami mengimbau mereka untuk berbagi kepada sesama dan bersatu melawan pandemi,” ucap Theodora di Jakarta, Jum’at (3/7/2020).  Mandiri Sekuritas mencermati para dokter dan tenaga medis masih terus berjuang di garda terdepan untuk menangani pasien Covid-19. “Karena itu, Mandiri Sekuritas memberikan perhatian khusus melalui bantuan APD yang sesuai standar medis kepada sejumlah rumah sakit di Jakarta,” ujar Theodora.  Menghadapi pandemi Covid-19 tahun ini, Mandiri Sekuritas memfokuskan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility/CSR) untuk membantu penanggulangan pandemi. Tiga fokus utama CSR Mandiri Sekuritas tahun ini adalah bantuan APD untuk tenaga medis, beasiswa pendidikan kepada para pelajar dan mahasiswa yang berprestasi, serta bantuan sosial kepada masyarakat yang terdampak Covid-19 “Seperti pemberian donasi berupa bahan pangan,” sebut Theodora.  Dalam waktu dekat, perusahaan juga akan menyalurkan bantuan APD kepada Puskesmas Wanajaya, Bekasi, Jawa Barat sebanyak 200 hazmat, 100 face shield, 50 masker bedah, 50 sarung tangan, dan 50 hand sanitizer. Lebih lanjut, Perusahaan juga berencana akan memberikan beasiswa kepada para pelajar dan mahasiswa berprestasi yang terdampak ekonomi akibat pandemi.  Perusahaan sekuritas ini juga telah menyalurkan bantuan lebih dari 1.100 APD dan alkes ke Rumah Sakit Persekutuan Gereja Indonesia (RS PGI) Cikini Jakarta dan Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI) Depok, Jawa Barat, April 2020. Perusahaan juga telah menyerahkan ratusan paket sembako kepada masyarakat yang terdampak Covid-19 di sekitar tempat tinggal para karyawan, Mei 2020.  Theodora menyampaikan warga masyarakat memiliki peranan penting dalam menekan penyebaran Covid-19 di Indonesia, yaitu dengan peduli dan disiplin menjalankan protokol kesehatan di fase kenormalan baru (new normal) saat beraktivitas di luar rumah. Protokol kesehatan yang dapat diterapkan adalah memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, dan menjauhi kerumunan.  Sebagai bagian dari warga perusahaan, perseroan telah berperan aktif dalam melakukan pencegahan dan penanganan Covid-19 dengan memberlakukan kebijakan work from home (WFH) dan work from office (WFO) secara bergantian di masa new normal. Perusahaan juga memberlakukan protokol kesehatan kepada seluruh karyawan, menyediakan hotline penanganan Covid-19, serta rutin menyemprot disinfektan rutin seluruh ruang kantor.  www.swa.co.id | Text :  662 characters(avg),  90 words(avg),  143 tokens(avg),  170 tokens(max),  86 tokens (min).   Summary : 394 characters(avg),  54 words(avg),  82 tokens(avg),  101 tokens(max),  74 tokens (min). |
| 406 | Pemerintah Siapkan Protokol Kesehatan Wisata Berbasis Alam | Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi tengah menyiapkan protokol kesehatan Covid-19 di destinasi-destinasi wisata berbasis alam di Indonesia. Asisten Deputi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan, Deputi Bidang Koordinasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kemenko Marves, Kosmas Harefa berharap hal itu mampu mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan lokal di era kenormalan baru. Pemerintah ingin memastikan penerapan protokol kesehatan di destinasi wisata berbasis alam telah dilengkapi sarana pendukung. Lebih lanjut, Kosmas mengatakan pengoptimalan destinasi wisata berbasis alam akan berkontribusi pada perekonomian daerah. Saat wisatawan datang, kata dia, maka lapangan kerja tercipta. Untuk mempercepat pemulihan sektor pariwisata, pemerintah bahkan mengucurkan stimulus dana pemulihan ekonomi nasional. | Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi tengah menyiapkan protokol kesehatan Covid-19 di destinasi-destinasi wisata berbasis alam di Indonesia. Asisten Deputi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan, Deputi Bidang Koordinasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kemenko Marves, Kosmas Harefa berharap hal itu mampu mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan lokal di era kenormalan baru.  Kosmas penerapan protokol kesehatan di destinasi wisata berbasis alam akan mengutamakan prinsip Cleanliness, Health, and Safety (CHS). "CHS ini diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi dan industri pariwisata Indonesia paska covid-19," kata dia dalam keterangan tertulis, Kamis, 2 Juli 2020.  Kosmas mengatakan destinasi wisata berbasis alam memiliki risiko penularan yang lebih rendah dibanding dengan destinasi wisata di perkotaan yang biasanya mengundang kerumunan orang. Meski demikian, dia tidak ingin risiko penularan yang minim ini disepelekan.  Karenanya, pemerintah ingin memastikan penerapan protokol kesehatan di destinasi wisata berbasis alam telah dilengkapi sarana pendukung.  "Ketika fasilitas tidak mendukung, kita promosi kemanapun orang tidak akan percaya. Kuncinya adalah cleanliness, health, safety. Kita harus membangun kepercayaan orang untuk berwisata ke tempat kita," ujarnya.  Lebih lanjut, Kosmas mengatakan pengoptimalan destinasi wisata berbasis alam akan berkontribusi pada perekonomian daerah. Saat wisatawan datang, kata dia, maka lapangan kerja tercipta.  Untuk mempercepat pemulihan sektor pariwisata, pemerintah bahkan mengucurkan stimulus dana pemulihan ekonomi nasional untuk sektor pariwisata sebesar Rp 3,8 triliun untuk membangun destinasi berkualitas.  "Pemerintah juga menstimulasi perjalanan wisata domestik dengan meluncurkan program wisata In City Activation, Staycation, Roadtrip dan Epic Sale. Tujuannya meningkatkan penerimaan negara dari wisata domestik yang semula hanya 55 persen menjadi 70 persen," kata dia.  Sumber: Tempo.co | Text :  996 characters(avg),  124 words(avg),  188 tokens(avg),  190 tokens(max),  187 tokens (min).   Summary : 411 characters(avg),  49 words(avg),  74 tokens(avg),  76 tokens(max),  71 tokens (min). |
| 407 | Lion Air Sediakan Rapid Test Seharga Rp 95 Ribu | Lion Air Group menyediakan layanan rapid test Covid-19 khusus untuk penumpang maskapai tersebut. Biaya uji cepat tersebut adalah sebesar Rp 95 ribu, sudah termasuk surat keterangan sesuai hasil dengan masa berlaku 14 hari. Pelaksanaan Rapid Test bekerja sama dengan Klinik Lion Air Medika. Layanan dijadwalkan mulai Senin, 29 Juni 2020. Pada tahap awal, layanan uji cepat tersebut tersedia di Jakarta setiap hari pada empat lokasi dengan jadwal pelayanan, antara lain di Kantor Pusat Lion Air Tower pukul 06.00-21.30 WIB; Kantor Lion Air Group 03.00-21.30 WIB; Kantor Pusat Lion Parcel Pusat pukul 08.30-17.00 WIB, serta Kantor Lion Operation Center (LOC) pukul 03.00-21.30 WIB. Ketentuan lainnya, bagi penumpang yang sudah memiliki tiket pesawat Lion Air Group dan belum melaksanakan Rapid Test Covid-19, maka dapat membeli voucher uji cepat dengan menunjukkan kode pemesanan (melalui sales channel seperti call center, kantor penjualan Lion Air Group, online travel agent, laman resmi perseroan, agen perjalanan dan lainnya. | Lion Air Group menyediakan layanan rapid test Covid-19 khusus untuk penumpang maskapai tersebut. Biaya uji cepat tersebut adalah sebesar Rp 95 ribu, sudah termasuk surat keterangan sesuai hasil dengan masa berlaku 14 hari. Pelaksanaan Rapid Test bekerja sama dengan Klinik Lion Air Medika.  "Kehadiran layanan Rapid Test Covid-19 diluncurkan bertepatan momentum 20 tahun Lion Air (2000 – 2020), sekaligus sebagai wujud komitmen Lion Air Group dalam upaya mengakomodir kebutuhan setiap penumpang seiring mempersiapkan rencana perjalanan udara di kondisi saat ini," ujar Corporate Communications Strategic of Lion Air Group, Danang Mandala Prihantoro, dalam keterangan tertulis, Senin, 29 Juni 2020.  Danang mengatakan perseroan menjalankan fasilitas tersebut berdasarkan rekomendasi yang diberikan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 dan Surat Menteri Perhubungan, Kementerian Perhubungan RI Nomor AJ.001/1/12 PHB 2020 tentang Peningkatan Pelayanan Perjalanan Orang.  Layanan dijadwalkan mulai Senin, 29 Juni 2020. Pada tahap awal, layanan uji cepat tersebut tersedia di Jakarta setiap hari pada empat lokasi dengan jadwal pelayanan, antara lain di Kantor Pusat Lion Air Tower pukul 06.00-21.30 WIB; Kantor Lion Air Group 03.00-21.30 WIB; Kantor Pusat Lion Parcel Pusat pukul 08.30-17.00 WIB, serta Kantor Lion Operation Center (LOC) pukul 03.00-21.30 WIB.  Tahap berikutnya, Danang mengatakan layanan tersebut bakal terus dikembangkan dan dilaksanakan di kota-kota lain. Antara lain di kantor penjualan tiket serta bandara-bandara di wilayah Indonesia.  Adapun ketentuan dari layanan tersebut, kata Danang, antara lain layanan itu khusus penumpang yang mempunyai tiket pada penerbangan Lion Air Group. Selain itu, pembelian voucher rapid test Covid-19 dapat dilaksanakan dan diperoleh secara langsung pada saat melakukan pembelian tiket.  Ketentuan lainnya, bagi penumpang yang sudah memiliki tiket pesawat Lion Air Group dan belum melaksanakan Rapid Test Covid-19, maka dapat membeli voucher uji cepat dengan menunjukkan kode pemesanan (melalui sales channel seperti call center, kantor penjualan Lion Air Group, online travel agent, laman resmi perseroan, agen perjalanan dan lainnya.  Sumber: Tempo.co | Text :  734 characters(avg),  101 words(avg),  152 tokens(avg),  191 tokens(max),  77 tokens (min).   Summary : 341 characters(avg),  50 words(avg),  75 tokens(avg),  99 tokens(max),  56 tokens (min). |
| 408 | Bank Mantap Serahkan Bantuan APD ke RS Hasan Sadikin Bandung | Bank Mandiri Taspen (Bank Mantap) berkomitmen membangun negeri melalui aktivitas bisnis dan sosial. Terkait hal tersebut, Bank Mantap melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR )-nya memberikan bantuan Alat Pelindung Diri (APD) dan masker sebanyak 5.000 unit dengan total nilai Rp 1 miliar kepada 7 RS di 6 kota besar di Indonesia. Kegiatan ini merupakan bentuk kepedulian sosial Bank Mantap kepada garda terdepan dalam penanggulangan virus Covid-19 yaitu para dokter dan suster. Semoga aktivitas sosial ini dapat diterima dengan baik oleh RSHS Bandung, ungkap Direktur Utama Bank Mantap, Josephus K. Triprakoso. Josephus menambahkan, program ini merupakan realisasi Program Mantap Peduli yaitu program internal pegawai Bank Mantap yang menyisihkan dari pendapatan mereka. Bank Mantap merupakan bentuk sinergi untuk negeri dari 2 BUMN yaitu PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan PT Taspen (Persero) yang sebelumnya bernama Bank Sinar Harapan Bali dan secara resmi berganti nama menjadi Bank Mandiri Taspen per tanggal 23 Desember 2017 seiring dengan keluarnya ijin dari Otoritas Jasa Keuangan untuk penggunaan nama baru tersebut. | Bank Mandiri Taspen (Bank Mantap) berkomitmen membangun negeri melalui aktivitas bisnis dan sosial. Terkait hal tersebut, Bank Mantap melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)-nya memberikan bantuan Alat Pelindung Diri (APD) dan masker sebanyak 5.000 unit dengan total nilai Rp 1 miliar kepada 7 rumah sakit (RS) di 6 kota besar di Indonesia.  Dalam kesempatan ini, perseroan menyerahkan APD sejumlah 1.000 unit kepada Rumah Sakit Dokter Hasan Sadikin (RSHS) Bandung, adapun penyaluran ini merupakan RS pertama untuk pemberian APD yang rencananya perseroan akan memberikan 4.000 buah APD beserta masker kepada RSUP Dr. Sardjito Jogyakarta, RS UNAIR Surabaya, RSUD Kota Tangerang, RS Sanglah Bali dan Wisma Atlit Jakarta.  “Kegiatan ini merupakan bentuk kepedulian sosial Bank Mantap kepada garda terdepan dalam penanggulangan virus Covid-19 yaitu para dokter dan suster. Semoga aktivitas sosial ini dapat diterima dengan baik oleh RSHS Bandung,” ungkap Direktur Utama Bank Mantap, Josephus K. Triprakoso saat penyerahan APD secara simbolis kepada Direktur Utama RSHS Dr. Nina Susana Dewi, Sp.PK(K) di Bandung, Jawa Barat, Jumat (26/06).  Josephus menambahkan, program ini merupakan realisasi dari Program Mantap Peduli yaitu program internal pegawai Bank Mantap yang menyisihkan dari pendapatan mereka. Dari program ini perseroan berhasil mengumpulkan Rp 2,1 miliar secara sukarela dari seluruh pegawai, diharapkan program-program Bank Mantap juga sejalan untuk mendukung skenario pemerintah yaitu “New Normal” dalam memulihkan ekonomi Indonesia yang menurun akibat pandemi virus Covid-19.  Bank Mantap merupakan bentuk sinergi untuk negeri dari 2 BUMN yaitu PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan PT Taspen (Persero) yang sebelumnya bernama Bank Sinar Harapan Bali dan secara resmi berganti nama menjadi Bank Mandiri Taspen per tanggal 23 Desember 2017 seiring dengan keluarnya ijin dari Otoritas Jasa Keuangan untuk penggunaan nama baru tersebut.  Sampai dengan akhir Mei 2020 total aset yang dimiliki Bank Mantap Rp 30,03 triliun atau tumbuh 29,6 persen. Sedangkan posisi Dana Pihak Ketiga mencapai Rp 23,02 triliun atau tumbuh 32,3 persen, untuk penyaluran kredit berkisar Rp 22,41 triliun atau meningkat 27,3 persen. Khusus untuk penyaluran kredit pensiunan sebesar Rp 21,02 triliun dengan persentase tumbuh 30 persen, sedangkan laba bersih yang dihasilkan sebesar 195,1 miliar atau naik sampai dengan 17,6 persen dari periode tahun sebelumnya. Saat ini Bank Mantap mempunyai jaringan kantor sebanyak 414 jaringan yang tersebar di 34 provinsi. | Text :  849 characters(avg),  122 words(avg),  181 tokens(avg),  190 tokens(max),  170 tokens (min).   Summary : 378 characters(avg),  55 words(avg),  78 tokens(avg),  91 tokens(max),  70 tokens (min). |
| 409 | Adu Cepat Membuat Sang Pemusnah | Bill Gates, Co-Chair the Bill & Melinda Gates Foundation menunjukkan sebotol vaksin saat konferensi pers. Kalau ada perlombaan besar tahun ini, dan juga mungkin tahun berikutnya, yakinlah itu bukan lagi perburuan titel Liga Inggris, Italia, Jerman, atau Spanyol. Perlombaan akbar itu adalah menemukan sang pemusnah Covid-19 yang sudah menyengsarakan umat manusia. Coalition for Epidemic Preparedness Innovations (CEPI) mencatat hingga kini ada 224 kandidat vaksin yang tengah dikembangkan secara global. Dari jumlah tersebut, 49% di antaranya ada di wilayah Amerika Utara. Namun, dalam konteks lintasan membuat vaksin, China menjadi yang terbanyak. Dan dalam lanskap perkembangan vaksin Covid-19 yang dilansir WHO per 9 Juni 2020, dari 10 vaksin yang masuk dalam fase 2, ada lima yang datang dari China. Pihak militer Amerika Serikat dan China terlibat aktif dalam pengembangan vaksin. The Beijing Institute of Biotechnology, yang berkolaborasi dengan Can Sino, adalah bagian dari Academy of Military Medical Sciences, yang salah seorang ahli virusnya cukup disegani, Mayjen Chen Wei. Sementara di AS, Army Medical Research Institute dan Walter Reed Institute of Research bekerjasama mengembangkan vaksin. Pemerintah China dan AS kini berlomba menjadi yang terdepan dan bersaing paling sengit. Di Washington, Pemerintahan Donald Trump telah membentuk Operation Warp Speed (OWS) pada April 2020. OWS adalah kemitraan publik-pemerintah yang diisi sejumlah lembaga, antara lain Centers for Disease Control and Prevention (CDC), Food and Drug Administration (FDA), Biomedical Advanced Research and Development Authority (BARDA ), perusahaan-perusahaan swasta, termasuk Departemen Pertahanan AS. Di tempat berbeda, pada 18 Mei 2020, di hadapan World Health Assembly (Majelis Kesehatan Dunia), Presiden Cina Xi Jinping berjanji membuat vaksin secara global begitu segala macam uji klinis berhasil dijalankan. Xi juga berjanji menyediakan US$ 2 miliar selama dua tahun untuk mendukung pengembangan vaksin. Jangan heran kalau ada tudingan seperti itu. Di tengah perlombaan ini, sesuatu yang dikhawatirkan akan segera terjadi adalah apa yang disebut sebagai vaccine nationalism. Artinya, negara-negara hanya mementingkan dirinya sendiri begitu vaksin ditemukan. Dan celakanya, itu bukan tanpa preseden. Menariknya, layaknya perang, negara-negara tersebut tidaklah bertempur sendirian. Mereka punya pasukan. Pemerintah AS memfokuskan dukungan dana pada lima kandidat. Menurut New York Times, kelima kandidat tersebut adalah Moderna, koalisi Univesitas Oxford dan AstraZeneca, Pfizer, Merck, serta Johnson & Johnson. Untuk AstraZeneca dan Oxford, misalnya, mereka menggelontorkan dana senilai US$ 1,2 miliar. Suka ataupun tidak, vaccine nationalism memang membuat negara-negara saling berupaya mengamankan kepentingannya. Seperti prinsip jangan menaruh risiko dalam satu keranjang, mereka menebar dukungan ke banyak perusahaan atau pengembang vaksi. Karena itu, sewaktu Pemerintah AS mendekati Sanofi, Pemerintah Prancis disebut-sebut sangat berang. Mereka curiga AS menyabotase kepentingan Prancis dengan menjalin hubungan dengan Sanofi. Nyata benar pemerintah saling mengamankan kepentingannya. Namun, sejatinya bukan cuma pemerintah yang sibuk. Orang-Orang kaya juga ikut terjun ke medan pengembangan vaksin. Dr. Patrick Soon-Shiong, misalnya. Fisikawan yang juga pemilik The Los Angeles Times dan saham klub Los Angeles Lakers ini mengumumkan dirinya memobilisasi dua dari perusahaan miliknya untuk mengembangkan vaksin Covid-19. Perusahaannya itu adalah NantKwest dan ImmunityBio. Miliarder yang paling banyak berkiprah di gelanggang ini tentu saja sosok yang kontroversial, Bill Gates. Dia mendanai Novavax yang termasuk 10 perusahaan tahap uji coba fase 2 sebesar Rp 5,7 triliun. Lalu, mendukung koalisi AstraZeneca dan Universitas Oxford. Kemudian lewat CEP, yang didirikannya pada tahun 2016, bermarkas di Norwegia. Sementara itu, lewat Gates Foundation, Gates juga mendukung Seattle Coronavirus Assessment Network mengembangkan vaksin, dan mengucurkan US$ 1,6 miliar lagi untuk aliansi vaksin, GAVI. Sulit membuktikannya. Gates sendiri membantah tudingan itu. I've never been involved any sort of microchip-type thing. It's almost hard to deny this stuff because it's so stupid or strange," katanya. Hal itu juga ditegaskannya pada 11 Juni 2020 saat memberikan komitmen dana ke GAVI. Di luar 10 perusahaan yang sudah masuk ke fase 2, sejumlah nama besar juga masuk gelanggang ini. Banyaknya pihak yang terlibat dalam pengembangan vaksin Covid-19 terbilang luar biasa. "Saya pikir dalam sejarah pengembangan vaksin, kita belum pernah melihat laboratorium serta perusahaan sebanyak ini yang berusaha menemukan vaksin untuk satu jenis penyakit yang sama," cetus Thomas Cueni, Kepala International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations (IFPMA). Pernyataan itu didukung Jrgen Wasem, Guru Besar Healthcare Management University of Duisburg-Essen. Menurutnya, riset dan pengembangan obat bersifat driven by market forces. Artinya, kurang-lebih tergantung pada siapa yang mendanai. Alhasil, ketika ada pertanyaan Negara mana yang harus mendapat vaksin lebih dulu ? , katanya, Itu akan diberikan ke mereka yang mampu membayar di harga tertinggi. Dalam pengembangan bisnis vaksin, halang rintangnya memang berat. Pertama, scientific uncertainty. Mengembangkan vaksin yang sukses sangat kompleks. Tingkat kesuksesannya 10% dari tahap praklinis, uji klinis, hingga lisensi. Kedua, proof of safety and efficacy. Normalnya, butuh 5-10 tahun untuk mendapat regulatory approval buat penggunaan. Ketiga, skala manufaktur. Karena banyaknya halang rintang tersebut, sebagian kalangan menilai sangat wajar jika perusahaan begitu berhitung dengan potensi keuntungan serta kerugian yang besar. Mereka pun ditengarai kecil kemungkinan akan membuat vaksin bebas paten. Dan preseden itu ada. Dulu, penisilin tidak ada paten, artinya tidak ada yang memilikinya. Akibatnya, setelah Perang Dunia II, harga penisilin turun sangat rendah. Sanofi, misalnya, mengklarifikasi secara diplomatis dengan menyebut akan mengutamakan kepentingan global. Atau AstraZeneca, yang berkomitmen memberikan 1 miliar dosis untuk negara-negara yang berpendapatan menengah-bawah, sebagai bagian dari perjanjian lisensi dengan Serum Institute of India. Apa itu akan terjadi? Masih ditunggu. Selain obral janji manis, menariknya, di tengah halang rintang yang demikian beratnya, sejumlah kalangan sudah berkoar akan segera menemukan sang penawar Covid-19. Sejauh ini, Moderna, AstraZeneca-Oxford, serta Pfizer disebut-sebut berada di garis terdepan. Akhir 2020 atau awal 2021 diharapkan sudah ada yang bisa merilis vaksin. Bagi sejumlah kalangan, mereka yang menyatakan bisa menghasilkan vaksin dalam 12-18 bulan terhitung rekor. Bahkan hingga 24-36 bulan, menjadi rekor dalam pengembangan vaksin. Pasalnya, sicentific confidence tidaklah mudah diraih. Normalnya, pembuatan vaksin membutuhkan waktu tidak sebentar, dapat bertahun-tahun, bahkan belasan atau puluhan tahun, karena memang tidak hanya efektivitasnya yang diuji, teyapi juga keamanan serta efek samping jangka pendek dan jangka panjang. Ironisnya, di kalangan ilmuwan yang berlomba menghasilkan vaksin itu sendiri, situasinya terbelah. Sekondannya di Ofxord juga menyatakan bahwa 80% yakin vaksin akan bekerja dengan baik sehingga bisa menyelesaikan uji klinis dalam skala besar sesegera mungkin. Pernyataan ini memantik polemik di antara ilmuwan. Apalagi, sempat ada kesan orang-orang Oxford menganggap dirinya paling hebat dan agak meremehkan yang lain. Dr. William Schaffner, ahli penyakit menular di Vanderbilt University Medical Center di Tennesse (AS), mengatakan bahwa dia kaget sewaktu mendengar para ilmuwan Oxford menyatakan kemajuan vaksinnya. Beberapa dari kami di komunitas ilmiah di sini sedikit terkejut dengan kelincahan kolega kami di Oxford," kata penasihat senior di Centers for Disease Control and Prevention itu. Namun, pihak Oxford menepis itu. Kami akan jadi yang pertama tiba di garis finis," ujar Dr. Adrian Hill, salah seorang peneliti Oxford terkemuka, penuh keyakinan. Kepala peneliti Oxford Sarah Gilbert mengatakan kepada The Times bahwa dia memang 80% yakin vaksin dari Oxford akan bekerja dengan baik. Salah seorang ilmuwan yang skeptis adalah Saad Omer, dari Yale University. Dia lalu menambahkan, Hanya karena jalur yang sekarang terlihat positif, tidak berarti langkah-langkah berikutnya akan on time dan tak punya efek samping. Kalangan ilmuwan lain juga mengingatkan untuk rendah hati, sekaligus mengingatkan betapa sungguh tak ada jaminan untuk menghasilkan vaksin. Dalam sejarah, ada beberapa temuan vaksin yang begitu berpengaruh. Namun, ada satu vaksin yang sampai sekarang belum kunjung tiba: vaksin untuk human immunodeficiency virus ( HIV). Padahal tahun 1984, Menteri Layanan Kesehatan dan Kemanusiaan AS Margaret Heckler mengumumkan bahwa para ilmuwan telah berhasil mengidentifikasi virus yang kemudian dikenal sebagai HIV dan memperkirakan bahwa vaksin pencegahan akan siap untuk pengujian dalam dua tahun. Sekalipun ironis, sejujurnya persaingan di level ilmuwan tidaklah asing. Ini memang soal gengsi kelas dunia. Siapa menemukan vaksin corona, besar kemungkinan mendapat aplaus dan ganjaran besar, termasuk hadiah Nobel. Buktinya pun sudah ada ketika Luc Montagnier dan Robert Gallo, dua penemu HIV, virus penyebab AIDS (acquired immune deficiency syndrome), bersaing mengklaim. Sejumlah pihak mengkritik manajemen Moderna karena terburu-buru mengungkap apa yang belum matang. Namun. sepertinya situasi psikologi memang membuat bursa bergejolak. Dunia butuh vaksin. Begitu ada kabar baik, saham pun merangkak. Namun, di sini terjadi pelanggaran moral. CFO Moderna, Lorence Kim, mengeksekusi 241.000 opsi sahamnya, menjualnya, merauh untung US$ 16,8 juta. Bagaimana akhir dari perlombaan ini, belum diketahui. Di satu sisi, dunia memang membutuhkan vaksin Covid-19, dan ada harapan itu sesegera mungkin ditemukan agar penderitaan berakhir. Namun di sisi lain, masyarakat juga realistis, prosesnya tidaklah mudah. Dan begitu vaksin ditemukan, juga muncul pertanyaan baru yang belum diatur. | Bill Gates, Co-Chair the Bill & Melinda Gates Foundation menunjukkan sebotol vaksin saat konferensi pers. UN Photo / Jean-Marc Ferr (sumber foto: humanosphere.org  Kalau ada perlombaan besar tahun ini, dan juga mungkin tahun berikutnya, yakinlah itu bukan lagi perburuan titel Liga Inggris, Italia, Jerman, atau Spanyol. Perlombaan akbar itu adalah menemukan sang pemusnah Covid-19 yang sudah menyengsarakan umat manusia.  Betapa tidak, per 10 Juni 2020, Johns Hopkins University menyebut korban Covid-19 mencapai 7,2 juta orang positif; 3,3 juta sembuh dan 411.279 pralaya. Belum lagi jika dihitung dengan kerugian ekonomi. Pada 9 Juni 2020, dalam laporannya, Bank Dunia meramal pertumbuhan ekonomi global tahun ini merosot hingga minus 5,2%. Itu artinya, resesi global (Bank Dunia bahkan menyebut resesi tahun ini adalah yang paling dalam sejak Perang Dunia II). Dan, itu artinya betapa banyaknya bisnis yang gulung tikar.  Tak mengherankan, ada tuntutan bahwa vaksin harus segera ditemukan. Dan, tak mengejutkan pula jika akhirnya begitu banyak pihak terlibat. Coalition for Epidemic Preparedness Innovations (CEPI) mencatat hingga kini ada 224 kandidat vaksin yang tengah dikembangkan secara global.  Dari jumlah tersebut, 49% di antaranya ada di wilayah Amerika Utara. Namun, dalam konteks lintasan membuat vaksin, China menjadi yang terbanyak. Dan dalam lanskap perkembangan vaksin Covid-19 yang dilansir WHO per 9 Juni 2020, dari 10 vaksin yang masuk dalam fase 2, ada lima yang datang dari China, di antaranya Sinovac Biotech, Wuhan Institute of Biological Products, dan The Beijing Institute of Biotechnology. Lainnya adalah konsorsium Pfizer dan BioNTech, Moderna, Inovio, AstraZeneca, serta Universitas Oxford.  Vaksin Covid-19 (Shutterstock)  Yang menarik, pihak militer Amerika Serikat dan China terlibat aktif dalam pengembangan vaksin. The Beijing Institute of Biotechnology, yang berkolaborasi dengan Can Sino, adalah bagian dari Academy of Military Medical Sciences, yang salah seorang ahli virusnya cukup disegani, Mayjen Chen Wei. Sementara di AS, Army Medical Research Institute dan Walter Reed Institute of Research bekerjasama mengembangkan vaksin.  Sukar untuk menafikan telah terjadi perlombaan besar antara China dan AS. Ini seperti perlombaan ke ruang angkasa di tahun 1950-1960-an. Saat itu, sementara negara-negara lain masih banyak yang berkutat dengan ancaman kelaparan, dua negara adidaya (AS dan Uni Soviet) berlomba mengangkasa setinggi-tingginya. Sputnik memang mengudara lebih dulu ke luar angkasa di tahun 1957. Namun, Apollo 11 yang mendarat di bulan pada 20 Juli 1969.  Memang analogi ke luar angkasa tidak begitu tepat karena yang satunya berurusan dengan adu kemajuan teknologi, sementara vaksin berurusan dengan mati-hidupnya manusia. Namun di level negara, Pemerintah China dan AS kini berlomba menjadi yang terdepan dan bersaing paling sengit.  Di Washington, Pemerintahan Donald Trump telah membentuk Operation Warp Speed (OWS) pada April 2020. OWS adalah kemitraan publik-pemerintah yang diisi sejumlah lembaga, antara lain Centers for Disease Control and Prevention (CDC), Food and Drug Administration (FDA), Biomedical Advanced Research and Development Authority (BARDA), perusahaan-perusahaan swasta, termasuk Departemen Pertahanan AS. Hingga awal Juni 2020 dilaporkan Trump menganggarkan US$ 10 miliar untuk operasi yang dikhususkan buat pengembangan serta distribusi vaksin Covid-19.  Di tempat berbeda, pada 18 Mei 2020, di hadapan World Health Assembly (Majelis Kesehatan Dunia), Presiden Cina Xi Jinping berjanji membuat vaksin secara global begitu segala macam uji klinis berhasil dijalankan. Xi juga berjanji menyediakan US$ 2 miliar selama dua tahun untuk mendukung pengembangan vaksin. Belakangan, pada 6 Juni 2020, Menteri Sains dan Teknologi China Wang Zhigang menambahkan, apabila sudah tersedia, China akan menjadikan vaksin tersebut sebagai “barang publik global” sekaligus siap membaginya dengan negara-negara lain.  Janji manis ini seakan menjadi penawar dan penarik simpati dunia di tengah tudingan China menjadi sumber malapetaka. Xi memang gerah dengan segala tuduhan internasional. Namun, tak urung kecurigaan tetap berkembang. Senator AS Rick Scott bahkan menyebut Pemerintah China menyabotase upaya-upaya negara Barat untuk melakukan riset vaksin Covid-19.  Bill Gates (foto: www.sapologistapologies.word.press.com)  Jangan heran kalau ada tudingan seperti itu. Di tengah perlombaan ini, sesuatu yang dikhawatirkan akan segera terjadi adalah apa yang disebut sebagai vaccine nationalism. Artinya, negara-negara hanya mementingkan dirinya sendiri begitu vaksin ditemukan. Dan celakanya, itu bukan tanpa preseden. Ada kejadian pahit di tahun 2009 ketika negara-negara kaya membeli vaksin H1N1 (flu babi) sehingga menelantarkan negara-negara miskin.  Saking khawatirnya, awal Juni 2020, Federasi Palang Merah Internasional (IFRC) dan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sampai perlu mengingatkan negara maju serta industri farmasi untuk tidak mengamankan vaksin Covid-19 buat sekelompok masyarakat tertentu atau beberapa negara tertentu saja. Kesetaraan akses terhadap vaksin, kata mereka, menjadi penentu keberhasilan bersama masyarakat dunia dalam mengakhiri pandemi global Covid-19.  Menariknya, layaknya perang, negara-negara tersebut tidaklah bertempur sendirian. Mereka punya “pasukan”. Pemerintah AS memfokuskan dukungan dana pada lima kandidat. Menurut New York Times, kelima kandidat tersebut adalah Moderna, koalisi Univesitas Oxford dan AstraZeneca, Pfizer, Merck, serta Johnson & Johnson. Untuk AstraZeneca dan Oxford, misalnya, mereka menggelontorkan dana senilai US$ 1,2 miliar. Pemerintah AS juga mendekati perusahan farmasi Prancis, Sanofi, buat akses yang sama: mendapat jatah vaksin.  Di tempat lain, Pemerintah Inggris juga melakukan hal yang sama terhadap AstraZeneca dan Oxford dengan gelontoran dana Rp 846 miliar dari total rencana setara Rp 1,5 triliun. Uang muka itu disebut-sebut dikucurkan Inggris untuk mendapatkan sekitar 100 juta dosis vaksin AstraZeneca dan Oxford andai sukses.  Suka ataupun tidak, vaccine nationalism memang membuat negara-negara saling berupaya mengamankan kepentingannya. Seperti prinsip “jangan menaruh risiko dalam satu keranjang”, mereka menebar dukungan ke banyak perusahaan atau pengembang vaksi. Karena itu, sewaktu Pemerintah AS mendekati Sanofi, Pemerintah Prancis disebut-sebut sangat berang. Mereka curiga AS menyabotase kepentingan Prancis dengan menjalin hubungan dengan Sanofi.  Prancis sendiri bersama tiga negara anggota Uni Eropa, yaitu Jerman, Italia, dan Belanda, membentuk aliansi untuk mempercepat produksi vaksin di Tanah Eropa lewat berbagai perusahaan farmasi, mulai dari pengembangan hingga produksi vaksin. Namun, sejak awal mereka mengumumkan sikap terbuka yang simpatik. Aliansi ini menjanjikan akses vaksin yang lebih merata ke semua negara, termasuk negara-negara Afrika yang perekonomiannya relatif lebih lemah dibandingkan negara-negara lain tetapi kini penyebarannya sangat cepat.  Foto: www.statnews.com  Nyata benar pemerintah saling mengamankan kepentingannya. Namun, sejatinya bukan cuma pemerintah yang sibuk. Orang-orang kaya juga ikut terjun ke medan pengembangan vaksin. Dr. Patrick Soon-Shiong, misalnya. Fisikawan yang juga pemilik The Los Angeles Times dan saham klub Los Angeles Lakers ini mengumumkan dirinya memobilisasi dua dari perusahaan miliknya untuk mengembangkan vaksin Covid-19. Perusahaannya itu adalah NantKwest dan ImmunityBio. Keduanya memang belum memublikasikan riset vaksinnya, tetapi pada 27 Mei 2020 menyebut eksperimen mereka sedang ditaksir oleh Operation Warp Speed bentukan Trump.  Miliarder yang paling banyak berkiprah di gelanggang ini tentu saja sosok yang kontroversial, Bill Gates. Dia mendanai Novavax yang termasuk 10 perusahaan tahap uji coba fase 2 sebesar Rp 5,7 triliun. Lalu, mendukung koalisi AstraZeneca dan Universitas Oxford. Kemudian lewat CEP, yang didirikannya pada tahun 2016, bermarkas di Norwegia. Sementara itu, lewat Gates Foundation, Gates juga mendukung Seattle Coronavirus Assessment Network (SCAN) mengembangkan vaksin, dan mengucurkan US$ 1,6 miliar lagi untuk aliansi vaksin, GAVI.  Gates bermain dengan “tangan-tangannya” ini. Jejaringnya di banyak pengembang vaksin tak ayal membuatnya dicurigai ingin mengambil keuntungan karena menanam “saham” di banyak pengembang vaksin. Apalagi, pada 2015 dia sudah menyebut potensi datangnya pandemi karena munculnya virus. Ada tudingan, Gates menanamkan mikrocip di dalam vaksin corona yang bisa mengawasi pergerakan manusia. Benar begitu?  Sulit membuktikannya. Gates sendiri membantah tudingan itu. “I've never been involved any sort of microchip-type thing. It's almost hard to deny this stuff because it's so stupid or strange,” katanya kepada Business Insider beberapa waktu lalu. Hal itu juga ditegaskannya pada 11 Juni 2020 saat memberikan komitmen dana ke GAVI.  Di luar 10 perusahaan yang sudah masuk ke fase 2, sejumlah nama besar juga masuk gelanggang ini. Di antaranya, BioNTech SE, CytoDyn Inc., Dynavax Technologies Corp., Gilead Sciences Inc., GlaxoSmithKline, Heat Biologics Inc., Inovio Pharmaceuticals Inc., Regeneron Pharmaceuticals Inc., Roche Holding, Translate Bio Inc., Takeda Pharmaceutical Company Ltd., Vaxart Inc., Vir Biotechnology Inc., dan Biogen Inc.  Banyaknya pihak yang terlibat dalam pengembangan vaksin Covid-19 terbilang luar biasa. "Saya pikir dalam sejarah pengembangan vaksin, kita belum pernah melihat laboratorium serta perusahaan sebanyak ini yang berusaha menemukan vaksin untuk satu jenis penyakit yang sama," cetus Thomas Cueni, Kepala International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations (IFPMA).  Namun seperti disinggung di atas, bukan soal banyaknya yang terjun ke gelanggang ini, melainkan soal vaccine natonalism, dan jaminan akses global yang merisaukan. Mengapa demikian?  Ilona Kickbusch, ahli kesehatan dari Jerman, menyatakan bahwa otoritas kesehatan di dunia memang bekerjasama untuk membincangkan soal distribusi vaksi, “Tetapi sampai sekarang, tidak ada aturan internasional untuk berbagi vaksin dalam cara yang adil,” katanya. WHO sendiri tak punya kekuatan untuk menekan hal tersebut.  Pernyataan itu didukung Jürgen Wasem, Guru Besar Healthcare Management University of Duisburg-Essen. Menurutnya, riset dan pengembangan obat bersifat “driven by market forces”. Artinya, kurang-lebih tergantung pada siapa yang mendanai. Alhasil, ketika ada pertanyaan “Negara mana yang harus mendapat vaksin lebih dulu?”, katanya, “Itu akan diberikan ke mereka yang mampu membayar di harga tertinggi. Ini masalah pasar farmasi di seluruh dunia.”  Potensi ini begitu disadari banyak pihak. CEPI bahkan telah mencoba membuat perjanjian di antara anggotanya, bahwa semua penelitian tentang vaksin yang ikut didanai pemerintah harus dibagikan datanya secara terbuka. Jadi, tidak ada yang akan menguasai hak kekayaan intelektual untuk itu.  Akan tetapi, tidak semua perusahaan obat setuju. Ini yang menjadi masalah di Uni Eropa, dan juga di dunia. Curang?  Dalam kacamata bisnis, bisa dipahami jika perusahaan tidak setuju. Di satu sisi, uang yang dibenamkan begitu besar. Di sisi lain, lamanya proses pengembangan vaksin hingga distribusi tidaklah menentu.  Dalam pengembangan bisnis vaksin, halang rintangnya memang berat. Pertama, scientific uncertainty. Mengembangkan vaksin yang sukses sangat kompleks. Tingkat kesuksesannya 10% dari tahap praklinis, uji klinis, hingga lisensi. Kedua, proof of safety and efficacy. Normalnya, butuh 5-10 tahun untuk mendapat regulatory approval buat penggunaan. Ketiga, skala manufaktur. Begitu secara ilmiah tervalidasi, vaksin harus diproduksi dalam skala yang memungkinkan terjadinya herd immunity dalam skala global. Sekarang, dibutuhkan kurang-lebih untuk 60% populasi dunia, atau sekitar 5 miliar dosis, atau 10 miliar dosis untuk penggunaan multidosis agar lebih cespleng.  Karena banyaknya halang rintang tersebut, sebagian kalangan menilai sangat wajar jika perusahaan begitu berhitung dengan potensi keuntungan serta kerugian yang besar. Mereka pun ditengarai kecil kemungkinan akan membuat vaksin bebas paten. Dan preseden itu ada. Dulu, penisilin tidak ada paten, artinya tidak ada yang memilikinya. Akibatnya, setelah Perang Dunia II, harga penisilin turun sangat rendah. Perusahaan farmasi pun tidak menghasilkan banyak uang untuk itu. Saat itu, yang mereka lakukan adalah membuat tiruan berbagai jenis antibiotik seperti streptomycin dan jenis antibiotik lainnya. Mereka mendapatkan paten pada obat-obat itu sekaligus meraup uang.  Sekarang, tentu saja mereka berlomba menghasilkan paten yang pertama untuk vaksin corona. Mereka adalah perusahaan yang harus melayani pemegang saham. Namun, tak sedikit juga yang mencoba menenangkan keadaan. Sanofi, misalnya, mengklarifikasi secara diplomatis dengan menyebut akan mengutamakan kepentingan global. Atau AstraZeneca, yang berkomitmen memberikan 1 miliar dosis untuk negara-negara yang berpendapatan menengah-bawah, sebagai bagian dari perjanjian lisensi dengan Serum Institute of India. Apa itu akan terjadi? Masih ditunggu.  Selain obral janji manis, menariknya, di tengah halang rintang yang demikian beratnya, sejumlah kalangan sudah berkoar akan segera menemukan sang penawar Covid-19. Sejauh ini, Moderna, AstraZeneca-Oxford, serta Pfizer disebut-sebut berada di garis terdepan dan diharapkan bisa masuk ke tahap human trials. Akhir 2020 atau awal 2021 diharapkan sudah ada yang bisa merilis vaksin. Dr. Anthony Fauci, Direktur National Institute of Allergy and Infectious Diseases yang juga anggota White House Coronavirus Task Force, berharap AS akan punya “a couple hundred million doses” dari vaksin potensial di awal tahun 2021. Tentunya, ini didapat dari perusahaan-perusahaan yang kini didanai.  Bagi sejumlah kalangan, mereka yang menyatakan bisa menghasilkan vaksin dalam 12-18 bulan terhitung rekor. Bahkan hingga 24-36 bulan, menjadi rekor dalam pengembangan vaksin. Pasalnya, sicentific confidence tidaklah mudah diraih. Normalnya, pembuatan vaksin membutuhkan waktu tidak sebentar, dapat bertahun-tahun, bahkan belasan atau puluhan tahun, karena memang tidak hanya efektivitasnya yang diuji, teyapi juga keamanan serta efek samping jangka pendek dan jangka panjang yang mungkin muncul setelah pemberian vaksin tersebut.  Kini, sepuluh kandidat vaksin yang masuk tahap 2 bisa dibilang sudah masuk fase kritikal mengingat success rate bisa kurang dari 20% dan bisa jadi memiliki profil safety and efficacy yang berbeda. Belum lagi, hingga kini belum terjawab apakah Covid-19 akan persist, re-emerge dalam gelombang kedua, atau jadi ancaman musiman (seperti influenza).  Ironisnya, di kalangan ilmuwan yang berlomba menghasilkan vaksin itu sendiri, situasinya terbelah. “Sejauh ini kami masih berada di jalur yang tepat,” ujar Pascal Soriot, CEO AstraZeneca kepada BBC, beberapa waktu lalu. Sekondannya di Ofxord juga menyatakan bahwa “80% yakin” vaksin akan bekerja dengan baik sehingga bisa menyelesaikan uji klinis dalam skala besar sesegera mungkin.  Pernyataan ini memantik polemik di antara ilmuwan. Apalagi, sempat ada kesan orang-orang Oxford menganggap dirinya paling hebat dan agak meremehkan yang lain.  Dr. William Schaffner, ahli penyakit menular di Vanderbilt University Medical Center di Tennesse (AS), mengatakan bahwa dia kaget sewaktu mendengar para ilmuwan Oxford menyatakan kemajuan vaksinnya. “Beberapa dari kami di komunitas ilmiah di sini sedikit terkejut dengan kelincahan kolega kami di Oxford,” kata penasihat senior di Centers for Disease Control and Prevention itu. “Kami sudah dibuat marah dengan para pemimpin politik yang menyajikan informasi tak akurat, dan kita seharusnya menahan para ilmuwan terkemuka untuk melakukan hal serupa,” Schaffner menambahkan. Dr. Paul Offit dari University of Pennsylvania yang mengembangkan vaksin untuk rotavirus menyetujui hal tersebut.  Namun, pihak Oxford menepis itu. “Kami akan jadi yang pertama tiba di garis finis,” ujar Dr. Adrian Hill, salah seorang peneliti Oxford terkemuka, penuh keyakinan. "Bagaimana bisa Anda mengkritik apa untuk opini jujur yang kami buat?” dia melanjutkan. Kepala peneliti Oxford Sarah Gilbert mengatakan kepada The Times bahwa dia memang “80% yakin” vaksin dari Oxford akan bekerja dengan baik.  Namun, yang segaris dengan Schaffner dan Offit tidak sedikit. Salah seorang ilmuwan yang skeptis adalah Saad Omer, dari Yale University. “Saya tak pernah menyaksikan Fase 3 dalam sebulan atau enam minggu,” katanya. Dia lalu menambahkan, “Hanya karena jalur yang sekarang terlihat positif, tidak berarti langkah-langkah berikutnya akan on time dan tak punya efek samping,” kata Omer. Dia lalu mengutip filosofi Spider-Man. “Seperti Spider-Man bilang, ‘with great power comes great responsibility’, menjadi bertanggung jawab di sini adalah tidak memproyeksikan hal yang tidak presisi ketimbang fakta di lapangan terkait pengembangan vaksin.”  Kalangan ilmuwan lain juga mengingatkan untuk rendah hati, sekaligus mengingatkan betapa sungguh tak ada jaminan untuk menghasilkan vaksin. Bahkan, sekalipun sudah tampak di depan mata. Apalagi dalam jangka waktu yang cepat.  Dalam sejarah, ada beberapa temuan vaksin yang begitu berpengaruh: cacar, cacar air, folio, hepatitis A dan B, dan human papillomavirus (HPV). Namun, ada satu vaksin yang sampai sekarang belum kunjung tiba: vaksin untuk human immunodeficiency virus (HIV). Padahal tahun 1984, Menteri Layanan Kesehatan dan Kemanusiaan AS Margaret Heckler mengumumkan bahwa para ilmuwan telah berhasil mengidentifikasi virus yang kemudian dikenal sebagai HIV dan memperkirakan bahwa vaksin pencegahan akan siap untuk pengujian dalam dua tahun. Ibaratnya sudah dekat sekali. Nyatanya, 35 tahun berlalu, umat manusia tak kunjung dekat dengan vaksin HIV.  Sekalipun ironis, sejujurnya persaingan di level ilmuwan tidaklah asing. Ini memang soal gengsi kelas dunia. Siapa menemukan vaksin corona, besar kemungkinan mendapat aplaus dan ganjaran besar, termasuk hadiah Nobel. Buktinya pun sudah ada ketika Luc Montagnier dan Robert Gallo, dua penemu HIV, virus penyebab AIDS (acquired immune deficiency syndrome), bersaing mengklaim. Nobel Kedokteran akhirnya jatuh pada Montagnier di tahun 2008 bersama asistennya, Francoise Barre-Sinoussi.  Yang menambah ironi, sementara ilmuwan bekerja dan adu gengsi, ada yang mengail keuntungan pribadi. Dan, ini terjadi pada eksekutif perusahaan yang tengah mengembangkan vaksin. Beberapa waktu lalu, CEO Moderna, Stéphane Bancel, menyebut fase 1 berjalan baik dan tim Moderna akan masuk fase 3 pada bulan Juli. Tak berapa lama, saham Moderna melonjak 30% menjadi US$ 87.  Sejumlah pihak mengkritik manajemen Moderna karena terburu-buru mengungkap apa yang belum matang. Namun. sepertinya situasi psikologi memang membuat bursa bergejolak. Dunia butuh vaksin. Begitu ada kabar baik, saham pun merangkak. Namun, di sini terjadi pelanggaran moral. CFO Moderna, Lorence Kim, mengeksekusi 241.000 opsi sahamnya, menjualnya, merauh untung US$ 16,8 juta. Per 8 Juni 2020, Moderna bertindak cepat. Kim diganti CFO baru, David Meline.  Ngomong-ngomong, bagaimana dengan Indonesia di tengah perlombaan ini?  Pada 9 Juni lalu, Menteri Riset dan Teknologi Bambang Brodjonegro menyebutkan, ada dua kegiatan uji klinis vaksin virus corona (Covid-19) di Indonesia yang dilaksanakan empat perusahaan farmasi. Pertama, uji klinis vaksin Covid-19 yang dilakukan Bio Farma dengan perusahaan biofarmasi dari China, Sinovac. Kedua, uji klinis Kalbe Farma bersama perusahaan Korea Selatan, Genexine. Bambang mengatakan, uji klinis vaksin Covid-19 akan berlangsung Juni 2020.  Bagaimana akhir dari perlombaan ini, belum diketahui. Di satu sisi, dunia memang membutuhkan vaksin Covid-19, dan ada harapan itu sesegera mungkin ditemukan agar penderitaan berakhir. Namun di sisi lain, masyarakat juga realistis, prosesnya tidaklah mudah. Dan begitu vaksin ditemukan, juga muncul pertanyaan baru yang belum diatur: siapa yang akan mendapatkannya pertama kali?  Melihat vaksin yang market driven dan tidak ada regulasi global untuk pembagian vaksin yang adil, masyarakat dunia digelayuti rasa cemas dan penuh harap. Terlebih, negara-negara miskin yang tak punya kemampuan finansial untuk membeli dalam dosis besar. (\*) | Text :  778 characters(avg),  106 words(avg),  169 tokens(avg),  237 tokens(max),  87 tokens (min).   Summary : 390 characters(avg),  53 words(avg),  83 tokens(avg),  110 tokens(max),  59 tokens (min). |
| 410 | Tip Sandiaga Uno, Mendongkrak Penjualan di Tengah Pandemi | Sandiaga menyampaikan bahwa product branding merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seorang pengusaha. Dia mengatakan, branding dapat membuat produk yang diciptakan berbeda dan selalu menempel di benak pelanggan. Mantan ketua umum himpunan pengusaha muda Indonesia (HIPMI) ini menyebutkan product branding adalah membangun suatu pesan atau image yang menjadi roh dari produk. Dia kembali menyontohkan bahwa orang-orang lebih berminat menggunakan produk Apple dibanding produk lainnya. Menurutnya, publik bisa saja beralasan kalau menggunakan produk tersebut akan mengasosiasikan seorang dengan inovasi. Sandi berpesan kepada seluruh pengusaha muda Indonesia di tengah kondisi pandemi Covid-19 ini untuk terus berani melangkah dan mengambil risiko. Co-Founder & CMO KadoKita Armijn menjelaskan bahwa product branding bersifat jangka panjang dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Dia mengatakan, branding juga bertujuan untuk memberikan kredibilitas produk. Sebabnya, dia melanjutkan, seorang pengusaha harus memulai branding dengan mengetahui lebih dulu posisi produk yang dihasilkan ada di mana. | Sandiaga menyampaikan bahwa product branding merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seorang pengusaha. Dia mengatakan, branding dapat membuat produk yang diciptakan berbeda dan selalu menempel di benak pelanggan.  "Produk branding bukan hanya logo atau merek tapi lebih dari itu. Jadi penting banget produk branding sebagai pembeda dan sebagai sesuatu yang nempel di benak pelanggan kita untuk melakukan diferensiasi antara suatu produk dengan produk lain," kata Sandi dalam keterangan, Ahad (21/6).  Mantan ketua umum himpunan pengusaha muda Indonesia (HIPMI) ini menyebutkan product branding adalah membangun suatu pesan atau image yang menjadi roh dari produk. Dia menyontohkan, seorang pengusaha mengedepankan integritas dan amanah kepada pelanggannya. "Bahwa kalau kita memberikan suatu produk atau jasa itu selalu yang terbaik dan kalau kita memakai produk itu dijamin kualitasnya," katanya.  Dia kembali menyontohkan bahwa orang-orang lebih berminat menggunakan produk Apple dibanding produk lainnya. Menurutnya, publik bisa saja beralasan kalau menggunakan produk tersebut akan mengasosiasikan seorang dengan inovasi.  Dia mengatakan, branding secara konsisten akan membuat suatu produk menjadi hal yang menarik bagi calon pelanggan. Mantan wakil gubernur DKI Jakarta ini melanjutkan, hal tersebut lantas berujung pada ketertarikan pasar akan produk yang dijajakan.  Sandi berpesan kepada seluruh pengusaha muda Indonesia di tengah kondisi pandemi Covid-19 ini untuk terus berani melangkah dan mengambil risiko. Mantan calon wakil presiden ini juga meminta mereka untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan kondisi yang terjadi saat ini. "Sebagai pebisnis, kita harus selalu proaktif, jangan menunggu kesempatan datang tapi harus proaktif menjemput bola terhadap peluang-peluang yang ada di depan," katanya.  Hal serupa juga diungkapkan Co-Founder & CMO KadoKita Armijn. Dia menjelaskan bahwa product branding bersifat jangka panjang dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Dia mengatakan, branding juga bertujuan untuk memberikan kredibilitas produk. Sebabnya, dia melanjutkan, seorang pengusaha harus memulai branding dengan mengetahui lebih dulu posisi produk yang dihasilkan ada di mana.  Sumber: Republika.co.id | Text :  753 characters(avg),  101 words(avg),  146 tokens(avg),  183 tokens(max),  89 tokens (min).   Summary : 378 characters(avg),  49 words(avg),  68 tokens(avg),  72 tokens(max),  65 tokens (min). |
| 411 | MPMRent Donasi Alkes Senilai Rp500 Juta ke Pemkot Tangsel | Bantuan ini diserahkan oleh Chief Operating Officer MPMRent, Devi Clark Munthe bersama dengan Commercial Director MPMRent, Oky Gunawan dan diterima oleh Wali Kota Tangsel, Airin Rachmi Diany di Balai Kota Tangsel (19/6/2020). Devi menjelaskan, pandemi COVID-19 yang belum kunjung selesai menuntut kita semua agar tetap saling bahu membahu untuk meringankan beban sosial yang dialami. MPMRent juga memberikan bantuan APD kepada RSUD Tangerang Selatan dengan keseluruhan nilai total lebih dari Rp100 juta, yaitu berupa 6.000 disposable mask, 1.000 disposable gloves, 970 baju medical isolation gown, dan 235 botol produk multivitamin. Ia juga menyampaikan harapannya kepada MPMRent, sebagai salah satu sektor yang terkena dampak sosial dan ekonomi akibat pandemi, agar bangkit berjuang kembali. Grup MPM melalui entitas anak usahanya telah memberikan bantuan Alat Pelindung Diri dan alat kesehatan secara bertahap untuk penanggulangan COVID-19 di sebagian besar wilayah operasionalnya yaitu Jawa Timur, NTT, Jakarta, Depok, dan Bogor. | Bantuan ini diserahkan oleh Chief Operating Officer MPMRent, Devi Clark Munthe bersama dengan Commercial Director MPMRent, Oky Gunawan dan diterima oleh Wali Kota Tangsel, Airin Rachmi Diany di Balai Kota Tangsel (19/6/2020).  Devi menjelaskan, pandemi COVID-19 yang belum kunjung selesai menuntut kita semua agar tetap saling bahu membahu untuk meringankan beban sosial yang dialami saat ini. Bantuan alat kesehatan ini merupakan wujud dukungan MPMRent kepada pemerintah dan para tenaga medis, khususnya di area Tangsel yang mengemban tugas berat sebagai garda terdepan dalam memerangi permasalahan pandemi.  Adapun bantuan alkes yang diberikan oleh MPMRent kepada Pemkot Tangsel berupa 12.000 disposable mask, 910 disposable medical isolation gown, dan sebuah alat bantu pernapasan (ventilator) dengan  total nilai keseluruhan lebih dari Rp500 juta.  MPMRent juga memberikan bantuan APD kepada RSUD Tangerang Selatan dengan keseluruhan nilai total lebih dari Rp100 juta, yaitu berupa 6.000 disposable mask, 1.000 disposable gloves, 970 baju medical isolation gown, dan 235 botol produk multivitamin.  "Kami mengapresiasi MPMRent atas  bantuan yang telah diberikan kepada kami dan disalurkan kepada masyarakat Tangerang Selatan,” ungkapnya. Ia juga  menyampaikan harapannya kepada MPMRent, sebagai salah satu sektor yang terkena dampak sosial dan ekonomi akibat pandemi, agar bangkit berjuang kembali dan menemukan cara untuk beradaptasi hingga keadaan berjalan normal kembali.  Seluruh kegiatan pemberian bantuan ini merupakan bagian dari insiatif tanggung jawab sosial Grup MPM melalui program MPM Berbagi yang berfokus pada peristiwa bencana (alam dan non-alam) dan kemanusiaan yang diinisasi sebagai komitmen untuk selalu memberikan yang terbaik kepada para pemangku kepentingan, khsususnya masyarakat. Sejak bulan April 2020,  Grup MPM melalui entitas anak usahanya telah memberikan bantuan Alat Pelindung Diri dan alat kesehatan secara bertahap untuk penanggulangan COVID-19 di sebagian besar wilayah operasionalnya yaitu Jawa Timur, NTT, Jakarta, Depok, dan Bogor. | Text :  687 characters(avg),  94 words(avg),  149 tokens(avg),  201 tokens(max),  52 tokens (min).   Summary : 343 characters(avg),  48 words(avg),  77 tokens(avg),  96 tokens(max),  49 tokens (min). |
| 412 | Gerakan Indonesia Pasti Bisa Telah Distribusikan 100.000 Test Kit PCR | Indonesia Pasti Bisa telah menggalang dana senilai Rp10 miliar untuk menyediakan bahan baku produksi dan ongkos distribusi 100.000 test kit, sehingga perangkat diagnosis tersebut tersedia secara gratis. Test kit RT-PCR buatan Indonesia didesain oleh Nusantics, startup bioteknologi yang bergerak di bidang genomika. PT Bio Farma kemudian menyediakan fasilitas dan sumber daya manusia untuk memproduksi massal dan mendistribusikan test kit. Perangkat uji tersebut kemudian didistribusikan secara bertahap mulai 14 Mei 2020 hingga 17 Juni 2020. Distribusi terakhir adalah pengiriman ke BBTLKPP Ambon, Provinsi Maluku. Co-founder dan Managing Partner East Ventures, Willson Cuaca, mengatakan, pihaknya menantikan kesempatan lain untuk berkolaborasi dalam upaya membangun kemandirian industri sains dan keandalan ekosistem kesehatan Indonesia. Kepala BPPT Hammam Riza menekankan bahwa sinergi antarinstitusi riset, perguruan tinggi, pemerintah, industri, dan asosiasi terkait sangat diperlukan. Menurutnya, TFRIC-19 hadir dengan konsep sinergi membangun ekosistem inovasi. BPPT memberikan peran intermediasi yang kuat, untuk memperlancar dan mempercepat tahapan desain dan prototyping, validasi, registrasi dan produksi, sehingga dalam waktu singkat produk Tes Kit RT-PCR dapat diwujudkan. | Pengembangan dan produksi test kit Real Time Polymerase Chain Reaction (RT-PCR) buatan Indonesia adalah salah satu proyek dari Task Force Riset dan Inovasi Teknologi untuk Penanganan COVID-19 (TFRIC19) bentukan Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT).  Indonesia Pasti Bisa telah menggalang dana senilai Rp10 miliar untuk menyediakan bahan baku produksi dan ongkos distribusi 100.000 test kit, sehingga perangkat diagnosis tersebut tersedia secara gratis.  Test kit RT-PCR buatan Indonesia didesain oleh Nusantics, startup bioteknologi yang bergerak di bidang genomika. PT Bio Farma kemudian menyediakan fasilitas dan sumber daya manusia untuk memproduksi massal dan mendistribusikan test kit ke seluruh Indonesia.  Produksi massal test kit yang didanai oleh Indonesia Pasti Bisa berlangsung selama sepekan yang terbagi dalam tujuh batch. Bio Farma memproduksi 3.334 boks yang setara dengan 100.020 test kit.  Perangkat uji tersebut kemudian didistribusikan secara bertahap mulai 14 Mei 2020 hingga 17 Juni 2020. Distribusi terakhir adalah pengiriman ke BBTLKPP Ambon, Provinsi Maluku.  Co-founder dan Managing Partner East Ventures, Willson Cuaca, mengatakan, pihaknya menantikan kesempatan lain untuk berkolaborasi dalam upaya membangun kemandirian industri sains dan keandalan ekosistem kesehatan Indonesia. “East Ventures berkomitmen mendukung program-program kesehatan lainnya yang dapat membangun ekosistem kesehatan Indonesia yang berswadaya,” kata Willson.  Direktur Utama PT Bio Farma, Honesti Basyir mengatakan RT-PCR merupakan salah satu dari lima milestone Bio Farma dalam hal penanggulangan COVID-19. “Kami harap kolaborasi gotong royong ini tidak berhenti di sini saja,” ujar Honesti.  Sementara itu, Kepala BPPT Hammam Riza menekankan bahwa sinergi antarinstitusi riset, perguruan tinggi, pemerintah, industri, dan asosiasi terkait sangat diperlukan. Menurutnya, TFRIC-19 hadir dengan konsep sinergi membangun ekosistem inovasi. BPPT memberikan peran intermediasi yang kuat, untuk memperlancar dan mempercepat tahapan desain dan prototyping, validasi, registrasi dan produksi, sehingga dalam waktu singkat produk Tes Kit RT-PCR dapat diwujudkan. Kita butuh lompatan inovasi, yakni dengan kerja sama dan transfer teknologi dari perusahaan asing kepada industri dalam negeri,” kata Hammam.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  767 characters(avg),  101 words(avg),  167 tokens(avg),  209 tokens(max),  126 tokens (min).   Summary : 428 characters(avg),  55 words(avg),  87 tokens(avg),  94 tokens(max),  77 tokens (min). |
| 413 | Ini Cara Tingkatkan Imunitas Menurut i3L | Menurut British Dietitian Association (BDA) dan European Food Safety Authority (EFSA), hingga saat ini belum ada makanan atau komponen bahan makanan yang bisa meningkatkan kekebalan tubuh dan serta merta membuat seseorang tercegah dari infeksi Covid-19. Meskipun demikian, manusia tetap membutuhkan sistem kekebalan tubuh yang kuat untuk menjalankan fungsi sistem imun secara normal agar tubuh bugar dan terhindar dari penyakit lainnya. Brokoli, kembang kol, dan jambu batu adalah sumber vitamin C yang baik. Vitamin B6 dapat diperoleh dari daging, sayuran, pisang, biji-bijian, dan kacang-kacangan. Daging, ikan, dan telur adalah sumber vitamin B12 yang baik juga kaya akan vitamin A dan zat besi. Selain itu, penting juga untuk menjaga tubuh tetap terhidrasi dengan mengonsumsi air putih sebanyak 8-10 gelas per hari. Dalam masa pandemi ini, terutama saat bekerja dari rumah (work from home), biasanya untuk mengurangi rasa bosan, orang-orang lebih cenderung untuk makan cemilan. Iwan menjelaskan menyarankan agar cemilan-cemilan tersebut dengan cemilan yang lebih sehat, misalnya buah potong, sayuran atau kacang-kacangan yang kaya akan serat. Setiap harinya, tubuh memerlukan zat gizi makro dan mikro dalam jumlah tertentu untuk proses metabolisme, menjalankan aktivitas fisik, tumbuh, serta mengganti sel-sel atau jaringan yang rusak dalam tubuh. Selain itu, beberapa vitamin, seperti vitamin B kompleks dan C bersifat larut dalam air. Jika jumlahnya berlebih, tubuh akan mengeluarkan vitamin tersebut melalui air kencing. Orang dengan obesitas yang terinfeksi Covid-19, memiliki resiko yang lebih tinggi untuk terkena komplikasi dan lebih tinggi prevalansinya untuk mendapatkan perawatan intensif atau Intensive Care Unit (ICU) saat dirawat di rumah sakit. Orang dengan obesitas yang terinfeksi Covid-19 memiliki resiko yang lebih tinggi untuk terkena komplikasi dan lebih tinggi prevalansinya untuk mendapatkan perawatan intensif. | Menurut British Dietitian Association (BDA) dan European Food Safety Authority (EFSA), hingga saat ini belum ada makanan atau komponen bahan makanan yang bisa meningkatkan kekebalan tubuh dan serta merta membuat seseorang tercegah dari infeksi Covid-19.  Meskipun demikian, manusia tetap membutuhkan sistem kekebalan tubuh yang kuat untuk menjalankan fungsi sistem imun secara normal agar tubuh bugar dan terhindar dari penyakit lainnya.  Rektor Indonesia International Institute for Life Sciences (i3L), Iwan Surjawan menyatakan, ada banyak zat gizi yang berperan langsung dalam menjalankan sistem kekebalan tubuh secara normal. Contohnya, vitamin (seperti vitamin A, B6, folat, B12, C, dan D) dan mineral (seperti zat besi, seng (zinc), selenium, dan tembaga). Iwan menambahkan zat-zat gizi tersebut dapat kita penuhi dengan cara mengonsumsi makanan sehat bergizi seimbang.  “Contohnya, brokoli, kembang kol, dan jambu batu adalah sumber vitamin C yang baik. Vitamin B6 dapat diperoleh dari daging, sayuran, pisang, biji-bijian, dan kacang-kacangan. Daging, ikan, dan telur adalah sumber vitamin B12 yang baik juga kaya akan vitamin A dan zat besi. Selain itu, penting juga untuk menjaga tubuh tetap terhidrasi dengan mengonsumsi air putih sebanyak 8-10 gelas per hari,” kata Iwan dalam keterangan resminya, hari ini.  Iwan mengungkapkan selama pandemi, sebaiknya menghindari konsumsi makanan yang tinggi kandungan lemak jenuh, garam dan gula. Seperti keripik, gorengan, mie instan atau minuman yag mengandung gula secara berlebihan. Jika seseorang sering mengonsumsi makanan tersebut, maka resiko terjadinya peningkatan berat badan, obesitas, penyakit kardiovaskular seperti jantung, stroke, diabetes, dan kanker akan lebih tinggi.  Dalam masa pandemi ini, terutama saat bekerja dari rumah (work from home), biasanya untuk mengurangi rasa bosan, orang-orang lebih cenderung untuk makan cemilan. Iwan menjelaskan menyarankan agar cemilan-cemilan tersebut dengan cemilan yang lebih sehat, misalnya buah potong, sayuran atau kacang-kacangan yang kaya akan serat.  Secara terpisah, Widya Indriani, Faculty of Food Science and Nutrition i3L menjelaskan terdapat perbandingan nutrisi yang baik untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Dengan terpenuhinya nutrisi yang seimbang, kita bisa menjaga fungsi normal sistem kekebalan tubuh.  “Setiap harinya, tubuh memerlukan zat gizi makro dan mikro dalam jumlah tertentu untuk proses metabolisme, menjalankan aktivitas fisik, tumbuh, serta mengganti sel-sel atau jaringan yang rusak dalam tubuh. Selain itu, beberapa vitamin, seperti vitamin B kompleks dan C bersifat larut dalam air. Jika jumlahnya berlebih, tubuh akan mengeluarkan vitamin tersebut melalui air kencing. Oleh sebab itu penting untuk mengonsumsi makanan dengan gizi seimbang setiap harinya untuk menjaga fungsi normal dan sistem kekebalan tubuh,” tambahnya.  Widya menambahkan kelebihan kalori di badan juga dapat meningkatkan resiko terkena Covid-19. Terdapat beberapa penelitian yang menyataan bahwa kondisi-kondisi atau penyakit yang berkaitan dengan obesitas seperti diabetes tipe 2, penyakit jantung dan hipertensi dapat memperparah efek Covid-19.  “Berdasarkan pengamatan dari beberapa negara seperti Amerika dan Perancis, orang dengan obesitas yang terinfeksi Covid-19, memiliki resiko yang lebih tinggi untuk terkena komplikasi dan lebih tinggi prevalansinya untuk mendapatkan perawatan intensif atau Intensive Care Unit (ICU) saat dirawat di rumah sakit,” tuturnya.  Editor: Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  694 characters(avg),  94 words(avg),  144 tokens(avg),  189 tokens(max),  70 tokens (min).   Summary : 387 characters(avg),  54 words(avg),  80 tokens(avg),  91 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 414 | Tangani Covid-19, PLN Salurkan Bantuan Rp 14,05 Miliar | PLN sebagai BUMN tentu ingin hadir membantu masyarakat ditengah pandemi ini. Syofvi melanjutkan, bantuan terbesar disalurkan dalam bentuk bantuan pangan berupa 15.608 paket sembako senilai Rp 7,32 miliar bagi masyarakat terdampak Covid-19. Selain memastikan ketahanan pangan, PLN juga menyalurkan bantuan berupa 165.968 alat pelindung diri (APD) dan masker, 25.250 paket obat-obatan dan vitamin. Tenaga medis ini menjadi garda depan, upayanya harus kita dukung. Semoga bantuan yang kita berikan dapat mendukung upaya rekan-rekan tenaga medis untuk menangani Covid-19, kata Syofvi. Semoga bantuan yang kita berikan dapat mendukung upaya rekan-rekan tenaga medis untuk menangani Covid-19, kata Syofvi. | “Kami menyadari penanganan Covid-19 ini perlu dilakukan secara bersama-sama. PLN sebagai BUMN tentu ingin hadir membantu masyarakat ditengah pandemi ini,” ujar Direktur Human Capital dan Management PLN, Syofvi F. Roekman.  Syofvi melanjutkan, bantuan terbesar disalurkan dalam bentuk bantuan pangan berupa 15.608 paket sembako senilai Rp 7,32 miliar bagi masyarakat terdampak Covid-19.  “Ketika pemerintah memberlakukan PSBB dan untuk mendorong masyarakat agar tetap di rumah, tentu ketersediaan pangannya harus terpenuhi. Oleh karena itu, sebagian besar kami berikan dalam bentuk sembako bagi masyarakat terdampak," terang dia.  Selain memastikan ketahanan pangan, PLN juga menyalurkan bantuan berupa 165.968 alat pelindung diri (APD) dan masker, 25.250 paket obat-obatan dan vitamin, serta sarana dan prasarana kesehatan ke rumah sakit dan puskesmas untuk mendukung tenaga medis dalam menangani Covid-19. Total nilai bantuan yang diberikan mencapai Rp 6,73 miliar.  “Tenaga medis ini menjadi garda depan, upayanya harus kita dukung. Semoga bantuan yang kita berikan dapat mendukung upaya rekan-rekan tenaga medis untuk menangani Covid-19,” kata Syofvi.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  574 characters(avg),  78 words(avg),  132 tokens(avg),  213 tokens(max),  52 tokens (min).   Summary : 349 characters(avg),  48 words(avg),  83 tokens(avg),  90 tokens(max),  76 tokens (min). |
| 415 | Unilever Indonesia Distribusikan Ribuan Alat Tes PCR ke GTPC19 | Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 (GTPPC19 ) mendapatkan bantuan dari Unilever Indonesia berupa alat tes PCR. Bantuan tersebut sangat dibutuhkan dalam pengujian sampel swab individu di tengah masih terjadinya penyebaran virus Korona. Unilever Indonesia menyumbangkan lebih dari 40.000 alat tes PCR senilai Rp10,7 miliar. Ketua Gugus Tugas Nasional, Doni Monardo, mengapresiasi inisiatif Unilever Indonesia. Inisiatif ini sangat tepat dan menjawab kebutuhan penanganan pandemi di Indonesia saat ini. Ia juga menyampaikan bahwa pihak swasta memiliki peran yang sangat penting dalam membantu pemerintah dalam menurunkan kurva angka kasus COVID-19. Sementara itu, Direktur PT Unilever Indonesia Tbk, Hemant Bakshi, menyampaikan bahwa Unilever telah tumbuh bersama masyarakat Indonesia selama lebih dari 86 tahun. Unilever Indonesia mengamati terus perkembangan situasi dan kebutuhan yang mengemuka dalam penanganan COVID-19. Dari situ Unilever Indonesia melihat bahwa kebutuhan pasokan tes PCR masih sangat dibutuhkan. Butuh waktu yang panjang untuk bisa keluar dari krisis ini serta untuk bisa bangkit kembali. Dukungan yang berkelanjutan dan tepat sesuai dengan kebutuhan menjadi sangat penting. Unilever Indonesia melihat secara nasional pasokan alat tes PCR masih diperlukan dalam penanganan pandemi, karena itu mendatangkan alat tes tersebut ke Indonesia. Unilever Indonesia melalui merek sabun kesehatan Lifebuoy telah menyalurkan 200.000 sabun ke sejumlah rumah sakit di Indonesia, dan 1.320 sabun cuci tangan telah disalurkan ke 400 masjid di Jakarta melalui BNPB. Unilever Indonesia juga aktif memberi dukungan melalui edukasi masyarakat untuk mengadopsi perilaku baru dan meningkatkan kedisiplinan untuk mencegah COVID-19. | Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 (GTPPC19) mendapatkan bantuan dari Unilever Indonesia berupa alat tes PCR. Bantuan tersebut sangat dibutuhkan dalam pengujian sampel swab individu di tengah masih terjadinya penyebaran virus Korona. Unilever Indonesia menyumbangkan lebih dari 40.000 alat tes PCR senilai Rp10,7 miliar.  Bantuan ini kemudian disalurkan melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) kepada sejumlah rumah sakit, laboratorium dan fasilitas kesehatan di seluruh Indonesia. Alat tes PCR tersebut berjumlah 40.320 paket yang terdiri dari antigen test kit, reagent, dan alat swab dengan kontainernya. Alat tes PCR itu telah didistribusikan ke sejumlah fasilitas kesehatan, di antaranya RSUD Dr. Soetomo (Surabaya), RSUP Hasan Sadikin (Bandung), Lembaga Biologi Molekuler Eijkman (Jakarta) dan Laboratorium Institut Pertanian Bogor.  Ketua Gugus Tugas Nasional, Doni Monardo, mengapresiasi inisiatif Unilever Indonesia. Inisiatif ini sangat tepat dan menjawab kebutuhan penanganan pandemi di Indonesia saat ini. “Donasi alat tes PCR dan produk sabun cuci tangan masih terus diperlukan selama pandemi ini masih berlangsung. Untuk itu kami megepresiasi Unilever Indonesia yang responsif dalam membantu penanganan COVID-19,” ujar Doni. Ia juga menyampaikan bahwa pihak swasta memiliki peran yang sangat penting dalam membantu pemerintah dalam menurunkan kurva angka kasus COVID-19.  “Saya berharap ke depannya pihak swasta dan pemerintah bisa terus berkolaborasi, berupaya sesuai perannya masing-masing sehingga bisa menurunkan kurva COVID-19 di Indonesia” ujarnya.  Sementara itu, Direktur PT Unilever Indonesia Tbk, Hemant Bakshi, menyampaikan bahwa Unilever telah tumbuh bersama masyarakat Indonesia selama lebih dari 86 tahun. “Selama itu juga kami telah turut berjuang bersama masyarakat dalam menghadapi masamasa krisis yang dialami negeri ini. Kami berkomitmen untuk senantiasa mendukung upayaupaya pemerintah dalam mengatasi krisis yang terjadi,” ujar Hemant. Unilever Indonesia mengamati terus perkembangan situasi dan kebutuhan yang mengemuka dalam penanganan COVID-19. Dari situ Unilever Indonesia melihat bahwa kebutuhan pasokan tes PCR masih sangat dibutuhkan.  Butuh waktu yang panjang untuk bisa keluar dari krisis ini serta untuk bisa bangkit kembali. Dukungan yang berkelanjutan dan tepat sesuai dengan kebutuhan menjadi sangat penting. "Sebelumnya, kami telah menyumbangkan masker N95 melalui Persatuan Rumah Sakit Seluruh Indonesia ketika kebutuhan itu mendesak. Kami juga telah mendonasikan produk-produk kami untuk membantu meningkatkan kebersihan dan kesehatan masyarakat," jelasnya.  Saat ini, Unilever Indonesia melihat secara nasional pasokan alat tes PCR masih diperlukan dalam penanganan pandemi, karena itu mendatangkan alat tes tersebut ke Indonesia. Kita tahu, saat ini permintaan alat tes PCR sangat tinggi di dunia.  Selain dukungan berupa alat tes PCR, Unilever Indonesia melalui merek sabun kesehatan Lifebuoy telah menyalurkan 200.000 sabun ke sejumlah rumah sakit di Indonesia, dan 1.320 sabun cuci tangan telah disalurkan ke 400 masjid di Jakarta melalui BNPB. Unilever Indonesia juga aktif memberi dukungan melalui edukasi masyarakat untuk mengadopsi perilaku baru dan meningkatkan kedisiplinan untuk mencegah COVID-19.  Sejak awal pandemi, Unilever Indonesia berkomitmen untuk mengalokasikan bantuan senilai Rp50 miliar, hingga bulan ini, tercatat sebanyak Rp 83 miliar telah Unilever Indonesia sumbangkan bagi Indonesia melalui berbagai bentuk bantuan.  “Kami percaya bahwa setiap pihak memiliki peran dalam membantu menangani COVID-19. Sebagai perusahaan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, kami bersyukur dapat berpartisipasi memenuhi kebutuhan strategis bagi penanganan COVID-19. Hal ini sejalan dengan semangat #MariBerbagiPeran yang selalu kami usung,” jelas Hemant. | Text :  767 characters(avg),  102 words(avg),  161 tokens(avg),  210 tokens(max),  118 tokens (min).   Summary : 347 characters(avg),  47 words(avg),  70 tokens(avg),  81 tokens(max),  62 tokens (min). |
| 416 | Terdampak Corona, Pendapatan Blue Bird Turun 70 Persen | Direktur Utama PT Blue Bird Tbk Noni Purnomo mengungkapkan pandemi Covid-19 berdampak kepada penurunan pendapatan sejal Maret 2020. Padahal, Noni menuturkan pendapatan Blue Bird pada Februari 2020 sudah lebih baik dibandingkan periode yang sama 2019. Tetapi ternyata pada Maret 2020 langsung turun 50 persen. April 2020 langsung turun 70 persen. Noni mengakui tidak ada pilihan lagi selain untuk bertahan pada kondisi saat ini. Dia menegaskan, bagaimanapun Blue Bird tetap harus beroperasi meski banyak armada yang berkurang. Noni menuturkan yang paling penting saat ini, bagaimana Blue Bird menghadapi krisis yang ada sekarang sekaligus menyiapkan masa setelah pandemi Covid-19 berakhir. Karena jangan sampai begitu pandemi selesai, kita tidak bisa meneruskan lagi karena semua energi kita sudah habis hanya untuk pemulihan. Blue Bird juga menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan selama pandemi Covid-19. Yang paling penting adalah memahami perilaku dan kebutuhan pelanggan kita, ungkap Noni. Yang paling penting adalah memahami perilaku dan kebutuhan pelanggan kita, ungkap Noni. Yang paling penting adalah memahami perilaku dan kebutuhan pelanggan kita, ungkap Noni. | Direktur Utama PT Blue Bird Tbk Noni Purnomo mengungkapkan pandemi Covid-19 berdampak kepada penurunan pendapatan sejal Maret 2020. Padahal, Noni menuturkan pendapatan Blue Bird pada Februari 2020 sudah lebih baik dibandingkan periode yang sama 2019.  “Tetapi ternyata pada Maret 2020 langsung turun 50 persen. April 2020 langsung turun 70 persen. Jadi kita memang menghadapi suatu krisis yang real,” kata Noni dalam diskusi terbuka secara virtual yang diselenggarakan Universitas Bina Nusantara, Selasa (16/6).  Meskipun begitu, Noni menegaskan Blue Bird tetap fokus agar tetap bertahan dalam kondisi saat ini. Meski regulasi pemerintah terus berubah, Noni menilai hal tersebut agar pelaku usaha juga dapat beradaptasi dan bertahan selama pandemi dan sesudahnya nanti.  Noni mengakui tidak ada pilihan lagi selain untuk bertahan pada kondisi saat ini. “Karena kita punya tanggungan banyak sekali, ada 40 ribu pengemudi dan karyawan yang bernaung dan juga pelanggan kita yang setiap hari meskipun selama PSBB harus tetap melakukan perjalanannya seperti paramedis dan sebagainya,” ungkap Noni.  Dia menegaskan, bagaimanapun Blue Bird tetap harus beroperasi meski banyak armada yang berkurang. Noni menuturkan yang paling penting saat ini, bagaimana Blue Bird menghadapi krisis yang ada sekarang sekaligus menyiapkan masa setelah pandemi Covid-19 berakhir.  “Karena jangan sampai begitu pandemi selesai, kita tidak bisa meneruskan lagi karena semua energi kita sudah habis hanya untuk pemulihan,” tutur Noni.  Untuk itu, Noni memastikan saat ini Blue Bird melakukan business process review dan membuat birokrasi lebih lancar karena akses dan resourcessangat terbatas. Noni menuturkan, Blue Bird tidak bisal lagi memilih mana yang menjadi prioritas namun semua hal tetap diupayakan agar bisa bertahan.  Noni mngatakan, Blue Bird juga menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan selama pandemi Covid-19. “Yang paling penting adalah memahami perilaku dan kebutuhan pelanggan kita,” ungkap Noni.  Sumber: Republika.co.id | Text :  667 characters(avg),  94 words(avg),  132 tokens(avg),  191 tokens(max),  53 tokens (min).   Summary : 389 characters(avg),  55 words(avg),  74 tokens(avg),  87 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 417 | Strategi Trisula International Hadapi Wabah Covid-19 | PT Trisula International Tbk ( TRIS), memutuskan untuk kembali membagikan dividen dengan total Rp 4,71 miliar atau Rp 1,5 per saham. Adapun rencana pembagian dividen akan diberikan kepada para pemegang saham yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada 25 Juni 2020. Hal itu diputuskan dalam RUPST untuk tahun buku 2019 yang digelar di Trisula Center, Jakarta. RUPST juga memutuskan agenda realisasi penggunaan dana hasil rights issue atau Penambahan Modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu I (PMHMETD I ) di tahun 2019 sebesar Rp 576,01 miliar. Dana ini digunakan untuk akuisisi saham PT Trisula Textile Industries Tbk (BELL ) dan untuk modal kerja. Adapun melalui PT Trimas Sarana Garment Industry, Perseroan mempunyai kapasitas sebanyak 500 ribu pcs/bulan untuk masker non medis. Santoso juga menyampaikan, TRIS akan terus berupaya menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta mengedepankan kreativitas dalam menciptakan produk dan metode pemasaran yang baru dalam menghadapi tantangan pasar. Santoso melanjutkan, dengan adanya konsolidasi dengan BELL, mengakibatkan pangsa pasar TRIS di tahun 2019 berimbang antara penjualan domestik dan ekspor, dimana 51% penjualan berasal dari pangsa pasar penjualan di pasar domestik dan 49% lainnya berasal dari pasar ekspor. Menurut dia, untuk penjualan ekspor sampai saat ini masih berjalan cukup lancar. Ke depan, TRIS akan terus meningkatkan setiap lini bisnisnya, dengan mengedepankan inovasi berdasarkan selera dan target pasar. Perseroan juga memberikan pelatihan secara berkesinambungan kepada karyawan, baik dari cara menjual dan pengetahuan atas produk (product knowledge) yang diharapkan untuk meraih peluang usaha yang lebih besar. | PT Trisula International Tbk (TRIS), memutuskan untuk kembali membagikan dividen dengan total Rp 4,71 miliar atau Rp 1,5 per saham. Adapun rencana pembagian dividen akan diberikan kepada para pemegang saham yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada 25 Juni 2020.  Hal itu diputuskan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) untuk tahun buku 2019 yang digelar di Trisula Center, Jakarta. Santoso Widjojo, selaku Direktur Utama TRIS mengatakan, pihaknya secara konsisten membagikan dividen tunai sejak mencatatkan sahamnya di BEI pada 2012 lalu.  "Kami mengucapkan terima kasih atas kinerja dari berbagai pihak sehingga dalam RUPS ini TRIS telah mendapatkan persetujuan untuk membagikan dividen tunai dari laba bersih tahun 2019,” ujarnya.  RUPST juga memutuskan agenda realisasi penggunaan dana hasil rights issue atau Penambahan Modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu I (PMHMETD I) di tahun 2019 sebesar Rp 576,01 miliar. Dana ini digunakan untuk akuisisi saham PT Trisula Textile Industries Tbk (BELL) dan untuk modal kerja.  Dengan adanya tantangan pandemi Covid-19, kata Santoso, TRIS terus melakukan efisiensi produksi maupun operasional dengan memprioritaskan efisiensi biaya operasional yang disesuaikan dengan pencapaian kinerja. Manajemen juga terus melakukan cost control serta meninjau dan menganalisa kinerja arus kas (cashflow) dalam setiap segmentasi bisnis Perseroan.  Strategi lainnya, TRIS melakukan diversifikasi produk dengan membuat produk Alat Pelindung Diri (APD) baju hazmat dan masker non medis. Melalui entitas anak PT Trisco Tailored Apparel Manufacturing, Perseroan mempunyai kapasitas produksi sebanyak 40 ribu pcs/bulan untuk baju hazmat seam-sealed dan 2 juta pcs/bulan untuk masker non medis.  Adapun melalui PT Trimas Sarana Garment Industry, Perseroan mempunyai kapasitas sebanyak 500 ribu pcs/bulan untuk masker non medis. Santoso juga menyampaikan, TRIS akan terus berupaya menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta mengedepankan kreativitas dalam menciptakan produk dan metode pemasaran yang baru dalam menghadapi tantangan pasar.  Salah satunya adalah dengan memperkuat penjualan secara daring di pasar domestik, memperbaiki sistem inventory management, menambah channel marketplace, serta menambah manpower di tim online.  “Menghadapi pandemi Covid-19 ini, kami akan tingkatkan penjualan domestik secara daring, seperti yang sudah dilakukan pada tahun 2019, penjualan online untuk pasar domestik TRIS naik signifikan sebesar 94% pada 2019," katanya.  Santoso melanjutkan, dengan adanya konsolidasi dengan BELL, mengakibatkan pangsa pasar TRIS di tahun 2019 berimbang antara penjualan domestik dan ekspor, dimana 51% penjualan berasal dari pangsa pasar penjualan di pasar domestik dan 49% lainnya berasal dari pasar ekspor.  Menurut dia, untuk penjualan ekspor sampai saat ini masih berjalan cukup lancar. Pembatasan wilayah di beberapa negara dan keterbatasan jalur distribusi (terutama pembatasan jadwal penerbangan angkutan udara untuk air-shipment) memang sempat mengakibatkan keterlambatan pengiriman. Namun, dengan komunikasi yang baik dengan pihak customer, TRIS mendapatkan kelonggaran waktu delivery sehingga terhindar dari potential claim.  Ke depan, TRIS akan terus meningkatkan setiap lini bisnisnya, dengan mengedepankan inovasi berdasarkan selera dan target pasar. Perseroan juga memberikan pelatihan secara berkesinambungan kepada karyawan, baik dari cara menjual dan pengetahuan atas produk (product knowledge) yang diharapkan untuk meraih peluang usaha yang lebih besar.  “Kami berharap strategi yang dicanangkan ini dapat berjalan dengan baik dan kami akan terus mencari peluang dengan memberikan inovasi dan kualitas tinggi sebagai integrated apparel provider,” tutur Santoso.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  756 characters(avg),  102 words(avg),  152 tokens(avg),  224 tokens(max),  110 tokens (min).   Summary : 346 characters(avg),  49 words(avg),  70 tokens(avg),  78 tokens(max),  64 tokens (min). |
| 418 | Cegah Penyebaran Covid-19, WSBP Rapid Test Sebulan 2 Kali | PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP ) melakukan berbagai program pencegahan penyebaran virus tersebut, yaitu dengan melakukan rapid test sebanyak 2x dalam sebulan kepada seluruh pegawai. Terhitung sejak hari pertama program dilakukan pada 2 Juni 2020, rapid test ini sudah dilakukan sebanyak 3 kali (2, 8, dan 15 Juni). Adapun pengelolaan aktivitas kerja bagi pegawai yang melakukan WFO, yaitu saat berangkat kerja seluruh pekerja harus memastikan berada dalam kondisi fit dan bugar, memakai masker, menerapkan physical distancing, menggunakan kendaraan pribadi, dan khusus untuk seluruh pekerja yang menggunakan kendaraan umum difasilitasi transportasi penjemputan dan pengantaran yang disediakan oleh perusahaan. Ketika berada di kantor, pekerja mengikuti pemeriksaan suhu tubuh, mengisi absen melalui aplikasi, dan mengisi Form Pencegahan Penyebaran Corona melalui QR Code yang disediakan, melakukan jaga jarak minimal 1 meter, tidak berbagi meja dan peralatan pribadi, tidak melepas masker, melaksanakan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat, meeting dengan membatasi jumlah peserta sebanyak 50-60%. WSBP adalah perusahaan produksi beton precast dan ready mix dengan kapasitas produksi saat ini terbesar di Indonesia. Saat ini, perseroan memiliki 9 plant, 73 batching plant, 5 quarry, dan proyek-proyek besar infrastruktur. WSBP berkomitmen untuk berkontribusi aktif untuk menciptakan CSR yang berkelanjutan/sustainability yang bermanfaat bagi masyarakat. | Oleh karena itu sebagai perusahaan yang mendukung komitmen pemerintah dalam menanggulangi pandemi ini, PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) melakukan berbagai program pencegahan penyebaran virus tersebut, yaitu dengan melakukan rapid test sebanyak 2x dalam sebulan kepada seluruh pegawai. Terhitung sejak hari pertama program dilakukan pada 2 Juni 2020, rapid test ini sudah dilakukan sebanyak 3 kali (2, 8, dan 15 Juni).  Selain itu, tamu perusahaan diwajibkan membawa surat keterangan hasil rapid test, setiap pegawai yang melaksanakan Work From Office (WFO) wajib mengisi form kesehatan melalui QR Code, begitu pula dengan tamu yang datang wajib mengisi form yang sama. Perusahaan juga melakukan pemeriksaan suhu tubuh kepada seluruh pegawai dan tamu, menyediakan handsanitizer di setiap tempat, dan selalu mengingatkan untuk mempergunakan masker pada setiap aktivitas pekerjaan.  Adapun pengelolaan aktivitas kerja bagi pegawai yang melakukan WFO, yaitu saat berangkat kerja seluruh pekerja harus memastikan berada dalam kondisi fit dan bugar, memakai masker, menerapkan physical distancing, menggunakan kendaraan pribadi, dan khusus untuk seluruh pekerja yang menggunakan kendaraan umum difasilitasi transportasi penjemputan dan pengantaran yang disediakan oleh perusahaan. Perusahaan juga telah memasang sekat antar meja pekerja dalam upaya pencegahan virus Covid-19 di ruang kerja.  Kemudian ketika berada di kantor, pekerja mengikuti pemeriksaan suhu tubuh, mengisi absen melalui aplikasi, dan mengisi Form Pencegahan Penyebaran Corona melalui QR Code yang disediakan, melakukan jaga jarak minimal 1 meter, tidak berbagi meja dan peralatan pribadi, tidak melepas masker, melaksanakan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat, meeting dengan membatasi jumlah peserta sebanyak 50-60% dari total jumlah peserta atau melakukan teleconference menggunakan berbagai media. Pekerja juga dianjurkan untuk menghindari keramaian saat istirahat, membawa makan siang/makanan ringan dari rumah.  Jarot Subana, Direktur Utama PT Waskita Beton Precast Tbk., menyatakan bahwa perusahaan akan patuh dan konsisten menjalankan protokol WFO dan melakukan pemantauan serta evaluasi secara berkala. Harapannya keselamatan dan kesehatan seluruh pekerja dapat terjamin sehingga dapat melakukan aktivitas pekerjaan dengan aman dan nyaman.  WSBP adalah perusahaan produksi beton precast dan ready mix dengan kapasitas produksi saat ini terbesar di Indonesia. Saat ini, perseroan memiliki 9 plant, 73 batching plant, 5 quarry, dan proyek-proyek besar infrastruktur. WSBP berkomitmen untuk berkontribusi aktif untuk menciptakan CSR yang berkelanjutan/sustainability yang bermanfaat bagi masyarakat. | Text :  665 characters(avg),  89 words(avg),  125 tokens(avg),  169 tokens(max),  76 tokens (min).   Summary : 362 characters(avg),  49 words(avg),  71 tokens(avg),  73 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 419 | Ritase Bantu Grup Sucor Distribusikan 10 Ribu APD | Bantuan APD yang disalurkan berupa isolation gowns atau baju hazmat sebanyak 10 ribu unit. Pendistribusian APD tersebut telah dilakukan secara serempak pada 5 Juni 2020. Distribusinya tersebar ke wilayah Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya, Bali, Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Di sisi lain, sata ini Ritase tengah menerapkan kebijakan untuk mendukung keselamatan kerja para pekerja lapangan sesuai standar World Health Organization. Platform ini dibantu dengan fitur Track & Trace bagi shipper untuk memantau status pengiriman secara realtime. Mitra pengemudi dapat melakukan update status pengiriman tanpa melakukan kontak fisik dengan pihak penerima baju hazmat, mulai dari status pick up, loaded, drop off, unloaded, hingga upload surat jalan elektronik atau E-POD. | Bantuan APD yang disalurkan berupa isolation gowns atau baju hazmat sebanyak 10 ribu unit. Pendistribusian APD tersebut telah dilakukan secara serempak pada 5 Juni 2020. Grup Sucor sendiri, sebagai bagian dari program CSR-nya, telah memilih 17 puskesmas dan rumah sakit, serta puluhan lembaga kesehatan melalui mitra mereka.  Distribusinya tersebar ke wilayah Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya, Bali, Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Bantuan tersebut diharapkan dapat membantu para tenaga kerja kesehatan. Di sisi lain, sata ini Ritase tengah menerapkan kebijakan untuk mendukung keselamatan kerja para pekerja lapangan sesuai standar World Health Organization.  "Semua wajib menggunakan masker, sarung tangan, hand sanitizer, dan menerapkan physical distancing," ujar Iman Kusnadi, CEO & Pendiri Ritase. Ritase merupakan platform yang memiliki network trucking dan coverage di seluruh Indonesia.  Platform ini dibantu dengan fitur Track & Trace bagi shipper untuk memantau status pengiriman secara realtime. “Mitra pengemudi dapat melakukan update status pengiriman tanpa melakukan kontak fisik dengan pihak penerima baju hazmat, mulai dari status pick up, loaded, drop off, unloaded, hingga upload surat jalan elektronik atau E-POD,” kata dia menjabarkan.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  628 characters(avg),  86 words(avg),  138 tokens(avg),  190 tokens(max),  86 tokens (min).   Summary : 386 characters(avg),  54 words(avg),  83 tokens(avg),  91 tokens(max),  75 tokens (min). |
| 420 | UNAIR Temukan 5 Kombinasi Obat yang Efektif Lawan Corona | Kelima obat tersebut adalah Lopinavir/ritonavir dengan azithromicyne, Lopinavir/ritonavir dengan doxycyline, Lopinavir/ritonavir dengan chlaritromycine, Hydroxychloroquine dengan azithromicyne, dan Hydroxychloroquine dengan doxycycline. Namun, dr. Purwati, Ketua Pusat Penelitian dan Pengembangan Stem Cell UNAIR, mengatakan bahwa regimen kombinasi obat corona tersebut tidak untuk diperjual belikan secara bebas. Peneliti UNAIR juga menemukan dua formula yaitu Haematopotic Stem Cells (HSCs) dan Natural Killer cells. Lebih jauh, dia mengatakan bahwa dari hasil uji tantang HSCs ditemukan bahwa setelah 24 jam virus SARS CoV2 isolat Indonesia sudah dapat dieliminasi oleh stem cells tersebut. Sedangkan hasil uji tantang NK cells terhadap virus, setelah 72 jam didapatkan sebagian virus dapat diinaktivasi oleh NK cells tersebut. Rektor UNAIR Prof. Dr. H. Mohammad Nasih, menjelaskan bahwa pihaknya akan terus mendukung upaya untuk mempercepat penanganan Covid-19 di Indonesia. Kami akan mendukung penuh penelitian UNAIR terkait percepatan Covid-19 ini. Semoga ini menjadi langkah baik bagi riset Indonesia dengan untuk membuktikan penelitiannya dalam waktu singkat, ucapnya menutup pembicaraan. | Kelima obat tersebut adalah Lopinavir/ritonavir dengan azithromicyne, Lopinavir/ritonavir dengan doxycyline, Lopinavir/ritonavir dengan chlaritromycine, Hydroxychloroquine dengan azithromicyne, dan Hydroxychloroquine dengan doxycycline.  Namun, dr. Purwati, Ketua Pusat Penelitian dan Pengembangan Stem Cell UNAIR, mengatakan bahwa regimen kombinasi obat corona tersebut tidak untuk diperjual belikan secara bebas. “Belum diperjualbelikan. Ini kolaborasi antara UNAIR, BNPB, dan Badan Intelijen Negara,” kata dr Purwati.  Dia menyebutkan, kombinasi regimen obat tersebut memiliki potensi dan efektif untuk membunuh virus. Dosis masing-masing obat dalam kombinasi tersebut yaitu 1/5 dan 1/3 lebih kecil dibandingkan dosis tunggalnya sehingga mengurangi efek toksik dari obat tersebut bila diberikan sebagai obat tunggal.  “Kini sudah ada ratusan obat yang sudah diproduksi dan akan disebarkan kepada rumah sakit yang membutuhkan,” ujarnya. Selain regimen kombinasi obat, peneliti UNAIR juga menemukan dua formula yaitu Haematopotic Stem Cells (HSCs) dan Natural Killer (NK) cells. Lebih jauh, dia mengatakan bahwa dari hasil uji tantang HSCs ditemukan bahwa setelah 24 jam virus SARS CoV2 isolat Indonesia sudah dapat dieliminasi oleh stem cells tersebut.  Sedangkan hasil uji tantang NK cells terhadap virus, setelah 72 jam didapatkan sebagian virus dapat diinaktivasi oleh NK cells tersebut.  Dengan demikian keduanya memiliki potensi dan efektifitas yang cukup bagus sebagai pencegahan maupun pengobatan virus SARS CoV 2. “Kedua pengobatan alternatif itu bisa menjadi rekomendasi bagi para dokter, industri obat dan masyarakat dalam menangani Covid-19 secara cepat,” jelas dr Purwati menambahkan.  Sementara itu, Rektor UNAIR Prof. Dr. H. Mohammad Nasih, menjelaskan bahwa pihaknya akan terus mendukung upaya untuk mempercepat penanganan Covid-19 di Indonesia.  “Kami akan mendukung penuh penelitian UNAIR terkait percepatan Covid-19 ini. Semoga ini menjadi langkah baik bagi riset Indonesia dengan untuk membuktikan penelitiannya dalam waktu singkat,” ucapnya menutup pembicaraan.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  691 characters(avg),  91 words(avg),  165 tokens(avg),  216 tokens(max),  79 tokens (min).   Summary : 398 characters(avg),  52 words(avg),  105 tokens(avg),  130 tokens(max),  74 tokens (min). |
| 421 | Jakarta Smart City dan Grup Cartenz Kembangkan Aplikasi Tracing Covid-19 | Jakarta Smart City dan Grup Cartenz sebagai penyedia solusi e-government di Indonesia telah menandatangani nota kesepahaman (MoU) untuk kolaborasi pengembangan aplikasi Jejak sebagai salah satu langkah untuk membantu mengendalikan penyebaran pandemi COVID-19 di wilayah DKI Jakarta. Jejak adalah aplikasi berbasis mobile yang dapat melakukan pemindaian pergerakan individu melalui kode QR. Adapun cara kerja dari aplikasi ini adalah dengan melakukan pemindaian kode unik QR dari setiap individu di pusat keramaian. Pemindaian ini bertindak sebagai pencatat riwayat kunjungan yang kemudian akan digunakan para petugas pengendali COVID-19. Apabila ditemukan sebuah kasus baru di titik lokasi yang pernah dikunjungi, maka para petugas bisa mendapatkan data secara akurat terkait siapa saja yang pernah mengunjungi lokasi tersebut. JSC terus berupaya untuk mengajak para akademisi, industri, media maupun masyarakat untuk berperan aktif bersama dalam menghadirkan berbagai solusi, khususnya pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam penanganan COVID-19 di DKI Jakarta mulai dari tahapan testing, tracing, treatment dan monitoring. | Jakarta Smart City dan Grup Cartenz sebagai penyedia solusi e-government di Indonesia telah menandatangani nota kesepahaman (MoU) untuk kolaborasi pengembangan aplikasi Jejak sebagai salah satu langkah untuk membantu mengendalikan penyebaran pandemi COVID-19 di wilayah DKI Jakarta.  Jejak adalah aplikasi berbasis mobile yang dapat melakukan pemindaian pergerakan individu melalui kode QR. Teknologi ini akan memberikan sebuah gambaran lokasi pergerakan pasien positif COVID-19 selama 14 hari kebelakang.  MoU ini merupakan langkah strategis antara swasta dan pemerintah, di mana JSC sebagai Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) di bawah Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (Diskominfotik). Setiap warga Jakarta dapat mengunduh aplikasi Jejak secara gratis dan nantinya secara berkala akan mengkaji pelaksanaan serta tata kelola data sehingga pelacakan akan termonitor.  Adapun cara kerja dari aplikasi ini adalah dengan melakukan pemindaian kode unik QR dari setiap individu di pusat keramaian. Pemindaian ini bertindak sebagai pencatat riwayat kunjungan yang kemudian akan digunakan para petugas pengendali COVID-19. Apabila ditemukan sebuah kasus baru di titik lokasi yang pernah dikunjungi, maka para petugas bisa mendapatkan data secara akurat terkait siapa saja yang pernah mengunjungi lokasi tersebut.  "Cartenz akan terus berkolaborasi, menghadirkan inovasi serta berperan aktif dalam membantu pemerintah dalam hal pengendalian penyebaran COVID-19 dalam hal ini khususnya DKI Jakarta. Teknologi memegang peranan sangat penting di dalam memutus rantai penyebaran COVID-19 dan Cartenz ingin turut mengambil bagian dan pada saat yang bersamaan dapat memberikan sumbangsih untuk Indonesia. Harapan kami melalui aplikasi JEJAK berbagai keputusan terkait penanganan COVID-19 dapat diambil dengan cepat dan tepat,” ujar Gito Wahyudi, CEO Grup Cartenz.  Sementara menurut Yudhistira Nugraha, Direktur Jakarta Smart City, kolaborasi ini merupakan salah satu langkah pemerintah menjadi kolaborator dan masyarakat dapat mengambil peran sebagai co-creator. “Prinsip-prinsip pengembangan ekosistem Smart City 4.0 mulai dari mobile first, system dan data driven technology, digital experience, serta smart collaboration kami terapkan dalam skema kolaborasi ini. JSC terus berupaya untuk mengajak para akademisi, industri, media maupun masyarakat untuk berperan aktif bersama dalam menghadirkan berbagai solusi, khususnya pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam penanganan COVID-19 di DKI Jakarta mulai dari tahapan testing, tracing, treatment dan monitoring,” ungkapnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  865 characters(avg),  114 words(avg),  169 tokens(avg),  188 tokens(max),  144 tokens (min).   Summary : 374 characters(avg),  50 words(avg),  70 tokens(avg),  79 tokens(max),  55 tokens (min). |
| 422 | Mandiri Syariah Salurkan 26.600 Paket ke Seluruh Indonesia | Penyerahan bantuan dibagi dalam tiga tahap, sebelum Ramadan, menjelang Lebaran dan setelah Lebaran. Pada tahap ketiga penyerahan dilakukan secara virtual oleh Direktur Finance, Strategy dan Treasury Mandiri Syariah, Ade Cahyo Nugroho kepada pewakilan penerima dalam hal ini DKM Masjid An Nur Riau. Corporate Secretary Mandiri Syariah, Ahmad Reza, menambahkan, pihaknya berupaya memberikan kemaslahatan dan kebermanfaatan bagi umat. Tentunya hal tersebut dilakukan dengan adanya kontribusi nasabah. Namun dilanda pandemi Covid-19 kinerja Mandiri Syariah masih sehat. Dengan begitu, semakin baiknya kinerja perusahaan maka akan semakin banyak maslahat yang akan diberikan kepada masyarakat. | Penyerahan bantuan dibagi dalam tiga tahap, sebelum Ramadan, menjelang Lebaran dan setelah Lebaran. Pada tahap ketiga penyerahan dilakukan secara virtual oleh Direktur Finance, Strategy dan Treasury Mandiri Syariah, Ade Cahyo Nugroho kepada pewakilan penerima dalam hal ini DKM Masjid An Nur Riau.  Ade menyampaikan pemberian bantuan ini tidak sebatas membantu meringankan beban masyarakat yang terdampak secara perekonomian, namun ia berharap program ini juga memberikan multiplier effect kepada usaha nasabah.  “Kami membeli paket bahan pokok dari nasabah. Dengan begitu kami berharap membantu menjaga kelangsungan usaha nasabah UKM kami terutama ditengah pandemi,” jelasnya.  Sementara itu Group Head Mandiri Syariah University, Siti Nurdiana menyampaikan bantuan diberikan kepada masyarakat terdampak yang berkurang penghasilannya selama pandemi seperti buruh harian, ojek online, supir angkutan, pedagang kecil, marbot, guru honorer, guru ngaji, dll yang tersebar di seluruh Indonesia.  Corporate Secretary Mandiri Syariah, Ahmad Reza, menambahkan, pihaknya berupaya memberikan kemaslahatan dan kebermanfaatan bagi umat. Tentunya hal tersebut dilakukan dengan adanya kontribusi nasabah.  Lebih lanjut, Ade mengatakan, meskipun dilanda pandemi Covid-19 kinerja Mandiri Syariah masih sehat. Dengan begitu, semakin baiknya kinerja perusahaan maka akan semakin banyak maslahat yang akan diberikan kepada masyarakat. "Karena setiap pendapatan yang diperoleh Mandiri Syariah akan dipotong 2,5% sebagai zakat perusahaan yang sepenuhnya akan digunakan untuk umat,” tuturnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  782 characters(avg),  102 words(avg),  146 tokens(avg),  186 tokens(max),  107 tokens (min).   Summary : 344 characters(avg),  45 words(avg),  65 tokens(avg),  71 tokens(max),  59 tokens (min). |
| 423 | Tanadi Santoso, Pembicara Publik & Pelatih Corporate: “Bersiap dengan Paradigma Baru” | Gonjang-ganjing pandemi corona saat ini dapat dikatakan sebagai kondisi the new normal atau normal yang baru. Suatu situasi yang sulit ditebak kapan akan berakhir. Secara bisnis, dampak corona menakutkan karena menyentuh lapisan masyarakat dari yang paling bawah sampai paling atas; mulai dari pekerja harian sampai menteri dapat terkena dengan tingkat keseriusan yang sama. Berkaca dari pernyataan Dr. Anthony Fauci, Direktur National Institute of Allergy and Infectious Diseases, You don't make the timeline, the virus makes the timeline, berarti kita semua memang belum bisa membuat timeline kapan virus itu ada dan lenyap. Kita belum bisa mengetahui pola virus itu secara pasti. Industri yang bakal deathly adalah airlines, kapal pesiar, agen travel. Kedua, bisnis yang painful (sakit setengah mati), antara lain hotel, mal, EO dan WO, serta entertainment. Ketiga, less business (bisnisnya berkurang dengan drastis), yaitu restoran, training, transportasi. Keempat, bisnis yang positif (bisnis yang mendukung tren), antara lain pembuat masker, pembuat hand sanitizer, Netflix, Zoom, dan online seller. Pascacorona harus bersiap-siap dengan paradigma baru terkait dengan industrinya ataupun masyarakat konsumennya. Yang pasti, masyarakat ke depan akan lebih memperhatikan kesehatan. Berikutnya, online akan menjadi sesuatu yang biasa. Sekarang pun sudah terlihat orang-orang meeting dengan aplikasi secara online. Hal ini lama-lama akan menjadi hal yang biasa di masyarakat. Situasi ini mau tidak mau memaksa kita untuk semakin tidak bertatap muka karena ternyata meeting atau aktivitas lainnya bisa dilakukan secara online. Terkait dengan aktivitas online, saya ingatkan bahwa kemampuan dan fasilitas online akan menjadi barometer kritis suatu bisnis. Sebab itu, kita harus bisa mengelompokkan bisnis yang bisa dipindahkan ke online seluruhnya, atau yang hanya bisa dipindahkan sebagian ke online, atau pula sama sekali tidak bisa ke online. Agar bisnis dapat bangkit kembali, setidaknya ada tiga hal yang harus kita lakukan. Setiap orang akan terkena dampaknya dengan cara dan kondisi yang berbeda. Siapa pun harus mampu survive dalam keadaan ini. Kita harus berpikir survival mood dengan antisipasi bahwa kejadian ini bisa selesai dalam 2-6 bulan. Apakah kita punya perencanaan mendesak yang bisa dilakukan? Dengan kondisi baru nanti, ketika 3-6 bulan berlalu, akan ada the new normal dan pasti adaptasinya lebih lama. Misalnya, industri penerbangan, pasti tidak bisa langsung recovery seperti semula, semuanya ada proses. Atau hotel, misalnya, yang saat ini gila-gilaan kena dampak Corona. Nanti, kalau sudah recovery, mereka bisa melakukan diskon besar-besaran untuk mengembalikan bisnis seperti semula. Setiap perusahaan/individu harus mampu beradaptasi dengan kondisi ekstrem seperti ini. Dengan melihat resource (sumber daya) yang ada dan meneropong pertumbuhan pasar, kita harus bisa menyelaraskan bagaimana sumber daya ini bisa menciptakan value yang menghasilkan revenue. Dyah Hasto Palupi dan Andi Hana Mufidah Elmirasari. | Gonjang-ganjing pandemi corona saat ini dapat dikatakan sebagai kondisi the new normal atau normal yang baru. Suatu situasi yang sulit ditebak kapan akan berakhir. Saya menduga, paling cepat bulan Juni mulai agak normal. Namun, bisa juga berakhir sampai Desember jika lamban penanganannya.  Secara bisnis, dampak corona menakutkan karena menyentuh lapisan masyarakat dari yang paling bawah sampai paling atas; mulai dari pekerja harian sampai menteri dapat terkena dengan tingkat keseriusan yang sama. Informasi terbaru, Pangeran Charles pun dinyatakan positif terpapar Covid-19.  Berkaca dari pernyataan Dr. Anthony Fauci, Direktur National Institute of Allergy and Infectious Diseases, “You don’t make the timeline, the virus makes the timeline,” berarti kita semua memang belum bisa membuat timeline kapan virus itu ada dan lenyap. Kita belum bisa mengetahui pola virus itu secara pasti. Ia bisa datang berulang, dan bisa timbul dan tenggelam. Satu-satunya waktu yang pasti bahwa ini akan selesai adalah ketika ditemukan obat dan vaksinnya.  Masalahnya, menurut informasi, vaksin virus corona baru akan ada satu tahun lagi. Selama belum ditemukan obatnya, kita harus bersiap-siap gonjang-ganjing dalam kondisi yang disebut the new normal atau normal baru tersebut.  Nah, dalam kondisi seperti itu, tentu saja ada bisnis yang terpuruk dan ada pula bisnis yang melejit. Saya membagi ada lima kelompok bisnis/industri yang terpolarisasi berdasarkan tingkat keberhasilannya.  Pertama, industri yang bakal deathly adalah airlines, kapal pesiar, agen travel. Kedua, bisnis yang painful (sakit setengah mati), antara lain hotel, mal, EO dan WO, serta entertainment. Ketiga, less business (bisnisnya berkurang dengan drastis), yaitu restoran, training, transportasi. Keempat, bisnis yang stable: kampus dan sekolah, PLN, PDAM, supermarket, apotek, dan industri yang menunjang industri-industri tersebut. Kelima, bisnis yang positif (bisnis yang mendukung tren), antara lain pembuat masker, pembuat hand sanitizer, Netflix, Zoom, dan online seller.  Dalam hal ini, saya ingin mengingatkan, bahwa betapapun banyak perubahan yang kita rasakan akibat corona saat ini, keadaan tidak akan kembali seperti semula kendati bencana corona nanti usai. Jadi, bagi kalangan usaha di bidang bisnis apa pun, pascacorona harus bersiap-siap dengan paradigma baru terkait dengan industrinya ataupun masyarakat konsumennya. Yang pasti, masyarakat ke depan akan lebih memperhatikan kesehatan. Berikutnya, online akan menjadi sesuatu yang biasa. Sekarang pun sudah terlihat orang-orang meeting dengan aplikasi secara online. Hal ini lama-lama akan menjadi hal yang biasa di masyarakat. Keadaan ini mau tidak mau memaksa kita untuk semakin tidak bertatap muka karena ternyata meeting atau aktivitas lainnya bisa dilakukan secara online.  Terkait dengan aktivitas online, saya ingatkan bahwa kemampuan dan fasilitas online akan menjadi barometer kritis suatu bisnis. Sebab itu, kita harus bisa mengelompokkan bisnis yang bisa dipindahkan ke online seluruhnya, atau yang hanya bisa dipindahkan sebagian ke online, atau pula sama sekali tidak bisa ke online. Jadi, kunci paling mudah adalah apakah bisnis kita bisa dimodelkan menjadi online atau tidak? Kalau tidak bisa, kita harus memikirkan model bisnis lain dan berinovasi.  Agar bisnis dapat bangkit kembali, setidaknya ada tiga hal yang harus kita lakukan. Pertama, pertajam gergaji (sharpening the saw). Artinya, jangan berhenti belajar, dengan terus mengasah keterampilan. Kedua, thinking strategically. Dengan adanya keadaan baru nanti, diharapkan perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan ini. Dan ketiga, inovasi.  Setiap orang akan terkena dampaknya dengan cara dan kondisi yang berbeda. Siapa pun harus mampu survive dalam keadaan ini. Kita harus berpikir survival mood dengan antisipasi bahwa kejadian ini bisa selesai dalam 2-6 bulan. Apakah kita punya perencanaan mendesak yang bisa dilakukan? Lalu, kita berpikir pelan-pelan apa yang bisa kita lakukan dengan sumber daya yang ada, seperti rekan-rekan kita, kemampuan, pabrik, produksi, dan karyawan. Kita mencari terobosan baru agar ketika corona reda, kita bisa mengaryakan dan menghasilkan value yang besar untuk pelanggan.  Dengan kondisi baru nanti, ketika 3-6 bulan berlalu, akan ada the new normal dan pasti adaptasinya lebih lama. Misalnya, industri penerbangan, pasti tidak bisa langsung recovery seperti semula, semuanya ada proses. Atau hotel, misalnya, yang saat ini gila-gilaan kena dampak Corona. Nanti, kalau sudah recovery, mereka bisa melakukan diskon besar-besaran untuk mengembalikan bisnis seperti semula. Artinya, kita sedikit lebih berusaha untuk mencari peluang dan market baru. Industri garmen, contohnya, saat ini mereka digenjot untuk memproduksi alat pelindung diri (APD) karena sedang dibutuhkan banyak, lalu ketika corona berakhir, apakah produksinya akan tetap tinggi atau kembali seperti semua? Kondisi tiap-tiap sektor berbeda.  Setiap perusahaan/individu harus mampu beradaptasi dengan kondisi ekstrem seperti ini. Dengan melihat resource (sumber daya) yang ada dan meneropong pertumbuhan pasar, kita harus bisa menyelaraskan bagaimana sumber daya ini bisa menciptakan value yang menghasilkan revenue. Seperti saya yang bergerak di bidang training, maka sekarang harus membuat konten online training yang sangat berbeda dengan pekerjaan saya biasanya. Saya harus mencari pasar baru dan menyesuaikan dengan sistem online training.(\*)  Dyah Hasto Palupi dan Andi Hana Mufidah Elmirasari  www.swa.co.id | Text :  686 characters(avg),  96 words(avg),  143 tokens(avg),  194 tokens(max),  108 tokens (min).   Summary : 379 characters(avg),  53 words(avg),  78 tokens(avg),  106 tokens(max),  54 tokens (min). |
| 424 | Pegawai Bank Mantap Sisihkan Gaji Untuk Bantuan Terdampak Covid-19 | Bank Mandiri Taspen (Bank Mantap) berkomitmen untuk terus membangun negeri melalui aktivitas bisnis dan sosial. Terkait hal tersebut, Bank Mantap melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR )-nya yaitu Mantap Peduli memberikan bantuan Alat Pelindung Diri (APD) dan sembako gratis kepada instansi serta masyarakat terdampak pandemi covid-19. Direktur Utama Bank Mantap, Josephus K. Triprakoso, menjelaskan, penyaluran APD dan paket sembako tersebut dilakukan oleh kantor wilayah 1 sampai dengan 5 Bank Mantap diseluruh Indonesia secara bertahap pada periode mulai pekan ke-3 bulan Juni hingga pekan ke-3 bulan Juli. APD tersebut disalurkan kepada Rumah Sakit Umum Daerah di masing-masing kota pada setiap provinsi sesuai rekomendasi kantor cabang Bank Mantap. Josephus menambahkan, program ini juga merupakan CSR yang bekerja sama dengan perusahaan induk Bank Mandiri yaitu program Mandirian Cinta Indonesia dalam penyaluran dana bantuan BNNA Covid-19, diharapkan sejalan dengan skenario pemerintah yaitu New Normal, dalam memulihkan ekonomi Indonesia yang menurun akibat pandemi Covid-19. | Bank Mandiri Taspen (Bank Mantap) berkomitmen untuk terus membangun negeri melalui aktivitas bisnis dan sosial. Terkait hal tersebut, Bank Mantap melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)-nya yaitu Mantap Peduli memberikan bantuan Alat Pelindung Diri (APD) dan sembako gratis kepada instansi serta masyarakat terdampak pandemi covid-19.  Sebagai bagian dari aksi ini, pegawai Bank Mantap berhasil mengumpulkan bantuan secara sukarela total Rp2,1 miliar. Dana bantuan tersebut akan dikonversi menjadi APD dengan nominal Rp 1,05 miliar atau 50% dari total sumbangan, serta sembako berupa berisi beras, minyak goreng, gula pasir, susu dan bahan pokok lainnya nilai paket Rp150 ribu dengan jumlah total sebesar Rp 1,05 miliar atau 50% dari total sumbangan itu.  Direktur Utama Bank Mantap, Josephus K. Triprakoso, menjelaskan, penyaluran APD dan paket sembako tersebut dilakukan oleh kantor wilayah 1 sampai dengan 5 Bank Mantap diseluruh Indonesia secara bertahap pada periode mulai pekan ke-3 bulan Juni hingga pekan ke-3 bulan Juli.  APD tersebut disalurkan kepada Rumah Sakit Umum Daerah di masing-masing kota pada setiap provinsi sesuai rekomendasi kantor cabang Bank Mantap dan warga yang membutuhkan di masing-masing wilayah. Diharapkan distribusi APD dan sembako tersebut dapat seimbang dari sisi jumlah di masing-masing kota atau kabupaten.  “Kegiatan ini merupakan bentuk kepedulian sosial Bank Mantap kepada garda terdepan dalam penanggulangan Covid-19 yaitu para dokter dan suster serta masyarakat yang terkena dampak langsung akibat Bencana Nasional Non Alam (BNNA) seperti ojek online, warung kelontong dan lain-lain. Semoga aktivitas sosial ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia,” ungkap Josephus.  Josephus menambahkan, program ini juga merupakan CSR yang bekerja sama dengan perusahaan induk Bank Mandiri yaitu program Mandirian Cinta Indonesia dalam penyaluran dana bantuan BNNA Covid-19, diharapkan sejalan dengan skenario pemerintah yaitu New Normal, dalam memulihkan ekonomi Indonesia yang menurun akibat pandemi Covid-19 dan keinginan perseroan untuk dapat berbagi kebahagiaan bersama para masyarakat dalam bentuk memenuhi kebutuhan pokok. | Text :  727 characters(avg),  100 words(avg),  147 tokens(avg),  202 tokens(max),  78 tokens (min).   Summary : 365 characters(avg),  50 words(avg),  73 tokens(avg),  85 tokens(max),  60 tokens (min). |
| 425 | Pertamina Buka RSPP Extention untuk Pasien Covid-19 | PT Pertamina melalui anak perusahaanya PT Pertamedika IHC menyediakan rumah sakit modular Covid-19 kedua di wilayah Simprug, yaitu Rumah Sakit Pusat Pertamina (RSPP) extention. Sebelumnya, perseroan telah meresmikan RS Pertamina Jaya dan RS Modular di Patra Comfort sebagai rumah sakit Rujukan Covid-19. Melengkapi 2 fasilitas tersebut, RSPP Extention modular ini juga memiliki layanan Instalasi Gawat Darurat (IGD), ruang operasi, ruang laboratorium, radiologi (CT Scan dan X-Ray), instalasi Farmasi, instalasi gizi, ruang central sterilisasi, ruang laundry, dan ruang pemulasaraan jenazah. Dalam pembangunan rumah sakit darurat tersebut, Pertamina menggandeng anak Perusahaan yaitu PT Patra Jasa. RSPP Extension Covid-19 telah selesai di bangun tepat waktu, sesuai dengan penugasan yang diberikan oleh Induk Perusahaan kami yakni selama 30 hari. Rumah sakit ini didukung oleh 950 tenaga medis dan paramedis, serta dilengkapi dengan CT Scan 32/64 slice, CCTV 2. Sistem ini membantu pasien untuk berkomunikasi dengan keluarga secara langsung, hingga central monitor yang disiapkan dalam Command Room. | PT Pertamina melalui anak perusahaanya PT Pertamedika IHC menyediakan rumah sakit modular Covid-19 kedua di wilayah Simprug, yaitu Rumah Sakit Pusat Pertamina (RSPP) extention.  Sebelumnya, perseroan telah meresmikan RS Pertamina Jaya dan RS Modular di Patra Comfort sebagai rumah sakit Rujukan Covid-19. Direktur Utama Pertamina, Nicke Widyawati, mengatakan bahwa salah satu keunggulan dari RSPP Modular ini adalah adanya instalasi Hemodialisa (terapi cuci darah) sehingga dapat mempermudah penanganan pasien Covid-19 yang juga membutuhkan penanganan cuci darah.  “Selain itu, adanya ruang bersalin juga menjadi salah satu kelebihan RSPP Extention ini. Karenanya, jika ada ibu hamil positif Covid-19 mau melahirkan, kami menerima dan dapat menanganinya dengan baik,” kata Nicke.  Melengkapi 2 fasilitas tersebut, RSPP Extention modular ini juga memiliki layanan Instalasi Gawat Darurat (IGD), ruang operasi, ruang laboratorium, radiologi (CT Scan dan X-Ray), instalasi Farmasi, instalasi gizi, ruang central sterilisasi, ruang laundry, dan ruang pemulasaraan jenazah.  Rumah sakit yang dibangun di lapangan sepak bola seluas 22.700 meter persegi ini memiliki kapasitas 300 bed yang terdiri dari 240 bed non-ICU, 31 bed ICU, 19 bed HCU, dan 10 bed IGD dan sudah mulai beroperasi pada 9 Juni 2020.  “Seluruh ruangan di rumah sakit darurat Simprug ini dilengkapi negative pressure dan filter HEPA sehingga udara yang dilepaskan keluar rumah sakit tetap aman untuk lingkungan,” ujar Nicke.  Dalam pembangunan rumah sakit darurat tersebut, Pertamina menggandeng anak Perusahaan yaitu PT Patra Jasa. Direktur Utama PT Patra Jasa, Dani Adriananta, memastikan, bahwa Rumah Sakit ini dibangun sesuai dengan standar rumah sakit pada umumnya.  “RSPP Extension Covid-19 telah selesai di bangun tepat waktu, sesuai dengan penugasan yang diberikan oleh Induk Perusahaan kami yakni selama 30 hari,” kata Dani.  Rumah sakit ini didukung oleh 950 tenaga medis dan paramedis, serta dilengkapi dengan CT Scan 32/64 slice, CCTV 2. Sistem ini membantu pasien untuk berkomunikasi dengan keluarga secara langsung, hingga central monitor yang disiapkan dalam Command Room.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  713 characters(avg),  102 words(avg),  168 tokens(avg),  234 tokens(max),  92 tokens (min).   Summary : 366 characters(avg),  51 words(avg),  86 tokens(avg),  102 tokens(max),  73 tokens (min). |
| 426 | ITDC Gandeng Club Med Tekan Penyebaran COVID-19 | PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), BUMN pengembang dan pengelola destinasi pariwisata The Nusa Dua, Bali dan The Mandalika, Nusa Tenggara Barat (NTB) terus berupaya menekan penyebaran virus korona baru atau dikenal dengan COVID-19. Ini merupakan cara ITDC mendukung pemerintah agar krisis kesehatan ini segera berakhir. Penyerahan bantuan masker dilakukan oleh perwakilan ITDC di Bali dan Lombok, masing-masing melalui Dinas Kesehatan Provinsi Bali untuk bantuan di Bali, dan secara simbolis kepada Wakil Gubernur NTB untuk bantuan di NTB. Direktur Utama ITDC, Abdulbar M. Mansoer mengatakan, kita patut mendukung segala upaya dan kerja keras para pejuang kemanusiaan ini dalam melawan wabah Corona. ITDC telah melakukan penyemprotan disinfektan secara teratur baik di dalam kawasan The Nusa Dua dan The Mandalika maupun di sembilan desa penyangga di sekitar kawasan. Juga, membagikan bantuan kepada desa penyangga berupa peralatan dan bahan disinfektan serta sabun cair untuk dapat dikelola secara mandiri oleh masing-masing desa, bantuan masker kain untuk masyarakat, serta bantuan sembako dan santunan anak yatim piatu. Club Med Indonesia sendiri, selain berkolaborasi dengan ITDC dalam penyaluran bantuan 21.000 masker kesehatan ini, telah ikut membantu dalam mengurangi dampak Covid-19 bagi komunitas di daerah operasional mereka di Bintan melalui bantuan masker dan makanan bagi tenaga medis di Rumah Sakit setempat. | PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), BUMN pengembang dan pengelola destinasi pariwisata The Nusa Dua, Bali dan The Mandalika, Nusa Tenggara Barat (NTB) terus berupaya menekan penyebaran virus korona baru atau dikenal dengan COVID-19.  Ini merupakan cara ITDC mendukung pemerintah agar krisis kesehatan ini segera berakhir. Bagaimana tidak, industri pariwisata yang menjadi bidang usaha ITDC, sangat terpengaruh pandemi ini.  Kali ini ITDV menggandeng Club Med Indonesia memberikan bantuan alat medis berupa 21 ribu masker kesehatan, untuk 11 rumah sakit di Provinsi Bali dan NTB. Bantuan medis yang terdiri dari 20.000 surgical mask (masker bedah) dan 1.000 masker N95 tersebut akan disebar di sejumlah RS yang menjadi RS rujukan dan penanganan Covid-19 di Bali dan NTB yaitu:  Penyerahan bantuan masker dilakukan oleh perwakilan ITDC di Bali dan Lombok, masing-masing melalui Dinas Kesehatan Provinsi Bali untuk bantuan di Bali, dan secara simbolis kepada Wakil Gubernur NTB untuk bantuan di NTB.  “Sebagai sebuah BUMN, ITDC secara aktif membantu Pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 melalui berbagai program bantuan, baik bantuan mandiri maupun berkolaborasi dengan pihak lain,” kata Direktur Utama ITDC, Abdulbar M. Mansoer (11/06/2020). Menurutnya, kita patut mendukung segala upaya dan kerja keras para pejuang kemanusiaan ini dalam melawan wabah Corona.  Vice President Regional Operation Club Med Philippe Hoffmann, menyampaikan, bersama kita bisa melalui masa sulit ini. Dan semoga badai cepat berlalu dan Industri pariwisata serta perekonomian kita segera pulih.  Sebelumnya ITDC juga telah melakukan sejumlah kegiatan untuk membantu pemerintah menekan penyebaran COVID-19 di kawasan pariwisata yang dikelolanya berikut area sekitar kawasan. Melalui Program ITDC Lawan Corona, ITDC telah melakukan penyemprotan disinfektan secara teratur baik di dalam kawasan The Nusa Dua dan The Mandalika maupun di sembilan desa penyangga di sekitar kawasan. Juga, membagikan bantuan kepada desa penyangga berupa peralatan dan bahan disinfektan serta sabun cair untuk dapat dikelola secara mandiri oleh masing-masing desa, bantuan masker kain untuk masyarakat, serta bantuan sembako dan santunan anak yatim piatu dalam rangka Hari Raya Idul Fitri.  Di masing-masing kawasan pun ITDC menerapkan kebijakan physical distancing serta langkah-langkah lainnya sesuai protokol pencegahan COVID-19 yang dikeluarkan pemerintah.  Club Med Indonesia sendiri, selain berkolaborasi dengan ITDC dalam penyaluran bantuan 21.000 masker kesehatan ini, telah ikut membantu dalam mengurangi dampak Covid-19 bagi komunitas di daerah operasional mereka di Bintan melalui bantuan masker dan makanan bagi tenaga medis di Rumah Sakit setempat.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  694 characters(avg),  96 words(avg),  143 tokens(avg),  181 tokens(max),  58 tokens (min).   Summary : 372 characters(avg),  52 words(avg),  75 tokens(avg),  88 tokens(max),  55 tokens (min). |
| 427 | Dettol dan Harpic Donasi Rp 22 Miliar Lawan Pandemi | #MelindungiGardaDepan sejalan dengan misi global Reckitt Benckiser (RB) untuk meningkatkan akses kesehatan, kebersihan, dan nutrisi untuk semua kalangan. Dengan total dana sebesar Rp22 miliar, inisiatif ini diwujudkan dalam bentuk donasi 15.000 set APD, 1.150.000 tablet multivitamin, dan paket produk kebersihan berupa Dettol antiseptik cair dan cairan pembersih Harpic kepada 125 rumah sakit rujukan COVID-19. #MelindungiGardaDepan adalah penyampaian kampanye layanan masyarakat untuk mengedukasi negara terpadat keempat di dunia tentang pentingnya mencuci tangan, menjaga kebersihan dan menerapkan pembatasan sosial. Informasi Layanan Publik telah diluncurkan untuk mendukung komunikasi kesehatan masyarakat, guna mendorong perubahan perilaku agar masyarakat dapat mengambil tindakan pencegahan dalam perlindungan diri dan orang lain. Dr. Helena menambahkan, keluarga Indonesia harus menjaga kebersihan diri sendiri dan lingkungan sekitar mereka dengan mencuci tangan secara berkala menggunakan sabun antiseptik. Rumah dan sekitarnya juga harus didisinfeksi secara menyeluruh. RB berkomitmen untuk berjuang secara kolektif melawan penyebaran COVID-19, yang merupakan fokus utama dari kampanye RB Fight for Access Fund yang baru diluncurkan. | #MelindungiGardaDepan sejalan dengan misi global Reckitt Benckiser (RB) untuk meningkatkan akses kesehatan, kebersihan, dan nutrisi untuk semua kalangan. Dengan total dana sebesar Rp22 miliar, inisiatif ini diwujudkan dalam bentuk donasi 15.000 set APD, 1.150.000 tablet multivitamin, dan paket produk kebersihan berupa Dettol antiseptik cair dan cairan pembersih Harpic kepada 125 rumah sakit rujukan COVID-19. Untuk memastikan seluruh kebutuhan para tenaga kesehatan terpenuhi, juga berkolaborasi dengan pemangku kepentingan di antaranya Ikatan Dokter Indonesia (IDI), Kementerian Kesehatan, dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).  CSR Director Reckitt Benckiser (RB) Indonesia, Dr. Helena Rahayu Wonoadi menyebutkan, “Kami ingin menunjukkan penghargaan kepada dokter, perawat, dan tenaga kesehatan lainnya yang membuat segala upaya menjadi mungkin, menunjukkan komitmen, dan dedikasi mereka untuk negeri. Kami ingin dapat berkontribusi sekecil apapun, untuk memerangi pandemik ini bersama mereka.”  Sebagai produk yang berakar pada peningkatan kesadaran terhadap kuman dan jaga kebersihan, elemen lain dari #MelindungiGardaDepan adalah penyampaian kampanye layanan masyarakat untuk mengedukasi negara terpadat keempat di dunia tentang pentingnya mencuci tangan, menjaga kebersihan dan menerapkan pembatasan sosial. Informasi Layanan Publik telah diluncurkan untuk mendukung komunikasi kesehatan masyarakat, guna mendorong perubahan perilaku agar masyarakat dapat mengambil tindakan pencegahan dalam perlindungan diri mereka sendiri dan orang lain.  Inisiatif ini sejalan dengan anjuran pemerintah dan diharapkan dapat menggemakan kampanye #DirumahAja di televisi dan media digital, sehingga mendorong masyarakat untuk ikut berpartisipasi menjadi pelindung para garda depan dengan tetap di rumah.  Dr. Helena menambahkan, keluarga Indonesia harus menjaga kebersihan diri sendiri dan lingkungan sekitar mereka dengan mencuci tangan secara berkala menggunakan sabun antiseptik. Rumah dan sekitarnya juga harus didisinfeksi secara menyeluruh.  Sebagai perusahaan consumer goods di bidang kesehatan dan kebersihan, RB berkomitmen untuk berjuang secara kolektif melawan penyebaran COVID-19, yang merupakan fokus utama dari kampanye RB Fight for Access Fund yang baru diluncurkan.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  760 characters(avg),  96 words(avg),  148 tokens(avg),  225 tokens(max),  88 tokens (min).   Summary : 414 characters(avg),  52 words(avg),  82 tokens(avg),  103 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 428 | Hansaplast Ajak Konsumen Bantu Paramedis COVID-19 | Hansaplast salah satu merek di bawah PT Beiersdorf Indonesia menggelar program Hansaplast Berbagi. Program ini mengajak konsumen turut membantu melindungi paramedis yang berada di garis terdepan dalam melawan penyebaran COVID-19. Diharapkan dengan program ini, dapat umembantu menyediakan Alat Pelindung Diri (APD) bagi garda terdepan COVID-19 dengan menggandeng Palang Merah Indonesia (PMI). Hansaplast berkomitmen untuk mendonasikan seluruh hasil penjualan di Hansaplast Official Store seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli.com ke PMI untuk dipergunakan membantu mengamankan pasokan APD yang dibutuhkan oleh tenaga medis di sejumlah rumah sakit yang saat ini masih kurang terlayani, serta membantu memenuhi kebutuhan sanitasi masyarakat terutama masker dan sabun untuk cuci tangan. Pada langkah awal program Hansaplast Berbagi ini, yang mulai dijalankan sejak tanggal 7 April 2020 atau yang bertepatan dengan World Health Day,Hansaplast berhasil mengumpulkan penjualan sebesar Rp 100 juta yang telah diserahkan ke PMI beserta dengan donasi 250 produk Hansaplast Ointment atau setara dengan uang senilai Rp 120 juta. | Hansaplast salah satu merek di bawah PT Beiersdorf Indonesia menggelar program Hansaplast Berbagi. Program ini mengajak konsumen turut membantu melindungi paramedis yang berada di garis terdepan dalam melawan penyebaran COVID-19.  Diharapkan dengan program ini, dapat umembantu menyediakan Alat Pelindung Diri (APD) bagi garda terdepan COVID-19, dengan menggandeng Palang Merah Indonesia (PMI) yang telah menjalin kemitraan dengan Hansaplast selama tiga tahun untuk menciptakan dan mensosialisasikan program-program edukasi seperti pertolongan pertama untuk anak-anak.  "Memahami besarnya upaya yang dibutuhkan untuk melawan penyebaran COVID-19, kami tergerak untuk membantu dengan cara apa pun yang memungkinkan. Meskipun telah ada bantuan dari negara dan organisasi lain, namun rendahnya persediaan APD masih terus memakan banyak korban dari kalangan tenaga medis di rumah sakit, terutama di kota-kota kecil," kata Holger Welters, Presiden Direktur PT. Beiersdorf Indonesia (08/06/2020).  Menurut Welters dibutuhkan upaya kolaboratif, baik dari pelaku bisnis maupun masyarakat, untuk dapat memberikan kontribusi terbaik dalam menghadapi pandemi ini. Itulah sebabnya Hansaplast berkomitmen untuk mendonasikan seluruh hasil penjualan di Hansaplast Official Store seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli.com ke PMI untuk dipergunakan membantu mengamankan pasokan APD yang dibutuhkan oleh tenaga medis di sejumlah rumah sakit yang saat ini masih kurang terlayani, serta membantu memenuhi kebutuhan sanitasi masyarakat terutama masker dan sabun untuk cuci tangan.  Sekretaris Jendral PMI, Sudirman Said, mengapresiasi langkah perusahaan ini dalam mendukung penanggulangan wabah COVID-19. Ia mengamini bahwa diperlukan kolaborasi semua elemen masyarakat, termasuk dunia usaha dalam mengatasi pandemi ini.  "Semoga menjadi inspirasi bagi pelaku bisnis lainnya untuk berpartisipasi, berlomba-lomba melakukan kebaikan. Ini adalah misi kemanusiaan yang tidak mungkin terlaksana tanpa dukungan banyak pihak,” tutur Sudirman.  Pada langkah awal program Hansaplast Berbagi ini, yang mulai dijalankan sejak tanggal 7 April 2020 atau yang bertepatan dengan World Health Day,Hansaplast berhasil mengumpulkan penjualan sebesar Rp 100 juta yang telah diserahkan ke PMI beserta dengan donasi 250 produk Hansaplast Ointment atau setara dengan uang senilai Rp 120 juta.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  783 characters(avg),  102 words(avg),  160 tokens(avg),  213 tokens(max),  108 tokens (min).   Summary : 375 characters(avg),  51 words(avg),  78 tokens(avg),  91 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 429 | Sequis Salurkan Bantuan untuk 1.000 Tenaga Medis | Presiden Direktur & CEO Sequis Life, Tatang Widjaja, mengatakan bantuan ini adalah apresiasi Sequis atas kontribusi para tenaga kesehatan di wilayah DKI Jakarta. Donasi yang diberikan Sequis ini berlaku bagi dokter, perawat, dan tenaga kesehatan lainnya, seperti paramedis, staf lab, staf administrasi, termasuk juga petugas kebersihan rumah sakit tersebut. Hingga 8 Juni, Sequis juga telah membayarkan klaim atas COVID-19 sebesar Rp5,364,972,248 untuk klaim kesehatan dan manfaat meninggal dunia. Sequis juga telah melaksanakan rapid test gratis pada bulan Mei di 27 lokasi yang menjangkau lebih dari 6.000 peserta. Beberapa kegiatan Sequis Peduli yang telah dijalankan sejak Maret 2020 yang ditujukan untuk kebutuhan nasabah Kegiatan Sequis Peduli juga dilakukan untuk masyarakat umum lainnya, seperti mendonasikan 2.400 masker KN-95 untuk tenaga kesehatan di RS Primaya (d/h Awal Bros), RS Mitra Keluarga, dan RS Hermina, menyediakan asuransi gratis senilai Rp3 juta bagi masyarakat yang terdiagnosis positif COVID-19 periode 5 Mei - 5 Juni 2020 melalui program #SuperTogether lewat kanal digital Super You by Sequis Online | Presiden Direktur & CEO Sequis Life, Tatang Widjaja, mengatakan bantuan ini adalah apresiasi Sequis atas kontribusi para tenaga kesehatan di wilayah DKI Jakarta yang telah berupaya membantu para pasien yang terkena virus covid-19. “Tentunya, kami berharap dapat bekerja sama dengan RS rujukan pemerintah lainnya,” ujar Tatang.  Donasi yang diberikan Sequis ini berlaku bagi dokter, perawat, dan tenaga kesehatan lainnya, seperti paramedis, staf lab, staf administrasi, termasuk juga petugas kebersihan rumah sakit tersebut.  Pihak rumah sakit cukup mengirim e-mail informasi nama lengkap tenaga kesehatan diagnosis positif COVID-19 beserta data-data pendukung, seperti bukti medis, surat keterangan kerja di rumah sakit rujukan pemerintah. Program akan berlaku selama periode 3 bulan efektif 22 April - 22 Juli 2020.  Hingga 8 Juni, Sequis juga telah membayarkan klaim atas COVID-19 sebesar Rp5,364,972,248 untuk klaim kesehatan dan manfaat meninggal dunia. Sequis juga telah melaksanakan rapid test gratis pada bulan Mei di 27 lokasi yang menjangkau lebih dari 6.000 peserta.  Beberapa kegiatan Sequis Peduli yang telah dijalankan sejak Maret 2020 yang ditujukan untuk kebutuhan nasabah, yaitu memberikan perlindungan tambahan terkait covid-19 bagi nasabah yang memiliki produk asuransi kesehatan Sequis, menghilangkan masa tunggu 30 hari pada beberapa produk asuransi kesehatan untuk klaim terkait COVID-19 serta memberikan pertanggungan untuk biaya perawatan nasabah yang didiagnosis positif COVID-19 dan harus melakukan isolasi mandiri.  Kegiatan Sequis Peduli juga dilakukan untuk masyarakat umum lainnya, seperti mendonasikan 2.400 masker KN-95 untuk tenaga kesehatan di RS Primaya (d/h Awal Bros), RS Mitra Keluarga, dan RS Hermina, menyediakan asuransi gratis senilai Rp3 juta bagi masyarakat yang terdiagnosis positif COVID-19 periode 5 Mei - 5 Juni 2020 melalui program #SuperTogether lewat kanal digital Super You by Sequis Online.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  645 characters(avg),  90 words(avg),  138 tokens(avg),  165 tokens(max),  103 tokens (min).   Summary : 375 characters(avg),  54 words(avg),  84 tokens(avg),  99 tokens(max),  72 tokens (min). |
| 430 | Rhenald Kasali, Guru Besar Universitas Indonesia: “Dalam Setiap Krisis Ada Jendela Opportunity” | Kita semua shocked menghadapi situasi ini. Yang terjadi sekarang bukan sekadar persoalan supply and demand yang tidak seimbang, atau sekadar daya beli konsumen yang menurun, melainkan terhentinya aktivitas. Masyarakat harus stay at home sebab bahaya corona. Pertandingan seperti NBA, NFL, semuanya ditunda. Olimpiade Tokyo yang dicanangkan menjadi pergelaran teknologi 5G pun turut dibatalkan. Akibatnya, industri travel, airlines, hotel, semuanya terpukul. Terkait supply chain (rantai pasok), ternyata produksi dunia saat ini saling kait. Beberapa studi menemukan, misalnya, Tiongkok berhubungan dengan Jerman sebagai mata rantai produksi manufaktur. Begitu China lockdown dan kemudian dimatikan produksinya, dampaknya juga ke Jerman sehingga Jerman pun menjadi kehilangan confident. Selain Jerman, Tiongkok berkaitan pula dengan negara-negara lain. Yang paling tidak terduga dari kejadian yang luar biasa ini adalah kita menyaksikan apa yang namanya demand. Apa yang terjadi di AS juga diikuti di Indonesia, apa yang terjadi di Singapura diikuti juga di negara lain. Namun, kita jangan lupa bahwa semua ini akan mengakibatkan negara-negara begitu banyak stimulus. Saat ini yang dibutuhkan adalah confidence. Pemerintah, pelaku usaha, juga masyarakat dan media harus bergerak bersama-sama. Butuh kolaborasi besar-besaran untuk melalui masa-masa penuh tantangan seperti ini. Bagi pelaku usaha, harap diingat, banyak usaha di dunia ini yang dalam sejarah lahir dan berkembang karena krisis. Krisis SARS pada Mei 2003 yang melanda beberapa negara, termasuk China, melahirkan salah satu perusahaan Top 5 dunia, Alibaba. Saat fenomena SARS terjadi, Alibaba mencetuskan Taobao, situs berbelanja dalam bahasa Mandarin. Taobao muncul mengantarkan bahan makanan dari rumah ke rumah saat warga China sulit keluar dari tempat tinggalnya akibat lockdown. Wabah corona yang mewajibkan masyarakat belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah mampu menggeser pola hidup masyarakat. Murid yang biasanya belajar dengan sistem manual, mulai mengakses ponsel masing-masing dan memanfaatkan ruang belajar online. Masyarakat mulai memanfaatkan ruang untuk konferensi video, seperti Zoom yang digunakan untuk diskusi dan belajar. | Kita semua shocked menghadapi situasi ini. Yang terjadi sekarang bukan sekadar persoalan supply and demand yang tidak seimbang, atau sekadar daya beli konsumen yang menurun, melainkan terhentinya aktivitas. Masyarakat harus stay at home sebab bahaya corona. Pertandingan seperti NBA, NFL, semuanya ditunda. FIFA menunda beberapa liga, konser-konser juga dibatalkan. Olimpiade Tokyo yang dicanangkan menjadi pergelaran teknologi 5G pun turut dibatalkan. Akibatnya, industri travel, airlines, hotel, semuanya terpukul.  Pukulan berat juga menimpa industri ritel dan manufacturing. Penjualan ritel menurun, sementara pabrik-pabrik dihentikan produksinya. Para ahli memperkirakan akan terjadi personal debt shocked. Kita akan mengalami kesulitan untuk membayar cicilan dan utang kita. Jadi, lembaga-lembaga yang memberikan pinjaman harus siap-siap mengalami ujian dan kita perlu memikirkan bagaimana cara mengatasinya.  Terkait supply chain (rantai pasok), ternyata produksi dunia saat ini saling kait. Beberapa studi menemukan, misalnya, Tiongkok berhubungan dengan Jerman sebagai mata rantai produksi manufaktur. Begitu China lockdown dan kemudian dimatikan produksinya, dampaknya juga ke Jerman sehingga Jerman pun menjadi kehilangan confident. Selain Jerman, Tiongkok berkaitan pula dengan negara-negara lain, seperti AS, Korea, Jepang, dan Indonesia. Gangguan rantai pasok memperluas dampak wabah Covid-19.  Yang paling tidak terduga dari kejadian yang luar biasa ini adalah kita menyaksikan apa yang namanya demand. Apa yang terjadi di AS juga diikuti di Indonesia, apa yang terjadi di Singapura diikuti juga di negara lain. Namun, kita jangan lupa bahwa semua ini akan mengakibatkan negara-negara begitu banyak stimulus. Ini mau tidak mau. Jadi, kalau Anda melihat ekonomi kita terganggu, ini bukan karena kita tidak bekerja dengan baik, bukan karena pemimpin kita tidak bekerja dengan baik, tetapi karena terjadi di semua negara pada saat yang sama. Dan 80% negara tidak siap, termasuk AS. Singapura juga mengalami kemunduran, dan semua negara kali ini mengalami penurunan.  Jadi, kita tidak bisa saling menyalahkan. Sekarang saatnya kita harus saling bersatu, bagaimana kita memanfaatkan dan mengembangkan stimulus ini. Saat ini yang dibutuhkan adalah confidence. Semua pihak harus bahu-membahu di tengah suasana sulit seperti sekarang. Pemerintah, pelaku usaha, juga masyarakat dan media harus bergerak bersama-sama. Butuh kolaborasi besar-besaran untuk melalui masa-masa penuh tantangan seperti ini.  Bagi pelaku usaha, harap diingat, banyak usaha di dunia ini yang dalam sejarah lahir dan berkembang karena krisis. Salah satu industri yang berkembang dari krisis adalah Susi Air, perusahaan penerbangan milik mantan Menteri Kelautan dan Perikanan Susi Pudjiastuti. Pesawat berbodi kecil itu awalnya bukan untuk penumpang, tetapi untuk mengangkut ikan hidup dan lobster yang mau diekspor. Namun, aksi kemanusiaan untuk Aceh selepas tsunami (2004) menyadarkan Ibu Susi bahwa pesawat kecil ini juga bisa dipakai untuk penumpang sehingga lahirlah Susi Air saat itu.  Krisis SARS pada Mei 2003 yang melanda beberapa negara, termasuk China, melahirkan salah satu perusahaan Top 5 dunia, Alibaba. Saat fenomena SARS terjadi, Alibaba mencetuskan Taobao, situs berbelanja dalam bahasa Mandarin. Taobao muncul mengantarkan bahan makanan dari rumah ke rumah saat warga China sulit keluar dari tempat tinggalnya akibat lockdown. Itu sebabnya, di Alibaba tiap tahun ada acara yang disebut family date (Alibaba Day) karena barang jualan pada saat itu diantar oleh keluarga, murid-murid Jack Ma, dari rumah ke rumah. Dan, justru hidup dan berkembang besar karena SARS.  Begitu pun dengan JD.com. Waktu itu, JD.com berencana memperluas jaringannya dengan membangun 45 toko baru. Namun, saat SARS terjadi, JD.com justru beralih menggunakan platform online akibat tak bisa lagi berjualan offline karena diterjang virus.  Lantas, bagaimana dengan wabah corona? Wabah corona yang mewajibkan masyarakat belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah mampu menggeser pola hidup masyarakat. Murid yang biasanya belajar dengan sistem manual, mulai mengakses ponsel masing-masing dan memanfaatkan ruang belajar online. Masyarakat mulai memanfaatkan ruang untuk konferensi video, seperti Zoom yang digunakan untuk diskusi dan belajar. Menggunakan telemedika, karena orang takut ke rumah sakit yang menjadi tempat penyebaran virus. Jadi, inilah opportunity yang muncul.  Ketika kondisi dan pola masyarakat berubah, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan berkreasi mengikuti perkembangan zaman. Sebab, dalam setiap krisis itu ada jendela opportunity. Ini juga ada jendela opportunity, yaitu menggunakan teknologi. Data mulai bisa digunakan. Karena itu, menggunakan AI (kecerdasan buatan) merupakan tuntutan dalam komunikasi dengan kedekatan MO, mobilisasi dan orkestrasi.(\*)  Dyah Hasto Palupi dan Vina Anggita | Text :  814 characters(avg),  112 words(avg),  162 tokens(avg),  190 tokens(max),  102 tokens (min).   Summary : 367 characters(avg),  50 words(avg),  70 tokens(avg),  92 tokens(max),  59 tokens (min). |
| 431 | Hermawan Kartajaya, Founder and Chairman MarkPlus Inc.: “Surviving dan Preparing Menghadapi Corona” | Saran saya bagi kalangan usaha adalah bagaimana surviving the corona dan preparing the post corona. Ini penting, bagaimana seharusnya perusahaan menyiapkan diri dan membangun strategi sesudah wabah corona ini usai? Sebab, kalau panik, tidak akan menyelesaikan masalah. Perusahaan yang hanya survive, tidak bersiap-siap untuk the post corona, akan rugi. Di bidang pariwisata, contohnya, bisa jadi destinasi sustainable (nature, culture, dan local economy) akan banyak diburu. Pasalnya, konsumen baru bisa jadi sudah tidak ingin pergi jauh-jauh, sudah tidak mau merusak, mereka sudah semakin sadar barangkali krisis ini akibat dari kerusakan lingkungan yang pada saat sebelum krisis hal ini tidak terpikirkan. Untuk menggaet konsumen baru, perusahaan harus memulainya dari sekarang. Perusahaan juga harus berbenah secara organisasi, bagaimana menyiapkan skema work from home ( WFH ) yang benar-benar WFH, tidak terpaksa karena wabah corona. WFH yang banyak dilakukan sekarang kan bukan WFH yang siap, karena karyawan belum memiliki kedisiplinan. Dari segi taktik --terkait marketing mix dan selling-- juga harus berubah. Pasalnya, kebutuhan konsumen berubah. Kini, bukan hanya behaviour-nya yang berubah, melainkan juga anxiety desire atau tingkat kecemasannya juga berubah, sehingga preferensi mereka turut berubah. Dengan demikian, kalangan usaha harus bersiap mengubah produk dalam waktu cepat sesuai aspirasi konsumen yang baru. Intinya, ada banyak hal yang harus diperbaiki di zaman baru nanti (setelah corona). Kalau kita bicara kultur, bukan hanya marketing yang membutuhkan kultur yang berbeda, tetapi beyond marketing. Kultur melekat juga pada finance, SDM, teknologi. Maka, bahasa saya adalah surviving dan preparing. Begitu corona ini berakhir, enam bulan mendatang, siapa yang mulai lebih dahulu, dialah pemenangnya. Dalam masa-masa surviving ini, perusahaan memang harus lebih efisien. Secara umum, pendapatan pasti akan turun, tetapi bukan berarti berdiam diri. Justru inilah saatnya keandalan leadership pimpinan mengelola bisnis diuji. Pada saat ini, mempertajam konsep bisnis, memperkuat pelatihan, mendalami riset, dan menjalankan komunikasi yang efektif justru sangat disarankan. Di masa krisis seperti ini, sebenarnya banyak konsumen yang kesepian. Karenanya, sekarang waktu yang tepat untuk mengajak konsumen berbicara dengan perusahaan. Apa sebenarnya aspirasi mereka, apa concern mereka, dsb. Jika semua itu dapat diformulasikan dalam bentuk produk baru, melalui proses yang terbuka dan intens, niscaya produk tersebut akan menjadi primadona. | Saran saya bagi kalangan usaha adalah bagaimana surviving the corona dan preparing the post corona. Ini penting, bagaimana seharusnya perusahaan menyiapkan diri dan membangun strategi sesudah wabah corona ini usai? Sebab, kalau panik, tidak akan menyelesaikan masalah. Perusahaan yang hanya survive, tidak bersiap-siap untuk the post corona, akan rugi. Mengapa? Karena setelah menghadapi guncangan luar biasa, konsumen akan menjelma menjadi konsumen baru. Mereka akan semakin “gila” dan akan menjadi new customer. Di sinilah perusahaan dan pemasar harus mulai berbenah dan menyiapkan diri menghadapi konsumen baru.  Di bidang pariwisata, contohnya, bisa jadi destinasi sustainable (nature, culture, dan local economy) akan banyak diburu. Pasalnya, konsumen baru bisa jadi sudah tidak ingin pergi jauh-jauh, sudah tidak mau merusak, mereka sudah semakin sadar barangkali krisis ini akibat dari kerusakan lingkungan yang pada saat sebelum krisis hal ini tidak terpikirkan. Nah, ini kesempatan bagi kalangan usaha untuk membuat terobosan wisata baru yang tak lagi mengandalkan gen Y dan gen Z untuk pergi ke tempat sustainable, melainkan juga gen X yang selama ini banyak ditinggalkan.  Untuk menggaet konsumen baru, perusahaan harus memulainya dari sekarang. Perusahaan juga harus berbenah secara organisasi, bagaimana menyiapkan skema work from home (WFH) yang benar-benar WFH, tidak terpaksa karena wabah corona. Dari penglihatan saya, WFH yang banyak dilakukan sekarang kan bukan WFH yang siap, karena karyawan belum memiliki kedisiplinan. Selain itu, jiwa entrepreneur juga harus segera dibangkitkan. Jika karyawan sudah memiliki mindset entrepreneur, dia tidak akan mengejar gaji saja. Mereka lebih senang gaji yang tidak terbatas.  Ada empat hal yang harus disiapkan kalangan usaha dalam menghadapi wabah corona. Pertama, kendalikan pemasaran. Gunakan pendekatan strategi, taktik, dan value umtuk menggarap konsumen baru. Harap diingat bahwa kebutuhan customer sekarang berubah total. Selain karena daya belinya turun, customer juga tidak bisa bergerak karena imbauan di rumah saja.  Dari segi taktik --terkait marketing mix dan selling-- juga harus berubah. Pasalnya, kebutuhan konsumen berubah. Kini, bukan hanya behaviour-nya yang berubah, melainkan juga anxiety desire atau tingkat kecemasannya juga berubah, sehingga preferensi mereka turut berubah. Dengan demikian, kalangan usaha harus bersiap mengubah produk dalam waktu cepat sesuai dengan aspirasi konsumen yang baru.  Kalau strategi dan taktik berubah menyesuaikan konsumen baru, value akan semakin kuat. Apabila brand memiliki value yang kuat sebelum ada krisis, dia akan tetap dipercaya, bahkan akan semakin dipercaya. Merek semacam itu pasti akan dikejar-kejar orang.  Kedua, kelola finance. Ini penting karena new finance harus lebih banyak revenue yang bersifat kontrak jangka panjang, membership, subscription, di mana model tersebut lebih aman karena orang repeat.  Ketiga, perhatikan biaya karena walaupun akan lebih banyak variabelnya, beban biaya harus lebih efisien. Beban biaya mahal tidak bisa lagi diterapkan. Dan keempat, benahi organisasi juga, agar tidak banyak orang tetapi produktivitasnya tinggi, karena menggunakan omnichannel.  Intinya, ada banyak hal yang harus diperbaiki di zaman baru nanti (setelah corona). Kalau kita bicara kultur, bukan hanya marketing yang membutuhkan kultur yang berbeda, tetapi beyond marketing. Kultur melekat juga pada finance, SDM, teknologi. Maka, bahasa saya adalah surviving dan preparing. Begitu corona ini berakhir, enam bulan mendatang, siapa yang mulai lebih dahulu, dialah pemenangnya.  Dalam masa-masa surviving ini, perusahaan memang harus lebih efisien. Secara umum, pendapatan pasti akan turun, tetapi bukan berarti berdiam diri. Justru inilah saatnya keandalan leadership pimpinan mengelola bisnis diuji. Pada saat ini, mempertajam konsep bisnis, memperkuat pelatihan, mendalami riset, dan menjalankan komunikasi yang efektif justru sangat disarankan. Perusahaan harus bisa melihat, mana yang bisa diefisienkan, dan mana yang justru harus ditingkatkan. Investasi fasilitas bisa ditunda, tetapi investasi SDM jangan sampai ditangguhkan, misalnya.  Untuk diketahui, dengan mempertajam konsep, memperkuat pelatihan, dan mendalami riset, boleh jadi kita akan menemukan opportunity membuat produk baru yang cocok di era krisis. Banyak contoh perusahaan menemukan keberuntungan justru di saat krisis, seperti lahirnya kartu Halo dari Telkomsel atau lipstik Duo Warna dari Martha Tilaar Group yang justru menjadi penyelamat perusahaan.  Tidak kalah penting, sekarang saat tepat untuk mendekati konsumen baru. Di masa krisis seperti ini, sebenarnya banyak konsumen yang “kesepian”. Karenanya, sekarang waktu yang tepat untuk mengajak konsumen berbicara dengan perusahaan. Apa sebenarnya aspirasi mereka, apa concern mereka, dsb. Jika semua itu dapat diformulasikan dalam bentuk produk baru, melalui proses yang terbuka dan intens, niscaya produk tersebut akan menjadi primadona. Maka, saran bagi kalangan usaha dan pemilik merek, ayo saatnya memperbaiki hubungan personal dengan konsumen. (\*)  Dyah Hasto Palupi dan Anastasia A.S.  www.swa.co.id | Text :  733 characters(avg),  101 words(avg),  152 tokens(avg),  188 tokens(max),  111 tokens (min).   Summary : 365 characters(avg),  50 words(avg),  77 tokens(avg),  92 tokens(max),  70 tokens (min). |
| 432 | Aquaproof Bergerak Melindungi dari Covid-19 | Berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah dan instansi swasta dalam menanggulangi efek langsung maupun tidak langsung dari pandemi ini. Hampir semua sektor usaha terdampak, terlebih rumah sakit yang harus menangani langsung pasien positif Covid-19. Selain berjuang untuk menyembuhkan pasien, tenaga medis juga harus berjuang melindungi dirinya agar tidak terpapar virus tersebut. Sebagai wujud kepedulian, Aquaproof melalui CO-HOPE mendonasikan APD ke RS Zahirah dan RS Jantung Jakarta (2/6/2020). Perlengkapan yang diberikan berupa Masker N95, surgical mask, nurse cap, gloves dan coverall hazmat. Donasi ini bermula dari campaign digital #35thnAquaproofMelindungi, di mana setiap peserta yang berpartisipasi di dalamnya telah turut serta mendonasikan APD kepada tenaga medis Indonesia. Antony menjelaskan, kiprah PT Adhi Cakra Utama Mulia dimulai tahun 1985 dengan mendistribusikan berbagai produk pelapis anti bocor (waterproofing coating) dan produk kimiawi lainnya terkait bangunan. Berbagai merek lain yang distribusikan adalah Aquaproof Polyester Mesh, Aquagard, Heatgard, Super Cement, Superfix, Betonmix, Supergrout, Hydroseal, Superpox, Dy-no-mite, Sealband, dan Hydrostop dengan mengantongi sistem manajemen bersertifikasi ISO 9001 dan ISO 14001. | Berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah dan instansi swasta dalam menanggulangi efek langsung maupun tidak langsung dari pandemi ini.  Hampir semua sektor usaha terdampak, terlebih rumah sakit yang harus menangani langsung pasien positif Covid-19. Selain berjuang untuk menyembuhkan pasien, tenaga medis juga harus berjuang melindungi dirinya agar tidak terpapar virus tersebut. Aquaproof sebagai pelopor cat pelapis anti bocor di Indonesia turut prihatin terhadap kondisi pandemi yang terjadi di Indonesia. Perusahaan ini mengapresiasi tenaga medis Indonesia yang sudah mendedikasikan tenaga dan waktunya tanpa kenal lelah dalam menangani pasien Covid-19.  Dari awal masa Covid-19, masih banyak rumah sakit yang kekurangan APD (Alat Pelindung Diri), sehingga sangat berisiko bagi tenaga medis dan keluarga yang menunggu mereka di rumah.  Sebagai wujud kepedulian, Aquaproof melalui CO-HOPE mendonasikan APD (Alat Pelindung Diri) ke RS Zahirah dan RS Jantung Jakarta (2/6/2020). Perlengkapan yang diberikan berupa Masker N95, surgical mask, nurse cap, gloves dan coverall hazmat. Donasi ini bermula dari campaign digital #35thnAquaproofMelindungi, di mana setiap peserta yang berpartisipasi di dalamnya telah turut serta mendonasikan APD kepada tenaga medis Indonesia.  “Covid-19 tidak bisa ditangani oleh kalangan tertentu saja, melainkan kita harus saling bergerak bekerja sama untuk memerangi penyebaran virus ini. Hasil yang kami dapatkan dari campaign digital ini selain menghibur audience untuk mengisi waktu #DirumahAja, juga  membangun kepedulian terhadap orang-orang yang membutuhkan bantuan atas Covid-19. Semoga kegiatan positif ini dapat  terus berlanjut dan lebih menggerakkan generasi muda yang aktif digital,” ungkap Antony Kostka, GM Commerce PT Adhi  Cakra Utama Mulia dalam siaran pers di Jakarta (6/6/2020).  Antony menjelaskan, kiprah PT Adhi Cakra Utama Mulia dimulai tahun 1985 dengan mendistribusikan berbagai produk  pelapis anti bocor (waterproofing coating) dan produk kimiawi lainnya terkait bangunan. Kondisi Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan curah hujan tertinggi di dunia membuat perseroan terus berinovasi dan menghasilkan produk-produk kimia sesuai kondisi Indonesia. Berbagai merek lain yang distribusikan adalah Aquaproof Polyester Mesh, Aquagard, Heatgard, Super Cement, Superfix, Betonmix, Supergrout, Hydroseal, Superpox, Dy-no-mite, Sealband, dan Hydrostop dengan mengantongi sistem manajemen bersertifikasi ISO 9001 dan ISO 14001. | Text :  827 characters(avg),  110 words(avg),  183 tokens(avg),  237 tokens(max),  152 tokens (min).   Summary : 420 characters(avg),  54 words(avg),  101 tokens(avg),  130 tokens(max),  64 tokens (min). |
| 433 | Peduli Covid-19, BNI Syariah Salurkan Bantuan Hingga Rp 3,8 Miliar | Pemimpin Divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan BNI Syariah, Bambang Sutrisno menyampaikan, penyaluran bantuan yang dilakukan di antaranya adalah melalui program Tebar Hasanah untuk Negeri dengan tema BerHasanah dengan Berbagi yaitu Bersama #BNISyariahLawanCorona. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah #TetanggakuHasanahku yaitu berbagi kebutuhan pokok, makanan sehat dan masker untuk tetangga yang membutuhkan, #IBUHasanah yaitu infaq Beras untuk ummat Hasanah Lansia dan Dhuafa BNI Syariah bekerja sama dengan Aksi Cepat Tanggap (ACT) dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga menyelenggarakan program Donasi Rutin Tanpa Lupa melalui Fitur Smart Shadaqah. Fitur pendebetan BNI iB Hasanah Card secara rutin tiap bulan untuk donasi melalui kerja sama dengan badan amil. Diharapkan fitur ini dapat memberikan kemudahan donasi dan bisa lebih berkontribusi untuk masyarakat yang terkena musibah/bencana. Penggalangan dana untuk RS Container Covid-19 bersama Dompet Dhuafa dihimpun melalui platform Wakaf Hasanah BNI Syariah. Masyarakat yang ingin berpartisipasi dapat berdonasi langsung melalui platform tersebut. Nasabah akan memperoleh hadiah langsung berupa wakaf untuk pembangunan project RS Container Covid-19. Ditargetkan dana yang terkumpul untuk program ini sebanyak Rp 250 juta. | Pemimpin Divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan BNI Syariah, Bambang Sutrisno menyampaikan, penyaluran bantuan yang dilakukan di antaranya adalah melalui program Tebar Hasanah untuk Negeri dengan tema BerHasanah dengan Berbagi yaitu Bersama #BNISyariahLawanCorona.  "Bantuan ini diharapkan dapat meringankan beban masyarakat dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat," katanya dalam keterangan pers, Kamis (4/6).  Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah #TetanggakuHasanahku yaitu berbagi kebutuhan pokok, makanan sehat dan masker untuk tetangga yang membutuhkan, #IBUHasanah yaitu infaq Beras untuk ummat Hasanah Lansia dan Dhuafa, #1000BerkahHasanah yaitu berbagi kebutuhan pokok untuk 1.000 Ojek Online, dan #TebarHasanah yaitu berbagi kebutuhan pokok, APD dan masker untuk para Pejuang Kesehatan.  BNI Syariah bekerja sama dengan Aksi Cepat Tanggap (ACT) dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga menyelenggarakan program Donasi Rutin Tanpa Lupa melalui Fitur Smart Shadaqah. Fitur pendebetan BNI iB Hasanah Card secara rutin tiap bulan untuk donasi melalui kerja sama dengan badan amil.  Diharapkan fitur ini dapat memberikan kemudahan donasi dan bisa lebih berkontribusi untuk masyarakat yang terkena musibah/bencana salah satunya terkait pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini. BNI Syariah juga bekerjasama dengan ACT dalam program #BersamaLawanCorona HasanahCard X ACT.  Terkait peduli corona, BNI Syariah bekerja sama dengan Dompet Dhuafa menginisiasi bantuan kemanusiaan untuk masyarakat yang terdampak Covid-19. Yakni dengan membangun fasilitas kesehatan untuk pasien Covid-19 berupa RS Container Covid-19 di RST Dompet Dhuafa, Parung, Bogor.  Penggalangan dana untuk RS Container Covid-19 bersama Dompet Dhuafa dihimpun melalui platform Wakaf Hasanah BNI Syariah. Masyarakat yang ingin berpartisipasi dapat berdonasi langsung melalui platform tersebut.  Bagi nasabah tabungan BNI Syariah baik baru maupun eksisting juga dapat berpartisipasi dengan cara membuka tabungan atau top up saldo minimal Rp 25 juta yang diblokir sesuai tenor program. Nasabah akan memperoleh hadiah langsung berupa wakaf untuk pembangunan project RS Container Covid-19.  Ditargetkan dana yang terkumpul untuk program ini sebanyak Rp 250 juta. Diharapkan RS Container bisa membantu rumah sakit yang ditunjuk Pemerintah untuk menangani penderita Covid-19.  Selain kerja sama dengan Dompet Dhuafa, BNI Syariah juga melakukan kerjasama dengan Cinta Quran Foundation dalam program Selamatkan Penjaga Quran. Program ini bertujuan untuk melindungi penjaga Alquran dari risiko tertular Covid-19.  Sumber: Republika.co.id | Text :  885 characters(avg),  117 words(avg),  202 tokens(avg),  211 tokens(max),  197 tokens (min).   Summary : 432 characters(avg),  57 words(avg),  98 tokens(avg),  111 tokens(max),  82 tokens (min). |
| 434 | Musi Samosir, Chief Risk Officer PT Asuransi Adira Dinamika Tbk.: Tantangan Baru, Peluang Baru | Sebagai salah satu perusahaan asuransi terbesar di Indonesia, kami berkomitmen memberikan perlindungan terbaik kepada pelanggan dan karyawan. Kami mendukung imbauan pemerintah untuk melakukan kerja dari rumah atau work from home ( WFH ). Terkait anjuran pemerintah untuk WFH, sebenarnya Adira Insurance telah memiliki program mirip dengannya sejak 2018 untuk tujuan meningkatkan produktivitas karyawan Adira Insurance merupakan asuransi pertama di Indonesia yang memiliki aplikasi pengajuan klaim asuransi mobil, Autocillin Mobile Claim. AMC terus kami kembangkan. Sampai 2019 sudah sebanyak 70% pelanggan Autocillin menggunakan AMC saat pengajuan klaim. Dengan kemudahan dan simplicity, pelanggan dapat mengajukan klaim asuransi mobil cukup di rumah saja. Kalau ditanya seberapa besar dampak Covid-19 ini terhadap kinerja bisnis, bagi kami masih terlalu dini untuk bisa memprediksi seberapa besar dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Kontribusi perusahaan dalam upaya mencegah meluasnya wabah corona, kami terus menyampaikan informasi preventif dalam upaya pencegahan Covid-19 kepada seluruh karyawan ataupun pelanggan melalui Instagram @asuransiadira, @autocillin, dan @travellinid. | Sebagai salah satu perusahaan asuransi terbesar di Indonesia, kami berkomitmen memberikan perlindungan terbaik kepada pelanggan dan karyawan. Kami mendukung imbauan pemerintah untuk melakukan kerja dari rumah atau work from home (WFH).  Terkait anjuran pemerintah untuk WFH, sebenarnya Adira Insurance telah memiliki program mirip dengannya sejak 2018 untuk tujuan meningkatkan produktivitas karyawan dalam memberikan layanan prima kepada seluruh pelanggan dan mitra bisnis. Jadi, kami sudah sangat siap dengan segala infrastruktur yang ada. Intinya, untuk memberikan experience terbaik kepada pelanggan, perusahaan harus siap, baik secara infrastruktur maupun SDM.  Selain di bidang human resources, terobosan lain yang kami lakukan, di antaranya, Adira Insurance merupakan asuransi pertama di Indonesia yang memiliki aplikasi pengajuan klaim asuransi mobil, Autocillin Mobile Claim. AMC terus kami kembangkan. Sampai 2019 sudah sebanyak 70% pelanggan Autocillin (asuransi mobil) menggunakan AMC saat pengajuan klaim. Dengan kemudahan dan simplicity, pelanggan dapat mengajukan klaim asuransi mobil cukup di rumah saja.  Berbagai inovasi pun telah kami lakukan untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi, seperti pengajuan klaim secara digital, pembelian produk melalui berbagai kanal digital, yaitu di situs perusahaan, marketplace, hingga aggregator. Belum lama, kami menjadi partner eksklusif Traveloka untuk pembelian produk asuransi mobil dan motor.  Kalau ditanya seberapa besar dampak Covid-19 ini terhadap kinerja bisnis, bagi kami masih terlalu dini untuk bisa memprediksi seberapa besar dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Seperti yang sudah saya sampaikan, akan ada tantangan baru yang tentunya akan berdampak pada kinerja perusahaan di 2020. Namun, analisis dampak terperinci masih harus kami lakukan.  Kontribusi perusahaan dalam upaya mencegah meluasnya wabah corona, kami terus menyampaikan informasi preventif dalam upaya pencegahan Covid-19 kepada seluruh karyawan ataupun pelanggan melalui Instagram @asuransiadira, @autocillin, dan @travellinid. Paling utama, kami mengingatkan karyawan dan pelanggan agar tidak panik menghadapi wabah ini. Pelanggan dapat tetap bisa dekat dengan kami melalui berbagai layanan digital, yaitu call center Adira Care 1500 456, surat elektronik adiracare@asuransiadira.co.id, WhatsApp 08121113456, serta online chat di www.asuransiadira.co.id. (\*)  Sri Niken Handayani dan Dede Suryadi  www.swa.co.id | Text :  812 characters(avg),  105 words(avg),  168 tokens(avg),  227 tokens(max),  114 tokens (min).   Summary : 395 characters(avg),  51 words(avg),  79 tokens(avg),  93 tokens(max),  69 tokens (min). |
| 435 | Masa Pembatasan Penerbangan Diperpanjang Hingga 7 Juni | PT Angkasa Pura II memperpanjang masa pembatasan penerbangan di berbagai bandara wilayah Indonesia Barat hingga Minggu (7/6/2020) mendatang. Diberlakukan pula pemeriksaan dokumen secara digital bagi calon penumpang pesawat rute domestik di tengah pandemi Covid-19. Pada Minggu 31 Mei 2020, telah dilakukan simulasi pemeriksaan secara digital terhadap dokumen calon penumpang pesawat. Dua, Menteri Perhubungan telah merilis Keputusan Menhub Nomor KM 116 tahun 2020 yang memperpanjang masa berlaku hingga 7 Juni 2020, dan Peraturan Menteri 25/2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Masa Mudik Idul Fitri Tahun 1441 Hijriah Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran COVID-19. Ketiga, Dirjen Perhubungan Udara Kemenhub menindaklanjuti dengan Surat Edaran Nomor 37/2020 memperpanjang pemberlakuan hingga 7 Juni 2020. AP II menginformasikan bawa selama masa pembatasan penerbangan, orang yang boleh melakukan perjalanan dengan pesawat adalah mereka yang bekerja pada lembaga pemerintah dan swasta. Khususnya, mereka menyelenggarakan perjalanan percepatan penanganan virus corona di bidang pertahanan, keamanan dan ketertiban umum, kesehatan, kebutuhan dasar, pendukung layanan dasar, dan pelayanan fungsi ekonomi penting. Dengan pemeriksaan digital, lanjut Awaluddin, calon penumpang rute domestik bisa mengunggah dokumen yang harus dipenuhi ke aplikasi Travel Declaration (Travelation), dan apabila disetujui maka calon penumpang akan mendapat sertifikat digital pre-clearance yang bisa dibuka di gadget untuk kemudian dilakukan pemeriksaan di bandara. | PT Angkasa Pura II (Persero) memperpanjang masa pembatasan penerbangan di berbagai bandara wilayah Indonesia Barat hingga Minggu (7/6/2020) mendatang. Diberlakukan pula pemeriksaan dokumen secara digital bagi calon penumpang pesawat rute domestik di tengah pandemi Covid-19.  Pada Minggu 31 Mei 2020, telah dilakukan simulasi pemeriksaan secara digital terhadap dokumen calon penumpang pesawat. “Proses saat ini adalah calon penumpang membawa seluruh berkas dokumen untuk diperiksa di bandara. Ke depannya akan dilakukan pemeriksaan secara digital,” ujar Direktur Utama PT Angkasa Pura II (persero), Muhammad Awaluddin.  Perpanjangan pemberlakukan pembatasan penerbangan ini dilakukan, lanjutnya, berdasarkan tiga surat edaran. Satu, sesuai Surat Edaran Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Nomor 05/2020 memperpanjang masa berlaku Pembatasan Perjalanan Orang Dalam Rangka Percepatan Penanganan COVID-19 hingga Minggu (7/6/2020) mendatang.  Dua, Menteri Perhubungan telah merilis Keputusan Menhub Nomor KM 116 tahun 2020 yang memperpanjang masa berlaku hingga 7 Juni 2020, dan Peraturan Menteri 25/2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Masa Mudik Idul Fitri Tahun 1441 Hijriah Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran COVID-19.  “Ketiga, Dirjen Perhubungan Udara Kemenhub menindaklanjuti dengan Surat Edaran Nomor 37/2020 memperpanjang pemberlakuan hingga 7 Juni 2020 untuk SE Nomor 32/2020 tentang Petunjuk Operasional Transportasi Udara, dan Pelaksanaan Pembatasan Perjalanan Orang Dalam Rangka Percepatan Penanganan COVID-19,” ujar dia.  AP II saat ini, kata dia, juga menginformasikan bawa selama masa pembatasan penerbangan, orang yang boleh melakukan perjalanan dengan pesawat adalah mereka yang bekerja pada lembaga pemerintah dan swasta. Khususnya, mereka menyelenggarakan perjalanan percepatan penanganan virus corona di bidang pertahanan, keamanan dan ketertiban umum, kesehatan, kebutuhan dasar, pendukung layanan dasar, dan pelayanan fungsi ekonomi penting.  Selain itu, bagi pasien membutuhkan pelayanan kesehatan darurat, atau perjakanan orang dengan kondisi anggota keluarga inti sakit keras atau meninggal dunia, mereka juga boleh melakukan perjalanan. Selain itu, pekerja migran Indonesia berencana kembali ke daerah asal juga diperbolehkan melakukan perjalanan rute domestik. Namun, mereka juga harus harus memenuhi persyaratan saat ini.  Dengan pemeriksaan digital, lanjut Awaluddin, calon penumpang rute domestik bisa mengunggah dokumen yang harus dipenuhi ke aplikasi Travel Declaration (Travelation), dan apabila disetujui maka calon penumpang akan mendapat sertifikat digital pre-clearance yang bisa dibuka di gadget untuk kemudian dilakukan pemeriksaan di bandara.  “Melalui digitalisasi, proses menjadi lebih ringkas namun tetap ketat, dan memastikan terwujudnya ketentuan menjaga jarak fisik (physical distancing),” ujar Awaluddin.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  714 characters(avg),  91 words(avg),  143 tokens(avg),  203 tokens(max),  101 tokens (min).   Summary : 386 characters(avg),  50 words(avg),  72 tokens(avg),  89 tokens(max),  62 tokens (min). |
| 436 | 10% Penjualan Sociolla Untuk Tenaga Medis | Social Bella Indonesia meluncurkan inisiatif bertajuk #careonforward untuk penanganan Covid-19 di Indonesia. Melalui inisiatif itu, sebesar 10% dari pembelian produk di halaman Edit by Sociolla di Sociolla.com selama periode 1 Juni - 5 Juli 2020 akan didonasikan dalam bentuk care package berisi produk kecantikan dan perawatan diri untuk para dokter, perawat, dan tenaga medis lainnya. Chrisanti Indiana, menjelaskan., inisiatif ini merupakan tindak lanjut dari donasi sebelumnya pada April lalu sebanyak 1.100 care package yang berisi lebih dari 8.800 produk perawatan diri untuk para tenaga medis ke sejumlah sakit rujukan. Pihaknya mendapatkan masukan bahwa produk-produk perawatan diri tersebut ternyata sangat bermanfaat bagi para tenaga medis untuk menjaga kebersihan dan merawat diri selama bertugas. | Social Bella Indonesia, perusahaan beauty-tech yang dikenal lewat e-commerce Sociolla, meluncurkan inisiatif bertajuk #careonforward untuk penanganan Covid-19 di Indonesia.  Melalui inisiatif itu, sebesar 10% dari pembelian produk di halaman Edit by Sociolla di Sociolla.com selama periode 1 Juni - 5 Juli 2020 akan didonasikan dalam bentuk care package berisi produk kecantikan dan perawatan diri untuk para dokter, perawat, dan tenaga medis lainnya yang bertugas di rumah sakit rujukan penanganan Covid-19.  Chrisanti Indiana, Co-founder and Chief Marketing Officer Social Bella, mengatakan, di tengah pandemi ini pihaknya ingin berkontribusi, tidak hanya melakukan upaya untuk keberlangsungan perusahaan, karyawan, dan pelanggan saja. Inisiatif ini diluncurkan sebagai bentuk ajakan partisipasi pelanggan untuk memberikan apresiasi dan bantuan untuk para tenaga medis.  “Kali ini, kami juga melibatkan partisipasi dari para pelanggan, sehingga mereka dapat turut menunjukkan kepedulian dan rasa terima kasih terhadap tenaga medis di garda depan penanganan Covid-19,” ujar Chrisanti.  Chrisanti Indiana, menjelaskan., inisiatif ini merupakan tindak lanjut dari donasi sebelumnya pada April lalu sebanyak 1.100 care package yang berisi lebih dari 8.800 produk perawatan diri untuk para tenaga medis ke sejumlah sakit rujukan. Pihaknya mendapatkan masukan bahwa produk-produk perawatan diri tersebut ternyata sangat bermanfaat bagi para tenaga medis untuk menjaga kebersihan dan merawat diri selama bertugas.  “Maka melalui gerakan ini kami berharap menjangkau lebih banyak lagi tenaga medis di rumah sakit lainnya,” ujarnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  810 characters(avg),  109 words(avg),  163 tokens(avg),  182 tokens(max),  144 tokens (min).   Summary : 404 characters(avg),  56 words(avg),  81 tokens(avg),  85 tokens(max),  77 tokens (min). |
| 437 | Donasi Sembako dan Masker untuk Mitra Program CSR | Ada lima lembaga yang menjadi penerima manfaat program CSR tersebut. Kelima lembaga ini memiliki keterkaitan dengan program CSR Maybank Indonesia sebelumnya yaitu, SLB Dharma Putra Semin, Gunung Kidul dan SD Kanisius Kenalan Magelang dalam kaitan dengan School Adoption Program sejak 2016, dan sebagai bagian pemberdayaan komunitas penyandang disabilitas dengan asosiasi ojek penyandang disabilitas Ojek Difa. Masker kain yang didonasikan adalah karya 250 penenun perempuan prasejahtera di Kamboja yang didukung oleh Maybank Foundation. Sejak 2016 Kamboja dan Indonesia menjadi bagian Program Maybank Women Eco Weaver, salah satu program utama Maybank yang dirancang untuk mendukung semangat kebersamaan ASEAN dalam mengangkat dan mempromosikan seni tenun tradisional secara berkelanjutan. Maybank Indonesia memberikan donasi sembako sebanyak 100 paket dengan total nilai Rp10 juta. Inisiatif ini merupakan kesinambungan dari dukungan kepada komunitas penyandang disabilitas tersebut. Dukungan ini dilakukan sebagai upaya perpanjangan tangan terhadap komunitas disabilitas yang terdampak pandemi Covid-19. Perhatian yang kami berikan ini kiranya dapat meringankan beban yang harus ditanggung oleh komunitas disabilitas. Maybank Indonesia yang telah menyerahkan bantuan masker dan flyer informasi mengenai COVID-19 yang akan membantu komunitas kami untuk semakin memahami akan virus Corona serta cara penanganannya di lingkungan kami, ujar Nengah Latra, Direktur PUSPADI mewakili para penerima bantuan lainnya. | Ada lima lembaga yang menjadi penerima manfaat program CSR tersebut. Kelima lembaga ini memiliki keterkaitan dengan program CSR Maybank Indonesia sebelumnya yaitu, SLB Dharma Putra Semin, Gunung Kidul dan SD Kanisius Kenalan Magelang dalam kaitan dengan School Adoption Program sejak 2016, dan sebagai bagian pemberdayaan komunitas penyandang disabilitas dengan asosiasi ojek penyandang disabilitas Ojek Difa sejak 2017, Pusat Pemberdayaan Penyandang Disabilitas (PUSPADI) Bali sejak Maybank Marathon Bali 2013 dan tahun ini dengan Komunitas Disable Berdaya Bareng.  Masker kain yang didonasikan adalah karya 250 penenun perempuan prasejahtera di Kamboja yang didukung oleh Maybank Foundation. Sejak 2016 Kamboja dan Indonesia menjadi bagian Program “Maybank Women Eco Weaver”, salah satu program utama Maybank yang dirancang untuk mendukung semangat kebersamaan ASEAN dalam mengangkat dan mempromosikan seni tenun tradisional secara berkelanjutan dengan tujuan memperkaya peran strategis kaum perempuan di berbagai komunitas untuk mencapai independensi ekonomi (economic independence) dan inklusi keuangan di kalangan pengrajin tenun perempuan di seluruh ASEAN.  Selain itu Maybank Indonesia juga mendistribusikan materi mengenai COVID-19 untuk meningkatkan awareness yang berisikan penjelasan tentang COVID-19, gejala dan bagaimana cara pencegahannya.  Untuk para penyandang disabilitas anggota dari Ojek Difa di Yogyakarta dan PUSPADI di Bali, Maybank Indonesia juga memberikan donasi sembako sebanyak 100 paket dengan total nilai Rp10 juta. Inisiatif ini merupakan kesinambungan dari dukungan kepada komunitas penyandang disabilitas tersebut.  “Dukungan ini dilakukan sebagai upaya perpanjangan tangan terhadap komunitas disabilitas yang terdampak pandemi Covid-19. Perhatian yang kami berikan ini kiranya dapat meringankan beban yang harus ditanggung oleh komunitas disabilitas, khususnya yang memiliki keterkaitan dengan Maybank Indonesia agar mereka tetap mampu berkarya di tengah kondisi pandemi saat ini,” kata Head, Corporate & Brand Communications, Maybank Indonesia, Esti Nugraheni.  “Maybank Indonesia yang telah menyerahkan bantuan masker dan flyer informasi mengenai COVID-19 yang akan membantu komunitas kami untuk semakin memahami akan virus Corona serta cara penanganannya di lingkungan kami,” ujar Nengah Latra, Direktur PUSPADI mewakili para penerima bantuan lainnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  595 characters(avg),  78 words(avg),  117 tokens(avg),  146 tokens(max),  65 tokens (min).   Summary : 377 characters(avg),  50 words(avg),  72 tokens(avg),  79 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 438 | Pandemi Corona Ikut Pukul Industri Media | Melindungi wartawan dari kemungkinan terjangkitnya virus corona menjadi prioritas sebagian besar media di Indonesia, termasuk televisi. Perlindungan tersebut dilakukan melalui penerapan protokol kesehatan dan panduan peliputan yang aman. Hal ini menjadi benang merah dalam diskusi virtual Merumuskan Pola Baru Jurnalisme TV di Era New Normal (28/5 ) oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI ). Dalam operasional lapangan, redaksi adalah kita meliput tanpa menjadi objek liputan, artinya apa? Kita harus sehat, kita harus mampu menjaga diri, memperbaiki fisik kita, daya tahan kita sehingga ketika kita meliput dengan prosedur yang kita ikuti maka kita akan selamat kata Toto Sudaryanto dalam diskusi virtual itu. Ditambahkannya, hingga Juli 2020 pihaknya belum akan mengirim wartawan untuk melakukan peliputan sejumlah mata acara di luar ruangan atau di alam terbuka, termasuk membatasi mengundang narasumber ke studio untuk wawancara. Kita tidak mau menjadikan jurnalis kita sebagai objek berita atau masuk dalam statistik karena ada penambahan COVID karena ada dari kru kita, tegas Titin. Empat puluh tiga persen media cetak telah mengkaji opsi untuk merumahkan karyawan tanpa digaji, bagaikan PHK. Tiga puluh persen perusahaan pers sudah atau berencana mem-PHK karyawan, ujarnya lirih. Berdasarkan pendataan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) terhadap 600 perusahaan radio di Indonesia, diketahui bahwa radio kehilangan pendapatan lewat iklan hingga 70 persen. Walhasil 30 persen perusahaan media sudah melakukan pemotongan gaji, 60 persen mengurangi jam siaran, hampir semua mengurangi daya pancar serta menunda pengeluaran. Mengutip data dari AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) diketahui bahwa media online juga mengalami penurunan pendapatan antara 25%-80%. Dua puluh persen media online sudah melakukan pemotongan gaji dan pembayaran Tunjangan Hari Raya (THR ), sedangkan 15 persen menunda pembayaran gaji dengan durasi penundaan yang bervariatif. Media massa di Indonesia memberikan konstribusi besar dalam melawan pandemi COVID-19 melalui penayangan iklan layanan masyarakat mengenai sosial distancing, jangan mudik, dan cuci tangan. Juga menginformasikan perkembangan situasi, perebakan hingga upaya menemukan vaksin dan stimulus ekonomi bagi warga yang terpapar. | Melindungi wartawan dari kemungkinan terjangkitnya virus corona menjadi prioritas sebagian besar media di Indonesia, termasuk televisi. Perlindungan tersebut dilakukan melalui penerapan protokol kesehatan dan panduan peliputan yang aman. Hal ini menjadi benang merah dalam diskusi virtual “Merumuskan Pola Baru Jurnalisme TV di Era New Normal (28/5) oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI).  Toto Suryanto, Wakil Pemimpin Redaksi TV One mengatakan langkah-langkah pencegahan telah dilakukan pihaknya sejak mulai merebaknya virus mematikan ini. Langkah pencegahan tersebut antara lain dengan mewajibkan penyemprotan disinfektan terhadap kendaraan operasional dan peralatan liputan secara berkala; serta mengoperasikan staf lewat pembagian shift kerja yang ketat.  “Prinsip dalam operasional lapangan, redaksi adalah kita meliput tanpa menjadi objek liputan, artinya apa? Kita harus sehat, kita harus mampu menjaga diri, memperbaiki fisik kita, daya tahan kita sehingga ketika kita meliput dengan prosedur yang kita ikuti maka kita akan selamat” kata Toto Sudaryanto dalam diskusi virtual itu.  Selain penyiapan alat perlindungan diri yang memadai, menurutnya perlu ada protokol untuk menjaga gizi dan imunitas wartawan saat bertugas melakukan peliputan di lapangan.  Titin Rosmasari, Pemimpin Redaksi CNN Indonesia TV dan Trans 7 mengatakan ancaman virus corona membuat media harus beradaptasi, termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendapatkan materi berita maupun koordinasi di lingkungan tempat kerja.  “Jurnalis reporting dari ruang kerjanya dari kamarnya dan dari depan rumahnya, virtual press conference online, bahkan kita sudah mulai melakukan virtual product launching kerjasama dan mulai ada beberapa client mau bekerjasama dengan kita,” jelas Titin Rosmasari.  Ditambahkannya, hingga Juli 2020 pihaknya belum akan mengirim wartawan untuk melakukan peliputan sejumlah mata acara di luar ruangan atau di alam terbuka, termasuk membatasi mengundang narasumber ke studio untuk wawancara.  “Kita tidak mau menjadikan jurnalis kita sebagai objek berita atau masuk dalam statistik karena ada penambahan COVID karena ada dari kru kita,” tegas Titin.  COVID-19 Turunkan Pendapatan Industri Media  Meluasnya virus corona juga telah menurunkan pendapatan media massa cetak, online, radio dan televisi. Agus Sudibyo dari Dewan Pers mengutip hasil pendataan Serikat Perusahaan Pers (SPS) terhadap 434 media cetak sepanjang Januari-April 2020, 71 persen perusahaan cetak mengalami penurunan omzet dari 40% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Sementara 50% perusahaan pers cetak telah memotong gaji karyawan dengan besaran 2-30 persen.  “Empat puluh tiga persen media cetak telah mengkaji opsi untuk merumahkan karyawan tanpa digaji, bagaikan PHK. Tiga puluh persen perusahaan pers sudah atau berencana mem-PHK karyawan,” ujarnya lirih.  Berdasarkan pendataan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) terhadap 600 perusahaan radio di Indonesia, diketahui bahwa radio kehilangan pendapatan lewat iklan hingga 70 persen karena banyak klien radio yang tutup sementara. Radio juga tidak bisa berharap dari pendapatan kegiatan off air karena kegiatan mengumpulkan massa juga dilarang agar tidak semakin memperluas perebakan virus yang belum ada obatnya ini.  Agus Sudibyo dari Dewan Pers memaparkan dampak pandemi virus corona terhadap industri media cetak dalam diskusi virtual “Merumuskan Pola Baru Jurnalisme TV di Era New Normal (28/5) oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI). (Foto: VOA/Yoanes Litha)  Pemotongan Gaji, Kurangi Jam Siar dan Tunda Liputan  Walhasil 30 persen perusahaan media sudah melakukan pemotongan gaji, 60 persen mengurangi jam siaran, hampir semua mengurangi daya pancar serta menunda pengeluaran.  “Kemudian di industri radio juga begitu, revenue untuk off air hilang total karena izin kegiatan mengumpulkan massa dilarang. Revenue iklan berkurang 70 persen, biaya pemasangan iklan yang sudah jatuh tempo belum ditagih juga besar karena klien-nya tutup juga,” jelas Agus Sudibyo.  Mengutip data dari AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) diketahui bahwa media online juga mengalami penurunan pendapatan antara 25%-80%. Dua puluh persen media online sudah melakukan pemotongan gaji dan pembayaran Tunjangan Hari Raya (THR), sedangkan 15 persen menunda pembayaran gaji dengan durasi penundaan yang bervariatif.  Titin Rosmasari dari CNN Indonesia memaparkan bagaimana media beradaptasi menghadapi penyebaran virus corona dalam diskusi virtual “Merumuskan Pola Baru Jurnalisme TV di Era New Normal (28/5) oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI). (Foto: VOA)  “Daya tahan cash flow diperkirakan tiga sampai empat bulan, jadi kalau dalam tiga empat bulan ini tidak ada perubahan situasi yah banyak media online yang akan gulung tikar,”ungkapnya.  Dia mengakui belum memiliki data laporan dampak ekonomi akibat pandemi virus corona terhadap media massa televisi di Indonesia.  Meskipun berada dalam situasi sulit, namun media massa di Indonesia memberikan konstribusi besar dalam melawan pandemi COVID-19 melalui penayangan iklan layanan masyarakat mengenai sosial distancing, jangan mudik, dan cuci tangan. Juga menginformasikan perkembangan situasi, perebakan hingga upaya menemukan vaksin dan stimulus ekonomi bagi warga yang terpapar. Peran besar media ini dinilai tak bisa dianggap sebelah mata  Sumber: VOAIndonesia.com | Text :  896 characters(avg),  122 words(avg),  185 tokens(avg),  221 tokens(max),  148 tokens (min).   Summary : 383 characters(avg),  52 words(avg),  78 tokens(avg),  97 tokens(max),  65 tokens (min). |
| 439 | LV Vaidyanathan, Presdir P&G Indonesia: Aktifkan Tim Krisis Manajemen | P&G secara global telah menerapkan perencanaan keberlangsungan bisnis (business continutiy plan/BCP) serta pengaturan kerja yang diperlukan sejak wabah corona bermula di China. Kami segera mengaktivasi Tim Krisis Manajemen (Crisis Management Team/CMT) untuk meninjau situasi secara keseluruhan dan memastikan langkah-langkah terbaik selanjutnya bagi karyawan, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya. CMT terdiri dari jajaran direksi P&G Indonesia serta tim multifungsi seperti HR, supply chain, purchasing, sales marketing, serta government relations and communications. CMT melakukan pertemuan virtual setiap hari untuk memantau perkembangan kasus dan dampak wabah Covid-19 terhadap jalannya bisnis, juga untuk memberikan informasi kepada karyawan. Kami juga memberlakukan aturan bekerja dari rumah ( WFH ) sejak 16 Maret dan telah menjalankan keterikatan sosial secara virtual. Seluruh karyawan didorong agar terus berkomunikasi dengan atasan secara intensif untuk memberikan informasi terbaru terkait pekerjaan. Selain membahas pekerjaan, aktivitas sosial secara virtual bersama karyawan juga diterapkan. Salah satunya, dengan mengadakan virtual coffee session untuk menyapa anggota tim. P&G di seluruh dunia telah berkomitmen memberikan sumbangan dalam bentuk barang dan uang yang secara kolektif bernilai lebih dari US$ 5 juta untuk menyediakan edukasi kebersihan, peralatan medis, dan produk-produk bagi masyarakat yang paling rentan dan individu di garis depan yang membantu mereka yang terkena dampak Covid-19. Di tengah wabah Covid-19 yang terus meluas, kami berkomitmen terus bekerja keras memastikan kami tetap melayani konsumen, melalui proactive balanced approach, yaitu infrastruktur teknologi informasi yang kokoh, serta BCP yang matang dan dibuat untuk mendukung berbagai fungsi dalam perusahaan. Yosa Maulana & Anastasia AS. | P&G secara global telah menerapkan perencanaan keberlangsungan bisnis (business continutiy plan/BCP) serta pengaturan kerja yang diperlukan sejak wabah corona bermula di China. Di Indonesia, kami menerapkan pendekatan berimbang secara proaktif (proactive balanced approach), yaitu mengambil tindakan dengan memperhatikan pertimbangan dari otoritas medis dan P&G di wilayah lain. Kami segera mengaktivasi Tim Krisis Manajemen (Crisis Management Team/CMT) untuk meninjau situasi secara keseluruhan dan memastikan langkah-langkah terbaik selanjutnya bagi karyawan, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya.  CMT terdiri dari jajaran direksi P&G Indonesia serta tim multifungsi seperti HR, supply chain, purchasing, sales marketing, serta government relations and communications. CMT melakukan pertemuan virtual setiap hari untuk memantau perkembangan kasus dan dampak wabah Covid-19 terhadap jalannya bisnis, juga untuk memberikan informasi kepada karyawan. Setiap minggu kami juga melakukan pertemuan virtual level manajer agar seluruh karyawan mengetahui arahan serta perkembangan situasi terakhir.  Bagi kami, kesehatan karyawan adalah yang terpenting. P&G telah mengeluarkan anjuran bagi karyawan untuk membatalkan atau menjadwalkan ulang perjalanan bisnis ke luar negeri, terutama ke negara yang telah dinyatakan status berbahaya (oranye). Dan, jika mereka dari negara yang masuk dalam daftar oranye, mereka harus berada dalam masa inkubasi dengan pantauan selama 14 hari, dan harus segera melapor kepada pemimpin medis apabila memiliki gejala Covid-19.  Kami juga memberlakukan aturan bekerja dari rumah (WFH) sejak 16 Maret dan telah menjalankan keterikatan sosial secara virtual. Seluruh karyawan didorong agar terus berkomunikasi dengan atasan secara intensif untuk memberikan informasi terbaru terkait pekerjaan. Kami pun menyediakan infrastruktur yang diperlukan, seperti laptop dan koneksi internet untuk memastikan produktivitas karyawan tetap optimal selama WFH untuk periode waktu yang relatif lama dan masih belum dapat ditentukan ini.  Selain membahas pekerjaan, aktivitas sosial secara virtual bersama karyawan juga diterapkan. Salah satunya, dengan mengadakan virtual coffee session untuk menyapa anggota tim. Juga, menganjurkan penggunaan video conference call dalam setiap meeting untuk memastikan kesehatan mental satu sama lain saat WFH.  Sementara itu, pabrik kami di Karawang serta pusat distribusi tetap berjalan dengan menerapkan langkah pencegahan secara terukur seperti yang telah dianjurkan. Kami, seperti pelaku industri serupa lainnya, tetap menjalankan pemasokan barang secara komprehensif.  Sampai saat ini, P&G di seluruh dunia telah berkomitmen memberikan sumbangan dalam bentuk barang dan uang yang secara kolektif bernilai lebih dari US$ 5 juta untuk menyediakan edukasi kebersihan, peralatan medis, dan produk-produk bagi masyarakat yang paling rentan dan individu di garis depan yang membantu mereka yang terkena dampak Covid-19. Kami juga memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkontribusi terhadap upaya ini melalui dana tanggap Covid-19. Donasi yang terkumpul, sebesar US$ 500.000, akan disesuaikan dengan kontribusi perusahaan, lalu dana tersebut akan diberikan kepada para mitra strategis terkait Covid-19.  Di tengah wabah Covid-19 yang terus meluas, kami berkomitmen terus bekerja keras memastikan kami tetap melayani konsumen, melalui proactive balanced approach, yaitu infrastruktur teknologi informasi yang kokoh, serta BCP yang matang dan dibuat untuk mendukung berbagai fungsi dalam perusahaan. (\*)  Yosa Maulana & Anastasia AS  www.swa.co.id | Text :  714 characters(avg),  94 words(avg),  138 tokens(avg),  187 tokens(max),  71 tokens (min).   Summary : 368 characters(avg),  48 words(avg),  72 tokens(avg),  86 tokens(max),  60 tokens (min). |
| 440 | Mohamad Feriadi, Presdir JNE: Terbitkan Regulasi Khusus | Sebelum wabah Covid-19 merebak dan masuk ke Indonesia, bisnis pengiriman kami didominasi barang-barang fashion seperti sepatu, baju, aksesori, dan gadget. Namun, begitu corona datang, produk healthcare seperti masker dan hand sanitizer menjadi barang yang banyak sekali diperjualbelikan secara online. Sebagai bentuk pencegahan penyebaran Covid-19, perusahaan mengubah pola kerja agar karyawan tetap pada posisi yang aman dan tidak menjadi perantara penularan. Kami menjalankan sejumlah prosedur, misalnya penyemprotan disinfektan pada area kerja, mengukur suhu tubuh karyawan sebelum masuk ruang kerja, dan menyediakan hand sanitizer. Terkait imbauan work from home ( WFH ) dari pemerintah, kami sangat mendukung dan menjalankan. Kami memprioritaskan kepada karyawan yang sifat pekerjaannya bisa dilakukan di rumah. Misalnya, bagian sales, bisa dibilang bagian ini sudah tidak ada lagi pertemuan tatap muka dengan pelanggan, sehingga bisa dilakukan di rumah menggunakan telepon. Jika situasi darurat ini ternyata berlangsung lebih lama, kami telah memikirkan skenario terburuk sekalipun. Sudah ada rencana dan perhitungannya dalam banyak hal terkait kesiapan SDM, operasional, cash flow, dll. | Sebelum wabah Covid-19 merebak dan masuk ke Indonesia, bisnis pengiriman kami didominasi barang-barang fashion seperti sepatu, baju, aksesori, dan gadget. Namun, begitu corona datang, produk healthcare seperti masker dan hand sanitizer menjadi barang yang banyak sekali diperjualbelikan secara online.  Lalu, apa dampaknya terhadap hitungan bisnis?  Corona memang memberikan potensi bisnis, memberikan volume pengiriman bagi perusahaan logistik seperti kami. Namun, jumlahnya belum sebanding dengan barang-barang fashion tersebut.Di sisi lain, banyak perusahaan atau bisnis yang mulai mengurangi atau menutup produksinya sehingga distribusi produk-produk mereka mulai menurun, dan memberikan dampakkepada perusahaan logistik.  Namun secara keseluruhan, kami melihat dampak dari wabah Covid-19 untuk saat ini masih belum terlalu signifikan bagi kami.Dalam kondisi normal, JNE bisa mencatatkan 1 juta kiriman per hari. Sekarangada penurunan tetapi tidak drastis, sekitar 10% saja.  Sebagai bentuk pencegahan penyebaran Covid-19, perusahaan mengubah pola kerja agar karyawan tetap pada posisi yang aman dan tidak menjadi perantara penularan.Kami menjalankan sejumlah prosedur, misalnya penyemprotan disinfektan pada area kerja, mengukur suhu tubuh karyawan sebelum masuk ruang kerja, dan menyediakan hand sanitizer. Karena operasional masih harus terus berjalan, kami membekali tim di lapangan (kurir, rider, driver) dengan peralatan seperti masker, sarung tangan, dan hand sanitizer. Kami mengampanyekan ini ke masyarakat supaya mereka juga memahami bahwa petugas kami sudah dipersiapkan sedisiplin mungkin.  Kami mengatur ini semua dengan menerbitkan regulasi melalui Surat Pemberitahuan Nomor 006/MRD-JNE/03/2020 mengenai Informasi Kiriman dan Tata Laksana Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 oleh JNE kepada seluruh kantor cabang dan operasional. Jadi, protokol ini kami jalankan secara nasional.  Terkait imbauan work from home (WFH) dari pemerintah, kami sangat mendukung dan menjalankan. Kami memprioritaskan kepada karyawan yang sifat pekerjaannya bisa dilakukan di rumah. Misalnya, bagian sales, bisa dibilang bagian ini sudah tidak ada lagi pertemuan tatap muka dengan pelanggan, sehingga bisa dilakukan di rumah menggunakan telepon. Selain itu, WFH juga kami berlakukan kepada karyawan yang sedang hamil.  Kami mendukung dan menjalankan program ini sambil memantau terus perkembangan ke depannya nanti seperti apa. Kami juga tentu harus mengukur agar pekerjaan ini efisien dan efektif, dihitung antara sifat pekerjaan dan jumlah sumber daya yang disiapkan. Artinya, kalau ada pekerjaan yang mulai berkurang, orang-orangnya kami pindahkan ke bagian lain yang memang masih memerlukan tenaga yang banyak.  Jika situasi darurat ini ternyata berlangsung lebih lama, kami telah memikirkan skenario terburuk sekalipun. Sudah ada rencana dan perhitungannya dalam banyak hal terkait kesiapan SDM, operasional, cash flow, dll. (\*)  www.swa.co.id | Text :  730 characters(avg),  97 words(avg),  145 tokens(avg),  191 tokens(max),  48 tokens (min).   Summary : 298 characters(avg),  40 words(avg),  59 tokens(avg),  67 tokens(max),  41 tokens (min). |
| 441 | Ariston Donasi 150 Water Heater ke RS Rujukan Covid-19 di Jakarta | Berdasarkan data BNPB pada 28 Mei 2020, setidaknya terdapat 687 kasus positif Covid-19 baru yang dilaporkan di Indonesia. Penyebaran virus ini telah menyeluruh ke 34 provinsi, dan telah menginfeksi setidaknya 24.538 orang, dengan 6.240 laporan kasus sembuh, dan 1.496 laporan kasus meninggal. Ya, para petugas medis di zona merah atau yang terlibat langsung di lapangan perlu menjaga diri mereka dengan menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) lengkap, Sebelum dan setelah melakukan tugas penanganan pasien Covid-19, para petugas medis harus melalui proses sterilisasi dengan dekontaminasi untuk mencegah penyebaran virus. Meskipun kami telah mematuhi protokol wajib penjagaan diri dari virus Covid-19 dan meminimalisir risiko tertular virus ini, sebagian dari kami belum bertemu keluarga selama lebih dari 3 bulan. Hal ini untuk mengurangi risiko kami menjadi carrier. Tentu saja, kami merindukan rumah dan keluarga, kata Retna Handayani. Ariston Thermo Indonesia sebagai merek pemanas air di Indonesia turut berkontribusi untuk mendukung garda terdepan memberantas penyebaran Covid-19 yakni para pekerja medis, dengan tetap memberi mereka kenyamanan. Bahkan pada saat mereka jauh dari kenyamanan, yakni rumah dan keluarga. Ariston berkomitmen untuk memberikan kenyamanan yang berkelanjutan bagi semua orang, bahkan dalam kondisi paling ekstrem melalui produk. Menurutnya, mereka sedang membangun fasilitas baru untuk penanganan Covid-19 pada awal Mei, dan harus beroperasi sesegera mungkin. Tetapi karena peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang membatasi logistik antar kota, pihaknya tidak dapat menemukan water heater apa pun yang siap dikirim dan dipasang secepat mungkin sesuai dengan kebutuhan. Sementara itu, mereka didesak untuk segera membuka fasilitas baru untuk penanganan Covid-19. Mandi sekarang menjadi hal yang paling penting untuk diperhatikan untuk mengurangi risiko terpapar Covid-19, karena mandi membersihkan tubuh kita dan mendekontaminasi diri. Ns. Yetty, S. Kep, perawat dari Perawat Pencegahan dan Pengendali Infeksi di Rumah Sakit (IPCN ), mengatakan, mandi air hangat sangat penting selama pandemi. Direktur RSUP Fatmawati, dr. Mochammad Syafak Hanung, Sp.A, M.P.H menyampaikan, ' Water heater ini akan kami instalasi tidak hanya di fasilitas petugas medis, melainkan juga di kamar pasien di kamar mandi petugas laboratorium. Syafak menjelaskan, mandi air hangat memiliki manfaat untuk orang dengan sistem kekebalan rendah, yakni pasien yang sedang dirawat di rumah sakit. Mengetahui bahwa mandi diperlukan dan wajib, mandi di masa pandemi ini telah terbukti sangatlah penting dibandingkan sebelumnya untuk mendekontaminasi tubuh, kami ingin memberi mereka kenyamanan melalui produk kami, sehingga dapat lebih rileks dan nyaman dengan mandi air hangat, kata Erwin Lim, Direktur Pemasaran PT Ariston Thermo Indonesia. | Berdasarkan data BNPB pada 28 Mei 2020, setidaknya terdapat 687 kasus positif Covid-19 baru yang dilaporkan di Indonesia. Penyebaran virus ini telah menyeluruh ke 34 provinsi, dan telah menginfeksi setidaknya 24.538 orang, dengan 6.240 laporan kasus sembuh, dan 1.496 laporan kasus meninggal. Di DKI Jakarta sendiri, sebagai episentrum pandemi memiliki kasus COVID-19 terkonfirmasi tertinggi.  Pemerintah Indonesia telah mengambil tindakan serius untuk memerangi pandemi ini, dan telah mengumumkan bahwa virus ini merupakan darurat nasional sejak 29 Februari 2020. Karenanya, pemerintah telah mengubah rumah sakit umum untuk rujukan penanganan Covid-19 dan perawatan intensif sebagai upaya awal dan mendasar untuk menangani pasien.  Setidaknya terdapat 11 rumah sakit di seluruh DKI Jakarta yang ditunjuk untuk menjadi rujukan Covid-19 dengan lebih dari 3.000 pekerja medis tersebar di seluruh rumah sakit yang terlibat langsung setiap hari di zona merah dengan merawat pasien Covid-19.  Ya, para petugas medis di zona merah atau yang terlibat langsung di lapangan perlu menjaga diri mereka dengan menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) lengkap, Sebelum dan setelah melakukan tugas penanganan pasien Covid-19, para petugas medis harus melalui proses sterilisasi dengan dekontaminasi untuk mencegah penyebaran virus.  Karena keterbatasan alat pemanas air di ruang perawatan Covid-19, sehingga mereka harus menggunakan air dingin untuk mandi lebih dari 3 kali sehari di jam yang tidak menentu demi menjaga sterilisasi diri para petugas medis. “Bisa kita bayangkan, hal tersebut sangatlah sangat tidak nyaman, sedangkan mandi ketika melakukan sterilisasi diri dan dekontaminasi bersifat wajib,” kata Wakil Kepala Bidang Pembinaan RSAL Mintoharjo Kolonel Laut (K) drg. Dwi Afrosiansi, Sp. Perio.  “Meskipun kami telah mematuhi protokol wajib penjagaan diri dari virus Covid-19 dan meminimalisir risiko tertular virus ini, sebagian dari kami belum bertemu keluarga selama lebih dari 3 bulan. Hal ini untuk mengurangi risiko kami menjadi carrier. Tentu saja, kami merindukan rumah dan keluarga,” kata Retna Handayani, perawat yang menangani pasien Covid-19 dari RSAL Mintoharjo.  Retna mengaku, mandi setidaknya 3 kali sehari, biasanya pagi-pagi sekali, malam hari. Bahkan subuh-subuh, tergantung shift, tetapi 3 kali ini angka minimum. “Karena mengenakan APD itu sendiri tidak nyaman, dan membuat kami kesulitan bernafas. Waktu maksimal menggunakan APD adalah 3 jam. Setelah 3 jam, kami harus mendekontaminasi diri dengan mandi", tambahnya.  Ariston Thermo Indonesia sebagai merek pemanas air di Indonesia turut berkontribusi untuk mendukung garda terdepan memberantas penyebaran Covid-19 yakni para pekerja medis, dengan tetap memberi mereka kenyamanan. Bahkan pada saat mereka jauh dari kenyamanan, yakni rumah dan keluarga.  Ariston berkomitmen untuk memberikan kenyamanan yang berkelanjutan bagi semua orang, bahkan dalam kondisi paling ekstrem melalui produk. Pada 26 Mei 2020, Ariston Thermo Indonesia menyumbangkan 150 unit produk water heater yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan rumah sakit ke 6 rumah sakit rujukan Covid-19 di Jakarta yakni RSAL Mintoharjo, RS Persahabatan, RS Fatmawati, RS Bhayangkari, RS Sulianti Saroso, dan RS Gatot Subroto.  Menurutnya, mereka sedang membangun fasilitas baru untuk penanganan Covid-19 pada awal Mei, dan harus beroperasi sesegera mungkin. Tetapi karena peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang membatasi logistik antar kota, pihaknya tidak dapat menemukan water heater apa pun yang siap dikirim dan dipasang secepat mungkin sesuai dengan kebutuhan. Sementara itu, mereka didesak untuk segera membuka fasilitas baru untuk penanganan Covid-19.  “Pemanas air sangat diperlukan untuk melengkapi fasilitas medis berstandar WHO yang dimiliki Rumkital Dr. Mintohardjo, karena pekerja medis yang terlibat langsung dengan Orang Dalam Pantaua dan Pasien Dalam Pantauan harus melakukan dekontaminasi diri sebelum meninggalkan ruang perawatan Covid-19”, jelasnya.  Mandi sekarang menjadi hal yang paling penting untuk diperhatikan untuk mengurangi risiko terpapar Covid-19, karena mandi membersihkan tubuh kita dan mendekontaminasi diri. Dengan menggunakan water heater, tentunya akan memberikan lebih banyak manfaat bagi pekerja medis yang kadang-kadang harus mandi di tengah malam atau bahkan subuh.  Ns. Yetty, S. Kep, perawat dari Perawat Pencegahan dan Pengendali Infeksi di Rumah Sakit (IPCN), mengatakan, mandi air hangat sangat penting selama pandemi. Ini terbukti lebih efektif dalam dekontaminasi dan akan memberikan manfaat medis untuk pengguna juga. Misalnya, ini membantu memperlancar sirkulasi darah, meningkatkan pernafasan, memberi memiliki dampak terapeutik sensasi pijatan, sehingga pengguna akan merasa rileks.  Selain memberikan manfaat mandi bagi tubuh, menurut WHO, suhu 60 ° C hingga 70 ° C efektif untuk membunuh sebagian besar jenis virus, sehingga air panas sangat baik untuk mensterilisasi peralatan termasuk alat medis.  Direktur RSUP Fatmawati, dr. Mochammad Syafak Hanung, Sp.A, M.P.H menyampaikan,” Water heater ini akan kami instalasi tidak hanya di fasilitas petugas medis, melainkan juga di kamar pasien di kamar mandi petugas laboratorium. “  Syafak menjelaskan, mandi air hangat memiliki manfaat untuk orang dengan sistem kekebalan rendah, yakni pasien yang sedang dirawat di rumah sakit. Mandi air hangat membuat tubuh menjadi lebih teroksigenasi dan memungkinkan kita untuk bernapas lebih dalam dan lebih lambat, terutama ketika uap sudah muncul. Jika tubuh merasa rileks, tentunya ini juga berdampak pada sistem kekebalan tubuh, sehingga sangat baik dan penting bagi pasien.  Ariston Thermo Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan kenyamanan bagi keluarga di Indonesia; melihat keadaan hari ini, kita dapat melihat dengan jelas korelasi antara produk perseroan dan pandemi Covid-19. Sebagian besar pekerja medis jauh dari kenyamanan mereka (keluarga di rumah) dan berada dalam kondisi ekstrim.  “Mengetahui bahwa mandi diperlukan dan wajib, mandi di masa pandemi ini telah terbukti sangatlah penting dibandingkan sebelumnya untuk mendekontaminasi tubuh, kami ingin memberi mereka kenyamanan melalui produk kami, sehingga dapat lebih rileks dan nyaman dengan mandi air hangat”, kata Erwin Lim, Direktur Pemasaran PT Ariston Thermo Indonesia.  www.swa.co.id | Text :  787 characters(avg),  109 words(avg),  165 tokens(avg),  203 tokens(max),  75 tokens (min).   Summary : 355 characters(avg),  49 words(avg),  74 tokens(avg),  87 tokens(max),  65 tokens (min). |
| 442 | Pelindo III Gelar Rapid Test di Zona Merah | Tahap pertama perseroan melakukan rapid test di Pelabuhan Jangkar Situbondo Jawa timur, dan selanjutnya Pelabuhan penyeberangan Ketapang di Banyuwangi. Juga akan melakukan jemput bola dengan mendatangi di titik-titik aktivitas sehari-hari dengan melakukan test di zona-zona yang masih dianggap merah. Diharapkan hal ini bisa membantu pemerintah dalam mendeteksi peta persebaran Covid-19 di Jatim. Badan Otoritas Pelabuhan Kelas Utama Pelabuhan Tanjung Perak, M. Dahri mengatakan, Kementerian Perhubungan cq. Direktorat Jenderal Perhubungan Laut menyambut baik bantuan Rapid Test Covid-19 yang dilakukan secara bertahap dari PT. Pelindo III untuk masyarakat maritim di Jatim. Aturannya, untuk memutus penyebaran Covid-19 hingga ke daerah setiap calon penumpang harus menyertakan hasil rapid test. Ismail ( 40 tahun), salah satu warga nelayan pesisir setempat sekaligus calon penumpang kapal tujuan Pulau Sapudi yang mengikuti rapid test Covid-19 gratis mengaku senang. Menurutnya, lokasi pemukiman yang jauh dari perkotaan membuat mereka sulit mendapatkan fasilitas tersebut, sementara mereka juga ingin memastikan kondisi di sekitar lingkungannya di tengah pandemi Covid-19 ini. | Tahap pertama perseroan melakukan rapid test di Pelabuhan Jangkar Situbondo Jawa timur, dan selanjutnya Pelabuhan penyeberangan Ketapang di Banyuwangi. Juga akan melakukan jemput bola dengan mendatangi di titik-titik aktivitas sehari-hari dengan melakukan test di zona-zona yang masih dianggap merah.  Direktur Utama Pelindo III, Doso Agung, mengatakan, pihaknya dalam waktu dekat secara berkala akan menggelar rapid test tersebut. Diharapkan hal ini bisa membantu pemerintah dalam mendeteksi peta persebaran Covid-19 di Jatim. Untuk tahap awal akan dilaksanakan pengetesan cepat sebanyak 5.000 rapid test.  “Kami akan melakukan sistem jemput bola dalam pelaksanaan bantuan rapid test gratis ini. Jadi tim kami bekerja sama dengan gugus tugas Pemerintah Daerah setempat yang akan datang langsung ke wilayah yang dianggap rawan penyebaran Covid-19. Kami ingin memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh masyarakat untuk mendapat fasilitas deteksi dini Covid-19 tersebut. Deteksi dini sangat bermanfaat dalam pemetaan penyebaran Covid-19 di Indonesia,” tegas Doso. Untuk pelaksanaannya, Pelindo III menunjuk anak perusahaannya yaitu RS PHC Surabaya sebagai sebagai pelaksana rapid test.  Kepala Otoritas Pelabuhan Kelas Utama Pelabuhan Tanjung Perak, M. Dahri mengatakan, Kementerian Perhubungan cq. Direktorat Jenderal Perhubungan Laut menyambut baik bantuan Rapid Test Covid-19 yang dilakukan secara bertahap dari PT. Pelindo III untuk masyarakat maritim di Jatim. “Aturannya, untuk memutus penyebaran Covid-19 hingga ke daerah setiap calon penumpang harus menyertakan hasil rapid test,"ujar M. Dahri.  Sementara itu Ismail (40 tahun), salah satu warga nelayan pesisir setempat sekaligus calon penumpang kapal tujuan Pulau Sapudi yang mengikuti rapid test Covid-19 gratis mengaku senang. Menurutnya, lokasi pemukiman yang jauh dari perkotaan membuat mereka sulit mendapatkan fasilitas tersebut, sementara mereka juga ingin memastikan kondisi di sekitar lingkungannya di tengah pandemi Covid-19 ini. "Ini adalah pengalaman pertama saya ikut rapid test ini. Sebelumnya kami sama sekali belum pernah ikut, paling cuma test suhu badan saja. Selain karena rumah saya jauh dari kota harganya juga mahal rapid test itu," ungkapnya. | Text :  740 characters(avg),  101 words(avg),  149 tokens(avg),  201 tokens(max),  122 tokens (min).   Summary : 392 characters(avg),  52 words(avg),  76 tokens(avg),  79 tokens(max),  71 tokens (min). |
| 443 | Adaro Bantu UI Rp 2,5 Miliar, Produksi Ventilator COVENT-20 | PT Adaro Energy Tbk ( Adaro) melalui Yayasan Adaro Bangun Negeri (YABN) memberikan bantuan senilai Rp 2,5 miliar kepada Fakultas Teknik Universitas Indonesia (FTUI ) untuk pembuatan dan pendistribusian 100 ventilator COVENT-20 ke rumah sakit-rumah sakit yang membutuhkan. Menurut Indra, kebutuhan ventilator untuk rumah sakit di seluruh Indonesia cukup besar. Kegiatan donasi ini selaras dengan salah satu pilar program YABN yaitu Adaro Nyalakan Raga, yang fokus untuk mendukung pencapaian peningkatan kesehatan masyararakat, baik di area operasional perseroan, maupun di Indonesia secara umum. Dekan Fakultas Teknik UI Hendri D.S. Budiono menjelaskan bahwa sejak awal ide COVENT-20 dicetuskan untuk pengabdian kepada negara dan penanggulangan Covid-19. Ketua Tim Ventilator UI, Basari, menuturkan saat ini COVENT-20 telah dinyatakan lulus uji produk untuk mode ventilasi CMV dan CPAP di Balai Pengamanan Fasilitas Kesehatan ( BPFK) pada April 2020. Ventilator ini juga telah menyelesaikan uji pra klinis pada hewan di Animal Facility IMERI FKUI dengan hasil yang memuaskan. Selain donasi pribadi maupun kelompok dari para alumni UI, beberapa perusahaan lain juga telah berkomitmen untuk menyumbangkan sejumlah ventilator kepada rumah sakit di seluruh Indonesia. Penyaluran ditentukan berdasarkan tingkat urgensi dan utilitas, serta rekomendasi donatur. | PT Adaro Energy Tbk (Adaro) melalui Yayasan Adaro Bangun Negeri (YABN) memberikan bantuan senilai Rp 2,5 miliar kepada Fakultas Teknik Universitas Indonesia (FTUI) untuk pembuatan dan pendistribusian 100 ventilator COVENT-20 ke rumah sakit-rumah sakit yang membutuhkan.  ”Dalam kondisi pandemik ini, kita semua harus bergerak cepat, saling membantu terutama dalam penyediaan alat kesehatan yang sangat diperlukan untuk penanganan Covid-19," ujar Dewan Pengawas YABN sekaligus Direktur Adaro M. Syah Indra Aman dalam keterangan tertulis, Kamis, 28 Mei 2020.  Menurut Indra, kebutuhan ventilator untuk rumah sakit di seluruh Indonesia cukup besar. Ia meyakini pemerintah tidak bisa sendiri dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Karena itu, ia mengapresiasi inovasi dari UI yang menciptakan ventilator COVENT-20 yang berbiaya rendah namun memiliki keunggulan untuk mempercepat penanganan pasien maupun PDP Covid-19.  Kegiatan donasi ini, kata dia, selaras dengan salah satu pilar program YABN yaitu Adaro Nyalakan Raga, yang fokus untuk mendukung pencapaian peningkatan kesehatan masyararakat, baik di area operasional perseroan, maupun di Indonesia secara umum.  Dekan Fakultas Teknik UI Hendri D.S. Budiono menjelaskan bahwa sejak awal ide COVENT-20 dicetuskan untuk pengabdian kepada negara dan penanggulangan Covid-19 di Tanah Air. Apalagi, saat ini, lebih dari 2.000 ventilator dibutuhkan oleh rumah sakit-rumah sakit di seluruh Indonesia.  Untuk itu, UI dan FTUI pun membangun kolaborasi dalam pengembangan riset dan inovasi khususnya di bidang alat-alat kesehatan. "Kerja sama dengan Adaro ini merupakan perwujudan sinergi antara universitas dan industri dalam mewujudkan hilirisasi riset yang berguna bagi Indonesia,” kata Hendri.  Ketua Tim Ventilator UI, Basari, menuturkan saat ini COVENT-20 telah dinyatakan lulus uji produk untuk mode ventilasi CMV dan CPAP di Balai Pengamanan Fasilitas Kesehatan (BPFK) pada April 2020. Ventilator ini juga telah menyelesaikan uji pra klinis pada hewan di Animal Facility IMERI FKUI dengan hasil yang memuaskan. "Saat ini COVENT-20 tengah menjalani uji klinis pada manusia di RSCM, Jakarta,” ujarnya.  Basari mengatakan COVENT-20 memiliki keunggulan berupa ventilasi multimode Continuous Positive Airway Pressure (CPAP) dan Continuous Mandatory Ventilation (CMV). Keunggulan lainnya adalah biaya produksi yang lebih hemat, compact, portable, hemat energi, serta mudah dioperasikan.  Ke depannya, sesuai komitmen FTUI, Ventilator COVENT-20 tidak bakal diperjualbelikan secara komersil. Pengadaan dan distribusi ventilator ini dilakukan melalui penggalangan donasi yang dikoordinasikan di bawah Ikatan Alumni UI.  Selain donasi pribadi maupun kelompok dari para alumni UI, beberapa perusahaan lain juga telah berkomitmen untuk menyumbangkan sejumlah ventilator kepada rumah sakit di seluruh Indonesia. Penyaluran ditentukan berdasarkan tingkat urgensi dan utilitas, serta rekomendasi donatur.  Sumber: Tempo.co | Text :  734 characters(avg),  99 words(avg),  169 tokens(avg),  247 tokens(max),  62 tokens (min).   Summary : 338 characters(avg),  47 words(avg),  78 tokens(avg),  88 tokens(max),  54 tokens (min). |
| 444 | Mayapada Healthcare Layani Pemeriksaan PCR Swab Test | Mayapada Healthcare telah siap untuk melayani PCR Swab Test di semua unit Mayapada Hospital. Ditunjang oleh Laboratorium Biomolekuler khusus dengan tingkat keamanan Bio Safety Level 2 (BSL2 ) yang bersertifikasi, peralatan dan perlengkapan PCR dengan teknologi terkini, Mayapada Hospital dapat memastikan hasil diagnosa dengan akurasi yang tinggi. Indonesia menargetkan 10,000 test per hari dengan metode RT-PCR nasofaring swab untuk membantu para tenaga medis serta semua pihak yang terlibat dalam mengindentifikasi secara akurat dan cepat agar dapat segera memberikan perawatan yang tepat bagi pasien Covid-19 dan menekan penyebaran virus tersebut. Mayapada Hospital dilengkapi dengan berbagai tipe ruang isolasi khusus yang terpisah dari area perawatan umum lainnya. Mayapada Hospital memastikan dapat secara cepat dan akurat memisahkan pasien suspek dengan pasien positif Covid-19. Hal ini merupakan kebijakan tegas managemen Mayapada Healthcare dalam mencegah penyebaran Covid-19 serta mengutamakan keselamatan pasien dan tenaga medis yang bertugas. Jonathan Tahir, Group CEO Mayapada Healthcare, mengatakan, Mayapada Hospital siap menerima PCR Swab test di mana hasinya bisa dikeluarkan secara cepat mulai dari 1 hari hingga 3 hari kerja. Di tengah pandemi ini, secara konsisten kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan secara lengkap dan terpadu. Harapan kami, dengan hadirnya 2 alat pelayanan PCR Swab Test dan laboratorium ini, dapat mendukung program pemerintah untuk mempercepat penanganan pemutusan rantai Covid-19, "katanya. Saat ini, jumlah pasien Covid-19 di Indonesia sudah lebih dari 22.000 orang dan diperkirakan dapat bertambah terus jumlah orang yang positif Covid-19. | Mayapada Healthcare telah siap untuk melayani PCR Swab Test di semua unit Mayapada Hospital. Ditunjang oleh Laboratorium Biomolekuler khusus dengan tingkat keamanan Bio Safety Level 2 (BSL2) yang bersertifikasi, peralatan dan perlengkapan PCR dengan teknologi terkini, Mayapada Hospital dapat memastikan hasil diagnosa dengan akurasi yang tinggi. Hasil diagnosa PCR Swab Test memerlukan 1 sampai dengan 3 hari kerja yang dimulai dari pengambilan sampel swab nasofaring sampai dengan pengerjaan oleh tenaga ahli didalam Laboratorium BSL2.  Laboratorium ini juga dapat melakukan pemeriksaan berbasis molekuler lainnya seperti mendeteksi infeksi HIV, hepatitis, kanker, malaria dan lainnya. Hasil diagnosa yang akurat dan cepat diharapkan dapat membantu Pemerintah dalam mengurangi penumpukan pemeriksaan spesimen terutama di area Jabodetabek.  RT-PCR Swab Test dengan sampel dari Nasofaring (bagian belakang hidung) merupakan prosedur yang paling disarankan badan dunia WHO untuk mendeteksi secara akurat Virus Covid-19. Ditengah pandemi ini, pemerintah Indonesia menargetkan 10,000 test per hari dengan metode RT-PCR nasofaring swab untuk membantu para tenaga medis serta semua pihak yang terlibat dalam mengindentifikasi secara akurat dan cepat agar dapat segera memberikan perawatan yang tepat bagi pasien Covid-19 dan menekan penyebaran virus tersebut.  Mayapada Hospital dilengkapi dengan berbagai tipe ruang isolasi khusus yang terpisah dari area perawatan umum lainnya, salah satunya adalah ruang isolasi mandiri yang memberikan kenyamanan lebih baik bagi PDP dan pasien Covid-19. Ruangan ICU dan Operasi dengan tekanan negatif yang tersedia juga memastikan perawatan maksimal bagi pasien Covid-19.  Dengan metode screening dan pemeriksaan penunjang seperti Rapid Test Kit, CT-Scan Thorax, RT-PCR Swab Test, dan laboratorium lengkap yang didukung oleh para tenaga medis yang berdedikasi penuh, Mayapada Hospital memastikan dapat secara cepat dan akurat memisahkan pasien suspek (ODP dan PDP) dengan pasien positif Covid-19. Hal ini merupakan kebijakan tegas managemen Mayapada Healthcare dalam mencegah penyebaran Covid-19 serta mengutamakan keselamatan pasien dan tenaga medis yang bertugas.  Jonathan Tahir, Group CEO Mayapada Healthcare, mengatakan, Mayapada Hospital siap menerima PCR Swab test di mana hasinya bisa dikeluarkan secara cepat mulai dari 1 hari hingga 3 hari kerja. Pihaknya telah menyiapkan dua alat permeriksaan PCR Swab Test dengan alat ekstraksi otomatis serta laboratorium lengkap untuk pemeriksaan Covid-19 yang tentunya sudah sesuai standar dan mampu menghasilkan proses secara cepat dan akurat.  “Di tengah pandemi ini, secara konsisten kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan secara lengkap dan terpadu. Harapan kami, dengan hadirnya 2 alat pelayanan PCR Swab Test dan laboratorium ini, dapat mendukung program pemerintah untuk mempercepat penanganan pemutusan rantai Covid-19," katanya.  "Saat ini, jumlah pasien Covid-19 di Indonesia sudah lebih dari 22.000 orang dan diperkirakan dapat bertambah terus jumlah orang yang akan positif Covid-19 dan tentunya akan semakin banyak dibutuhkan pemeriksaan PCR Swab Test. Selain itu, banyak PDP, ODP dan masyarakat awam lainnya yang saat ini juga membutuhkan pemeriksaan PCR namun dikarenakan terbatasnya laboratorium yang bisa melakukan pemeriksaan PCR, banyak yang harus mengantri dan menunggu lama untuk bisa melakukan pemeriksaan PCR. Karena itu kami berharap hasil diagnosa yang cepat dapat mempercepat penegakkan diagnosa dan melanjutkan treatment selanjutnya sesuai dengan prosedur yang disarankan," ujar Jonathan mengakhiri.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  906 characters(avg),  123 words(avg),  186 tokens(avg),  194 tokens(max),  176 tokens (min).   Summary : 428 characters(avg),  58 words(avg),  86 tokens(avg),  94 tokens(max),  79 tokens (min). |
| 445 | Nestle Dukung CEPI Percepat Pengembangan Vaksin COVID-19 | Masyarakat dunia sangat menantikan kehadiran vaksin COVID-19. Diyakini dengan kehadiran vaksin ini, akan lebih membuat masyarakat terutama orang tua lebih tenang menjalani kehidupan, terlebih banyak negara juga mulai membuka aktivitas sosialnya. Nestl mendukung upaya The Coalition for Epidemic Preparedness Innovations (CEPI) untuk mempercepat pengembangan vaksin COVID-19 melalui donasi sebesar CHF 1 Juta. Organisasi ini telah mengumpulkan lebih dari US $ 1 miliar dari berbagai sumber seperti pemerintah, donor swasta, dan perorangan di seluruh dunia, tetapi masih membutuhkan dana lebih untuk mencapai target mereka sebesar US $ 2 miliar untuk memastikan upaya CEPI dalam mempercepat pengembangan vaksin COVID-19 dapat berjalan sesuai rencana. Dr. Richard Hatchett CEO CEPI menambahkan, dibutuhkan upaya monumental untuk mengatasi virus ini, tetapi melalui kerja sama global dan kontribusi keuangan untuk menanggapi pandemi COVID-19, para pebisnis dapat memainkan peranan mereka dalam membantu mengubah arah dari pandemi yang menghancurkan ini. | Masyarakat dunia sangat menantikan kehadiran vaksin COVID-19. Diyakini dengan kehadiran vaksin ini, akan lebih membuat masyarakat terutama orang tua lebih tenang menjalani kehidupan, terlebih banyak negara juga mulai membuka aktivitas sosialnya.  Penemuan vaksin yang dapat melawan COVID-19 sangatlah penting untuk mengakhiri pandemi dan menyelamatkan nyawa manusia. Untuk itu, Nestlé mendukung upaya The Coalition for Epidemic Preparedness Innovations (CEPI) untuk mempercepat pengembangan vaksin COVID-19 melalui donasi sebesar CHF 1 Juta.  CEPI merupakan sebuah kemitraan global inovatif antara organisasi pemerintah, swasta, filantropi, serta masyarakat sipil yang diluncurkan pada 2017 untuk mengembangkan vaksin yang dapat menghentikan epidemi di masa depan. Saat ini, CEPI tengah bekerja dengan cepat dan bersama-sama dengan ambisi untuk mengembangkan vaksin COVID-19 yang aman, efektif, dan dapat diakses secara global dalam jangka waktu 12-18 bulan.  Organisasi ini telah mengumpulkan lebih dari US $ 1 miliar dari berbagai sumber seperti pemerintah, donor swasta, dan perorangan di seluruh dunia, tetapi masih membutuhkan dana lebih untuk mencapai target mereka sebesar US $ 2 miliar untuk memastikan upaya CEPI dalam mempercepat pengembangan vaksin COVID-19 dapat berjalan sesuai rencana.  PI merupakan sebuah kemitraan global inovatif sejak 2017 antara organisasi pemerintah, swasta, filantropi, serta masyarakat sipil  “Pandemi COVID-19 telah menimbulkan banyak rasa sakit dan kesulitan untuk masyarakat di seluruh dunia. Vaksin yang aman dan efektif akan diperlukan untuk kembali normal. Inilah alasan mengapa kami memutuskan untuk bergabung ketika CEPI mengeluarkan panggilan mereka. Kami berharap orang lain akan bergabung dengan kami dan mendukung misi penting ini,” terang CEO Nestlé Mark Schneider.  Dr. Richard Hatchett CEO CEPI menambahkan, dibutuhkan upaya monumental untuk mengatasi virus ini, tetapi melalui kerja sama global dan kontribusi keuangan untuk menanggapi pandemi COVID-19, para pebisnis dapat memainkan peranan mereka dalam membantu mengubah arah dari pandemi yang menghancurkan ini.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  704 characters(avg),  95 words(avg),  139 tokens(avg),  193 tokens(max),  61 tokens (min).   Summary : 349 characters(avg),  47 words(avg),  70 tokens(avg),  88 tokens(max),  58 tokens (min). |
| 446 | Irwan Hidayat, Tetap Waspada Meminimalkan Dampak Corona | Dampak pandemiCovid-19 (virus corona ) di Indonesia meluas. Tak hanya dampak penularan yang agresif, melainkan juga dampak pada ekonomi yang cukup serius. Aktivitas ekonomi menurun dan daya beli masyarakat melemah, sehingga kebanyakan penjualan pun terjun bebas. Banyak usaha bangkrut karena tidak ada pemasukan. Kalaupun ada, sangat kecil. Pengalaman dari China, membutuhkan waktu kurang-lebih 2-3 bulan untuk berangsur membaik. Hal ini tergantung pada cara penerapan dan kepatuhan masyarakat untuk menjaga kesehatan. Untuk perusahaan herbal/jamu, meskipun kebutuhan masyarakat meningkat,kalau daya beli menurun, juga tidak menggembirakan. Maka, kami harus waspada. Kamiharus dapat meminimalkan dampak krisis inipada karyawan. Sebagian karyawan di bagian pemasaran, humas, HR, dan bagian lainnya sudah mulai berkerja dari rumah. Kami pun sudah menganggarkan dana sekitar Rp 5 miliar untuk membantu masyarakat yang tidak mampu, yang kehilangan pekerjaan dengan melakukan social participating. Kami juga membantu tenaga medis dengan memberikan alat-alat kesehatan. Untuk semua itu, kami mengoptimalkan teknologi informasi (TI) guna melancarkan operasional, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan layanan pelanggan. Kami menggunakan TI terbaik sehingga dapat mengontrol segala aktivitas, termasuk proses produksi berbasis 4.0 yang menggunakan mesin automation. Kami bisa mengetahui segala data produksi, pengeluaran, dll. sehingga dapat menerapkan efektivitas dan efisiensi. | Dampak pandemiCovid-19 (virus corona) di Indonesia meluas. Tak hanya dampak penularan yang agresif, melainkan juga dampak pada ekonomi yang cukup serius. Aktivitas ekonomi menurun dan daya beli masyarakat melemah, sehingga kebanyakan penjualan pun terjun bebas.  Banyak usaha bangkrut karena tidak ada pemasukan. Kalaupun ada, sangat kecil. Driver taksi dan ojek online, juga perusahaan jasa (tempat hiburan, spa, salon, restoran, toko, dll.) termasuk yang terkena dampak Covid-19.  Sebagai pengusaha jamu, menghadapi situasi sekarang sebenarnya kami relatif aman. Justrukebutuhan akan herbal/jamu meningkat. Dan, produk kami tidak ada kaitannya dengan dolar. Hal itu karena bahan bakunya asli dari Indonesia. Distribusi juga tidak memiliki masalah.  Tapi, sekali lagi, kami tidak bisa memprediksi pandemi Covid-19 ini akan berapa lama. Pengalaman dari China, membutuhkan waktu kurang-lebih 2-3 bulan untuk berangsur membaik. Hal ini tergantung pada cara penerapan dan kepatuhan masyarakat untuk menjaga kesehatan. Untuk perusahaan herbal/jamu, meskipun kebutuhan masyarakat meningkat,kalau daya beli menurun, juga tidak menggembirakan.  Maka, kami harustetap waspada. Kamiharus dapat meminimalkan dampak krisis inipada karyawan. Kami harus melakukan pengawasan ketat agar karyawan tetap produktif dan menerapkan aturan pemerintah. Misalnya, menerapkan social distancing, melakukan sanitasi, dan semua upaya untuk menjaga kesehatan.  Kami harus menjaga agar karyawan tetap sehat dan tetap bisa produksi untuk bisa men-supply kebutuhan masyarakat akan obat-obat herbal untuk menjaga daya tahan tubuh. Permintaan yang tinggi mengharuskan kami mengatur dan menerapkan segala upaya untuk menjaga kesehatan karyawan. Sebagian karyawan di bagian pemasaran, humas, HR, dan bagian lainnya sudah mulai berkerja dari rumah.  Kami pun sudah menganggarkan dana sekitar Rp 5 miliar untuk membantu masyarakat yang tidak mampu, yang kehilangan pekerjaan dengan melakukan social participating. Kami juga membantu tenaga medis dengan memberikan alat-alat kesehatan.  Untuk semua itu, kami mengoptimalkan teknologi informasi (TI) guna melancarkan operasional, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan layanan pelanggan. Kami menggunakan TI terbaik sehingga dapat mengontrol segala aktivitas, termasuk proses produksi berbasis 4.0 yang menggunakan mesin automation. Kami bisa mengetahui segala data produksi, pengeluaran, dll. sehingga dapat menerapkan efektivitas dan efisiensi. (\*)  Arie Liliyah dan Dede Suryadi  www.swa.co.id | Text :  621 characters(avg),  81 words(avg),  126 tokens(avg),  167 tokens(max),  89 tokens (min).   Summary : 368 characters(avg),  47 words(avg),  71 tokens(avg),  76 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 447 | Kolaborasi Sejumlah Perusahaan Adakan Rapid Test Gratis | Asya, hunian terpadu di Jakarta Garden City yang dikembangkan oleh PT Astra Modern Land memberikan layanan rapid test Covid-19 gratis dengan konsep drive thru berkolaborasi dengan Halodoc, Pulse dari Prudential, dan RS Mitra Keluarga Kelapa Gading berlokasi di lapangan parkir dekat danau Asya, Jakarta Garden City. Masyarakat yang ingin mengikuti rapid test diarahkan untuk mengunduh aplikasi Pulse by Prudential dan Halodoc pada perangkat ponsel mereka. Kemudian mengisi data informasi diri pada aplikasi Pulse by Prudential dengan memilih menu Test Cepat Covid-19 Gratis. Setelah melakukan pendaftaran, masyarakat akan mendapatkan kode voucher untuk mengikuti tes gratis melalui aplikasi Halodoc. Jika pendaftaran telah dikonfirmasi, maka masyarakat dapat melakukan rapid test di lokasi pemeriksaan sesuai dengan tanggal dan waktu yang dipilih dengan menunjukkan bukti pendaftaran saat masuk checkpoint registrasi. Setelah itu, masyarakat dapat mengikuti instruksi dari petugas kesehatan dengan tetap berada pada kendaraan saat menunggu antrian, ataupun saat melakukan pemeriksaan untuk tetap menjaga jarak. Pemeriksaan dilakukan dengan mengambil sampel darah pada ujung jari yang telah dibersihkan dengan alkohol. Sampel darah digunakan untuk mendeteksi Imunoglobulin G dan Imunoglobulin M (IgG dan IgM) anti SARS Cov2, yakni antibodi yang terbentuk oleh reaksi tubuh saat mengalami infeksi SARS Cov2. Hasil divalidasi oleh tenaga medis RS Mitra Keluarga Kelapa Gading, hasilnya dapat dilihat dalam aplikasi Halodoc. | Asya, hunian terpadu di Jakarta Garden City yang dikembangkan oleh PT Astra Modern Land memberikan layanan rapid test Covid-19 gratis dengan konsep drive thru berkolaborasi dengan Halodoc, Pulse dari Prudential, dan RS Mitra Keluarga Kelapa Gading berlokasi di lapangan parkir dekat danau Asya, Jakarta Garden City.  Presiden Direktur PT Astra Modern Land, Wibowo Muljono, mengatakan rapid test ini dilakukan karena dalam waktu dekat ini akan mulai diberlakukan kondisi new normal, di mana perkantoran maupun beberapa layanan umum sudah mulai beroperasi. “Kami mengundang seluruh masyarakat untuk dapat memanfaatkan layanan gratis drive thru rapid test,” jelas Wibowo.  Masyarakat yang ingin mengikuti rapid test diarahkan untuk mengunduh aplikasi Pulse by Prudential dan Halodoc pada perangkat ponsel mereka. Kemudian mengisi data informasi diri pada aplikasi Pulse by Prudential dengan memilih menu “Test Cepat Covid-19 Gratis”. Setelah melakukan pendaftaran, masyarakat akan mendapatkan kode voucher untuk mengikuti tes gratis melalui aplikasi Halodoc. Masyarakat yang sudah mendapatkan kode voucher dapat menentukan tanggal dan waktu pemeriksaan di aplikasi Halodoc dengan memilih “Rapid Test Asya at JGC by Mitra Keluarga”.  Jika pendaftaran telah dikonfirmasi, maka masyarakat dapat melakukan rapid test di lokasi pemeriksaan sesuai dengan tanggal dan waktu yang dipilih dengan menunjukkan bukti pendaftaran saat masuk checkpoint registrasi. Setelah itu, masyarakat dapat mengikuti instruksi dari petugas kesehatan dengan tetap berada pada kendaraan saat menunggu antrian, ataupun saat melakukan pemeriksaan untuk tetap menjaga jarak. Pemeriksaan rapid test ini dilaksanakan secara drive thru, sehingga hanya memerlukan waktu yang sebentar, di mana proses pengambilan darah hanya membutuhkan kurang lebih tiga menit. Terdapat dua jalur untuk mobil, dan satu jalur motor.  Pemeriksaan dilakukan dengan mengambil sampel darah pada ujung jari yang telah dibersihkan dengan alkohol. Sampel darah digunakan untuk mendeteksi Imunoglobulin G dan Imunoglobulin M (IgG dan IgM) anti SARS Cov2, yakni antibodi yang terbentuk oleh reaksi tubuh saat mengalami infeksi SARS Cov2. Setelah hasil divalidasi oleh tenaga medis RS Mitra Keluarga Kelapa Gading, hasilnya dapat dilihat dalam aplikasi Halodoc.  “Sebagai mitra resmi pemerintah dalam pelaksanaan rapid test, Halodoc secara aktif menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk membantu pemerintah memutus mata rantai penyebaran Covid-19 di Indonesia, salah satunya dengan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang membutuhkan layanan rapid test Covid-19,” jelas CEO Halodoc, Jonathan Sudharta.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  660 characters(avg),  90 words(avg),  138 tokens(avg),  167 tokens(max),  111 tokens (min).   Summary : 379 characters(avg),  52 words(avg),  80 tokens(avg),  96 tokens(max),  66 tokens (min). |
| 448 | ASDP Alami Penurunan Penumpang Selama Lebaran | PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) mengalami penurunan penumpang selama periode Lebaran Idul Fitri 2020. Khususnya penurunan penumpang sejak Ahad (17/5) atau H-7 hingga Senin (25/5) atau H+2 Lebaran di sembilan lintasan yang dilayani. Corporate Secretary ASDP Indonesia Ferry Imelda Alini mengatakan pada masa tersebut, ASDP hanya melayani 131.683 penumpang dan 74.846 unit kendaraan. Imelda memastikan selama periode Lebaran 2020, ASDP memfokuskan pada sembilan lintasan penyeberangan terpantau nasional. Kesembilan ruas tersebut yakni Ajibata-Ambarita, Tj. Kelian – Tj Api-api, Merak-Bakauheni, Ketapang-Gilimanuk, Padangbai-Lembar, Kayangan-Pototano, Kariangau-Panajam, Bajoe-Kolaka, dan Bira-Pamatata. Menurutnya, aktivitas penyeberangan di sembilan lintasan tersebut sejak H-7 hingga H+2 Lebaran relatif sepi baik trafik penumpang maupun kendaraan. Meskipun terjadi penurunan penumpang, Imelda memastikan ASDP tetap memberikan layanan prima kepada pengguna jasa. Untuk mengantisipasi kepadatan, lata dia, ASDP menerapkan sistem penyekatan sejak dari gate verifikasi tim gugus tugas Covid-19 sebelum memasuki area pelabuhan hingga menuju area terminal dan saat naik ke kapal sehingga tidak terjadi penumpukan. | PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) mengalami penurunan penumpang selama periode Lebaran Idul Fitri 2020. Khususnya penurunan penumpang sejak Ahad (17/5) atau H-7 hingga Senin (25/5) atau H+2 Lebaran di sembilan lintasan yang dilayani.  Corporate Secretary ASDP Indonesia Ferry Imelda Alini mengatakan pada masa tersebut, ASDP hanya melayani sebanyak 131.683 penumpang dan 74.846 unit kendaraan. "Pencapaian total penumpang yang menyeberang di sembilan lintasan turun 94,47 persen dibandingkan realisasi periode sama tahun lalu skitar 2,3 juta orang," kata Imleda dalam pernyataan tertulisnya, Selasa (26/5).  Sementara itu, total kendaraan yang diangkut pada masa tersebut juga turun 86,49 persen. Padahal ASDP pada periode yang sama tahun lalu melayani penyebrangan penumpang dengan kendaraan sebanyak 553.817 unit kendaraan.  Imelda memastikan selama periode Lebaran 2020, ASDP memfokuskan pada sembilan lintasan penyeberangan terpantau nasional. Kesembilan ruas tersebut yakni Ajibata-Ambarita, Tj. Kelian – Tj Api-api, Merak-Bakauheni, Ketapang-Gilimanuk, Padangbai-Lembar, Kayangan-Pototano, Kariangau-Panajam, Bajoe-Kolaka, dan Bira-Pamatata.  Menurutnya, aktivitas penyeberangan di sembilan lintasan tersebut sejak H-7 hingga H+2 Lebaran relatif sepi baik trafik penumpang maupun kendaraan. Hal tersebut menurutnya sesuai prediksi seiring dengan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh Pemerintah demi memutus mata rantai penyebaran Covid-19 yang berdampak pada pengurangan mobilitas masyarakat termasuk yang menggunakan kapal ferry.  "Kami mengapresiasi tingginya kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam mendukung larangan mudik pemerintah untuk menunda perjalanan dengan kapal ferry pada periode Lebaran ini," tutur Imelda.  Meskipun terjadi penurunan penumpang, Imelda memastikan ASDP tetap memberikan layanan prima kepada pengguna jasa. Untuk mengantisipasi kepadatan, lata dia, ASDP menerapkan sistem penyekatan sejak dari gate verifikasi tim gugus tugas Covid-19 sebelum memasuki area pelabuhan hingga menuju area terminal dan saat naik ke kapal sehingga tidak terjadi penumpukan.  Imelda mengimbau masyarakat selama arus balik Lebaran di tengah situasi pandemi Covid-19 tidak melakukan perjalanan dengan kapal ferry. Terutama bagi masyarakat yang ingin kembali ke Jawa, khususnya Jakarta yang kini menjadi episentrum Covid-19 terbesar.  "Kami meminta kepada pengguna jasa yang kemarin telah menyeberang, agar menahan diri untuk kembali ke Jawa, khususnya ke Jakarta. Mari bersama-sama kita berdoa agara pandemi Covid-19 ini segera berakhir, dan kita bisa kembali beraktivitas dengan normal," ungkap Imelda.  Sumber: Republika.co.id | Text :  883 characters(avg),  114 words(avg),  200 tokens(avg),  217 tokens(max),  189 tokens (min).   Summary : 403 characters(avg),  51 words(avg),  100 tokens(avg),  131 tokens(max),  74 tokens (min). |
| 449 | Madurasa Dukung Jaga Imunitas Tenaga Medis Lawan Covid-19 | PT Madurasa Unggulan Nusantara memberikan dukungan kepada para tenaga medis di sejumlah rumah sakit dengan mendonasikan produk Madurasa Murni. Madurasa membantu meningkatkan daya tahan tubuh & stamina ribuan tenaga medis yang tersebar di beberapa rumah sakit, diantaranya RSAL Mintoharjo, RS PMI Bogor, RS Islam Jakarta Sukapura, RSUD Koja dan RS Sintanala Tangerang. Damayanti, Marketing Manager Grup Air Mancur, mengapresiasi para konsumen loyal, sehingga perusahaan dapat membantu ribuan tenaga medis COVID-19 di Jabodetabek, Bandung, Bali dan Makassar dengan membagikan produk Madurasa Murni. Sumbangan Madurasa - Air Mancur ini sebagai bentuk kepedulian Madurasa dalam membantu pemerintah dalam situasi menghadapi kondisi pandemi ini. Madurasa juga mengajak masyarakat pengguna media sosial khususnya Instagram dan Facebook untuk turut serta berdonasi. Selain itu gerakan ini juga mendonasikan produk Madurasa ke sejumlah panti asuhan di Jabodetabek, Solo, Denpasar dan Makassar. | Paramedis merupakan garda terdepan dalam merawat dan menyembuhkan pasien Covid-19. Sangat penting menjaga stamina dan daya tahan tubuh mereka agar bisa tetap sehat. Untuk itu PT Madurasa Unggulan Nusantara memberikan dukungan kepada para tenaga medis di sejumlah rumah sakit dengan mendonasikan produk Madurasa Murni.  Madurasa membantu meningkatkan daya tahan tubuh & stamina ribuan tenaga medis yang tersebar di beberapa rumah sakit, diantaranya RSAL Mintoharjo, RS PMI Bogor, RS Islam Jakarta Sukapura, RSUD Koja dan RS Sintanala Tangerang untuk wilayah Jabodetabek; RS Rotinsulu, PMI Kota Bandung, Puskesmas Jalan Salam dan RS Unggul Karsa Medika di wilayah Bandung; RS Angkatan Darat dan RS Sanglah di Bali; serta RS Wahidin Sudiro Husodo, RS UNHAS, RS Jauri, RS Faisal, RS Awal Bros, RS Stella Maris dan RS Bhayangkara di wilayah Makassar.  Damayanti, Marketing Manager Grup Air Mancur, mengapresiasi para konsumen loyal, sehingga perusahaan dapat membantu ribuan tenaga medis COVID-19 di Jabodetabek, Bandung, Bali dan Makassar dengan membagikan produk Madurasa Murni.  Sumbangan Madurasa - Air Mancur  “Ini sebagai bentuk kepedulian Madurasa dalam membantu pemerintah dalam situasi menghadapi kondisi pandemi ini. Dimana telah diketahui jika madu memiliki beragam manfaat bagi kesehatan tubuh apabila dikonsumsi secara rutin," jelas Damayanti.  Madu dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh dengan cara merangsang produksi sel-sel kekebalan agar tubuh terhindar dari penyakit. Kandungan glukosa alami dari madu dapat meningkatkan stamina tubuh agar tetap fit, serta tingginya zat antioksidan dalam madu juga dapat membantu membersihkan racun dalam tubuh.  Madurasa juga mengajak masyarakat pengguna media sosial khususnya Instagram dan Facebook untuk turut serta berdonasi. Selain itu gerakan ini juga mendonasikan produk Madurasa ke sejumlah panti asuhan di Jabodetabek, Solo, Denpasar dan Makassar.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  634 characters(avg),  89 words(avg),  139 tokens(avg),  206 tokens(max),  54 tokens (min).   Summary : 328 characters(avg),  45 words(avg),  70 tokens(avg),  81 tokens(max),  51 tokens (min). |
| 450 | MG Motor Donasi 10.000 Unit APD dan Sembako | MG Motor Indonesia memberikan bantuan lebih dari 10.000 unit paket APD dan sembilan bahan pokok (sembako) yang langsung diserahkan kepada dua rumah sakit serta sejumlah masyarakat yang membutuhkan di area Jabodetabek. Bantuan APD yang meliputi baju hazmat, surgical mask, pelindung wajah, pelindung sepatu, sarung tangan, dan masker N95 diserahkan ke RS Amanda Cikarang dan RSKD Duren Sawit. Program Donasi MG Care #DrivetoShare adalah program CSR yang pertama kali dijalankan oleh manajemen MG Motor Indonesia semenjak berdiri di Indonesia pada Januari 2020. Program ini adalah bentuk dukungan kami kepada Pemerintah Indonesia dalam memutus rantai pandemi COVID-19. Kami ingin berperan aktif untuk dapat menjangkau langsung ke sejumlah lapisan masyarakat dan tenaga medis yang membutuhkan sehingga manfaatnya dapat benar-benar dirasakan. | MG Motor Indonesia memberikan bantuan lebih dari 10.000 unit paket APD dan sembilan bahan pokok (sembako) yang langsung diserahkan kepada dua rumah sakit serta sejumlah masyarakat yang membutuhkan di area Jabodetabek.  Bantuan APD yang meliputi baju hazmat, surgical mask, pelindung wajah, pelindung sepatu, sarung tangan, dan masker N95 diserahkan ke RS Amanda Cikarang dan RSKD Duren Sawit, Jakarta Timur. Ssementara donasi sembako, paket telah diterima secara langsung oleh masyarakat yang bermukim di Jatiasih, Bekasi; Ps. Manggis, Setiabudi; Roda Hias, Serpong; Tanah Tinggi, Tangerang; Cipayung, Ciputat; dan Bojong Gede, Bogor.  Figo Lee, Managing Director MG Motor Indonesia, mengatakan, penyerahan dengan turun langsung ke tengah masyarakat, karena pihaknya ingin benar-benar memastikan bahwa donasi sampai di tangan yang tepat, dengan tetap menerapkan kaidah-kaidah jarak fisik serta sanitasi.  “Program Donasi MG Care #DrivetoShare adalah program CSR yang pertama kali dijalankan oleh manajemen MG Motor Indonesia semenjak berdiri di Indonesia pada Januari 2020. Program ini adalah bentuk dukungan kami kepada Pemerintah Indonesia dalam memutus rantai pandemi COVID-19. Kami ingin berperan aktif untuk dapat menjangkau langsung ke sejumlah lapisan masyarakat dan tenaga medis yang membutuhkan sehingga manfaatnya dapat benar-benar dirasakan,” ujar Figo. | Text :  680 characters(avg),  93 words(avg),  153 tokens(avg),  212 tokens(max),  94 tokens (min).   Summary : 418 characters(avg),  58 words(avg),  87 tokens(avg),  90 tokens(max),  84 tokens (min). |
| 451 | Citilink, Efisiensi Jadi Kunci Hadapi Krisis | Dunia penerbangan sedang menghadapi masa yang paling menantang di tengah pandemi Covid-19. Penurunan drastis jumlah penerbangan terjadi secara global akibat penutupan wilayah dan negara, serta kekhawatiran orang untuk bepergian ke luar daerah/negeri. Direktur Utama Citilink Juliandra Nurtjahjo mengatakan, pihaknya mengantisipasi adanya penurunan demand hingga mencapai 30% dari keadaan normal. Juliandra memperkirakan hingga mendekati akhir tahun, kalangan maskapai penerbangan harus berjibaku. Pasalnya, industri ini bersifat seasonal, sehingga periode peak season sangat penting. Citilink akan mengerahkan segala daya untuk mencari sumber pendapatan lain atau melakukan upaya efisiensi di segala bidang. Bagi Citilink, mengupayakan sumber pendapatan lain di luar penumpang dinilai sebagai opsi yang realistis. Dalam aktivitas operasionalnya, anak usaha Garuda Indonesia ini juga melakukan upaya preventif sebagai bentuk keseriusan dalam mencegah penyebaran Covid-19. Sejak 31 Januari 2020, secara berkala Citilink melakukan proses disinfeksi terhadap semua armadanya yang berjumlah 60 pesawat. Termasuk, memastikan penggunaan filter HEPA (High Efficiency Particulate Arrestors ), yaitu alat penyaring sirkulasi udara pesawat di semua armadanya. Tim manajemen Citilink juga telah menetapkan langkah-langkah ke depan untuk mengantisipasi imbas Covid-19. Untuk jangka pendek, semua rute yang mengalami penurunan demand secara signifikan akan dilakukan penyesuaian kapasitas atau bahkan ditutup sama sekali, setidaknya untuk jangka waktu tertentu. Adapun untuk rute-rute yang masih potensial dan stabil, Citilink melakukan retensi. Dalam jangka menengah, Citilink sedang meredefinisi bisnis atau mentransformasi bisnis. Prioritasnya adalah proses yang berdampak paling luas, misalnya yang terkait dengan penggunaan bahan bakar. Apalagi, maskapai adalah salah satu industri dengan margin yang minimal. Efisiensi dapat menjadi faktor pembeda antara yang survive dan yang tidak. Citilink mengkaji sumber-sumber pendapatan lain yang memungkinkan penyebaran risiko bisnis. Kini, menurut Juliandra, airline semakin berevolusi menjadi multi-faceted, bukan hanya melulu bergerak di sektor aviasi dengan bisnis penumpang dan kargo, tetapi juga bisa bertransformasi menjadi platform bisnis yang bahkan tidak berhubungan dengan dunia aviasi. | Dunia penerbangan sedang menghadapi masa yang paling menantang di tengah pandemi Covid-19. Penurunan drastis jumlah penerbangan terjadi secara global akibat penutupan wilayah dan negara, serta kekhawatiran orang untuk bepergian ke luar daerah/negeri. Citilink, yang mayoritas operasinya di pasar domestik, juga merasakan dampak yang sangat signifikan.  Direktur Utama Citilink Juliandra Nurtjahjo mengatakan, pihaknya mengantisipasi adanya penurunan demand hingga mencapai 30% dari keadaan normal. “Dalam kuartal pertama tahun ini, Citilink memperkirakan akan mengalami penurunan pendapatan dari penumpang sebesar 20%, masih jauh lebih kecil daripada ekspektasi penurunan demand sebesar 30%,” katanya.  Juliandra memperkirakan hingga mendekati akhir tahun, kalangan maskapai penerbangan harus berjibaku. Pasalnya, industri ini bersifat seasonal, sehingga periode peak season sangat penting. “Dengan pemulihan yang hanya terjadi menjelang akhir tahun, berarti periode peak saat Lebaran yang bersamaan dengan libur sekolah akan berubah menjadi periode lemah,” katanya. Karena itu, Citilink akan mengerahkan segala daya untuk mencari sumber pendapatan lain atau melakukan upaya efisiensi di segala bidang.  Bagi Citilink, mengupayakan sumber pendapatan lain di luar penumpang dinilai sebagai opsi yang realistis. Karena, sampai kuartal pertama ini masih menunjukkan adanya pertumbuhan.  Selain itu, upaya efisiensi pun akan ditempuh. Misalnya, menyesuaikan kapasitas operasional dengan demand sehingga tidak ada ekses kapasitas yang menjadi sumber pemborosan. Yang juga menjadi prioritas, mengevaluasi proses bisnis yang tidak efisien, terutama untuk pos-pos pengeluaran yang tinggi bagi airline, seperti bahan bakar, serta mengoptimalkan pemanfaatan jam terbang pesawat.  Dalam aktivitas operasionalnya, anak usaha Garuda Indonesia ini juga melakukan upaya preventif sebagai bentuk keseriusan dalam mencegah penyebaran Covid-19. Sejak 31 Januari 2020, secara berkala Citilink melakukan proses disinfeksi terhadap semua armadanya yang berjumlah 60 pesawat. Termasuk, memastikan penggunaan filter HEPA (High Efficiency Particulate Arrestors), yaitu alat penyaring sirkulasi udara pesawat di semua armadanya, yang memiliki kemampuan menyaring debu dan kontaminan udara tingkat tinggi. Tidak kalah penting, prosedur pembagian tempat duduk, proses check-in, dan boarding juga menjadi perhatian.  Tim manajemen Citilink juga telah menetapkan langkah-langkah ke depan untuk mengantisipasi imbas Covid-19. Untuk jangka pendek, semua rute yang mengalami penurunan demand secara signifikan akan dilakukan penyesuaian kapasitas atau bahkan ditutup sama sekali, setidaknya untuk jangka waktu tertentu. Adapun untuk rute-rute yang masih potensial dan stabil, Citilink melakukan retensi, dengan menambah frekuensi agar utilisasi pesawat yang tersedia dapat dimaksimalkan sekaligus menurunkan biaya satuan (unit cost).  Dalam jangka menengah, Citilink sedang meredefinisi bisnis atau mentransformasi bisnis. “Masa krisis adalah masa yang paling baik untuk step back dan mengajak seluruh insan mengevaluasi proses-proses yang inefisien,” kata Juliandra. Prioritasnya adalah proses yang berdampak paling luas, misalnya yang terkait dengan penggunaan bahan bakar. Apalagi, maskapai adalah salah satu industri dengan margin yang minimal. “Efisiensi dapat menjadi faktor pembeda antara yang survive dan yang tidak,” katanya. “Efisiensi juga yang mungkin menjadi pembeda airline yang terus berkembang menjadi airline kelas dunia atau hanya puas menjadi airline marginal.”  Dalam jangka panjang, Citilink mengkaji sumber-sumber pendapatan lain yang memungkinkan penyebaran risiko bisnis. Sekarang, menurut Juliandra, airline semakin berevolusi menjadi multi-faceted, bukan hanya melulu bergerak di sektor aviasi dengan bisnis penumpang dan kargo, tetapi juga bisa bertransformasi menjadi platform bisnis yang bahkan tidak berhubungan dengan dunia aviasi. “Dengan transformasi ini, risiko menjadi lebih terdistribusi sehingga dampak yang tidak terantisipasi menjadi lebih manageable,” katanya.  Juliandra berharap pemerintah dapat membantu menciptakan kebijakan yang memungkinkan harga jual avtur di pasar domestik lebih kompetitif. Sebab, avtur bisa mengambil porsi sampai 30% dari struktur biaya operasional sebuah penerbangan sehingga bantuan sedikit apa pun akan berdampak signifikan. Ia juga berharap pemerintah dapat membantu memberikan keringanan bea masuk bagi komponen pesawat, juga biaya kebandarudaraan, seperti biaya navigasi, parkir pesawat dan sewa gedung.  www.swa.co.id | Text :  755 characters(avg),  96 words(avg),  146 tokens(avg),  200 tokens(max),  101 tokens (min).   Summary : 388 characters(avg),  49 words(avg),  74 tokens(avg),  91 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 452 | Asuransi Astra, Diversifikasi Portofolio Bisnis untuk Antisipasi Krisis | Asuransi Astra atau yang dikenal dengan brand layanannya, Garda Oto, juga telah bersiaga untuk menghadapi dampak pelambatan permintaan pasar akibat virus corona. Manajemen Garda Oto terus memantau perkembangan dengan menyiapkan sejumlah strategi. Rudy Chen, CEO Asuransi Astra, mengakui dampak virus corona (Covid-19) saat ini sudah meluas secara global. Asuransi Astra akan terus menerapkan strategi diversifikasi portfolio secara keseluruhan. Penerapan strategi diversifikasi portfolio sudah dijalankan tahun-tahun sebelumnya sehingga antarsektor bisa saling menutupi, seperti ketika bisnis di segmen otomotif mendapat tekanan lalu dapat dikover oleh segmen non-otomotif. Demikian pula sebaliknya. Penerapan strategi diversifikasi portfolio sudah dijalankan tahun-tahun sebelumnya sehingga antarsektor bisa saling menutupi. Asuransi Astra juga mencegah penyebarannya. Misalnya, dengan melakukan thermal checking di pintu masuk, baik kantor pusat maupun cabang. Lalu, menyediakan hand sanitizer di tiap titik krusial di kantor pusat, dan mewajibkan pelanggan yang mengunjungi kantor cabang atau Garda Center untuk cuci tangan dengan hand sanitizer sebelum memasuki kantor. Untuk kegitan internal perusahaan, manajemen Asuransi Astra juga meniadakan segala bentuk kegiatan kekaryawanan hingga waktu yang belum ditentukan. Manajemen memberlakukan skema penerimaan tamu nonpelanggan, memberlakukan partial WFH untuk unit kerja yang memungkinkan, dan semakin memaksimalkan peran teknologi digital untuk melakukan diskusi dan meeting secara online. Yang jelas, meski virus corona mulai menimbulkan dampak pada bisnis, tidak ada tren pencabutan polis di Asuransi Astra. Karena itu, pihaknya merasa bersyukur karena sejak 2014 sudah aktif mendigitalisasi bisnis. Sehingga, pada situasi seperti sekarang bisnis tetap jalan, dibantu dengan pemanfaatan teknologi. Banyak inovasi produk dan layanan berbasis digital yang dilahirkan sejak 2014. | Asuransi Astra atau yang dikenal dengan brand layanannya, Garda Oto, juga telah bersiaga untuk menghadapi dampak pelambatan permintaan pasar akibat virus corona. Manajemen Garda Oto terus memantau perkembangan dengan menyiapkan sejumlah strategi.  Rudy Chen, CEO Asuransi Astra, mengakui dampak virus corona (Covid-19) saat ini sudah meluas secara global. Beberapa lembaga survei dunia bahkan telah memberikan proyeksi pertumbuhan dunia tahun 2020 yang semakin melambat akibat dampak Covid-19. Ini memperburuk kondisi setelah sebelumnya terdampak perang dagang Amerika Serikat-China. Industri asuransi, menurutnya, bisa terkena dampak, baik langsung maupun tidak langsung.  “Tahun lalu lini asuransi kendaraan bermotor Asuransi Astra masih tumbuh sesuai dengan target dan lebih baik dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Tapi, untuk tahun ini kita harus melihat tren ini sampai dengan beberapa bulan mendatang karena dampak Covid-19 di Indonesia nampaknya mulai bergolak di pertengahan Maret ini,” kata Rudy. Pada Maret, dampak mulai terasa karena mulai diperlakukannya kebijakan work from home (WFH) dan social distancing serta penyesuaian jam operasional beberapa fasilitas publik.  Menghadapi situasi sekarang, untuk mengurangi tingkat risiko, Asuransi Astra akan terus menerapkan strategi diversifikasi portfolio secara keseluruhan. Penerapan strategi diversifikasi portfolio sudah dijalankan tahun-tahun sebelumnya sehingga antarsektor bisa saling menutupi, seperti ketika bisnis di segmen otomotif mendapat tekanan lalu dapat dikover oleh segmen non-otomotif. Demikian pula sebaliknya.  “Strategi ini memang sudah diterapkan sebagai strategi jangka menengah hingga panjang, dengan tujuan utama untuk business sustainability,” kata Rudy. Selain itu, pihaknya juga terus berupaya melakukan inovasi, baik produk maupun layanan.  Terkait virus corona, Asuransi Astra juga mencegah penyebarannya. Misalnya, dengan melakukan thermal checking di pintu masuk, baik kantor pusat maupun cabang. Lalu, menyediakan hand sanitizer di tiap titik krusial di kantor pusat, dan mewajibkan pelanggan yang mengunjungi kantor cabang atau Garda Center untuk cuci tangan dengan hand sanitizer sebelum memasuki kantor.  Perusahaan menyediakan masker dan mewajibkan karyawan yang sakit untuk menggunakannya, juga menyediakan masker untuk pelanggan. Perusahaan pun melarang melakukan jabat tangan ataupun kontak fisik lainnya, baik dengan sesama kolega maupun dengan pelanggan.  Untuk kegitan internal perusahaan, manajemen Asuransi Astra juga meniadakan segala bentuk kegiatan kekaryawanan hingga waktu yang belum ditentukan. Manajemen memberlakukan skema penerimaan tamu nonpelanggan, memberlakukan partial WFH untuk unit kerja yang memungkinkan, dan semakin memaksimalkan peran teknologi digital untuk melakukan diskusi dan meeting secara online.  “Saat ini kami sudah menerapkan WFH untuk fungsi-fungsi tertentu, menyesuaikan dengan jam layanan operasional Garda Center dan kantor cabang, dengan tetap mengutamakan layanan pelanggan, proses bisnis yang termonitor dengan baik sesuai KPI yang ditetapkan,” kata Rudy.  Ia mengakui, industri asuransi adalah industri pendukung. “Jika industri utama mengalami tantangan, tentu akan berimbas. Bagi kami, industri otomotif mempunyai dampak besar karena Garda Oto mempunyai portofolio cukup besar di bisnis otomotif,” katanya.  Yang jelas, meski virus corona mulai menimbulkan dampak pada bisnis, tidak ada tren pencabutan polis di Asuransi Astra. Karena itu, pihaknya merasa bersyukur karena sejak 2014 sudah aktif mendigitalisasi bisnis. Sehingga, pada situasi seperti sekarang bisnis tetap jalan, dibantu dengan pemanfaatan teknologi.  Banyak inovasi produk dan layanan berbasis digital yang dilahirkan sejak 2014. Antara lain, Garda Center, contact center Garda Akses, mobile apps Garda Mobile Otocare, website pembelian asuransi mobil Garda Oto Digital, dan virtual assistant pembelian asuransi mobil pertama, yaitu GarXia (Garda eXperience Intelligent Assistant).  “Strategi digital yang dimulai di tahun 2014 sangat membantu kami dalam melewati masa-masa seperti saat ini,” ungkap Rudy. Karena itu, pihaknya tidak akan berhenti melahirkan inovasi dan mengantisipasi disrupsi digital dan perubahan perilaku, serta beradaptasi untuk memastikan business sustainability perusahaan. (\*)  Sudarmadi & Andi Hana Mufidah Elmirasari  www.swa.co.id | Text :  870 characters(avg),  114 words(avg),  173 tokens(avg),  212 tokens(max),  135 tokens (min).   Summary : 386 characters(avg),  49 words(avg),  76 tokens(avg),  84 tokens(max),  72 tokens (min). |
| 453 | Terdampak Covid-19, KAI Pastikan tak PHK Karyawan | PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI mengakui sangat terdampak dengan adanya pandemi Covid-19. Direktur Utama KAI Didiek Hartyanto memastikan meski terdampak Covid-19 namun perusahaan tidak melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) dan merumahkan karyawan. Didiek memastikan untuk menghadapi Covid-19, justru KAI berusaha melindungi kesejahteraan karyawan. Didiek baru saja menjabat menjadi Direktur Utama KAI terhitung sejak 8 Mei 2020 dan dirinya mengakui hal tersebut tidak mudah. Sebab, kata dia, peralihan management diakuinya pada saat yang tidak menguntungkan yakni pandemi Covid-19. Untuk mengatasi hal tersebut, menurutnya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan justru harus dilindungi. | PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI mengakui sangat terdampak dengan adanya pandemi Covid-19. Direktur Utama KAI Didiek Hartyanto memastikan meski terdampak Covid-19 namun perusahaan tidak melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) dan merumahkan karyawan.  Didiek memastikan untuk menghadapi Covid-19, justru KAI berusaha melindungi kesejahteraan karyawan. “Kami tidak ada PHK kepada seluruh pegawai,” kata Didiek dalam konferensi video, Jumat (22/5).  Dia menjelaskan saat ini total karyawan KAI sebanyak 46 ribu karyawan dan sebanyak 26 ribu orang di antaranya berada di anak perusahaan. Untuk itu, Didiek memastikan, hak yang seharusnya diterima para karyawan KAI juga dipenuhi sesuai aturan yang berlaku.  “Gaji kita kasih sesuai hak bersangkutan. Tunjangan Hari Raya (THR) juga kami bayarkan pada waktunya,” tutur Didiek.  Didiek baru saja menjabat menjadi Direktur Utama KAI terhitung sejak 8 Mei 2020 dan dirinya mengakui hal tersebut tidak mudah. Sebab, kata dia, peralihan management diakuinya pada saat yang tidak menguntungkan yakni pandemi Covid-19.  Untuk mengatasi hal tersebut, menurutnya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan justru harus dilindungi. “Kami memberikan perlindungan dengan melengkapi APD yang lengkap. Terutama pegawai front line menggunakan APD lengkap, masker, hand sanitizer sehingga untuk meyakinkan pegawai kami terlindungi dari Covid-19,” jelas Didiek.  Didik memastikan KAI juga berupaya untuk melindungi para pelanggannya yang masih harus bepergian menggunakan kereta api. Dia memastikan Kai menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah.  Sumber: Republika.co.id | Text :  815 characters(avg),  110 words(avg),  176 tokens(avg),  190 tokens(max),  161 tokens (min).   Summary : 356 characters(avg),  47 words(avg),  74 tokens(avg),  78 tokens(max),  70 tokens (min). |
| 454 | Kino Indonesia, Antisipasi Dampak Corona Lebih Dini | Pandemi corona juga menjadi perhatian serius bagi manajemen PT Kino Indonesia Tbk. agar bisnis tetap berjalan lancar. Beruntung, Kino memiliki portofolio produk yang beragam sehingga ketika krisis datang saat ini kinerjanya bisa saling menunjang. Salah satu produk Kino yang penjualannya naik ialah hand sanitizer. Kenaikan penjualan hand sanitizer dimulai saat terjadi wabah Covid-19 di Wuhan, China, dan makin signifikan ketika di Indonesia diumumkan ada kasus Covid-19. Produk yang berkaitan dengan kesehatan, seperti produk kebersihan tubuh, produk untuk cuci tangan, produk untuk cuci botol bayi, dan minuman higienis, juga naik penjualannya. Harry menyayangkan birokrasi Pemerintah Indonesia yang masih kaku ketika kondisi seperti sekarang. Pengadaan bahan baku mestinya bisa lebih cepat. Ia mencontohkan ibu-ibu yang sampai membuat disinfektan sendiri dengan cara yang belum tentu benar. Dari sisi harga, Kino menaikkan sedikit harga jual ( 5-10% ) untuk menyesuaikan kenaikan bahan baku karena dolar memang naik. Mulai minggu ini hampir 90% karyawan WFH. Nah, yang 10%-nya on and off sesuai dengan kebutuhan. Yang 10% ini bagian atas seperti kepala divisi, GM, manajer strategis, dan BOD. Komisaris pun sudah diminta tidak ke kantor dari tiga minggu yang lalu karena komisaris perusahaannnya usianya di atas 55 tahun. Harry merasa perusahaannya sudah melakukan antisipasi jauh lebih dulu untuk meminimalkan dampak corona sebelum pemerintah menganjurkan. Perusahaan yang mempekerjakan 7.000 orang ini, misalnya, sudah tidak menerima tamu, meeting antar-BOD dengan video call, kontak pemasok dengan telepon, serta semuanya menggunakan TI, faksmile, dan surat elektronik. Meski karyawan banyak yang bekerja remote dan WFH, manajemen Kino memastikan semua tetap harus dalam kontrol dan karyawan tetap produktif. Meski demikian, Harry mengakui, kondisi ini mungkin juga akan menjadi blessing tersendiri bila karyawan ke depan bisa bekerja dari rumah dan bisa transisi kerja dari pola 3G ke 4G. | Pandemi corona juga menjadi perhatian serius bagi manajemen PT Kino Indonesia Tbk. agar bisnis tetap berjalan lancar. Beruntung, Kino memiliki portofolio produk yang beragam sehingga ketika krisis datang saat ini kinerjanya bisa saling menunjang.  “Ada segmen produk yang penjualannya turun, namun juga ada yang naik. Produk yang tidak ada kaitan dengan barang-barang kesehatan kemungkinan minus 10-20%, sedangkan produk kesehatan dan personal care ada yang naik. Portofolio di Kino cukup beragam. Ssetelah di-combine, masih lumayan ada peningkatan walaupun tidak sesuai target,” ungkap Harry Sanusi, CEO Grup Kino.  Salah satu produk Kino yang penjualannya naik ialah hand sanitizer. Kino membuat produk ini sejak 18 tahun lalu. “Demand hand sanitizer melonjak tak terduga, kapasitas kami mentok. Kami terus menaikkan kapasitas produksi agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen,” kata Harry.  Kenaikan penjualan hand sanitizer dimulai saat terjadi wabah Covid-19 di Wuhan, China, dan makin signifikan ketika di Indonesia diumumkan ada kasus Covid-19. Tidak hanya hand sanitizer yang mengalami kenaikan penjualan. Produk yang berkaitan dengan kesehatan, seperti produk kebersihan tubuh, produk untuk cuci tangan, produk untuk cuci botol bayi, dan minuman higienis, juga naik penjualannya. “Kini konsumen cenderung memilih membeli produk yang sudah dikemas dengan baik daripada minum di coffee shop,” lanjut Harry.  Produk Kino yang mengalami penurunan antara lain makanan kemasan kering dan produk personal care wanita. Namun, penurunannya tidak signifikan.  Untuk bahan baku, pihaknya sempat terganggu ketika ada lockdown dari China. Namun, hal itu bisa diantisipasi, di antaranya dengan menggeser pencarian bahan baku ke negara Eropa dan Amerika yang ketika itu belum ada masalah. Kini, sourcing balik ke China karena wabah Covid-19 di sana sudah selesai.  Harry menyayangkan birokrasi Pemerintah Indonesia yang masih kaku ketika kondisi seperti sekarang. Pengadaan bahan baku mestinya bisa lebih cepat. Ia mencontohkan ibu-ibu yang sampai membuat disinfektan sendiri dengan cara yang belum tentu benar. Dari sisi harga, Kino menaikkan sedikit harga jual (5-10%) untuk menyesuaikan kenaikan bahan baku karena dolar memang naik. “Reseller yang menaikkan harga gila-gilaan. Itu yang menyebabkan harga di pasaran sangat mahal,” katanya.  Terkait manajemen SDM, Kino membuat kebijakan: karyawan yang bekerja di kantor pusat dan biasa memakai kendaraan umum agar bekerja dari rumah, work from home (WFH). “Itu sudah dilakukan 2-3 minggu lalu sebelum ada instruksi pemerintah,” ujar Harry. Lalu, yang memakai mobil pribadi, dibuat kebijakan per divisi. Dalam satu divisi dibagi tim A dan B, satu minggu kerja di rumah dan satu minggu di kantor.  “Tapi, mulai minggu ini hampir 90% karyawan WFH. Nah, yang 10%-nya on and off sesuai dengan kebutuhan. Yang 10% ini bagian atas seperti kepala divisi, GM, manajer strategis, dan BOD,” kata Harry. Komisaris pun sudah diminta tidak ke kantor dari tiga minggu yang lalu karena komisaris perusahaannnya usianya di atas 55 tahun.  Karyawan bagian produksi tetap bekerja normal. Namun, dilakukan upaya pencegahan, seperti penyediaan fasilitas cuci tangan di depan pintu masuk; pengecekan suhu tubuh; penyemprotan disinfektan; pemantauan ketat pada karyawan yang sakit; sanitasi ruang kantor, mobil, toilet, kantin, pabrik; dan pembagian vitamin.  “Di pabrik, kami juga menerapkan distancing dengan jarak 1,5 meter per orang,” ujar Harry. Kino juga sedang memesan baju hazmat untuk melindungi karyawannya di pabrik. Karyawan yang berada di garda depan yang masih bertugas sedang diusahakan untuk mendapatkan masker dan perlengkapan sanitasi lain seperti hand sanitizer.  Harry merasa perusahaannya sudah melakukan antisipasi jauh lebih dulu untuk meminimalkan dampak corona sebelum pemerintah menganjurkan. Perusahaan yang mempekerjakan 7.000 orang ini, misalnya, sudah tidak menerima tamu, meeting antar-BOD dengan video call, kontak pemasok dengan telepon, serta semuanya menggunakan TI, faksmile, dan surat elektronik.  “Kalau tidak perlu tanda tangan, tidak usah. Jika ada sesuatu yang wajib menggunakan tanda tangan, tetap menerapkan social distancing dengan jarak 1,5 meter. Setelah tanda tangan, semprot hand sanitizer. Itu kami lakukan dengan sangat disiplin dan ketat,” ungkap Harry dengan nada serius.  Meski karyawan banyak yang bekerja remote dan WFH, manajemen Kino memastikan semua tetap harus dalam kontrol dan karyawan tetap produktif. “Perusahaan menginstruksikan, memberikan pengertian namun juga melakukan kontrol secara acak dan video call agar memastikan karyawan tidak ke luar rumah. Yang melakukan kesalahan dengan memanfaatkan kondisi WFH akan diberi surat peringatan langsung, dan itu akan bahaya untuk dirinya sendiri dan keluarga, dan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan. Ini yang kami berikan pengertian ke karyawan,” Harry memaparkan.  Meski demikian, Harry mengakui, kondisi ini mungkin juga akan menjadi blessing tersendiri bila karyawan ke depan bisa bekerja dari rumah dan bisa transisi kerja dari pola 3G ke 4G. Hal itu akan meningkatkan level efisiensi dalam jumlah yang signifikan. (\*)  Sudarmadi & Vina Anggita | Text :  861 characters(avg),  122 words(avg),  184 tokens(avg),  212 tokens(max),  139 tokens (min).   Summary : 332 characters(avg),  48 words(avg),  71 tokens(avg),  79 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 455 | Cara Taiwan Atasi Corona | Presiden Taiwan Tsai Ing-Wen Memberikan Arahan (foto : The Times ) Taiwan, Hong Kong, dan Vietnam adalah tiga negara yang jadi perbincangan dalam urusan menghadapi serta menangani Covid-19. Tapi itu bisa dihapami. Melansir data worldometers, mereka tergolong mampu menangani pandemi ini dengan baik. Per-22 Mei 2020, di Taiwan hanya ada 441 kasus positif yang terkonfirmasi. Taiwan tergolong yang banjir pujian karena dianggap paling responsif namun tidak represif. Negeri pulau yang secara geografis jaraknya hanya sekitar 130 km dengan pusat episentrum bencana ini dianggap mampu menjaga virus tetap terkendali ketika bagian lain dunia justru terpuruk dan kebingungan. Kewaspadaan. Ini adalah faktor utama yang membedakan Taiwan dengan banyak negara. Sejak awal, Pemerintah Taiwan meragukan informasi dan jumlah infeksi virus corona yang dilaporkan China (bahkan kata meragukan sebenarnya terlalu halus karena sebenarnya, dalam berbagai sumber disebut mereka ' tidak percaya pada informasi dari China). Taiwan bahkan memberi tahu WHO tentang potensi virus corona baru dari Wuhan yang menular dari manusia ke manusia pada 31 Desember 2019 ( saat itu belum disebut Covid-19). Namun, WHO tidak meresponsnya dengan baik. Sebaliknya, WHO mendukung penyangkalan China terhadap penularan dari manusia ke manusia sampai 21 Januari 2020. Ya, setelah kewaspadaan, faktor kecepatan memegang peranan kunci. Tsai Ing-Wen, Presiden Taiwan, dalam tulisannya di majalah Time (16 April 2020), berjudul How My Country Prevented a Major Outbreak of COVID-19 menjelaskan kecepatan gerak itu. Ketika berita tentang corona muncul dari Wuhan menjelang Tahun Baru Imlek, mereka bertindak. Pada 21 Januari 2020, warga negara Taiwan pertama terinfeksi Covid-19. Pemerintah Taiwan segera melakukan langkah-langkah investigatif untuk melacak riwayat perjalanan dan kontak, melakukan isolasi, sekaligus mencegah penyebaran yang lebih luas. Trauma, diakui Tsai Ing-Wen membuat mereka paranoid. SARS memang membuat pemerintah dan masyarakat Taiwan kompak. Tsai Ing-Wen menceritakan bahwa untuk mencegah masyarakat terjebak mass panic buying, pemerintahannya bergerak taktis. Dalam mengantisipasi kelangkaan, penimbunan, dan permainan harga masker, pemerintah juga mengambil alih serta memperketat produksi, distribusi berikut penjualannya. Dari sisi produksi, mereka menginvestasikan Rp 99,5 triliun untuk membuat masker bedah. Agar keinginan itu terpenuhi, wanita berkacamata ini pun membuat sistem jatah penjualan masker untuk mencegah penimbunan sekaligus memastikan semua orang memiliki akses yang mudah untuk mendapatkannya. Pemerintah juga yang kemudian mendistribusikan masker ke rumah sakit, apotik, supermarket, sampai convenience store (toko kelontong), untuk memastikan semua warga dapat dengan mudah mengakses pembelian masker. Beruntung, ketika protokol kesehatan yang ketat diterapkan sejak dini, masyarakat Taiwan tidak ngeyel. Dalam urusan penggunaan masker, umpamanya. Menggunakan masker wajah sudah jadi kebiasaan mereka selama bertahun-tahun, bahkan sebelum ada wabah virus korona. Masyarakat di sana menggunakannya untuk terhindar dari penyakit menular lainnya dan polusi udara. Taiwan mencatat empat infeksi baru di wilayah mereka. Tsai Ing-Wen dan jajaran pemerintahannya pun kian waspada dan sigap. Mereka tahu potensi pandemi telah benar-benar hadir di depan mata. Untuk melengkapi pengetatan pintu masuk dan perjalanan, menggenjot produksi dan distribusi masker, mendirikan pusat komando epidemi sentral, protokol kesehatan. Dr. Jason Wang, seorang ahli kebijakan kesehatan masyarakat di Universitas Stanford di AS menyebut langkah ini sebagai Reassure and Educate the Public, While Fighting Misinformation. Yang menarik, Jason Wang melanjutkan, keterbukaan informasi ini ditopang dengan pemanfaatan teknologi yang baik. Dalam makalahnya yang diterbitkan Journal of American Medical Association. Pemerintah akan memanggil Anda dan mencoba mencari tahu di mana Anda berada, dia menjelaskan. Pemerintah juga dapat melacak lewat telepon sehingga memastikan orang-orang yang dikarantina tetap berada di tempatnya, tidak keluyuran tak keruan. Tak lupa, Pemerintah Taiwan juga memberikan dukungan semaksimal mungkin bagi mereka yang dikarantina. Taiwan bisa melakukan hal di atas karena menggunakan big data dan teknologi. Data kependudukannya rapi jail. Mereka menggunakan teknologi dalam mengintegrasikan asuransi kesehatan nasional serta database imigrasi dan bea cukai. Dengan cara ini, pemerintah bisa mengidentifikasi kasus-kasus potensial berdasarkan riwayat perjalanan dan gejala klinis warga negaranya. Dr. Wang menyebut keunggulan Taiwan dalam mengatasi Covid-19 adalah recognizing (mengakui potensi ledakan krisis, bukan bersikap denial), managing crisis (pengelolaan yang baik), serta communication (mengomunikasikan dengan transparan untuk membangun trust). Efektivitas langkah-langkah tersebut terbukti memungkinkan Taiwan untuk tidak menekan kegiatan ekonominya secara drastis. Pada akhirnya, di luar faktor-faktor di atas sebagai langkah penanganan krisis (waspada, gerak cepat, komunikasi, dst. ), faktor kepemimpinan Tsai dianggap berperan demikian penting dan vital. Pada bulan Januari, begitu tanda-tanda penyakit terlihat, dia (Tsai) langsung memperkenalkan 124 langkah untuk memblokir penyebaran (Covid-19), tanpa harus menggunakan penguncian (lockdown) yang menjadi hal lumrah di tempat lain. Tsai sebagai calon dari Democratic Progressive Party baru saja terpilih untuk periode kedua sebagai Presiden Taiwan. Pada 11 Januari 2020, dia memperoleh 8,17 juta suara (57,1%), mengalahkan calon presiden dari Partai Kuomintang, Han Kuo-yu, dengan selisih 2,65 juta suara (38,6%), sementara calon presiden dari People First Party, James Soong, hanya memperoleh 608 ribu suara (4,3%). Akan tetapi Tsai tidaklah sendirian. PhD dari London School of Economics and Political Science tahun 1984 ini bukanlah pemain solo yang senang one man show dan pencitraan dengan jepretan kamera di kanan-kiri. Keberhasilan Taiwan dalam melawan Covid-19 sejauh ini, juga tak bisa dilepaskan dari peran Chen Chien-jen, Wakil Presiden Taiwan yang juga ahli epidemiologi. Bukan karena posisinya sebagai Wapres yang membuatnya diposisikan seperti itu. Chien-jen memang saintis. Dia adalah ahli epidemiologi lulusan Johns Hopkins University. Dia guru besar di National Taiwan University. Sebelumnya menjabat Direktur Graduate Institute of Epidemiology, dan Dekan College of Public Health di National Taiwan University. Chien-jen sendiri turun ke gelanggang menjadi garda terdepan menghadapi pandemi. Dia tak mau membuang waktu di tengah debat soal siapa yang paling bertanggung jawab atas wabah corona, atau diskusi antara ilmuwan penuh ilmu pandemi dengan politikus asal bunyi berbalut kepentingan tentang bagaimana virus menyebar dan manfaat lockdown. Taiwan sukses menghadapi virus corona dengan baik. Itu sulit dibantah kecuali oleh mereka yang bebal dan sok pintar. Dan Tsai sendiri tetap menawarkan pengalaman serta bantuan negaranya kepada yang membutuhkan. Sekalipun kami tak dimasukkan ke dalam PBB dan WHO secara tidak fair, kami tetap berkenan dan mampu untuk menggunakan gabungan kekuatan di sektor manufaktur, pengobatan, serta teknologi bagi dunia Mencermati dinamika yang berlangsung, terutama di WHO dengan bersikukuhnya China untuk menolak Taiwan dan isu desakan investigasi menyeluruh atas awal mula Covid-19 dari sejumlah negara, menjadi amat menarik bagaimana peran Taiwan kelak dalam membantu warga dunia mengatasi pandemi ini. Bedanya, setelah dilantik menjadi Presiden Taiwan periode 2020-2024 pada 20 Mei 2020, Tsai kali ini didampingi Lai Ching-te sebagai wakil presiden baru, menggantikan Chien-jen. | Presiden Taiwan Tsai Ing-Wen Memberikan Arahan (foto: The Times)  Taiwan, Hong Kong, dan Vietnam adalah tiga negara yang jadi perbincangan dalam urusan menghadapi serta menangani Covid-19. Tapi itu bisa dihapami. Melansir data worldometers, mereka tergolong mampu menangani pandemi ini dengan baik. Per-22 Mei 2020, di Taiwan hanya ada 441 kasus positif yang terkonfirmasi. Dari angka itu, 407 di antaranya sembuh, dan hanya 7 kasus kematian. Total populasi negara ini sekitar 24 juta jiwa. Sementara itu Hong Kong yang berpopulasi 7,5 juta jiwa, telah mengonfirmasi 1.064 kasus, dengan hanya 4 kematian dan 1.029 orang dinyatakan pulih. Adapun Vietnam mengkonfirmasi 324 kasus dari populasi 97 juta orang. Yang menarik, mereka tidak mencatatkan adanya kematian sama sekali, dan 264 orang sudah sehat kembali.  Dari ketiga negara tersebut, Taiwan tergolong yang banjir pujian karena dianggap paling responsif namun tidak represif. Negeri pulau yang secara geografis jaraknya hanya sekitar 130 km dengan pusat episentrum bencana ini dianggap mampu menjaga virus tetap terkendali ketika bagian lain dunia justru terpuruk dan kebingungan. Lalu, bagaimana cara negara yang tak masuk dalam anggota WHO ini menekan pandemi tersebut?  Kewaspadaan. Ini adalah faktor utama yang membedakan Taiwan dengan banyak negara. Sejak awal, Pemerintah Taiwan meragukan informasi dan jumlah infeksi virus corona yang dilaporkan China (bahkan kata “meragukan” sebenarnya terlalu halus karena sebenarnya, dalam berbagai sumber disebut mereka “tidak percaya pada informasi dari China”). Pada 31 Desember 2019, Wakil Direktur Jenderal Pusat Pengendalian Penyakit melihat sebuah posting di satu situs yang menunjukkan diskusi antara petugas medis di Wuhan tentang para pasien yang menunjukkan tanda-tanda seperti penyakit flu burung. Mereka pun waspada. Mereka segera mulai menjalankan inspeksi di dalam pesawat dari Wuhan sebagai tindakan pencegahan.  Tak cukup sampai di sana, Menurut laporan Council on Foreign Relations (Dewan Hubungan Luar Negeri) yang berbasis di AS, Taiwan bahkan memberi tahu Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tentang potensi virus corona baru dari Wuhan yang menular dari manusia ke manusia pada 31 Desember 2019 (saat itu belum disebut Covid-19). Namun, WHO tidak meresponsnya dengan baik. “Sebaliknya, WHO mendukung penyangkalan China terhadap penularan dari manusia ke manusia sampai 21 Januari 2020. Ketika WHO terlihat meremehkan ancaman global, Taiwan mengadopsi langkah-langkah kuat untuk menyaring, menguji, melacak kontak, dan menegakkan karantina,” bunyi laporan tersebut.  Pemeriksaan yang ketat menjadi salah satu kunci keberhasilan Taiwan memerangi Covid 19 (foto: Chen Chi -Chuan/AFP)  Ya, setelah kewaspadaan, faktor kecepatan memegang peranan kunci. Tsai Ing-Wen, Presiden Taiwan, dalam tulisannya di majalah Time (16 April 2020), berjudul “How My Country Prevented a Major Outbreak of COVID-19” menjelaskan kecepatan gerak itu. Ketika berita tentang corona muncul dari Wuhan menjelang Tahun Baru Imlek, mereka bertindak. “Bulan Januari kami segera mendirikan Central Epidemic Command Center (CECC) untuk menangani tindakan pencegahan. Kami menerapkan pembatasan perjalanan dan membangun protokol karantina untuk para pelancong berisiko tinggi,” dia mengungkap. Taiwan memang segera membuat larangan perjalanan pada pengunjung dari China, Hong Kong dan Makau segera setelah jumlah kasus virus korona mulai meningkat di daratan China. Tak ada pintu terbuka dari wilayah episentrum bencana.  Pada 21 Januari 2020, warga negara Taiwan pertama terinfeksi Covid-19. Pemerintah Taiwan segera melakukan langkah-langkah investigatif untuk melacak riwayat perjalanan dan kontak, melakukan isolasi, sekaligus mencegah penyebaran yang lebih luas. Trauma, diakui Tsai Ing-Wen membuat mereka paranoid. “Rasa sakit kehilangan banyak orang saat SARS 2003 memberikan pelajaran besar yang membuat pemerintah dan masyarakat dalam kewaspadaan tinggi,” papar perempuan kelahiran Taipei, 1956 ini.  SARS memang membuat pemerintah dan masyarakat Taiwan kompak. Di bawah arahan Menteri Kesehatan Chen Shih-chung, mereka bekerja sama. Mereka memainkan peran secara konstruktif. Dari sisi regulator, pemerintah mengatur protokol kesehatan secara ketat. Tak ada karantina (lockdown) nasional seperti yang ditempuh banyak negara. Namun diberlakukan kewajiban menggunakan masker dan desinfektan secara intensif, juga physical distancing yang ketat.  Tsai Ing-Wen menceritakan bahwa untuk mencegah masyarakat terjebak mass panic buying, pemerintahannya bergerak taktis. Dalam mengantisipasi kelangkaan, penimbunan, dan permainan harga masker, pemerintah juga mengambil alih serta memperketat produksi, distribusi berikut penjualannya.  Dari sisi produksi, mereka menginvestasikan Rp 99,5 triliun untuk membuat masker bedah. Kementrian ekonomi mengoordinasikan kerjasama pemerintah dengan pihak perusahaan machine-tool dan pemasok alat kesehatan untuk memproduksi masker sekaligus menggenjot kapasitas produksi. Presiden Tsai ingin memastikan persediaan masker tercukupi. Kerjasama ini meningkatkan kapasitas produksi harian Taiwan dari 1,8 juta masker menjadi 8 juta masker. Mereka menyebutnya sebagai “Masker Keajaiban Taiwan”.  Tsai juga melarang ekspor masker medis sejak 24 Januari, sehari sebelum Imlek. Dia ingin sejak awal Februari, masker dapat diakses seluruh warga negaranya. Intuisinya sudah bicara wabah ini tidak bisa dianggap main-main sehingga masker harus cukup.  Agar keinginan itu terpenuhi, wanita berkacamata ini pun membuat sistem jatah penjualan masker untuk mencegah penimbunan sekaligus memastikan semua orang memiliki akses yang mudah untuk mendapatkannya. Pemerintah juga yang kemudian mendistribusikan masker ke rumah sakit, apotik, supermarket, sampai convenience store (toko kelontong), untuk memastikan semua warga dapat dengan mudah mengakses pembelian masker. Bahkan mereka juga menetapkan harga masker. Sementara di banyak negara mengalami kekurangan, masyarakat Taiwan dapat membeli masker dengan harga terjangkau: hanya Rp 2.500 per masker.  Walaupun dijual murah, warga Taiwan tetap harus menunjukan kartu identitas asli dan kartu asuransi nasional agar bisa membeli masker. Tak hanya memastikan persediaan masker, pemerintah juga melakukan gerakan penggunaan hand sanitizer di seluruh ruang-ruang publik.  Beruntung, ketika protokol kesehatan yang ketat diterapkan sejak dini, masyarakat Taiwan tidak ngeyel. Dalam urusan penggunaan masker, umpamanya. Menggunakan masker wajah sudah jadi kebiasaan mereka selama bertahun-tahun, bahkan sebelum ada wabah virus korona. Masyarakat di sana menggunakannya untuk terhindar dari penyakit menular lainnya dan polusi udara. Ditambah dengan pengalaman SARS, mereka menjadi sangat waspada terhadap potensi penularan virus yang baru pada 12 Februari 2020 disebut WHO sebagai Covid-19 itu.  Apa yang dilakukan Taiwan benar-benar langkah yang sangat maju. Sementara negara-negara lain masih sibuk memperdebatkan apakah serta bagaimana caranya mengambil tindakan preventif – dan beberapa pemerintahan membuat tindakan konyol karena merasa bebas ancaman Covid-19, bahkan ingin mengundang turis demi pariwisatanya – Taiwan sudah sangat siap.  Pada tanggal 25 Januari, ketika dunia masih santai-santai saja, Taiwan mencatat empat infeksi baru di wilayah mereka. Tsai Ing-Wen dan jajaran pemerintahannya pun kian waspada dan sigap. Mereka tak mau terluka kembali seperti saat SARS melanda. Mereka tahu potensi pandemi telah benar-benar hadir di depan mata. Untuk melengkapi pengetatan pintu masuk dan perjalanan, menggenjot produksi dan distribusi masker, mendirikan pusat komando epidemi sentral, protokol kesehatan, mereka memanfaatkan media massa sepanjang waktu untuk menyebarkan pengetahuan tentang virus corona kepada masyarakat secara terbuka. Artinya, mereka memberlakukan transparansi data menjadi elemen vital mengatasi pandemi.  Dr. Jason Wang, seorang ahli kebijakan kesehatan masyarakat di Universitas Stanford di AS menyebut langkah ini sebagai “Reassure and Educate the Public, While Fighting Misinformation”. Yang menarik, Jason Wang melanjutkan, keterbukaan informasi ini ditopang dengan pemanfaatan teknologi yang baik. Dalam makalahnya yang diterbitkan Journal of American Medical Association berjudul “Response to COVID-19 in Taiwan; Big Data Analytics, New Technology, and Proactive Testing”, dia menyoroti penggunaan teknologi untuk melacak keberadaan warga negara yang berada di bawah karantina.  Tsai Eng-Wen mengecek parik masker  “Pemerintah akan memanggil Anda dan mencoba mencari tahu di mana Anda berada,” dia menjelaskan. Pemerintah juga dapat melacak lewat telepon sehingga memastikan orang-orang yang dikarantina tetap berada di tempatnya, tidak keluyuran tak keruan. Tak lupa, Pemerintah Taiwan juga memberikan dukungan semaksimal mungkin bagi mereka yang dikarantina. Para pemimpin desa setempat membawa satu tas perlengkapan kebutuhan pokok seperti makanan atau pun buku kepada individu yang dikarantina. Presiden Tsai juga meluncurkan program kesejahteraan yang memberikan tunjangan harian US$ 30 bagi mereka yang terkena karantina selama dua minggu. Langkah ini membuat masyarakat berani melaporkan keadaannya dengan jujur. Karena mereka tahu pemerintahannya menjamin buat yang dikarantina. Ada trust yang terbangun antara masyarakat dengan pemerintahnya. Sesuatu yang ironisnya banyak hilang di negara lain. Sebuah modal sosial yang begitu berharga.  Taiwan bisa melakukan hal di atas karena menggunakan big data dan teknologi. Data kependudukannya rapi jail. Mereka menggunakan teknologi dalam mengintegrasikan asuransi kesehatan nasional serta database imigrasi dan bea cukai. Dengan cara ini, pemerintah bisa mengidentifikasi kasus-kasus potensial berdasarkan riwayat perjalanan dan gejala klinis warga negaranya. Pemerintah Taiwan juga mengharuskan para pelancong untuk mengisi formulir pernyataan kesehatan online sebelum keberangkatan mereka ke Taiwan, sehingga mereka dapat dipisahkan berdasarkan risiko infeksi di kantor imigrasi. Upaya ini bahkan telah intens dilakukan sebelum pemerintah mengambil langkah ekstrim menutup perbatasan, melarang ekspor masker wajah dan meningkatkan produksi masker di dalam negeri.  Dr. Wang menyebut keunggulan Taiwan dalam mengatasi Covid-19 adalah recognizing (mengakui potensi ledakan krisis, bukan bersikap denial), managing crisis (pengelolaan yang baik), serta communication (mengomunikasikan dengan transparan untuk membangun trust). Efektivitas langkah-langkah tersebut terbukti memungkinkan Taiwan untuk tidak menekan kegiatan ekonominya secara drastis. Dunia bisnis sebagian besar beroperasi seperti biasa. Restoran, mal, buka dan tetap ramai. Sekolah pun ditutup hanya karena liburan musim dingin yang sedikit diperpanjang, tetapi dibuka kembali pada akhir Februari dengan tindakan protokol kesehatan yang begitu ketat dan disiplin tinggi, baik antara pemerintah maupun masyarakatnya. Tak ada lockdown.  Akhirnya, Taiwan pun dapat menyelesaikan masalah yang begitu pahit dan bikin puyeng bagi pemerintahan yang lamban dan tidak kompeten: ekonomi atau kesehatan dulu? Negeri ini mendapatkan keduanya sehingga diberikan aplaus oleh banyak pihak. Ekonomi tetap jalan, angka kematian pun ditekan.  Pada akhirnya, di luar faktor-faktor di atas sebagai langkah penanganan krisis (waspada, gerak cepat, komunikasi, dst.), faktor kepemimpinan Tsai dianggap berperan demikian penting dan vital. “Pada bulan Januari, begitu tanda-tanda penyakit terlihat, dia (Tsai) langsung memperkenalkan 124 langkah untuk memblokir penyebaran (Covid-19), tanpa harus menggunakan penguncian (lockdown) yang menjadi hal lumrah di tempat lain,” tulis Avivah Wittenberg-Cox, berjudul “What Do Countries With The Best Coronavirus Responses Have In Common? Women Leaders” di majalah Forbes, 13 April 2020. Tsai pun tak pernah bicara atau pidato yang aneh-aneh serta tak konsisten, yang membingungkan warganya. Atau membuat acara-acara seremonial untuk membangkitkan solidaritas dan trust di masyarakat. Perempuan pertama yang menjadi presiden di negaranya ini jauh dari kebijakan populisme.  Catatan menarik: saat Covid-19 mulai merajalela, Tsai sebagai calon dari Democratic Progressive Party baru saja terpilih untuk periode kedua sebagai Presiden Taiwan. Pada 11 Januari 2020, dia memperoleh 8,17 juta suara (57,1%), mengalahkan calon presiden dari Partai Kuomintang, Han Kuo-yu, dengan selisih 2,65 juta suara (38,6%), sementara calon presiden dari People First Party, James Soong, hanya memperoleh 608 ribu suara (4,3%).  Akan tetapi Tsai tidaklah sendirian. PhD dari London School of Economics and Political Science tahun 1984 ini bukanlah pemain solo yang senang one man show dan pencitraan dengan jepretan kamera di kanan-kiri. Keberhasilan Taiwan dalam melawan Covid-19 sejauh ini, juga tak bisa dilepaskan dari peran Chen Chien-jen, Wakil Presiden Taiwan yang juga ahli epidemiologi. Seperti jendral perang yang mendampingi panglima tertinggi (presiden), Chien-jen berperan mengatur strategi bagaimana cara mengendalikan virus corona. Selain memainkan strategi berperang, dia juga kerap diminta nasihatnya untuk mengembangkan vaksin dan obat Covid-19 oleh para ahli kesehatan di sana.  Bukan karena posisinya sebagai Wapres yang membuatnya diposisikan seperti itu. Chien-jen memang saintis. Dia adalah ahli epidemiologi lulusan Johns Hopkins University. Dia guru besar di National Taiwan University. Sebelumnya menjabat Direktur Graduate Institute of Epidemiology, dan Dekan College of Public Health di National Taiwan University. Karyanya banyak. Dia menerbitkan lebih dari 500 artikel di sejumlah jurnal, termasuk menulis buku, “The Taiwan Crisis: a showcase of the global arsenic problem (Arsenic in the environment)”. Pengalamannya pun panjang, termasuk saat menghadapi SARS. Ketika itu dia menjabat Menteri Kesehatan Taiwan (2003-2005) dan dipuji karena sukses mengatasi wabah itu. Dengan latar belakang serta pengalamannya, maka begitu pandemi corona menghantam negeri, suaranya begitu didengar.  Chien-jen sendiri turun ke gelanggang menjadi garda terdepan menghadapi pandemi. Dia tak mau membuang waktu di tengah debat soal siapa yang paling bertanggung jawab atas wabah corona, atau diskusi antara ilmuwan penuh ilmu pandemi dengan politikus asal bunyi berbalut kepentingan tentang bagaimana virus menyebar dan manfaat lockdown. Dalam menangani wabah, dia hanya bersandar pada satu hal yang menurutnya paling krusial: sajikan fakta lalu buat kebijakan.  Duet kepemimpinan inilah yang membuat Taiwan bisa berselancar dengan relatif mulus sementara negara-negara lain megap-megap dengan korban yang terus bertumbangan. Yang menarik, keberhasilan ini telah mengundang sejumlah negara lain untuk meniru dan merekomendasikannya untuk bergabung dengan WHO. Sayang, sejauh ini usulan tersebut mental karena China menolaknya mentah-mentah. Maklum, China memang sejak lama menganggap Taiwan adalah bagian dari teritorinya.  Terlepas dari penolakan tersebut, fakta telah berbicara bahwa Taiwan sukses menghadapi virus corona dengan baik. Itu sulit dibantah kecuali oleh mereka yang bebal dan sok pintar. Dan Tsai sendiri tetap menawarkan pengalaman serta bantuan negaranya kepada yang membutuhkan. “Sekalipun kami tak dimasukkan ke dalam PBB dan WHO secara tidak fair, kami tetap berkenan dan mampu untuk menggunakan gabungan kekuatan di sektor manufaktur, pengobatan, serta teknologi bagi dunia. Kita harus menyingkirkan perbedaan dan bekerjasama demi kemanusiaan. Perang melawan Covid-19 membutuhkan kerjasama kolektif seluruh dunia,” ujarnya.  Mencermati dinamika yang berlangsung, terutama di WHO dengan bersikukuhnya China untuk menolak Taiwan dan isu desakan investigasi menyeluruh atas awal mula Covid-19 dari sejumlah negara, menjadi amat menarik bagaimana peran Taiwan kelak dalam membantu warga dunia mengatasi pandemi ini. Bedanya, setelah dilantik menjadi Presiden Taiwan periode 2020-2024 pada 20 Mei 2020, Tsai kali ini didampingi Lai Ching-te sebagai wakil presiden baru, menggantikan Chien-jen. Namun warga Taiwan setidaknya merasa tenang karena Lai Ching-te adalah lulusan Harvard T.H. Chan School of Public Health. Artinya lelaki kelahiran 1959 ini juga memahami isu-isu kesehatan dengan baik. Bukan politisi yang tidak jelas latar belakang pendidikannya, apalagi hanya mengandalkan nama besar dan popularitas orang tua. (Riset: Armiadi Murdiansyah) | Text :  778 characters(avg),  104 words(avg),  159 tokens(avg),  215 tokens(max),  82 tokens (min).   Summary : 366 characters(avg),  49 words(avg),  77 tokens(avg),  97 tokens(max),  57 tokens (min). |
| 456 | Ekosistem Inovasi Teknologi BPPT Dukung Ketahanan Kesehatan Nasional | Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi ( BPPT) bersama Task Force Riset dan Inovasi Teknologi untuk Penanganan Covid-19 (TFRIC19 ) terus berupaya membangun sistem inovasi teknologi yang ditujukan untuk mengatasi seluruh masalah yang multi dimensional. Menurut Kepala BPPT Hammam Riza, di tengah perkembangan kasus positif Covid-19 di Indonesia yang sudah mencapai lebih dari 20 ribu orang, diperlukan peningkatan kemampuan melakukan testing secara mandiri. Saat ini hasil produksi terkini telah berhasil diproduksi sebanyak 50.000 PCR test kit. Rencananya, alat test PCR ini akan diproduksi sebanyak 100.000 unit pada akhir Mei 2020. Alat test PCR yang dikembangkan bersama oleh BPPT, Nusantics dan PT Biofarma ini dirancang dengan target gen deteksi Sarscov-2 sesuai dengan sekuens virus Indonesia. Pengembangan ini sempat terkendala oleh ketersediaan alat reagen yang saat ini masih harus impor. Meski begitu pada akhir Mei 2020 akan rampung didistribusikan ke rumah sakit serta laboratorium yang menguji spesimen Covid-19. Pandemi Covid-19 sebenarnya menyadarkan dan membangunkan kita bahwa kesiapan dan ketahan kesehatan nasional belum mencukupi. TFRIC-19 telah mengembangkan produk inovasi alat kesehatan diantaranya RDT Kit, PCR Test Kit, artificial intelligence untuk deteksi Covid-19, Mobile Lab Bio Safety Lab level 2, dan emergency ventilator. Ekosistem inovasi yang dibangun dalam TFRIC-19 merupakan sinergi dan kerja bersama antara 11 lembaga litbang, 18 perguruan tinggi, 11 asosiasi/komunitas, 3 rumah sakit, 2 industri dan 6 start up. | Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) bersama Task Force Riset dan Inovasi Teknologi untuk Penanganan Covid-19 (TFRIC19) terus berupaya membangun sistem inovasi teknologi yang ditujukan untuk mengatasi seluruh masalah yang multi dimensional.  Menurut Kepala BPPT Hammam Riza, di tengah perkembangan kasus positif Covid-19 di Indonesia yang sudah mencapai lebih dari 20 ribu orang, diperlukan peningkatan kemampuan melakukan testing secara mandiri. “Perlu ada peningkatan kapasitas testing baik itu rapid test maupun PCR test, serta diperlukan mobilisasi dari berbagai fasilitas kesehatan khususnya laboratorium yang memiliki pengecekan terhadap swab test maupun PCR test,” ujarnya dalam konferensi virtual, (22/5).  Saat ini hasil produksi terkini telah berhasil diproduksi sebanyak 50.000 PCR test kit. Rencananya, alat test PCR ini akan diproduksi sebanyak 100.000 unit pada akhir Mei 2020. Alat test PCR yang dikembangkan bersama oleh BPPT, Nusantics dan PT Biofarma ini dirancang dengan target gen deteksi Sarscov-2 sesuai dengan sekuens virus Indonesia. PCR test kit ini mempunyai sensitivitas tinggi terhadap Sarscov-2 dengan menggunakan open system yang bisa digunakan di berbagai alat RTPCR, serta memiliki kemudahan distribusi dengan harga terjangkau.  Telah pula dilakukan distribusi untuk uji komparasi di 10 institusi yakni Mikrobiologi UI, RS Tanggerang, RSND Semarang, RSPI, Litbangkes, Eijkman, Labkesda DKI, Labkes Provinsi Jawa Barat, Kimia Farma, Bio Farma. Proses produksi secara massal ini memanfaatkan fasilitas produksi PT Bio Farma, termasuk untuk proses pengujian, packaging, dan distribusi.  Pengembangan ini sempat terkendala oleh ketersediaan alat reagen yang saat ini masih harus impor. Meski begitu pada akhir Mei 2020 akan rampung didistribusikan ke rumah sakit serta laboratorium yang menguji spesimen Covid-19.  “Pandemi Covid-19 sebenarnya menyadarkan dan membangunkan kita bahwa kesiapan dan ketahan kesehatan nasional belum mencukupi. Kita belum memiliki resilience karena masih bergantung pada bahan baku, alat dan produk impor yang masih tinggi. Sehingga kita seolah-olah belum memiliki daya saing dengan negara lain,” tambah Hammam.  Oleh karena itu, lanjutnya, kita semua perlu mengambil pelajaran mahal karena harus mengakui bahwa industri hulu dan industri antara yang menopang industri manufaktur nasioal belum tumbuh dan berkembang. “inovasi teknologi untuk substitusi impor demi ketahanan nasional, sudah saatnya menjadi prioritas,” tuturnya.  Untuk menunjukkan keseriusan dalam menghasilkan produk inovasi yang bisa menopang upaya pemerintah dalam mengatasi wabah ini, TFRIC-19 telah mengembangkan produk inovasi alat kesehatan diantaranya RDT Kit, PCR Test Kit, artificial intelligence untuk deteksi Covid-19, Mobile Lab Bio Safety Lab level 2, dan emergency ventilator.  Ekosistem inovasi yang dibangun dalam TFRIC-19 merupakan sinergi dan kerja bersama antara 11 lembaga litbang, 18 perguruan tinggi, 11 asosiasi/komunitas, 3 rumah sakit, 2 industri dan 6 start up.  “Semua dilakukan dengan kolaborasi yang saya sebut kolaborasi new normal, tanpa birokrasi yang panjang dan tanpa adanya sekat-sekat penghalang. Kondisi new normal ini diharapkan bisa mendorong terciptanya inovasi dari seluruh stakeholder yang bergerak di ranah atau kompetensi apapun. Perjalanan ini belum selesai, malah mungkin baru di awal,” kata Hammam mengakhiri.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.cco.id | Text :  849 characters(avg),  116 words(avg),  181 tokens(avg),  211 tokens(max),  149 tokens (min).   Summary : 387 characters(avg),  54 words(avg),  84 tokens(avg),  93 tokens(max),  74 tokens (min). |
| 457 | Tica Climate Dukung Ciputra Hospital Memerangi Covid-19 | Bantuan ini merupakan bentuk dukungan terhadap rumah sakit yang memberikan fasilitas isolasi penanganan pasien Covid-19 di Indonesia. Donasi unit pendingin ruangan ini diharapkan menambah kenyamanan ruang isolasi perawatan pasien kedua rumah sakit Grup Ciputra. Tidak hanya bantuan ke Ciputra Hospital, perusahaan tersebut juga memberikan donasi kepada rumah sakit yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia. Ciputra Hospital CitraGarden City Jakarta dan Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang mulai 1 Mei 2020 telah mengoperasikan penambahan ruang isolasi sebanyak 123 bed dan tenda besar untuk tambahan ruang isolasi di Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang dengan kapasitas 87 bed. Sementara itu, Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang mulai 18 Mei 2020 menghadirkan layanan kesehatan keliling atau Ciputra Hospital on The Wheel. Ciputra Hospital akan dimulai pada 18 Mei hingga 18 Juni 2020 di dalam komplek CitraRaya Tangerang yang telah dihuni lebih dari 65.000 jiwa meski tidak menutup kemungkinan ke depannya akan menambah luas area jangkauannya. Wilayah pelayanan Ciputra Hospital on The Wheel akan dimulai pada 18 Mei hingga 18 Juni 2020 di dalam komplek CitraRaya Tangerang. Ciputra Hospital on The Wheel menyediakan mobil keliling ambulans yang dilengkapi dengan tenda yang berfungsi sebagai ruang tunggu pasien, ruang konsultasi dan pemeriksaan fisik, loket pembayaran, dan loket pengambilan obat. Pelayanan mencakup konsultasi dengan dokter umum, pembelian obat, pengambilan sampel laboratorium, hingga konsultasi dengan dokter spesialis. | Bantuan ini merupakan bentuk dukungan terhadap rumah sakit yang memberikan fasilitas isolasi penanganan pasien Covid-19 di Indonesia. Donasi unit pendingin ruangan ini diharapkan menambah kenyamanan ruang isolasi perawatan pasien kedua rumah sakit Grup Ciputra.  Menurut dr. Irwan S. Hermawan, Direktur Ciputra Hospital, donasi ini merupakan program Corporate Social Responsibility (CSR) dari Tica Climate sebagai perusahaan yang fokus pada produksi AC dan clean environment yang peduli Covid-19, terutama terhadap rumah sakit yang telah membangun ruangan perawatan isolasi bagi pasien yang terinfeksi.  Tidak hanya bantuan ke Ciputra Hospital, perusahaan tersebut juga memberikan donasi kepada rumah sakit yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia Rumah Sakit Hermina Kemayoran, Rumah Sakit Cinta Kasih Tzu Chi dan RSUP Dr. M Djamil Padang.  Ia menambahkan, pihaknya segera memasang kedua unit sentral AC tersebut di Ciputra Hospital CitraGarden City Jakarta dan Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang agar bisa menambah kenyamanan pasien yang dirawat di ruang isolasi Covid-19. “Kami akan segera install unit yang didonasikan di Ciputra Hospital guna menambah kapasitas fresh air di ruang isolasi bertekanan negatif yang telah kami sediakan sebelumnya, sehingga menambah kenyamanan pasien dalam perawatan,” jelasnya.  Seperti diketahui, mulai 1 Mei 2020 Ciputra melalui Ciputra Hospital CitraGarden City Jakarta telah mengoperasikan penambahan ruang isolasi sebanyak 123 bed dan tenda besar untuk tambahan ruang isolasi di Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang dengan kapasitas 87 bed.  Sementara itu, Ciputra Hospital CitraRaya Tangerang mulai 18 Mei 2020 menghadirkan layanan kesehatan keliling atau Ciputra Hospital on The Wheel. Program ini bertujuan untuk mendekatkan diri kepada pasien yang memutuskan untuk tetap berada di rumah sesuai anjuran pemerintah.  “Kami memahami ada sebagian pasien Ciputra Hospital yang memilih untuk tetap berada di rumah sesuai dengan anjuran pemerintah agar tidak berkumpul di tempat yang ramai. Oleh karena itu dengan adanya pelayanan keliling ini, pasien kami tetap dapat terlayani dengan baik.” ujar Direktur Ciputra Hospital dr. Ridwan Tjahjadi Lembong. Program ini berjalan dengan tetap menggunakan protokol kesehatan pencegahan Covid-19 dengan antrian menjaga jarak pasien yang berobat atau konsultasi. Wilayah pelayanan Ciputra Hospital on The Wheel akan dimulai pada 18 Mei hingga 18 Juni 2020 di dalam komplek CitraRaya Tangerang yang telah dihuni lebih dari 65.000 jiwa meski tidak menutup kemungkinan ke depannya akan menambah luas area jangkauannya.  Menurutnya, program Ciputra Hospital on The Wheel menyediakan mobil keliling ambulans yang dilengkapi dengan tenda yang berfungsi sebagai ruang tunggu pasien, ruang konsultasi dan pemeriksaan fisik, loket pembayaran, dan loket pengambilan obat. Pelayanan mencakup konsultasi dengan dokter umum, pembelian obat, pengambilan sampel laboratorium, hingga konsultasi dengan dokter spesialis.  Ciputra Hospital on The Wheel juga dilengkapi dengan peralatan sederhana untuk mengambil sampel laboratorium. Pasien yang ingin rapid test Covid-19 juga dapat dilayani dengan melakukan pengambilan sampel dan pemeriksaan di pelayanan kesehatan keliling ini.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  809 characters(avg),  111 words(avg),  154 tokens(avg),  192 tokens(max),  113 tokens (min).   Summary : 387 characters(avg),  54 words(avg),  72 tokens(avg),  82 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 458 | Menuju New Normal, Pemerintah Siapkan Daerah Percontohan | Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional atau Kepala Bappenas Suharso Monoarfa mengatakan pemerintah berencana menentukan daerah contoh yang bisa hidup berdampingan dengan virus Covid-19 dalam rangka New Normal. Menurutnya, hal itu akan ditentukan usai penilaian yang akan dilakukan 14 hari ke depan. Penentuan daerah yang akan menjadi percontohan tersebut, kata dia, harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh WHO. Kriteria kedua adalah kapasitas sistem pelayanan kesehatan yang mensyaratkan kapasitas maksimal tempat tidur rumah sakit dan instalasi gawat darurat untuk perawatan Covid-19 lebih besar dari jumlah kasus baru yang memerlukan perawatan di rumah sakit. Kriteria ketiga adalah surveilans, artinya kapasitas tes swab yang cukup. Oleh karena itu, masyarakat akan menuju normal baru beberapa bulan ke depan atau setidaknya sampai tersedia vaksin dan obat Covid-19 atau kasus Covid-19 dapat ditekan menjadi sangat kecil. Menurutnya, sejumlah daerah yang berdasarkan indikator-indikator yang ada, berpotensi memenuhi kriteria tersebut, diantaranya Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat hingga Bali. | Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional atau Kepala Bappenas Suharso Monoarfa mengatakan pemerintah berencana menentukan daerah contoh yang bisa hidup berdampingan dengan virus Covid-19 dalam rangka New Normal. Menurutnya, hal itu akan ditentukan usai penilaian yang akan dilakukan 14 hari ke depan.  "Kami akan lihat nanti dalam dua minggu ke depan, mana daerah yang kira bagus untuk menjadi contoh dan itulah yang kita inginkan ke depan," kata Suharso dalam diskusi virtual Kamis, 21 Mei 2020.  Penentuan daerah yang akan menjadi percontohan tersebut, kata dia, harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO. Kriteria pertama dan menjadi syarat mutlak adalah epidemiologi, yaitu Angka Reproduksi Efektif kurang dari 1 selama dua minggu berturut-turut. Artinya, angka kasus baru telah menurun setidaknya selama dua minggu berturut-turut.  Kriteria kedua adalah kapasitas sistem pelayanan kesehatan yang mensyaratkan kapasitas maksimal tempat tidur rumah sakit dan instalasi gawat darurat untuk perawatan Covid-19 lebih besar dari jumlah kasus baru yang memerlukan perawatan di rumah sakit. Kriteria ketiga adalah surveilans, artinya kapasitas tes swab yang cukup.  Sesuai dengan kriteria tersebut, beberapa daerah yang telah memenuhi kriteria dapat melakukan penyesuaian PSBB. Namun demikian, penerapan protokol Covid-19 sebagai New Normal atau menuju Normal Baru harus tetap diterapkan secara ketat. Pemantauan pelaksanaan protokol harus dilakukan secara rutin dan evaluasi terhadap dampak kebijakan juga dilakukan. Jika kemudian kasus kembali meningkat, maka pelaksanaan PSBB dapat diterapkan kembali.  “Jika Angka Reproduksi Efektif kurang dari 1 dan penurunan kasus yang diikuti dengan pengurangan PSBB, bukan berarti virus sudah hilang, tetapi penyebaran virus sudah dapat dikendalikan," ujarnya.  Oleh karena itu, masyarakat akan menuju normal baru beberapa bulan ke depan atau setidaknya sampai tersedia vaksin dan obat Covid-19 atau kasus Covid-19 dapat ditekan menjadi sangat kecil.  "Ketiga hal itu dipenuhi, dia memenuhi kriteria, maka dia boleh masuk ke New Normal artinya dia bisa kendalikan virus dan bahkan ada potensi bisa turunkan sampai nol," kata Suharso.  Menurutnya, sejumlah daerah yang berdasarkan indikator-indikator yang ada, berpotensi memenuhi kriteria tersebut, diantaranya Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat hingga Bali.  "Jakarta ada kecenderungan baik, juga karena didampingi ahli epistemologi yang memberikan pedoman dan hitung, sehingga saya ingin katakan kami akan gunakan Jakarta sebagai acuan. Bali itu baik sekali," ujar dia.  Sumber: Tempo.co | Text :  877 characters(avg),  121 words(avg),  169 tokens(avg),  173 tokens(max),  164 tokens (min).   Summary : 376 characters(avg),  51 words(avg),  72 tokens(avg),  81 tokens(max),  62 tokens (min). |
| 459 | GB Sanitaryware Donasi APD untuk RSD Wisma Atlet | Aksi sosial ini diapresiasi AKBP Drs. H. Sunarto, M.Si, Apt, Kepala Bagian Instalasi Farmasi RSD Wisma Atlet. Sunarto mengatakan, banyak donasi APD yang diberikan, tetapi tidak memenuhi syarat karena pori-pori bahannya terlalu besar, sehingga dokter dan perawat tidak mau memakainya karena khawatir virusnya akan masuk ke tubuh. Ia menguraikan bahwa dalam sehari di RSD Wisma Atlet rata-rata masuk 500 pasien, bahkan pernah 1.000 pasien, pastinya dokter dan perawat sehari membutuhkan 500 pakaian APD, yang setelah dipakai langsung dibuang. Sheilla Fitri, Corporate Communication GB Sanitaryware, sumbangan APD ini tidak banyak, namun sesuai dengan standar SNI dan Kemenkes RI. Sebelumnya, GB Sanitaryware melakukan bakti sosial dengan memberikan paket sembako untuk warga Medan Satria Bekasi. Yapto Wijaya SH, General Manager GB Sanitaryware, menjelaskan, Banyak dari masyarakat khawatir jika ingin memberikan bantuan ke Wisma Atlet berada di zona merah. Padahal tidak, ini berbeda gedung bahkan jauh. | Aksi sosial ini diapresiasi AKBP Drs. H. Sunarto, M.Si, Apt, Kepala Bagian Instalasi Farmasi RSD Wisma Atlet. “Alhamdulilah bantuan setiap hari ada saja baik dari APD maupun makanan. Tetapi ada baiknya jika ada yang ingin memberikan sumbangan APD harus memenuhi syarat yang langsung berhubungan dengan pasien. Seperti dokter dan perawat yang kontak langsung dengan para pasien,” ujar Sunarto.  Sunarto mengatakan, banyak donasi APD yang diberikan, tetapi tidak memenuhi syarat karena pori-pori bahannya terlalu besar, sehingga dokter dan perawat tidak mau memakainya karena khawatir virusnya akan masuk ke tubuh. “Selain APD kami juga membutuhkan masker N95, kacamata, sepatu boot dan lainnya. Hal ini kami sampaikan agar masyarakat dan perusahaan yang ingin berdonasi tepat sasaran,” tuturnya.  Walau demikian Sunarto mengatakan bahwa APD dan peralatan lain yang sudah terlanjur masuk jika tidak memenuhi standar, tetap digunakan khusus di tower Zona Hijau yang dipakai untuk cleaning servis, tukang masak dan lain-lain.  Ia menguraikan bahwa dalam sehari di RSD Wisma Atlet rata-rata masuk 500 pasien, bahkan pernah 1.000 pasien, pastinya dokter dan perawat sehari membutuhkan 500 pakaian APD, yang setelah dipakai langsung dibuang.  “Selain itu kami juga butuh sekali alkohol, yang dalam sehari memerlukan 350 liter alkohol, untuk digunakan setelah dokter dan perawat selesai menangani pasien, akan disemprotkan alkohol yang telah dicampur menjadi desinfektan,” katanya.  Sheilla Fitri, Corporate Communication GB Sanitaryware, sumbangan APD ini tidak banyak, namun sesuai dengan standar SNI dan Kemenkes RI. "Sebelum kami memberikan donasi ini, kami ke sini dulu membawa APD, agar apa yang kami donasikan ini memang benar-benar dibutuhkan oleh para dokter dan perawat,” terangnya.  Sebelumnya, GB Sanitaryware melakukan bakti sosial dengan memberikan paket sembako untuk warga Medan Satria Bekasi. Yapto Wijaya SH, General Manager GB Sanitaryware, menjelaskan, “Banyak dari masyarakat khawatir jika ingin memberikan bantuan ke Wisma Atlet berada di zona merah. Padahal tidak, ini berbeda gedung bahkan jauh.”  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  701 characters(avg),  100 words(avg),  156 tokens(avg),  228 tokens(max),  72 tokens (min).   Summary : 333 characters(avg),  47 words(avg),  76 tokens(avg),  83 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 460 | BNP Paribas AM dan Citibank Dukung Penanganan Covid-19 | Dana sosial masing-masing sebesar Rp 250 juta ini disalurkan kepada Palang Merah Indonesia dan UNICEF Indonesia guna mendukung upaya organisasi-organisasi tersebut dalam menangani dampak penyebaran COVID-19 dengan menyediakan Alat Pelindung Diri (APD), program pendidikan kesehatan, sanitasi, perlindungan dan pendidikan untuk anak-anak, serta pelayanan kesehatan darurat. Batara Sianturi, CEO Citi Indonesia menambahkan, reksadana ini merupakan bagian dari upaya berkelanjutan Citi untuk memberikan dampak yang bermakna serta positif bagi masyarakat di wilayah perusahaan beroperasi. Penyaluran donasi ini dilakukan bersama dengan mempertimbangkan dampak pandemi COVID-19 terhadap masyarakat, proses seleksi dan wawancara yang menyeluruh atas kualitas dan pelaksanaan program. BNP Paribas AM adalah bagian dari Grup BNP Paribas yang mana di Indonesia, BNP Paribas juga telah menyalurkan donasi sekitar Rp 6 miliar untuk bantuan darurat terkait pandemi COVID-19 di Indonesia antara lain berupa 2 mesin uji PCR (polymerase chain reaction) untuk RSUP Persahabatan dan RSUD Cengkareng, guna mendukung tes COVID-19 yang lebih luas untuk masyarakat. | Dana sosial masing-masing sebesar Rp 250 juta ini disalurkan kepada Palang Merah Indonesia dan UNICEF Indonesia guna mendukung upaya organisasi-organisasi tersebut dalam menangani dampak penyebaran COVID-19 dengan menyediakan Alat Pelindung Diri (APD), program pendidikan kesehatan, sanitasi, perlindungan dan pendidikan untuk anak-anak, serta pelayanan kesehatan darurat.  Maya Kamdani, Direktur PT BNP Paribas AM, mengatakan, penyaluran dana sosial ini merupakan bentuk nyata kepedulian perusahaan terhadap situasi yang dihadapi oleh masyarakat saat ini dan bagian dari fokusnya terhadap investasi bertema SRI di Indonesia. Hal ini juga sejalan dengan visi BNP Paribas AM dan Citi Indonesia untuk memberikan kontribusi sosial kepada masyarakat. Adapun BNP Paribas IDX30 Filantropi dirilis eksklusif melalui Citi Indonesia sejak 1 Maret 2019.  Batara Sianturi, CEO Citi Indonesia menambahkan, reksadana ini merupakan bagian dari upaya berkelanjutan Citi untuk memberikan dampak yang bermakna serta positif bagi masyarakat di wilayah perusahaan beroperasi. Dengan memperhatikan pilar kemanusiaan, sosial budaya, pendidikan, literasi keuangan dan pemberdayaan ekonomi, serta dengan mempertimbangkan kondisi saat ini, Citi memutuskan untuk memprioritaskan aspek kemanusiaan guna membantu Indonesia mengatasi keadaan yang menantang saat ini.  Penyaluran donasi ini dilakukan bersama dengan mempertimbangkan dampak pandemi COVID-19 terhadap masyarakat, proses seleksi dan wawancara yang menyeluruh atas kualitas dan pelaksanaan program, serta manfaat yang diberikan oleh organisasi-organisasi yang terpilih tersebut terhadap masyarakat.  “Dengan konteks pandemi saat ini, kami percaya bahwa penggabungan investasi berkelanjutan dan kontribusi sosial ke dalam solusi investasi menjadi semakin penting untuk menunjukkan bagaimana industri keuangan dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat” kata Maya.  BNP Paribas AM adalah bagian dari Grup BNP Paribas yang mana di Indonesia, BNP Paribas juga telah menyalurkan donasi sekitar Rp 6 miliar untuk bantuan darurat terkait pandemi COVID-19 di Indonesia antara lain berupa 2 mesin uji PCR (polymerase chain reaction) untuk RSUP Persahabatan dan RSUD Cengkareng, guna mendukung tes COVID-19 yang lebih luas untuk masyarakat. Selain itu, sebagai bentuk kepedulian dan penghormatan kepada para petugas kesehatan menyediakan penginapan dan tempat istirahat untuk 200 petugas kesehatan RSUD Cengkareng and RSPI Sulianti Saroso. | Text :  821 characters(avg),  107 words(avg),  155 tokens(avg),  172 tokens(max),  134 tokens (min).   Summary : 381 characters(avg),  50 words(avg),  78 tokens(avg),  93 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 461 | Pemerintah Siapkan Skenario New Normal, Ini Kata Pengusaha | Pelaku usaha menyambut rencana pemerintah untuk menetapkan tatanan hidup new normal dan hidup bersama Covid-19. Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Shinta W. Kamdani mengatakan standar operasional dan prosedur (SOP) untuk mulai berkegiatan secara terbatas tengah disusun oleh setiap sektor usaha menyesuaikan kebijakan pelonggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di masing-masing daerah. Shinta mengatakan skenario new normal membutuhkan masa transisi atau penyesuaian bagi pelaku usaha, pekerja, dan masyarakat. Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) bidang Energi, Minyak, dan Gas, Bobby Gafur Umar menyampaikan penerapan skenario new normal tak terhindarkan, karena kondisi pelaku usaha yang kian terhimpit. Pemberlakuan tatanan baru pun kata Bobby tak serta merta memulihkan perekonomian secara total. Ekonom Center of Reform on Economics (CORE) Indonesia, Piter Abdullah mengatakan meski aktivitas ekonomi akan bergerak kembali, kinerja perekonomian nasional tidak bisa sepenuhnya diselamatkan. Sebab, operasional dunia usaha masih bersifat terbatas sehingga pendapatan maupun konsumsi belum akan normal seperti sedia kala. | Pelaku usaha menyambut rencana pemerintah untuk menetapkan tatanan hidup new normal dan hidup bersama Covid-19. Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Shinta W. Kamdani mengatakan standar operasional dan prosedur (SOP) untuk mulai berkegiatan secara terbatas tengah disusun oleh setiap sektor usaha menyesuaikan kebijakan pelonggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di masing-masing daerah. “SOP dan protokol kesehatan harus diterapkan sebagai pra syarat sebelum dibuka kembali,” ujar Shinta, Rabu 20 Mei 2020.  Shinta menuturkan pada dasarnya seluruh sektor usaha telah siap beroperasi kembali, baik perkantoran, ritel, hingga pusat perbelanjaan. “Kami menunggu instruksi pemerintah untuk dapat segera mulai beroperasi,” katanya. Perusahaan BUMN yang telah lebih dulu menyusun SOP dan protokol akan menjadi percontohan bagi korporasi swasta untuk memulai bekerja di tengah pandemi yang masih berlangsung seperti saat ini.  Shinta mengatakan skenario new normal membutuhkan masa transisi atau penyesuaian bagi pelaku usaha, pekerja, dan masyarakat.  Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) bidang Energi, Minyak, dan Gas, Bobby Gafur Umar menyampaikan penerapan skenario new normal tak terhindarkan, karena kondisi pelaku usaha yang kian terhimpit. “Saat ini pengusaha tetap harus bayar kewajiban seperti tagihan listrik, cicilan bank, sedangkan cashflow berenti, kalau terus begini perusahaan bisa bangkrut,” ucapnya.  Bobby mengatakan berdasarkan perhitungan asosiasi kapasitas dunia usaha untuk bertahan di tengah masa PSBB sudah semakin sulit. “Prediksi kami bulan Juni sudah susah sekali kalau ekonomi tidak segera berputar.”  Pemberlakuan tatanan baru pun kata Bobby tak serta merta memulihkan perekonomian secara total. “Risikonya masih banyak, kalau pun dibuka nanti secara umum baru akan pulih 20-30 persen dari aktivitas normal,” katanya. “Tapi tetap butuh dibuka pelan-pelan karena supaya tidak benar-benar berhenti dan menyebabkan recovery semakin lambat.”  Ekonom Center of Reform on Economics (CORE) Indonesia, Piter Abdullah mengatakan meski aktivitas ekonomi akan bergerak kembali, kinerja perekonomian nasional tidak bisa sepenuhnya diselamatkan. Sebab, operasional dunia usaha masih bersifat terbatas sehingga pendapatan maupun konsumsi belum akan normal seperti sedia kala.  Sumber: Tempo.co | Text :  779 characters(avg),  104 words(avg),  156 tokens(avg),  186 tokens(max),  133 tokens (min).   Summary : 388 characters(avg),  51 words(avg),  74 tokens(avg),  84 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 462 | Cara PTTEP dan Dompet Dhuafa Cegah Tangkal Corona | Perusahaan migas asal Negeri Gajah Putih mendukung gelaran konser amal untuk kemanusiaan CEKAL Corona di Indonesia. PTT Exploration and Production ( PTTEP) berkomitmen mendorong masyarakat Indonesia agar segera pulih dan bangkit dari kondisi pandemi Covid-dengan berdonasi sekitar Rp638,60 juta melalui Dompet Dhuafa dalam rangkaian konser raya berupa program bantuan penyaluran Alat Pelindung Diri (APD), Rapid Test, Paket Pangan Sehat Ratusan rapid test diberikan bagi warga yang memiliki status ODP dan PDP covid-19 namun memiliki keterbatasan biaya untuk menjalani test. Salah satu upaya pencegahan penyebaran Covid-19 adalah adanya pemeriksaan / deteksi dini terhadap orang dengan gejala. Jika terdeteksi lebih cepat, maka penanganan yang dilakukan pun akan lebih mudah dan penyebaran bisa diminalisir karena segera melakukan tindakan isolasi. Manajemen PTTEP bisa merasakan bagaimana derasnya cucuran keringat tim medis dalam menangani pasien covid-19. APD yang akan diberikan adalah bentuk apresiasi dan penghormatan terhadap mereka. Irwan juga berharap pandemi segera berakhir dan menghimbau masyarakat untuk tetap menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah sehingga meminimalisir penyebaran Covid-19. Kemitraan PTTEP dan Dompet Dhuafa terjalin sejak tahun 2014 dengan mendirikan Gerai Sehat Rorotan ( GSR ), sebuah layanan kesehatan cuma – cuma yang diperuntukkan bagi masyarakat prasejahtera. Kini, GSR sudah beroperasi dan merayakan milad genap ke 5 tahun, "Kami bersama PTTEP dalam konser raya ini berikhtiar membantu meringankan masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19. Harapannya, dana yang kami peroleh mampu memberikan manfaat yang besar serta menolong setiap simpul kerentanan yang dihadapi masyarakat. | Perusahaan migas asal Negeri Gajah Putih mendukung gelaran konser amal untuk kemanusiaan CEKAL (Cegah Tangkal) Corona di Indonesia. PTT Exploration and Production (PTTEP) berkomitmen mendorong masyarakat Indonesia agar segera pulih dan bangkit dari kondisi pandemi Covid-dengan berdonasi sekitar Rp638,60 juta melalui Dompet Dhuafa dalam rangkaian konser raya berupa program bantuan penyaluran Alat Pelindung Diri (APD), Rapid Test, Paket Pangan Sehat yang akan didistribusikan di wilayah Jakarta Utara.  APD diberikan kepada puluhan tenaga medis yang kini masih berjuang sebagai perantara kesembuhan pasien. APD tersebut meliputi Hazmat Suit, Goggle Glass, Surgical Mask, Hand Gloves, Face Shield, dan Safety Boots. Faktanya sampai dengan saat ini kebutuhan APD masih diperlukan oleh tenaga medis karena semakin banyak pasien dengan status Orang Dalam Pantauan (ODP), Pasien Dalam Pengawasan (PDP) maupun positif terinfeksi Covid-19.  Ratusan rapid test diberikan bagi warga yang memiliki status ODP dan PDP covid-19 namun memiliki keterbatasan biaya untuk menjalani test. Salah satu upaya pencegahan penyebaran Covid-19 adalah adanya pemeriksaan / deteksi dini terhadap orang dengan gejala. Jika terdeteksi lebih cepat, maka penanganan yang dilakukan pun akan lebih mudah dan penyebaran bisa diminalisir karena segera melakukan tindakan isolasi.  Adapun paket pangan sehat diberikan kepada warga terdampak diwilayah Cilincing, Jakarta Utara, yang saat ini menghadapi tantangan untuk membeli makanan pokok utama yang sehat dan bergizi dikarenakan kehilangan pekerjaan dan usaha yang gulung tikar. Jangankan berpikir masa depan, untuk sekadar mencukupi kebutuhan hidup sehari pun warga hari ini harus berpikir lebih panjang.  Manajemen PTTEP bisa merasakan bagaimana derasnya cucuran keringat tim medis dalam menangani pasien covid-19. APD yang akan diberikan adalah bentuk apresiasi dan penghormatan terhadap mereka. "Kami pun bisa merasakan getirnya masyarakat yang kini tengah berjuang melawan keterpurukan ekonomi. Dalam masa krisis seperti ini, kewajiban kita untuk saling membantu dan menguatkan termasuk salah satunya mendukung konser raya untuk kemanusiaan. Semoga bantuan yang kami berikan bisa menumbuhkan kembali semangat untuk bangkit dan bertahan,“ tutur Irwan Mardelis, Public Affairs and Relation Officer PTTEP.  Irwan juga berharap pandemi segera berakhir dan menghimbau masyarakat untuk tetap menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah sehingga meminimalisir penyebaran Covid-19.  Kemitraan PTTEP dan Dompet Dhuafa terjalin sejak tahun 2014 dengan mendirikan Gerai Sehat Rorotan (GSR), sebuah layanan kesehatan cuma – cuma yang diperuntukkan bagi masyarakat prasejahtera. Kini, GSR sudah beroperasi dan merayakan milad genap ke 5 tahun,  "Kami bersama PTTEP dalam konser raya ini berikhtiar membantu meringankan masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19. Harapannya, dana yang kami peroleh mampu memberikan manfaat yang besar serta menolong setiap simpul kerentanan yang dihadapi masyarakat, ” ujar Herdiansah, Direktur CSR Dompet Dhuafa Social Enterprise. | Text :  769 characters(avg),  104 words(avg),  161 tokens(avg),  215 tokens(max),  137 tokens (min).   Summary : 433 characters(avg),  58 words(avg),  91 tokens(avg),  118 tokens(max),  70 tokens (min). |
| 463 | Rp 21,9 Triliun, Hasil Restrukturisasi Kredit Nasabah Terdampak Covid-19 Astra Financial | Suparno Djasmin dengan santai memulai diskusi dengan sejumlah pemimpin redaksi media massa nasional. Topik diskusi tentang kondisi industri otomotif nasional, khususnya dari sisi pembiayaan untuk pembelian motor dan mobil. Pada diskusi secara virtual melalui video conference tersebut, Suparno, Director-In-Charge Astra Financial, ditemani oleh pucuk pimpinan tiga perusahaan pembiayaan Astra Financial Lembaga jasa keuangan bidang pembiayaan di bawah Grup Astra International itu telah melakukan relaksasi kredit konsumen untuk mendukung program Pemerintah dalam membantu masyarakat terdampak pendemi Covid-19. Untuk ikut berkontribusi membantu para nasabah atau pelanggan dari tiga perusahaan pembiayaan Astra Financial, lembaga jasa keuangan bidang pembiayaan di bawah Grup Astra International itu telah melakukan relaksasi kredit konsumen. Setelah Presiden RI mengumumkan program tersebut pada 24 Maret 2020, yang diikuti oleh kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 30 Maret 2020, maka sejak itu seluruh Perusahaan Pembiayaan (PP) yang tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) yang berjumlah 183 PP, menindaklanjuti program tersebut. Kami mengapresiasi langkah Pemerintah atas inisiasi stimulus perekonomian nasional sebagai kebijakan untuk menangani pandemi Covid-19. Sejak awal, kami berkomitmen untuk mendukung kondisi bangsa dan negara Indonesia untuk segera kembali ke situasi normal. Arahan dari Pemerintah dan OJK kami komunikasikan dengan baik kepada para nasabah di seluruh Lembaga Jasa Keuangan yang tergabung dalam Astra Financial. Suparno yang juga Direktur PT Astra International Tbk tersebut menambahkan, Kami bersyukur hingga 17 Mei 2020 atau 1,5 bulan setelah peraturan restrukturisasi tersebut diimplementasikan, total restrukturisasi yang disetujui di 3 Perusahaan Pembiayaan Astra Financial, yaitu ACC dan TAF serta FIFGROUP mencapai Rp 21,9 triliun yang dilakukan untuk 792.000 nasabah yang tersebar di seluruh provinsi. Perusahaan Pembiayaan telah melakukan restrukturisasi kredit sebesar Rp 52,9 triliun dari 1.793.352 kontrak yang disetujui oleh perusahaan pembiayaan. Sehingga nilai restrukturisasi 3 perusahaan pembiayaan Astra Financial mencapai 41% dari total industri pembiayaan di Indonesia. Pembiayaan Roda Empat Restrukturisasi yang dilakukan ACC sepanjang 1,5 bulan tersebut mencapai Rp 11,0 triliun dari sekitar 78.000 kontrak. Solusi yang disediakan ACC, juga dirasakan para nasabah yang melakukan restrukturisasi, karena pengajuan dilakukan secara online, tidak perlu ke cabang. Presiden Direktur TAF Agus Prayitno: Dalam kondisi Covid-19 ini, kami berharap kita semua stay safe and healthy. Senada dengan Nurhiwayati, Trian Handayana konsumen ACC lainnya, yang sudah menjadi nasabah selama 3 tahun mengatakan, Di bulan Maret saya mengalami kesulitan pembayaran sehingga dari ACC ada yang menagih. Saya jelaskan kondisi dan keadaan saya saat ini. Akhirnya ada kebijakan dari ACC melalui penawaran yang bisa menangguhkan angsuran. Agus Prayitno mengatakan bahwa jumlah kontrak yang berhasil diselesaikan oleh TAF selama 1,5 bulan ini mencapai sekitar 30.993 kontrak dengan nilai mencapai Rp 4,2 triliun. Salah satu nasabah TAF yang mendapat restrukturisasi, Fridaswadi, menyatakan, Saya menjadi nasabah TAF sejak 2010 dan sudah melakukan pengambilan ketiga di TAF. Usaha kami terdampak Covid-19, sehingga saya mengajukan restrukturisasi. Alhamdulilah disetujui dan menurut saya, prosesnya cepat. Pembiayaan Roda Dua FIFGROUP, sejak awal April 2020 hingga 17 Mei 2020, telah menyetujui relaksasi senilai Rp 6,7 triliun yang dilakukan untuk 683.000 nasabah, tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Pembiayaan Roda Dua FIFGROUP atau PT Federal International Finance, sejak awal April 2020 hingga 17 Mei 2020, telah menyetujui relaksasi senilai Rp 6,7 triliun. CEO FIFGROUP, Margono Tanuwijaya, menyatakan, Mari kita bersama-sama melakukan apa yang terbaik dari kita semua untuk bangsa Indonesia. FIFGROUP dengan jaringan network yang tersebar di seluruh Indonesia berkomitmen untuk terus mendukung kebijakan Pemerintah dan juga memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh nasabah di tengah masa dan tantangan yang sulit ini. Umar Faruk, 29 tahun, nasabah FIFGROUP cabang Balikpapan, yang merupakan driver ojek online mengatakan, Jujur saya terharu, karena saya pikir prosesnya pakai biaya dan pasti susah serta ribet. Ternyata tidak ada biaya sama sekali dan saya dilayani dengan cepat bahkan oleh kepala cabang langsung. Saya puas dan bahagia dan semangat lagi untuk menghidupi keluarga. Seorang pengemudi ojek online (Gojek) menandatangani pengajuan relaksasi kredit di cabang FIFGROUP Jakarta dalam protokol kesehatan Covid-19. Sejak awal April 2020 hingga 18 Mei 2020, FIFGROUP telah menyetujui relaksasi senilai Rp 6,7 triliun untuk 683.000 nasabah di seluruh di Indonesia. Begitu pula Chie Jie Min, 46 tahun, pengusaha kuliner yang mengalami penurunan order sampai 40%. Bantuan tersebut berawal dari program FIFGROUP yang menyalurkan dana sosial syariah sebanyak 45.300 paket sembako untuk masyarakat sekitar kantor pusat dan kantor cabang senilai Rp 9,1 miliar ke 620 titik di seluruh Indonesia dari tanggal 07 – 20 April 2020. Sedangkan, bantuan untuk karyawan yang berjumlah 30.210 paket sembako berasal dari dana koperasi FIFGROUP senilai Rp 5,8 miliar. Astra Financial menyerahkan 10.000 paket sembako senilai Rp 2,0 miliar ke provinsi Sumatera Utara yang langsung diterima oleh Gubernur Edy Rahmayadi pada tanggal 14 April 2020 dalam bentuk bantuan kepada masyarakat Medan dan luar Medan. Selanjutnya, pada tahap ke-3 Astra Financial menyalurkan sembako di seluruh Indonesia kecuali Medan dan luar cabang FIFGROUP. Jumlah sembako yang disalurkan tersebut mencapai 15.960 paket. | Di Rabu pagi yang cerah itu, Suparno Djasmin dengan santai memulai diskusi dengan sejumlah pemimpin redaksi media massa nasional. Topik diskusi tentang kondisi industri otomotif nasional, khususnya dari sisi pembiayaan untuk pembelian motor dan mobil. Pada diskusi secara virtual melalui video conference tersebut, Suparno, Director-In-Charge Astra Financial, ditemani oleh pucuk pimpinan tiga perusahaan pembiayaan Astra Financial, yaitu yaitu PT Astra Sedaya Finance (ACC), PT Toyota Astra Financial Services (TAF), serta PT Federal International Finance (FIFGROUP). “Covid-19 harus diakui memang memberikan dampak luar biasa bagi semua pihak,” ujar Abong, panggilan akrab Suparno, membuka diskusi. Misalnya, untuk penjualan mobil secara nasional, pada bulan April 2020 dibandingkan bulan yang sama tahun lalu, itu hanya tinggal sekitar 10%.  Jadi, dampaknya memang benar-benar luar biasa. Dan dampak itu otomatis juga berimbas pada lembaga pembiayaan yang membiayai pembelian mobil dan motor. Selain adanya penurunan drastis dari sisi pendapatan, juga ada persoalan dari sisi kredit bermasalah yang dialami oleh para nasabah pembeli mobil dan motor secara kredit – karena usaha mereka juga terdampak oleh Covid-19.  Untuk ikut berkontribusi membantu para nasabah atau pelanggan dari tiga perusahaan pembiayaan Astra Financial, lembaga jasa keuangan bidang pembiayaan di bawah Grup Astra International itu telah melakukan relaksasi kredit konsumen untuk mendukung program Pemerintah dalam membantu masyarakat terdampak pendemi Covid-19.  Setelah Presiden RI mengumumkan program tersebut pada 24 Maret 2020, yang diikuti oleh kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 30 Maret 2020, maka sejak itu seluruh Perusahaan Pembiayaan (PP) yang tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) yang berjumlah 183 PP, menindaklanjuti program tersebut. Begitu juga dengan tiga perusahaan pembiayaan ritel yang ada dalam Astra Financial, yaitu ACC dan TAF untuk pembiayaan kendaraan roda empat, serta FIFGROUP untuk pembiayaan kendaraan roda dua.  Siswadi, Presiden Direktur ACC: “Sesuai dengan visi ACC, ’To become the 1st choice financing company with total solution.' (Foto: ACC).  “Kami mengapresiasi langkah Pemerintah atas inisiasi stimulus perekonomian nasional sebagai kebijakan untuk menangani pandemi Covid-19. Sejak awal, kami berkomitmen untuk mendukung kondisi bangsa dan negara Indonesia untuk segera kembali ke situasi normal. Arahan dari Pemerintah dan OJK kami komunikasikan dengan baik kepada para nasabah di seluruh Lembaga Jasa Keuangan yang tergabung dalam Astra Financial,” ujar Suparno Djasmin.  Suparno yang juga Direktur PT Astra International Tbk tersebut menambahkan: “Kami bersyukur hingga 17 Mei 2020 atau 1,5 bulan setelah peraturan restrukturisasi tersebut diimplementasikan, total restrukturisasi yang disetujui di 3 Perusahaan Pembiayaan Astra Financial, yaitu ACC dan TAF serta FIFGROUP mencapai Rp 21,9 triliun yang dilakukan untuk 792.000 nasabah yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia.” Hal ini diungkap Suparno pada acara Silaturahim dan Sharing Session bersama Pemimpin Redaksi dengan Tema : “Bincang-Bincang Relaksasi Kredit Multifinance Bagi Terdampak Covid-19” melalui zoom meeting, Rabu, 20 Mei 2020 yang dihadiri oleh 47 pimpinan media, yang terdiri dari 42 pemimpin redaksi dan 5 redaktur.  Menurut keterangan resmi OJK pada 17 Mei 2020, Perusahaan Pembiayaan telah melakukan restrukturisasi kredit sebesar Rp 52,9 triliun dari 1.793.352 kontrak yang disetujui oleh perusahaan pembiayaan. Sehingga nilai restrukturisasi 3 perusahaan pembiayaan Astra Financial mencapai 41% dari total industri pembiayaan di Indonesia.  Pembiayaan Roda Empat  Restrukturisasi yang dilakukan ACC sepanjang 1,5 bulan tersebut mencapai Rp 11,0 triliun dari sekitar 78.000 kontrak. Siswadi, Presiden Direktur ACC, mengatakan bahwa “Sesuai dengan visi ACC, yaitu ’To become the 1st choice financing company with total solution,’ ACC selalu berkomitmen untuk memberikan solusi terbaik secara menyeluruh kepada pelanggan. Tidak hanya pada saat awal pembiayaan, namun di saat-saat sulit seperti ini, ACC tetap memberikan solusi terbaik bagi pelanggan melalui Program Simpati Bencana COVID-19 dari ACC.”  Solusi yang disediakan ACC, juga dirasakan para nasabah yang melakukan restrukturisasi, karena pengajuan dilakukan secara online, tidak perlu ke cabang. “Terus terang saya merasa terbantu sekali. Pengajuan di ACC nyaman sekali karena cukup mendaftarkan rescheduling melalui email dan tidak perlu ke kantor ACC,” ungkap Nurhiwayati yang merupakan nasabah ACC Cabang Makassar.  Presiden Direktur TAF Agus Prayitno: “Dalam kondisi Covid-19 ini, kami berharap kita semua stay safe and healthy". (Foto: Marketeers)  Senada dengan Nurhiwayati, Trian Handayana konsumen ACC lainnya, yang sudah menjadi nasabah selama 3 tahun mengatakan: “Di bulan Maret saya mengalami kesulitan pembayaran sehingga dari ACC ada yang menagih. Saya jelaskan kondisi dan keadaan saya saat ini. Akhirnya ada kebijakan dari ACC melalui penawaran yang bisa menangguhkan angsuran. Itu sangat membantu. Saya disarankan mengikuti program reschedule. Kebijakan tersebut meringankan saya yang sedang dalam keadaan ekonomi yang sulit. Terima kasih ACC,” ujar Trian Handayana.  Sementara itu, Presiden Direktur TAF Agus Prayitno menambahkan: “Dalam kondisi Covid-19 ini, kami berharap kita semua stay safe and healthy. Dalam rangka membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan, terutama akibat dampak pandemi Covid-19 ini, maka TAF telah aktif menawarkan program restrukturisasi bagi nasabah terdampak. TAF akan terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah, baik itu terhadap end customer maupun dealer."  Agus Prayitno mengatakan bahwa jumlah kontrak yang berhasil diselesaikan oleh TAF selama 1,5 bulan ini mencapai sekitar 30.993 kontrak dengan nilai mencapai Rp 4,2 triliun.  Salah satu nasabah TAF yang mendapat restrukturisasi, Fridaswadi, menyatakan: “Saya menjadi nasabah TAF sejak 2010 dan sudah melakukan pengambilan ketiga di TAF. Usaha kami terdampak Covid-19, sehingga saya mengajukan restrukturisasi. Alhamdulilah disetujui dan menurut saya, prosesnya cepat.”  Cerita satu lagi dari Rudi Drajat, pemilik usaha bahan bangunan di Surabaya, yang mengajukan relaksasi dengan tujuan untuk memberikan keringanan terhadap pembayaran cicilan. “Saat kondisi Covid-19, kondisi perdagangan saya nol, tidak ada order terhadap usaha saya di bidang supplier bahan bangunan. Para kontraktor tidak sanggup membayar karena banyak jadwal pekerjaannya yang dihentikan sehingga pembayaran terhenti. Oleh karena itu, saya mengajukan retstrukturisasi melalui web TAF dan prosesnya dari awal relatif cepat.”  CEO FIFGROUP, Margono Tanuwijaya: FIFGROUP akan selalu mendukung kebijakan Pemerintah untuk membantu masyarakat terdampak Covid-19. Semangat itu tertuang dalam motto Astra: Sejahtera Bersama Bangsa." (Foto: Marketeers).    Pembiayaan Roda Dua  FIFGROUP atau PT Federal International Finance, sejak awal April 2020 hingga 17 Mei 2020, telah menyetujui relaksasi senilai Rp 6,7 triliun yang dilakukan untuk 683.000 nasabah, tersebar di seluruh provinsi di Indonesia.  CEO FIFGROUP, Margono Tanuwijaya, menyatakan: “Mari kita bersama-sama melakukan apa yang terbaik dari kita semua untuk bangsa Indonesia. FIFGROUP dengan jaringan network yang tersebar di seluruh Indonesia berkomitmen untuk terus mendukung kebijakan Pemerintah dan juga memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh nasabah di tengah masa dan tantangan yang sulit ini,” ujar Margono. “Dengan semangat kehati-hatian dan spirit membangun Indonesia, FIFGROUP akan selalu mendukung kebijakan Pemerintah untuk membantu masyarakat terdampak Covid-19. Semangat itu tertuang dalam motto Astra: Sejahtera Bersama Bangsa,” tambahnya.  Margono mengatakan dalam kondisi seperti ini, kita harus turun bersama-sama membantu nasabah yang mengalami kesulitan. Justru di saat mereka tertimpa bencana seperti ini, kita harus memberikan sebuah solusi agar aktifitas kehidupan mereka terus berlanjut.  Tidak Ada Biaya Relaksasi  Umar Faruk, 29 tahun, nasabah FIFGROUP cabang Balikpapan, yang merupakan driver ojek online mengatakan, “Jujur saya terharu, karena saya pikir prosesnya pakai biaya dan pasti susah serta ribet. Ternyata tidak ada biaya sama sekali dan saya dilayani dengan cepat bahkan oleh kepala cabang langsung. Saya puas dan bahagia dan semangat lagi untuk menghidupi keluarga, karena kalau pakai biaya, saya tidak akan mampu, apalagi dengan order yang menurun jauh.”  Hal yang sama dirasakan juga oleh nasabah FIFGROUP Cabang Jayapura Erna Fenetruma, 23 tahun, yang awalnya kurang bersemangat karena pendapatan menurun dari bulan-bulan sebelumnya, setelah kantornya tutup. Ia merasa terharu dan dan terbantu oleh program relaksasi yang tidak memungut biaya apapun. “Saya puas, pelayanannya pun cepat, dipermudah dan saya menghimbau agar nasabah FIFGROUP lain yang senasib bisa memanfaatkannya untuk membantu kehidupan ke depan,” tutur Erna.  Seorang pengemudi ojek online (Gojek) menandatangani pengajuan relaksasi kredit di cabang FIFGROUP Jakarta dalam protokol kesehatan Covid-19. Sejak awal April 2020 hingga 18 Mei 2020, FIFGROUP telah menyetujui relaksasi senilai Rp 6,7 triliun untuk 683.000 nasabah di seluruh di Indonesia. (Foto: FIFGROUP).  Begitu pula Chie Jie Min, 46 tahun, pengusaha kuliner yang mengalami penurunan order sampai 40%, yang merupakan nasabah FIFGROUP cabang Batam. “Begitu saya datang ke cabang, tentu dengan protokol Covid-19, saya langsung dilayani dengan cepat. Saya sangat bersyukur tidak ada biaya satu perakpun yang saya keluarkan,” ungkap Chie.  CSR Astra Financial  Director-In-Charge Astra Financial Suparno Djasmin mengatakan bahwa Astra Financial secara bertahap telah menyerahkan bantuan sembako mulai April 2020 hingga 18 Mei 2020. “Hingga 18 Mei 2020, kami telah menyalurkan 71.260 paket sembako senilai Rp 14,25 miliar di lebih dari 842 titik di seluruh Indonesia,” tutur Suparno Djasmin.  Bantuan tersebut berawal dari program FIFGROUP yang menyalurkan dana sosial syariah sebanyak 45.300 paket sembako untuk masyarakat sekitar kantor pusat dan kantor cabang senilai Rp 9,1 miliar ke 620 titik di seluruh Indonesia dari tanggal 07 – 20 April 2020. Sedangkan, bantuan untuk karyawan yang berjumlah 30.210 paket sembako berasal dari dana koperasi FIFGROUP senilai Rp 5,8 miliar.  Selain itu, FIFGROUP juga ikut menyumbang Alat Pelindung Diri (APD) ke warga Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan, Polres Metro Jakarta Selatan, Bekasi, Jayapura, Pematang Siantar, Majalengka dan Bangka Barat, berupa matras, hazmat, masker, hand gloves, disinfektan, hand sanitizier, google dan masker kain senilai Rp 203 juta.  Kemudian, secara bersama-sama Astra Financial (FIFGROUP, ACC, TAF, Komatsu Astra Finance-KAF, Asuransi Astra, Sedaya Multi Investama-SMI) menyerahkan 10.000 paket sembako senilai Rp 2,0 miliar ke provinsi Sumatera Utara yang langsung diterima oleh Gubernur Edy Rahmayadi pada tanggal 14 April 2020 dalam bentuk bantuan kepada masyarakat Medan dan luar Medan.  Selanjutnya, pada tahap ke-3 Astra Financial menyalurkan sembako di seluruh Indonesia kecuali Medan dan luar cabang FIFGROUP. Jumlah sembako yang disalurkan tersebut mencapai 15.960 paket untuk pulau Jawa, Bali, Sulawesi, Kalimantan, Papua, dan sebagian Sumatera, sehingga total paket sembako Astra Financial mencapai 71.260 yang disebarkan di seluruh Indonesia senilai Rp 14,3 miliar.  swa.co.id | Text :  764 characters(avg),  105 words(avg),  170 tokens(avg),  245 tokens(max),  86 tokens (min).   Summary : 383 characters(avg),  53 words(avg),  80 tokens(avg),  103 tokens(max),  65 tokens (min). |
| 464 | Zilingo Jalin Kerja Sama Donasi Kampanye KitaBisa.com | Untuk menyambut hari raya Idul Fitri di tengah pandemi COVID-19, Zilingo turut mendukung kampanye terbaru 'Keluarga Asuh ' milik Kitabisa.com. Zilingo mengambil bagian dalam kampanye ini dengan menyumbangkan 12.000 pakaian beserta produk baru lainnya untuk membantu para pekerja informal dan keluarga dengan kebutuhan pokok hingga tiga bulan ke depan. Zilingo turut serta dengan menghadirkan sedikit kebahagiaan kepada sesama lewat 12.000 pakaian, sepatu, dan aksesori baru yang akan didistribusikan dengan bantuan Kitabisa.com dan para mitranya kepada para penerima bantuan program 'Keluarga Asuh' yang tinggal di Jakarta dan daerah sekitarnya. Adapun kampanye 'Keluarga Asuh' dapat diakses di laman https://kitabisa.com/campaign/keluargaasuh hingga 30 Juni 2020. Inisiatif bersama ini bertujuan untuk mengumpulkan dana untuk pengadaan Alat Pelindung Diri bagi para tenaga kesehatan Indonesia yang tengah berada di garis depan melawan pandemi COVID-19 hingga 22 Mei 2020. Inisiatif bersama ini bertujuan untuk mengumpulkan dana untuk pengadaan Alat Pelindung Diri bagi para tenaga kesehatan Indonesia yang tengah berada di garis depan melawan pandemi COVID-19. | Untuk menyambut hari raya Idul Fitri di tengah pandemi COVID-19, Zilingo turut mendukung kampanye terbaru 'Keluarga Asuh' milik Kitabisa.com. Zilingo mengambil bagian dalam kampanye ini dengan menyumbangkan 12.000 pakaian beserta produk baru lainnya untuk membantu para pekerja informal dan keluarga dengan kebutuhan pokok hingga tiga bulan ke depan.  Ade Yuanda Saragih, VP and Country Head Zilingo, menyampaikan bahwa bulan Ramadan tahun ini terasa sangat berbeda dari tahun sebelumnya, khususnya bagi para saudara dan saudari kita yang kehidupannya turut terdampak oleh pandemi global ini.  “Kami berharap inisiatif ini dapat membantu meringankan beban mereka dengan dukungan dan bantuan yang memadai sehingga mereka dapat merayakan hari raya Idulfitri yang tak terlupakan bersama keluarga tercinta dengan aman di rumah mereka. Kami juga mengapresiasi upaya berkelanjutan dari Kitabisa.com yang senantiasa mendukung Indonesia melalui masa yang penuh tantangan ini,” kata Ade.  Sebagai platform teknologi pendukung rantai pasok industri fesyen, Zilingo turut serta dengan menghadirkan sedikit kebahagiaan kepada sesama lewat 12.000 pakaian, sepatu, dan aksesori baru yang akan didistribusikan dengan bantuan Kitabisa.com dan para mitranya kepada para penerima bantuan program ‘Keluarga Asuh’ yang tinggal di Jakarta dan daerah sekitarnya.  “Kami mengapresiasi Zilingo dan seluruh pelanggan yang terus membantu menghadapi krisis ini bersama kami. Karena kami percaya dengan saling membantu tentu kita akan kuat bersama di masa pandemi ini,” ujar Alfatih Timur, CEO Kitabisa.com.  Adapun kampanye ‘Keluarga Asuh’ dapat diakses di laman https://kitabisa.com/campaign/keluargaasuh hingga 30 Juni 2020. Sementara Bagi mereka yang ingin berbagi kebaikan di bulan Ramadan juga dapat bergabung dengan upaya penggalangan di kitabisa.com/campaign/zilingoidpeduli.  Inisiatif bersama ini bertujuan untuk mengumpulkan dana untuk pengadaan Alat Pelindung Diri bagi para tenaga kesehatan Indonesia yang tengah berada di garis depan melawan pandemi COVID-19 hingga 22 Mei 2020.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  685 characters(avg),  92 words(avg),  140 tokens(avg),  193 tokens(max),  42 tokens (min).   Summary : 386 characters(avg),  52 words(avg),  80 tokens(avg),  96 tokens(max),  72 tokens (min). |
| 465 | AP II Siapkan Pemeriksaan Digital Dokumen Penumpang | PT Angkasa Pura ( AP II ) menyiapkan sistem digital untuk memeriksa dokumen calon penumpang yang akan melakukan penerbangan. Saat penerbangan dibatasi karena pandemi Covid-19, penumpang dengan kepentingan harus melengkapi dokumen agar diizinkan melakukan perjalanan. Saat ini penumpang datang ke bandara untuk kemudian dilakukan pengecekan secara manual oleh petugas. AP II tengah menyiapkan keseluruhan protokol tatanan baru yang akan disampaikan kepada Kementerian BUMN pada 25 Mei 2020. Penerapan protokol tersebut berdasarkan keputusan pemerintah dan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. Penerapan protokol tersebut berdasarkan keputusan pemerintah dan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. | PT Angkasa Pura (AP) II (Persero) menyiapkan sistem digital untuk memeriksa dokumen calon penumpang yang akan melakukan penerbangan. Saat penerbangan dibatasi karena pandemi Covid-19, penumpang dengan kepentingan harus melengkapi dokumen agar diizinkan melakukan perjalanan.  “Saat ini penumpang datang ke bandara untuk kemudian dilakukan pengecekan secara manual oleh petugas. Kami tengah menyiapkan supaya ke depannya seluruh dokumen yang dipersyaratkan bisa diunggah ke aplikasi Indonesia Airports. Setelah mengunggah dokumen, penumpang akan mendapat QR Code,” kata Awaluddin, Selasa (19/5) malam.  Dia menjelaskan, prosedur keberangkatan penumpang pesawat kemungkinan besar menjadi tatanan baru bagi industri penerbangan di tengah pandemi global Covid-19. Untuk itu, Awaluddin menegaskan AP II menyiapkan sistem tersebut agar pelaksanaannya dapat sederhana namun tetap ketat melalui digitalisasi.  “Digitalisasi dalam pemeriksaan dokumen penumpang pesawat di tengah pembatasan penerbangan ini juga menjadi salah satu program smart airport AP II,” ujar Awaluddin.  Dia memastikan saat ini AP II tengah menyiapkan keseluruhan protokol tatanan baru yang akan disampaikan kepada Kementerian BUMN pada 25 Mei 2020. Penerapan protokol tersebut berdasarkan keputusan pemerintah dan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19.  Sumber: Republika.co.id | Text :  670 characters(avg),  86 words(avg),  126 tokens(avg),  165 tokens(max),  88 tokens (min).   Summary : 353 characters(avg),  46 words(avg),  64 tokens(avg),  66 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 466 | Apresiasi untuk Tim Medis RS Darurat Wisma Atlet yang Tidak Mudik | Pandemi Covid-19 terjadi di lebih dari 200 negara di dunia. Di Indonesia sendiri boleh dibilang sudah merata dan beberapa daerah masuk dalam kategori tanggap darurat Covid-19, seperti DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat dan Jawa Tengah. Wabah Covid-19 ini, bertepatan juga dengan Lebaran 2020, menjadikan tradisi mudik tahun ini berbeda dari tahun sebelumnya dan ditambah lagi pada tanggal 24 April 2020, resmi diumumkan larangan pelaksanaan mudik Lebaran oleh pemerintah. Tentang bagaimana hubungan kita dengan keluarga, keakraban dan silaturahmi yang tetap terjalin dengan keluarga walaupun tidak bisa bertatap muka. Lebaran di rumah aja, tetap nikmat dan istimewa. Sebagai bentuk nyata, pada kesempatan ini Monde bersyukur karena masih diberikan kesempatan untuk memberikan apresiasi bagi para dokter, perawat dan petugas yang berada di Rumah Sakit Darurat Covid-19 Wisma Atlet. Lebaran kali ini berbeda, kamu jadi gak bisa bertemu keluarga di kampung halaman. Namun tetap terasa istimewa, karena kamu mendapatkan banyak keluarga baru lewat perjuangan bersama, demi kebaikan Indonesia. Demikian pesan kami untuk tim medis, ungkap dia. | Pandemi Covid-19 terjadi di lebih dari 200 negara di dunia. Di Indonesia sendiri boleh dibilang sudah merata dan beberapa daerah masuk dalam kategori tanggap darurat Covid-19, seperti DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat dan Jawa Tengah.  Wabah Covid-19 ini, bertepatan  juga dengan Lebaran 2020, menjadikan tradisi mudik tahun ini berbeda dari tahun sebelumnya dan ditambah lagi pada tanggal 24 April 2020, resmi diumumkan larangan pelaksanaan mudik Lebaran oleh pemerintah. Sebagai warga negara yang taat sebaiknya kita tunduk dan menghormati peraturan pemerintah demi kebaikan dan pemulihan Indonesia.  General Manager PT Monde Mahkota Biskuit, Christian Eka menyampaikan pada momen ini turut mendukung program pemerintah dengan meluncurkan pesan “Originalnya Lebaran, gak harus ketemuan”. Originalitas Lebaran bukan terletak pada tradisi mudik ataupun kumpul bersama, tapi tentang momen-momen indah di masa lalu, masa sekarang dan masa depan.  Tentang bagaimana hubungan kita dengan keluarga, keakraban dan silaturahmi yang tetap terjalin dengan keluarga walaupun tidak bisa bertatap muka. Lebaran di rumah aja, tetap nikmat dan istimewa. Sebagai bentuk nyata, pada kesempatan ini Monde bersyukur karena masih diberikan kesempatan untuk memberikan apresiasi bagi para dokter, perawat dan petugas yang berada di Rumah Sakit Darurat Covid-19 Wisma Atlet. Perjuangan mereka sebagai garda terdepan kemanusiaan, sangat perlu diberikan acungan jempol.  Nissin Wafers bekerja sama dengan BNPB (Nadan Nasional Penanggungan Bencana), memberikan apresiasi berupa ribuan paket Lebaran Nissin Wafersnya Silaturahmi, yang bertuliskan “ Buat kamu yang gak mudik, untukmu hampers cantik“.  Paket Lebaran inj berisikan produk Nissin Wafers Chocolate Kaleng, masker cantik, Seitz Destec Hand Sanitizer Gel dan kartu ucapan Lebaran untuk memotivasi para dokter maupun perawat yang telah berjuang untuk mengatasi wabah ini.  "Lebaran kali ini berbeda, kamu jadi gak bisa bertemu keluarga di kampung halaman. Namun tetap terasa istimewa, karena kamu mendapatkan banyak keluarga baru lewat perjuangan bersama, demi kebaikan Indonesia. Demikian pesan kami untuk tim medis," ungkap dia. | Text :  719 characters(avg),  100 words(avg),  151 tokens(avg),  216 tokens(max),  55 tokens (min).   Summary : 378 characters(avg),  54 words(avg),  73 tokens(avg),  91 tokens(max),  49 tokens (min). |
| 467 | Sambut New Normal, BNI Akan Maksimalkan Layanan Digital | Direktur Layanan dan Jaringan BNI Adi Sulistyowati mengatakan, perseroan akan lebih mendorong kepada fitur dan layanan digital guna mendukung program tersebut. Hal itu akan lebih diintensifkan pada outlet-outlet konvensional BNI. Saat perbankan kembali beroperasi dengan fase new normal, BNI akan melakukan perampingan di gerai konvensional. BNI akan menjalankan aturan karyawan di atas 45 tahun untuk bekerja dari rumah atau work for home. Sementara untuk usia kurang dari 45 tahun dapat menjalani aktivitas di kantor. Meski demikian, perusahaan tetap memberikan penugasan dan target yang bisa dijalankan selama karyawan berada di rumah. Bahkan, BNI sudah menyiapkan skenario terburuk apabila ada karyawannya yang terinfeksi virus corona. | Direktur Layanan dan Jaringan BNI Adi Sulistyowati mengatakan, perseroan akan lebih mendorong kepada fitur dan layanan digital guna mendukung program tersebut. Hal itu akan lebih diintensifkan pada outlet-outlet konvensional BNI.  “Terkait dengan operasional pembukaan outlet, akan menyesuaikan dengan instruksi terkait dengan keadaan suatu daerah terhadap PSBB-nya. Kenyamanan dan pelayanan nasabah berbasis protokol Covid-19 diutamakan,” kata dia saat paparan kuartal I 2020 BNI, Selasa 19 Mei 2020.  Sulistyowati mengatakan, saat perbankan kembali beroperasi dengan fase new normal, BNI akan melakukan perampingan di gerai konvensional. Perusahaan akan melakukan perubahan tatanan pekerja dari tatap muka menjadi lebih ke sistem digital. Ini diharapkan dapat mengubah pola pikir dan tatanan layanan yang biasa menjadi lebih efektif dan menerapkan protokol kesehatan.  Kemudian, BNI juga akan menjalankan aturan karyawan di atas 45 tahun untuk bekerja dari rumah atau work for home. Sementara untuk usia kurang dari 45 tahun dapat menjalani aktivitas di kantor. Meski demikian, perusahaan tetap memberikan penugasan dan target yang bisa dijalankan selama karyawan berada di rumah. Bahkan, BNI sudah menyiapkan skenario terburuk apabila ada karyawannya yang terinfeksi virus corona.  Guna meningkatkan kapabilitas SDM, BNI juga menerapkan program gaya hidup sehat di lingkungan perkantoran seperti jaga jarak fisik, penggunaan masker, penyediaan hand sanitizer, dan penyemprotan desinfektan di outlet dan mesin ATM. "Kita juga memberikan bantuan program dengan memberikan uang makan bagi pegawai yang bekerja di kantor," ucap Sulistyowati.  Sumber: Tempo.co | Text :  826 characters(avg),  112 words(avg),  165 tokens(avg),  166 tokens(max),  164 tokens (min).   Summary : 369 characters(avg),  52 words(avg),  71 tokens(avg),  75 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 468 | Compassionate Leadership dalam Situasi Pandemi | Sejak work from home karena pandemi, sore hari setelah selesai virtual meeting dengan tim, menyiram tanaman menjadi kemewahan tersendiri. Aktivitas ini menjadi salah satu pelepas stres sejenak dari pikiran penat kapan pandemi akan berakhir. Teringat hasil riset CHCD PPM Manajemen yang menunjukkan 80% responden mengalami gejala stres dalam musibah Covid-19. Dalam situasi pandemi saat ini bukanlah masa-masa mudah untuk dilalui setiap orang. Hampir semua orang mengalami stres baik mereka yang masih bekerja di kantor maupun mereka yang sudah menjalani work from home. Lalu, gaya kepemimpinan apa yang dianggap tepat dalam situasi pandemi seperti ini? Thupten Jinpa, mendefinisikan compassion sebagai sikap mental yang erat kaitannya dengan komitmen, rasa tanggung jawab dan saling menghargai. Ia menyebutkan tiga komponen dalam compassionate, termasuk aspek kognitif (I understand you), affective (I feel for you) dan motivational (I want to help you). Sebuah survei yang dilakukan Rasmus Hougaard bersama koleganya pada 1000 leaders, 91% responden menyatakan bahwa compassion merupakan hal yang sangat penting dalam kepemimpinan, 80% responden berkomitmen akan meningkatkan compassion mereka meski mereka sendiri belum sepenuhnya paham bagaimana implementasinya. Salah satu yang menyadari pentingnya compassion dalam organisasi adalah Karen Daveis. Karyawan dalam organisasi akan concern dan mengingat bagaimana perlakuan perusahaan terhadap orang pada situasi sulit seperti ini. Leaders yang menerapkan compassionate leadership akan melahirkan loyalitas karyawan dan pelanggan yang long lasting. Monica dan Dunton (2017) dalam bukunya, Awakening Compassion at Work. Compassion merupakan source of strategic advantage Compassion memberikan kontribusi positif kepada kekuatan financial perusahaan, profitability, serta customer retention pada masa downsizing Compassionate business unit menunjukkan kinerja keuangan yang lebih tinggi serta employee dan customer retention yang lebih tinggi. Compassion mendorong human-based collective capabilities dengan mendorong terwujudnya kreatifitas serta budaya belajar yang akan menciptakan sustainable competitive advantage. Compassion lebih daripada emotion, Compassionate leadership erat kaitannya dengan empat proses yang penting di dalamnya yaitu noticing, meaning, feeling dan acting. Compassionate leadership adalah memimpin dengan perilaku mengasihi dan memberikan makna serta tujuan hidup yang berarti bagi team members. Berikut ini adalah empat proses dalam compassionate leadership yang dapat dijadikan acuan bagi Anda sebagai leaders. Dalam berjalannya diskusi, Mona mendapat telepon dari kerabatnya yang memberikan kabar bahwa sepupu Mona yang terkena kanker otak telah meninggal 10 menit lalu. Spontan Mona menangis saat menerima telepon. Rudy masih duduk di kursi kerjanya saat itu, ia mendengarkan semua percakapan Mona dengan sepupunya di telepon. Sebagian leader di dalam organisasi merasa terlalu sibuk dikejar deadline dan target bisnis, sehingga mereka merasa mendengarkan keluhan karyawan adalah membuang waktu. Dalam masa pandemi ini, sebagian leader merasa ini adalah saat yang tepat untuk memberikan atensi secara tulus, sebagian yang lain, merasa bahwa ini adalah saat yang tepat menekan karyawan. Kemampuan noticing memang tidak selalu dapat dibentuk secara instan, namun seperti pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kemampuan ini learnable, dapat dipelajari. Penderitaan karyawan yang tidak dapat dideteksi dengan baik tidak akan pernah memunculkan compassion bagi sang leader. Monica dan Dutton menyebutkan bahwa Noticing ini menjadi pintu pembuka munculnya compassion dalam pekerjaan, dalam diri seorang leader. Meski terlihat simple, paying attention pada penderitaan orang lain bukanlah hal yang mudah. There was a real norm in our department of modesty and always presenting a good face Keep your skeletons at home You're not supposed to have a personal life You're supposed to take care of business. Nina Sismoko, salah seorang eksekutif di Silicon Valley menyebutkan bahwa pada akhirnya ia menyadari bahwa karyawan datang ke kantor mencari sebuah makna dan tujuan. Nina mendapati bahwa tujuan dan makna yang diinginkan oleh karyawan bukanlah sesempurna memberantas kemiskinan di suatu negara, namun lebih kepada human-centerred dan meringankan penderitaan karyawan. Riset yang dilakukan Nina juga menunjukkan bahwa pengalaman yang terkait dengan compassion, termasuk memberi perhatian, menerima perlakuan baik dan sikap menghargai dari orang lain, serta menyaksikan praktik organisasi berdasarkan compassion memberi dampak signifikan terhadap keinginan karyawan untuk stay di dalam organisasi Sebagai seorang leader, dalam situasi sulit saat ini, Anda dituntut dapat menjaga moral karyawan untuk tetap positif, terutama dalam masa pandemi seperti sekarang, selain itu Anda diminta untuk menjadi leader yang supportive dan penuh pengertian terhadap kondisi tim kerja Anda. Sebagian lain merasa terlalu lelah karena dalam durasi lama harus melakukan zoom meeting nonstop secara marathon untuk mengejar bisnis dalam situasi sulit. Untuk karyawan wanita, dengan kebijakan work from home, karena mereka hadir secara fisik di rumah, mungkin keluhannya adalah mereka harus mengerjakan pekerjaan rumah yang cukup menyita waktu disamping harus menyelesaikan target pekerjaan. Sebagai makhluk sosial, mungkin sebagian orang dalam tim Anda yang menjalani work from home saat ini, terisolasi dari rekan-rekan kantor secara fisik, merasa tidak terlalu termotivasi, apalagi virus belum menunjukkan grafik yang menurun saat ini. Maka lakukan komunikasi dengan tim Anda secara rutin, tunjukkan kepada mereka bahwa Anda peduli kepada kesulitan yang mereka hadapi. Jika kita sering mendengar kata empati, yaitu kemampuan memahami perasaan orang lain, maka compassion bukan hanya memahami orang lain, namun melakukan suatu tindakan yang didasari dengan respect kepada tim. Esensinya adalah mengambil sebuah tindakan, memahami mereka dengan penuh empati, yang akan membuat compassionate leaders berhasil. Mengubah mindset dari your problem menjadi let’s resolve this together. Contoh nyata pernah penulis alami, saat baru saja bergabung selama 3 hari dengan PPM Manajemen. Penulis mengatakan kepadanya harus menuju ke RS menemui Ibunda dan Kepala Departemen saat itu tidak dapat dihubungi. Seketika itu juga kolega penulis menyatakan bahwa I will talk to your Dept Head later, now you go to your Mom, she needs you more, you just go help her. Hope segalanya is fine with her. | Ratu Eneng Kusumaningrat  Sore itu seperti biasa, penulis tengah menikmati “me time” menghirup aroma air menyentuh tanah, dengan menyiram halaman di depan rumah. Sejak work from home karena pandemi, sore hari setelah selesai virtual meeting dengan tim, menyiram tanaman menjadi kemewahan tersendiri. Aktivitas ini menjadi salah satu pelepas stres sejenak dari pikiran penat kapan pandemi akan berakhir.  Teringat hasil riset CHCD PPM Manajemen yang menunjukkan bahwa 80% responden mengalami gejala stres dalam musibah Covid-19. Survei dilakukan kepada kurang lebih 2500 responden karyawan dari seluruh Indonesia. Sebagian besar responden, yaitu 59% menyatakan penyebab terbesar stres adalah adanya kekhawatiran mereka akan kesehatan dan keselamatan anggota keluarga dari ganasnya Covid-19.  Selanjutnya, responden mengharapkan beberapa hal dari perusahaan, yaitu 48% responden mengharapkan adanya kebijakan work from home dari perusahaan, kemudian 43% responden menginginkan perusahaan menyediakan kebutuhan perlindungan dari penyebaran virus seperti masker dan hand sanitizer. Selain itu 38% responden menjawab bahwa mereka membutuhkan lingkungan yang aman dari penyebaran virus.  Dari hasil riset di atas, dapat kita lihat bahwa situasi pandemi saat ini bukanlah masa-masa mudah untuk dilalui setiap orang. Hampir semua orang mengalami stres baik mereka yang masih bekerja di kantor maupun mereka yang sudah menjalani work from home.  Lalu, gaya kepemimpinan apa yang dianggap tepat dalam situasi pandemi seperti ini? Compassionate leadership adalah salah satu gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan dalam situasi serba tidak menentu seperti saat ini.  Thupten Jinpa, mendefinisikan compassion sebagai “sikap mental yang erat kaitannya dengan komitmen, rasa tanggung jawab dan saling menghargai”. Ia menyebutkan tiga komponen dalam compassionate, termasuk aspek kognitif (I understand you), affective (I feel for you) dan motivational (I want to help you).  Meskipun ada sebagian leaders yang enggan menerapkan budaya compassion dalam organisasinya karena adanya anggapan bahwa compassionate leadership cenderung menunjukkan kepemimpinan yang cengeng dan tidak tegas, namun saat ini sudah banyak leaders dan perusahaan yang “aware” bagaimana compassionate leadership memberikan manfaat yang signifikan terhadap peningkatan moral karyawan di dalam organisasi, bahkan lebih jauh memberi dampak pada naiknya kinerja keuangan perusahaan.  Sebuah survei yang dilakukan Rasmus Hougaard bersama koleganya pada 1000 leaders, 91% responden menyatakan bahwa compassion merupakan hal yang sangat penting dalam kepemimpinan, 80% responden berkomitmen akan meningkatkan compassion mereka meski mereka sendiri belum sepenuhnya paham bagaimana implementasinya.  Salah satu yang menyadari pentingnya compassion dalam organisasi adalah Karen Daveis, dari Service Elements yang menyatakan dalam tulisannya bahwa Compassionate Leadership merupakan gaya kepemimpinan yang tepat dalam masa pandemi Covid-19 saat ini. Sebagai praktisi yang sudah berpengalaman lebih dari 20 tahun dalam bidang jasa industri aviasi, ia menyatakan bahwa situasi pandemi ini adalah situasi yang sangat challenging bagi semua industri.  Namun demikian, saat ini bukanlah saat yang tepat untuk bicara mengenai profit dan revenue ataupun KPI. Ini saatnya memikirkan mengenai “orang”, yaitu tim kerja kita, pelanggan, pengunjung, staf penunjang, keluarga, komunitas.  Karyawan dalam organisasi akan concern dan mengingat bagaimana perlakuan perusahaan terhadap “orang” pada situasi sulit seperti ini. Leaders yang menerapkan compassionate leadership akan melahirkan loyalitas karyawan dan pelanggan yang long lasting.  Monica dan Dunton (2017) dalam bukunya, Awakening Compassion at Work: The Quiet Power That Elevates People and Organizations menyampaikan beberapa manfaat compassionate leadership termasuk:  Compassion merupakan source of strategic advantage Compassion memberikan kontribusi positif kepada kekuatan financial perusahaan, profitability, serta customer retention pada masa downsizing Compassionate business unit menunjukkan kinerja keuangan yang lebih tinggi serta employee dan customer retention yang lebih tinggi Compassion mendorong human-based collective capabilities dengan mendorong terwujudnya kreatifitas serta budaya belajar yang akan menciptakan sustainable competitive advantage Compassion mendorong adanya budaya inovatif, peningkatan service quality, mendorong budaya kolaborasi, meningkatkan loyalitas karyawan, serta meningktakan employee dan customer engagement, dan mendorong kompetensi adaptability to change.  Compassion lebih daripada emotion, Compassionate leadership erat kaitannya dengan empat proses yang penting di dalamnya yaitu noticing, meaning, feeling dan acting. Compassionate leadership adalah memimpin dengan perilaku mengasihi dan memberikan makna serta tujuan hidup yang berarti bagi team members.  Berikut ini adalah empat proses dalam compassionate leadership yang dapat dijadikan acuan bagi Anda sebagai leaders:  Noticing – mengidentifikasi adanya penderitaan (suffer)  Langkah awal dapat dilakukan dengan berusaha mengenali adanya suffer (penderitaan) di sekitar Anda. Berusahalah untuk menjadi lebih peka atas apa yang terjadi di sekeliling Anda.  Sebagai contoh apa yang terjadi pada Mona yang bekerja di suatu perusahaan jasa keuangan, pada akhir minggu lalu. Ia bercerita kepada saya bahwa suatu hari Rudy, managernya memanggil Mona untuk menanyakan progress report yang harus segera diselesaikan dalam akhir bulan ini.  Dalam berjalannya diskusi, Mona mendapat telepon dari kerabatnya yang memberikan kabar bahwa sepupu Mona yang terkena kanker otak telah meninggal 10 menit yang lalu. Spontan Mona menangis saat menerima telepon. Rudy masih duduk di kursi kerjanya saat itu, ia mendengarkan semua percakapan Mona dengan sepupunya di telepon.  Mona menyampaikan kepada Rudy bahwa ia sangat dekat dengan sepupunya yang baru saja meninggal, dan Mona meminta izin untuk pulang lebih cepat agar bisa segera menemui kerabat yang berduka dan mengantarkannya ke tempat peristirahatan terakhir.  Namun, Rudy secara tegas menjawab “report ini sangat penting Mona, dan saya minta kamu menyelesaikan ini dulu. Karena sepupu bukan saudara kandung, kamu bisa mengunjungi keluargamu di weekend nanti.” Mona tidak dapat menahan tangisnya lebih lama lagi, ia bergegas meninggalkan Rudy tanpa kata-kata tidak memperdulikan Rudy.  Sebagian leader di dalam organisasi merasa terlalu sibuk dikejar deadline dan target bisnis, sehingga mereka merasa mendengarkan keluhan karyawan adalah membuang waktu. Dalam masa pandemi ini, sebagian leader merasa ini adalah saat yang tepat untuk memberikan atensi secara tulus, sebagian yang lain, merasa bahwa ini adalah saat yang tepat menekan karyawan agar mereka lebih lagi berkontribusi, no time for listening to their sad stories.  Pada contoh di atas, Rudy terlihat tidak peka dan tidak dapat mendeteksi suffering yang dirasakan oleh Mona. Hal ini mungkin saja terjadi di beberapa perusahan lain, di mana leaders menunjukkan bahwa ia terlalu sibuk dengan target yang harus dicapai, pemenuhan KPI, deadline yang sangat ketat, sehingga tidak memiliki waktu untuk menjadi lebih peka dan berujung bersikap seperti Rudy.  Ia tidak sensitif terhadap apa yang terjadi dengan sekelilingnya. Kemampuan noticing memang tidak selalu dapat dibentuk secara instan, namun seperti pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kemampuan ini learnable, dapat dipelajari.  Penderitaan karyawan yang tidak dapat dideteksi dengan baik tidak akan pernah memunculkan compassion bagi sang leader. Itulah sebabnya Monica dan Dutton menyebutkan bahwa Noticing ini menjadi pintu pembuka munculnya compassion dalam pekerjaan, dalam diri seorang leader.  Meskipun terlihat simple, paying attention pada penderitaan orang lain bukanlah hal yang mudah. Max Bazerman berpendapat bahwa menjadi a great leader adalah leader yang memiliki kemampuan first-class noticing, ia mampu mendeteksi dengan cepat penderitaan lawan bicaranya.  Making meaning of suffering – memaknai penderitaan orang lain dan adanya keinginan membantu meringankan beban orang lain.  Dalam bukunya, Monica dan Dutton juga mengungkapkan puisi:  There was a real norm in our department of modesty and always presenting a good face  Keep your skeletons at home  You’re not supposed to have a personal life  You’re supposed to take care of business  Kurang lebih maknanya, karyawan tidak berhak memiliki kehidupan pribadi, saat bekerja adalah 100% pemikiran dan fisik tidak boleh memikirkan hal lain termasuk memikirkan kehidupan pribadi, karyawan seolah-olah diminta untuk meninggalkan raganya di rumah, dan saat di kantor adalah full mendedikasikan fisik dan mental untuk bisnis.  Nina Sismoko, salah seorang eksekutif di Silicon Valley menyebutkan bahwa pada akhirnya ia menyadari bahwa karyawan datang ke kantor mencari sebuah makna dan tujuan. Mereka tidak akan terinspirasi dan termotivasi jika tujuan organisasi adalah semata-mata hanya mencari profit sebanyak-banyaknya untuk pemegang saham, money, money and money.  Nina mendapati bahwa tujuan dan makna yang diinginkan oleh karyawan bukanlah sesempurna memberantas kemiskinan di suatu negara, namun lebih kepada human-centerred dan meringankan penderitaan karyawan. Riset yang dilakukan Nina juga menunjukkan bahwa pengalaman yang terkait dengan compassion, termasuk memberi perhatian, menerima perlakuan baik dan sikap menghargai dari orang lain, serta menyaksikan praktik organisasi berdasarkan compassion memberi dampak signifikan terhadap keinginan karyawan untuk stay di dalam organisasi.  Feeling emphatic - concern terhadap orang-orang yang mengalami “suffer” di dalam organiasi  Empati sering dianggap sulit diterapkan dalam organisasi. Keinginan atasan untuk memberi atensi lebih pada team member sering terhambat dengan tingginya pressure dan ketakutan tidak tercapainya target bisnis.  Sebagai seorang leader, dalam situasi sulit saat ini, Anda dituntut dapat menjaga moral karyawan untuk tetap positif, terutama dalam masa pandemi seperti sekarang, selain itu Anda diminta untuk menjadi leader yang supportive dan penuh pengertian terhadap kondisi tim kerja Anda.  Ini saatnya yang tepat untuk memahami lebih dalam mengenai tim kerja Anda, saat yang tepat untuk menunjukkan kepedulian Anda dan perusahaan terhadap mereka. Karena situasi pandemi saat ini serba tidak menentu dan tentunya telah memunculkan kecemasan bagi setiap orang.  Meskipun kebijakan perusahaan mungkin telah memberikan kelonggaran dengan menerapkan work from home, namun kadang atasan ataupun perusahaan lupa sebagian karyawan yang menjalankan work from home mungkin juga merasa kesepian, atau bahkan merasa tidak dapat bekerja dengan optimal karena adanya situasi rumah yang tidak mendukung, karena banyak anak-anak, atau mungkin juga sebagian dari mereka tidak punya spot khusus untuk bekerja dengan nyaman di rumah.  Sebagian lain merasa terlalu lelah karena dalam durasi lama harus melakukan zoom meeting nonstop secara marathon untuk mengejar bisnis dalam situasi sulit. Untuk karyawan wanita, dengan kebijakan work from home, karena mereka hadir secara fisik di rumah, mungkin keluhannya adalah mereka harus mengerjakan pekerjaan rumah yang cukup menyita waktu disamping harus menyelesaikan target pekerjaan. Kebutuhan leader yang penuh compassion menjadi sangat urgent saat ini.  Alain Hunkins menyatakan bahwa, ini saatnya menjadi exceedingly human, memberikan penekanan ekstra untuk memanusiakan manusia. Fokus pada orang lalu tugas menjadi yang nomor berikutnya. Seperti apa yang dijelaskan oleh Pak Achmad Fahrozi dalam tulisannya berjudul Tantangan Memimpin Tim Virtual (https://swa.co.id/swa/my-article/tantangan-memimpin-tim-virtual) bahwa “trust” menjadi ingredient yang sangat penting, percayalah setiap orang akan berbuat yang terbaik untuk perusahaan.  Sebagai makhluk sosial, mungkin sebagian orang dalam tim Anda yang menjalani work from home saat ini, terisolasi dari rekan-rekan kantor secara fisik, merasa tidak terlalu termotivasi, apalagi virus belum menunjukkan grafik yang menurun saat ini.  Maka lakukan komunikasi dengan tim Anda secara rutin, tunjukkan kepada mereka bahwa Anda bersama mereka, bahwa Anda peduli kepada kesulitan yang mereka hadapi. Namun ingat, komunikasi ini sifatnya bukan hanya menagih pekerjaan mereka, namun mencoba memposisikan diri pada posisi mereka serta menawarkan bantuan saat diperlukan.  4. Taking action – mengambil langkah konkrit meringkankan beban karyawan yang mengalami “suffering”  Jika kita sering mendengar kata empati, yaitu kemampuan memahami perasaan orang lain, maka compassion bukan hanya memahami orang lain, namun melakukan suatu tindakan yang didasari dengan respect kepada tim. Esensinya adalah mengambil sebuah tindakan, memahami mereka dengan penuh empati, yang akan membuat compassionate leaders berhasil. Mengubah mindset dari “your problem” menjadi “let’s resolve this together”.  Contoh nyata pernah penulis alami, saat baru saja bergabung selama 3 hari dengan PPM Manajemen, mendapat musibah, Ibunda mengalami kecelakaan. Panik, dan nobody to talked to selain kolega senior yang berada di ruangan.  Penulis katakan kepadanya harus menuju ke RS menemui Ibunda dan Kepala Departemen saat itu tidak dapat dihubungi. Seketika itu juga kolega penulis menyatakan bahwa “I will talk to your Dept Head later, now you go to your Mom, she needs you more, you just go help her. Hope everything is fine with her”. Penulis kagum dengan leadership beliau sebagai senior, meski bukan atasan langsung, ia telah menunjukkan empati serta dengan melakukan suatu tindakan (action) untuk menolong. Ini adalah salah satu contoh nyata sikap seorang compassionate leader dalam pandangan penulis.  Untuk menjadi compassionate leaders, seseorang harus dapat menjalankan empat proses dalam kepemimpinannya, yaitu noticing (mengidentifikasi) suffering team member, memaknai “penderitaan” yang dialami anggota tim, menunjukkan empathy kepada team member, lalu lakukan sesuatu (action)untuk dapat mengurangi penderitaan team member.  Selamat mencoba menjadi compassionate leaders! | Text :  829 characters(avg),  112 words(avg),  163 tokens(avg),  207 tokens(max),  95 tokens (min).   Summary : 384 characters(avg),  53 words(avg),  76 tokens(avg),  107 tokens(max),  49 tokens (min). |
| 469 | Kementan Gandeng Cap Lang Produksi Massal Antivirus Corona | Kementerian Pertanian melalui Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) resmi menggandeng PT Eagle Indo Pharma sebagai mitra lisensi Balitbangtan dalam memproduksi antivirus corona berbasis eucalyptus. Produsen Cap Lang itu diharapkan bisa mempercepat produksi massal temuan Kementan agar bisa dijangkau masyarakat. Berdasarkan pengujian Balitbangtan, tanaman yang paling efeketif sebagai antivirus corona adalah tanaman eucalyptus dengan kandungan senyawa aktif 1,8 cineol. Terdapat tiga temuan Balitbangtan dalam bentuk produk yang telah mendapatkan nomor paten. Yakni formula aromatik (roll on) antivirus berbasis minyak eucalyptus, ramuan inhaler antivrirus berbasis eucalyptus dan proses pembuatannya, ramuan serbuk eucalyptus nanoenkapsulat antivirus berbasis eucalyptus. Tiga produk yang telah dipatenkan itu akan dikerjasamakan secara ekslusif dengan Cap Lang sehingga bisa diproduksi massal. Balitbangtan akan mendapatkan imbalan royalti atas penjualan produk/teknologi yang dikembangkan. Cap Lang sebagai perusahaan swasta yang telah dikenal diharapkan bisa mempercepat proses produksi untuk membantu upaya pencegahan pandemi Covid-19. Adapun untuk proses uji klinis, Fadjry menuturkan, Balitbangtan telah berkoordinasi langsung dengan Kementerian Kesehatan dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan ( BPOM ). Menurut dia, proses tersebut bisa dilakukan secara paralel karena situasi mendesak. Chief Executive Officer PT Eagle Indo Pharma, Susanti Halim, menambahkan, pihaknya sudah memiliki produk minyak kayu putih serta berbagai produk turunan minyak aromatik yang digunakan konsumen. Cap Lang, kata dia, sudah melakukan uji-uji standar terhadap temuan Kementan dan telah terbukti memiliki senyawa cineol 1,8. | Kementerian Pertanian melalui Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) resmi menggandeng PT Eagle Indo Pharma sebagai mitra lisensi Balitbangtan dalam memproduksi antivirus corona berbasis eucalyptus. Produsen Cap Lang itu diharapkan bisa mempercepat produksi massal temuan Kementan agar bisa dijangkau masyarakat.  "Sejak kita temukan bahwa eucalyptus bisa menjadi antivirus (corona) permintaan cukup banyak. Karena itu kita perlu menggandeng perusahaan supaya ini bisa cepat diproduksi," kata Kepala Balitbangtan Kementan, Fadjry Djufry di Bogor, Senin (18/5).  Berdasarkan pengujian Balitbangtan, tanaman yang paling efeketif sebagai antivirus corona adalah tanaman eucalyptus dengan kandungan senyawa aktif 1,8 cineol. Beberapa prototipe produk sudah diproduksi secara manual oleh Kementan sehingga membutuhkan bantuan swasta untuk komersialisasi.  Ia menuturkan, terdapat tiga temuan Balitbangtan dalam bentuk produk yang telah mendapatkan nomor paten. Yakni formula aromatik (roll on) antivirus berbasis minyak eucalyptus, ramuan inhaler antivrirus berbasis eucalyptus dan proses pembuatannya, ramuan serbuk (kalung antivirus) eucalyptus nanoenkapsulat antivirus berbasis eucalyptus.  Tiga produk yang telah dipatenkan itu akan dikerjasamakan secara ekslusif dengan Cap Lang sehingga bisa diproduksi massal. "Sebagai mitra kerja, Cap Lapng punya kewajiban untuk memproduksi teknologi itu dengan supervisi dari Balitbangtan," kata Fajdry.  Selain itu, terdapat pula temuan keempat yakni minyak atisiri eucalyptus citridora sebagai antivirus terhadap virus avian influenza H5N1, gammacorona virus, dan betacoronavirus yang masih dalam proses pematenan. Namun, temuan tersebut akan dikerjasamakan secara noneksklusif agar bisa digunakan oleh banyak perusahaan.  Fajdry menjelaskan, dari kerja sama lisensi bersama pihak swasta, Balitbangtan akan mendapatkan imbalan royalti atas penjualan produk/teknologi yang dikembangkan. Cap Lang sebagai perusahaan swasta yang telah dikenal diharapkan bisa mempercepat proses produksi untuk membantu upaya pencegahan pandemi Covid-19.  Adapun untuk proses uji klinis, Fadjry menuturkan, Balitbangtan telah berkoordinasi langsung dengan Kementerian Kesehatan dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Menurut dia, proses tersebut bisa dilakukan secara paralel karena situasi mendesak dan sifat produk temuan yang bukan merupakan obat oral.  "Sebetulnya eucalyptus ini kan sudah turun temurun dan puluhan tahun digunakan orang. Hanya yang kita temukan ini bahwa eucalyptus bisa digunakan sebagai antivirus," kata Fajdry.  Ia pun menargetkan proses di BPOM beserta pengujian klinisnya bisa selesai dalam waktu satu bulan ke depan agar produksi oleh Cap Lang bisa segera dimulai.  Chief Executive Officer PT Eagle Indo Pharma, Susanti Halim, menambahkan, pihaknya sudah memiliki produk minyak kayu putih serta berbagai produk turunan minyak aromatik yang digunakan konsumen. Cap Lang, kata dia, sudah melakukan uji-uji standar terhadap temuan Kementan dan telah terbukti memiliki senyawa cineol 1,8.  Hanya saja, pihaknya tak menjelaskan lebih lanjut soal tahapan produksi dan rencana detail komersialisasi. "Kami sudah melakukan uji dan kami percaya produk ini bisa membantu penanggulangan Covid-19," tuturnya.  Sumber: Tempo.co | Text :  818 characters(avg),  106 words(avg),  186 tokens(avg),  229 tokens(max),  114 tokens (min).   Summary : 433 characters(avg),  55 words(avg),  95 tokens(avg),  110 tokens(max),  66 tokens (min). |
| 470 | Dua Bulan Tutup, Mal Siap Dibuka Kembali 8 Juni 2020 | Alphonzus belum bisa memastikan kapan pemerintah siap melonggarakan PSBB agar pusat perbelanjaan diizinkan dibuka kembali. Menurut Alphonzus, pemulihan ekonomi memang perlu dilakukan setelah hampir tiga bulan terpuruk akibat pandemi Covid-19. Alphonzus menilai dampak pandemi tersebut sangat memprihatinkan. Ketua APPBI DKI Jakarta Ellen Hidayat mengatakan masih menunggu arahan resmi dari Pemerintah DKI Jakarta soal pembukaan kembali pusat perbelanajaan atau mall. Meski pengelola mall siap setiap saat, Ellen mengatakan hal itu tidak bisa berjalan apabila pemilik gerai belum siap. Wakil Ketua Umum Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) Fetty Kwartati mengatakan juga telah mengirim permohonan kepada pemerintah untuk membuka pusat perbelanjaan sebelum Lebaran. Namun belakangan, Fetty mengatakan asosiasi mengusulkan agar pembukaan pusat perbelanjaan pada 8 Juni mendatang. Saat ini, kata Fetty, protokol kesehatan oleh peritel masih terus dikaji. Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Susiwijono Moegiarso belum bisa memastikan waktu yang tepat untuk membuka pusat perbelanjaan. Sesuai arahan Presiden Joko Widodo, Susiwijono mengatakan pengurangan pembatasan dan pembukaan kegiatan ekonomi akan dilakukan secara bertahap dengan protokol kesehatan yang ketat. Selain itu, keputusan harus mengacu pada fakta dan datayang lengkap dan terukur. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio mengatakan pembukaan kegiatan ekonomi sangat bergantung pada kondisi dan kesiapan daerah masing-masing. Tentunya, persiapan protokol kesehatan harus sesuai dengan yang ditetapkan. Setelah itu, protokol tersebut harus melalui simulasi, soasialisasi, uji coba. Setelah itu, ujar Wisnhnutama, pemerintah baru bisa membukaan kegiatan ekonomi ecara bertahap. | "Kami siap untuk beroperasi kembali setiap saat. Kami telah mempersiapkan protokol kesehatan untuk dilaksanakan secara disiplin," ujar Alphonzus saat dihubungi 18 Mei 2020.  Meski begitu, Alphonzus belum bisa memastikan kapan pemerintah siap melonggarakan PSBB agar pusat perbelanjaan diizinkan dibuka kembali. Menurut Alphonzus, pemulihan ekonomi memang perlu dilakukan setelah hampir tiga bulan terpuruk akibat pandemi Covid-19. Alphonzus menilai dampak pandemi tersebut sangat memprihatinkan.  "Tapi, tentunya tetap harus disertai dengan perhatian terhadap kesehatan masyarakat karena wabah Covid-19 belum berakhir," kata Alphonzus.  Alphonzus mengatakan akan ada pengaturan operasional pusat perbelanjaan baik itu untuk karyawan pusat perbelanjaan, karyawan penyewa, karyawan mitra kerja, dan pengunjung. Beberapa yang harus dipatuhi adalah kewajiban menggunakan masker, pemeriksaan suhu tubuh, pembatasan jarak, dan pembatasan jumlah orang berkumpul.  "Nantinya, akan ada petugas khusus yang akan selalu berkeliling untuk mengingatkan dan menegur semua orang yang belum memenuhi protokol Kesehatan," ujar Alphonzus.  Ketua APPBI DKI Jakarta Ellen Hidayat mengatakan masih menunggu arahan resmi dari Pemerintah DKI Jakarta soal pembukaan kembali pusat perbelanajaan atau mall. Meski pengelola mall siap setiap saat, Ellen mengatakan hal itu tidak bisa berjalan apabila pemilik gerai belum siap. Menurut dia, butuh waktu maksimal sekitar satu pekan sebelum tanggal pembukaan dilakukan bagi para gerai, baik untuk mempersiapkan karyawan dan juga bahan baku makanan atau minuman.  "Untuk itu kami juga minta agar Pemprov DKI dapat segera mengumumkan tentang masalah PSBB yang akan berakhir di tanggal 22 Mei ini, sehingga para tenant cukup waktu untuk memulai kembali usahanya," tutur Ellen.  Wakil Ketua Umum Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) Fetty Kwartati mengatakan juga telah mengirim permohonan kepada pemerintah untuk membuka pusat perbelanjaan sebelum Lebaran. Namun belakangan, Fetty mengatakan asosiasi mengusulkan agar pembukaan pusat perbelanjaan pada 8 Juni mendatang.  "Proposal sebelumnya memang untuk buka sebelum lebaran. Namun, secara waktu kurang memungkinkan jadi dilakukan tanggal penyesuaian mengikuti fase-fase yang ditentukan," ujar Fetty.  Secara paralel, Fetty menuturkan asosiasi mempersiapkan protokol kesehatan yang ketat sesuai permintaan pemerintah untuk implementasi rencana tersebut. Saat ini, kata Fetty, protokol kesehatan oleh peritel masih terus dikaji. Adapun permohonan pembukaan pusat perbelanjaan baru dikirimkan kepada Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. "Karena kegiatan peritel paling banyak di Jakarta," ujar Fetty.  Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Susiwijono Moegiarso belum bisa memastikan waktu yang tepat untuk membuka pusat perbelanjaan. Sesuai arahan Presiden Joko Widodo, Susiwijono mengatakan pengurangan pembatasan dan pembukaan kegiatan ekonomi akan dilakukan secara bertahap dengan protokol kesehatan yang ketat. Selain itu, keputusan harus mengacu pada fakta dan datayang lengkap dan terukur.  "Saat ini semua angka masih dibahas dengan semua kementerian/lembaga terkait dan dengan Gugus Tugas. Supaya dalam pelaksanaannya nanti bisa efektif dan sejalan dengan upaya pencegahan Covid-19," ujar Susiwijono.  Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio mengatakan pembukaan kegiatan ekonomi sangat bergantung pada kondisi dan kesiapan daerah masing-masing. Tentunya, ujar Wishnutama persiapan protokol kesehatan harus sesuai dengan yang ditetapkan. Setelah itu, protokol tersebut harus melalui simulasi, soasialisasi, uji coba. Setelah itu, ujar Wisnhnutama, pemerintah baru bisa membukaan kegiatan ekonomi ecara bertahap.  "Kami sedang koordinasi dengan daerah karena kami harus pastikan kondisi Covid-19 di daerah tersebut dan kesiapan daerah masing-masing dan harus memastikan pelaksanaan dapat terlaksana dengan baik dan aman," ujar Wishnutama.  Sumber: Tempo.co | Text :  793 characters(avg),  102 words(avg),  152 tokens(avg),  185 tokens(max),  113 tokens (min).   Summary : 358 characters(avg),  45 words(avg),  68 tokens(avg),  81 tokens(max),  55 tokens (min). |
| 471 | PLN Siap Jalankan Skenario New Normal Setelah Lebaran | Direktur Utama PLN, Zulkifli Zaini mengatakan, pihaknya tengah menyiapkan diri sesuai arahan dan kebijakan Pemerintah melalui Kementerian BUMN, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, PLN tengah melengkapi protokol bekerja sesuai dengan protokol yang sudah dikeluarkan Pemerintah untuk pegawai yang bekerja dari kantor maupun dari rumah. Sejak awal virus ini melanda Indonesia, PLN memiliki tugas atau tanggung jawab untuk menyediakan listrik kepada masyarakat. Selama pemberlakuan WFH, PLN terus memonitor kondisi setiap pegawainya, seperti petugas mendapatkan makanan sehat dan vitamin tambahan selama bertugas pada jam kerja. PLN menambah unit Control System sebagai cadangan (Mirroring ) untuk memastikan pasokan listrik kepada masyarakat tidak terganggu. Zulkifli memastikan, bahwa fungsi-fungsi pelayanan yang dibutuhkan masyarakat dalam hal kelistrikan tetap berjalan normal dengan prosedur pelayanan dijalankan mengikuti protokol kesehatan. PLN juga melakukan dukungan dan bantuan yang diperlukan untuk penanganan Covid seperti penyediaan APD bagi petugas medis, dan pembentukan Satgas Covid-19 yang dikoordinasikan oleh Kantor Pusat. Sementara itu, Perseroan mencatat laba bersih Rp4,32 triliun sepanjang 2019. Adapun laba operasi setelah subsidi pemerintah sebesar Rp44,16 triliun dengan EBITDA tahun 2019 Rp81,66 triliun. Dengan kondisi tarif yang tidak naik sepanjang 2019, Perseroan membukukan pendapatan usaha Rp285,64 triliun atau meningkat 4,67% dari tahun sebelumnya. rasio elektrifikasi nasional dapat digenjot dari 98,3% di tahun 2018 menjadi 98,89% pada akhir tahun 2019. Secara operasional, hingga akhir tahun 2019, perusahaan berhasil menambah kapasitas terpasang pembangkit sebesar 4.588 Mega Watt (MW) dari 57.646 MW pada 2018 menjadi 62.234 MW pada 2019. Jaringan transmisi khususnya untuk evakuasi daya pembangkit yang telah beroperasi meningkat 6.211 kilometer sirkuit (kms). | Direktur Utama PLN, Zulkifli Zaini mengatakan, pihaknya tengah menyiapkan diri sesuai arahan dan kebijakan Pemerintah melalui Kementerian BUMN, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, PLN tengah melengkapi protokol bekerja sesuai dengan protokol yang sudah dikeluarkan Pemerintah untuk pegawai yang bekerja dari kantor maupun dari rumah.  "Sedangkan di sisi eksternal, PLN memastikan bahwa seluruh aktivitas New Normal yang akan dimulai setelah lebaran tercukupi kebutuhan listriknya dalam kuantitas dan kualitas yang baik,” ujarnya.  Sejak merebaknya virus Covid-19, PLN telah menerapkan sejumlah aturan untuk mengatur aktivitas pegawai di kantor, bekerja dari rumah, sampai dengan aturan di proyek-proyek yang sedang berjalan, termasuk perlindungan terhadap pegawai.  “Sejak awal virus ini melanda Indonesia, PLN memiliki tugas atau tanggung jawab untuk menyediakan listrik kepada masyarakat. Sepanjang dua bulan itu, PLN terus memastikan pasokan yang cukup, termasuk melaksanakan program stimulus Covid-19 yang ditujukan kepada para pelanggan yang terdampak,” kata Zulkifli.  Selama pemberlakuan WFH, PLN terus memonitor kondisi setiap pegawainya, seperti petugas mendapatkan makanan sehat dan vitamin tambahan selama bertugas pada jam kerja. PLN juga menambah unit Control System sebagai cadangan (Mirroring) untuk memastikan bahwa pasokan listrik kepada masyarakat tidak terganggu.  “Hal ini dilakukan untuk memastikan seluruh petugas dalam kondisi prima dan sehat, sehingga bisa memberikan pelayanan maksimal dalam menjaga pasokan listrik bagi masyarakat,” tuturnya.  Zulkifli juga memastikan, bahwa fungsi-fungsi pelayanan yang dibutuhkan masyarakat dalam hal kelistrikan tetap berjalan normal dengan prosedur pelayanan dijalankan mengikuti protokol kesehatan. PLN juga melakukan dukungan dan bantuan yang diperlukan untuk penanganan Covid seperti penyediaan APD bagi petugas medis, dan pembentukan Satgas Covid-19 yang dikoordinasikan oleh Kantor Pusat.  Zulkifli menambahkan, skenario New Normal yang akan dimulai setelah liburan lebaran tengah dilengkapi dengan mengacu pada protokol kesehatan dan protokol bekerja yang dikeluarkan oleh Satgas Covid-19 Pemerintah. Sosialisasi kepada para pegawai PLN di seluruh Indonesia juga telah dilakukan, sehingga ketika skenario tersebut dijalankan sudah mengikuti protokol yang dimaksud.  Sementara itu, Perseroan mencatat laba bersih Rp4,32 triliun sepanjang 2019. Adapun laba operasi setelah subsidi pemerintah sebesar Rp44,16 triliun dengan EBITDA tahun 2019 Rp81,66 triliun. Dengan kondisi tarif yang tidak naik sepanjang 2019, Perseroan membukukan pendapatan usaha Rp285,64 triliun atau meningkat 4,67% dari tahun sebelumnya.  "Perseroan bertumbuh secara konsisten dimana kenaikan volume penjualan kWh menjadi sebesar 245,52 Terra Watt hour (TWh) atau naik 4,65% dibanding dengan periode yang sama tahun lalu sebesar 234,62 TWh," lanjutnya  Peningkatan penjualan kWh tersebut didukung oleh adanya pertumbuhan jumlah pelanggan dimana sampai dengan akhir Desember 2019 telah mencapai 75,7 juta dengan daya tersambung 136.600 MVA atau bertambah sebanyak 3,8 juta pelanggan dengan daya 7.700 MVA dari posisi akhir Desember 2018 sebesar 71,9 juta pelanggan.  Dengan demikian, rasio elektrifikasi nasional dapat digenjot dari 98,3% di tahun 2018 menjadi 98,89% pada akhir tahun 2019. Secara operasional, hingga akhir tahun 2019, perusahaan berhasil menambah kapasitas terpasang pembangkit sebesar 4.588 Mega Watt (MW) dari 57.646 MW pada 2018 menjadi 62.234 MW pada 2019.  Jaringan transmisi khususnya untuk evakuasi daya pembangkit yang telah beroperasi meningkat 6.211 kilometer sirkuit (kms) dari 53.606 kms pada 2018 menjadi 59.817 kms sampai dengan akhir 2019, dan penambahan kapasitas Gardu Induk sebesar 17.507 Mega Volt Ampere (MVA) dari 131.164 MVA pada tahun 2018 menjadi 148.671 MVA.  Hasil audit subsidi dan kompensasi yang dilakukan oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK-RI) menunjukkan terjadinya penurunan Biaya Pokok Produksi (BPP) tahun 2019 dibandingkan 2018.Hal ini merupakan hasil dari upaya efisiensi yang dilakukan oleh PLN selama tahun 2019," ungkap Zulkifli.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  826 characters(avg),  110 words(avg),  167 tokens(avg),  229 tokens(max),  131 tokens (min).   Summary : 383 characters(avg),  50 words(avg),  77 tokens(avg),  105 tokens(max),  56 tokens (min). |
| 472 | Super Indo Jaga Kenyamanan dan Keamanan Berbelanja | Super Indo berkomitmen menjaga keselamatan dan kesehatan karyawan serta pelanggan sebagai fokus dan prioritas utama di masa pandemi COVID-19. Berbagai upaya dilakukan dalam mengatasi krisis ini dengan menerapkan strategi dan inisiatif yang menguntungkan masyarakat dengan membantu karyawan dan pelanggannya, serta memastikan dampak positif ekonomi secara umum. Johan mengungkapkan meski tanpa menyebut tingkat pertumbuhannya, Super Indo mengalami peningkatan penjualan sejak wabah virus merebak. Diakuinya kala itu masyarakat terjadi panic buying, namun seiring waktu, lonjakan tersebut kembali normal. Sejak pemerintah menerapkan langkah-langkah pencegahan penyebaran COVID-19 ini, Super Indo pun melakukan berbagai upaya dalam seluruh kegiatan operasional. D. Yuvlinda Susanta, Head of Corporate Affairs & Sustainability sebagai salah satu industri yang harus tetap beroperasi untuk melayani kebutuhan masyarakat, Super Indo berkomitmen untuk memastikan keselamatan dan kesehatan karyawan dan pelanggan dengan menerapkan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah dan WHO. Serta terus berkoordinasi dengan Pemerintah di tingkat kota dan provinsi untuk mencegah penyebaran virus Corona. Super Indo menerapkan konsep Bekerja dari Rumah. Karyawan yang mendaftar untuk Bekerja Dari Rumah akan mengikuti prosedur khusus yang telah ditetapkan, termasuk di antaranya melakukan virtual meeting rutin dengan atasan atau pun tim kerja. Sebagai bentuk kepedulian, Super Indo menjalankan kegiatan Corporate Responsibility guna membantu Pemerintah, tenaga medis dan masyarakat yang terdampak secara kesehatan dan ekonomi Lalu tahap selanjutnya, pada 20 Mei 2020 nanti Super Indo akan memberikan ambulance khusus infeksi yang dapat digunakan untuk penanganan pasien COVID-19 melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Agar donasi kemanusiaan dapat memberikan manfaat yang lebih luas, Super Indo juga bekerja sama dengan BenihBaik.com dalam distribusi bantuan ke tujuh wilayah yang terdampak cukup tinggi. Super Indo juga mengajak pelanggan untuk dapat berdonasi melalui program Sama-sama Berbagi Berkah yang nantinya akan disumbangkan melalui yayasan dan panti di sekitar gerai Super Indo. Juga, meluncurkan layanan online tambahan yaitu pemesanan daging dan pengiriman hampers lebaran yang dapat dilakukan melalui aplikasi WhatsApp. | Super Indo berkomitmen menjaga keselamatan dan kesehatan karyawan serta pelanggan sebagai fokus dan prioritas utama di masa pandemi COVID-19. Berbagai upaya dilakukan dalam mengatasi krisis ini dengan menerapkan strategi dan inisiatif yang menguntungkan masyarakat dengan membantu karyawan dan pelanggannya, serta memastikan dampak positif ekonomi secara umum.  “Kami percaya bahwa yang terpenting di masa pandemi ini adalah tetap fokus pada hal-hal positif dan pada perubahan yang memberikan manfaat. Kita semua terlibat dalam permasalahan ini, dan kita hanya bisa berhasil jika kita bersama. Kami percaya setiap orang memainkan peran masing-masing," kata Johan Boeijenga, Chief Executive Officer pada konferensi pers virtual (18/05/2020).  Johan mengungkapkan meski tanpa menyebut tingkat pertumbuhannya, Super Indo mengalami peningkatan penjualan sejak wabah virus merebak. Diakuinya kala itu masyarakat terjadi panic buying, namun seiring waktu, lonjakan tersebut kembali normal. Dan saat Ramadan ini, memang penjualan kembali meningkat. Terutama untuk berbagai produk daging, minyak goreng, makanan kalengan, dan sirop.  Sejak pemerintah menerapkan langkah-langkah pencegahan penyebaran COVID-19 ini, Super Indo pun melakukan berbagai upaya dalam seluruh kegiatan operasional sesuai dengan anjuran Pemerintah RI dan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Upaya ini dilakukan sebagai bentuk komitmen Super Indo kepada masyarakat untuk tetap bisa melayani dan memenuhi kebutuhan pokok serta barang penting lainnya.  D. Yuvlinda Susanta, Head of Corporate Affairs & Sustainability sebagai salah satu industri yang harus tetap beroperasi untuk melayani kebutuhan masyarakat, Super Indo berkomitmen untuk memastikan keselamatan dan kesehatan karyawan dan pelanggan dengan menerapkan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah dan WHO. Serta terus berkoordinasi dengan Pemerintah di tingkat kota dan provinsi untuk mencegah penyebaran virus Corona.  Tindakan preventif yang dilakukan Super Indo di kantor pusat, gerai dan distribution center yaitu penyedian materi komunikasi dan edukasi secara lengkap serta penerapan protokol kesehatan dan keamanan bagi karyawan dan pelanggan antara lain melakukan pengecekan suhu tubuh, pembagian masker dan vitamin kepada karyawan setiap hari, penyemprotan cairan disinfektan secara berkala, penggunaan masker juga face shield diseluruh area kerja.  "Kami juga membuat kebijakan untuk membatasi pengunjung yang berbelanja di dalam gerai, pemasangan layar pelindung di area kasir, pemasangan stiker jaga jarak aman di dalam gerai, penyediaan tempat cuci tangan, hand sanitzer dan tissue basah yang dapat digunakan pelanggan dan masih banyak lagi. Khusus bagi karyawan yang bekerja di kantor pusat atau pun kantor cabang, Super Indo menerapkan konsep Bekerja dari Rumah. Karyawan yang mendaftar untuk Bekerja Dari Rumah akan mengikuti prosedur khusus yang telah ditetapkan, termasuk di antaranya melakukan virtual meeting rutin dengan atasan atau pun tim kerja," jelas Yuvlinda.  Sebagai bentuk kepedulian, Super Indo menjalankan kegiatan Corporate Responsibility guna membantu Pemerintah, tenaga medis dan masyarakat yang terdampak secara kesehatan dan ekonomi melalui beberapa tahap. Pertama, memberikan bantuan kemanusiaan berupa sarung tangan medis serta susu siap minum untuk tenaga medis melalui Gugus Tugas Provinsi DKI Jakarta dan RS Persahabatan.  Lalu tahap selanjutnya, pada 20 Mei 2020 nanti Super Indo akan memberikan ambulance khusus infeksi yang dapat digunakan untuk penanganan pasien COVID-19 melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Agar donasi kemanusiaan dapat memberikan manfaat yang lebih luas, Super Indo juga bekerja sama dengan BenihBaik.com dalam distribusi bantuan ke tujuh wilayah yang terdampak cukup tinggi antara lain Provinsi Banten, Provinsi Jawa Barat, Kota Semarang, Provinsi Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Palembang, dan Provinsi Lampung.  “Sebagai bentuk implementasi dari nilai perusahaan yaitu menjadi ‘tetangga yang lebih baik’, Super Indo memberikan bantuan kemanusiaan yang didistribusikan melalui Pemerintah setempat, atau Gugus Tugas daerah. Agar dapat terdistribusi lebih cepat, kami juga menggandeng BenihBaik.com yang didirikan Andy F Noya. Bantuan diutamakan bagi tenaga medis yang merupakan garda terdepan dan masyarakat yang terdampak parah," kata Yuvlinda.  Super Indo juga mengajak pelanggan untuk dapat berdonasi melalui program “Sama-sama Berbagi Berkah” yang nantinya akan disumbangkan melalui yayasan dan panti di sekitar gerai Super Indo. Juga, meluncurkan layanan online tambahan yaitu pemesanan daging dan pengiriman hampers lebaran yang dapat dilakukan melalui aplikasi WhatsApp.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  784 characters(avg),  105 words(avg),  144 tokens(avg),  193 tokens(max),  68 tokens (min).   Summary : 394 characters(avg),  52 words(avg),  68 tokens(avg),  79 tokens(max),  57 tokens (min). |
| 473 | Cara L'Oréal Bantu Pengelola Salon Hadapi Pandemi | Pandemi COVID-19 sangat berimbas pada pelaku bisnis salon. Makin terasa terutama bagi pengelola jaringan salon yang ada di mal-mal. Salon wajib tutup beroperasi karena layanannya cenderung intim, dekat antara pelanggan dengan hair dresser atau penata rambut. Provinsi DKI Jakarta merupakan konsentrasi terbesar jumlah usaha salon yaitu sebanyak 55% dari jumlah total dan menyerap lebih dari 300 ribu tenaga kerja. L'Oral sebagai mitra penata rambut bersama Komunitas Industri dan Pengusaha Salon (KIPS ) di Indonesia berupaya menyikapi kondisi ini secara positif melalui langkah-langkah pengetatan keamanan dan keselamatan serta pelatihan serta membekali industri dengan kiat-kiat menghadapi 'the new normal '. Tentu saja dengan banyaknya salon tutup ini memengaruhi bisnis L'Oreal Indonesia juga. Cecil Era Wahjuni, pemilik Salon The Icon salah satu mitra L'Oreal mengakui, ia berinisiatif menutup salon per 21 Maret, walau ia tahu berat, tapi ia ingin mendukung pemerintah menekan penyebaran virus ini. Ia mengungkapkan, kala itu banyak pelanggan mengirim pesan, mengapa salon tutup, dijelaskan bahwa ini langkah terbaik agar kita bisa mendukung Pemerintah menekan penyebaran Covid-19. Wisnu G dari Irwan Team Hair Design salah satu mitra salon L'Oreal Indonesia, mengakui ia dan para tenaga penata kerja di salon terkaget-kaget dengan kondisi ini. Seburuk-buruk krisis ekonomi yang pernah terjadi, tidak pernah seburuk ini. Demi mencegah penyebaran virus, kami mulai meliburkan per akhir Maret 2020, apalagi salon kami ada di mal-mal yang tutup akibat diberlakukannya PSBB. Cecil menuturkan setelah mencoba home service, pelanggan mulai nyaman lalu mulai berani ke salon dengan protokol keamanan yang ketat. Layaan ke rumah, terbatas peralatan dan perlengkapannya, tidak bisa dibawa semua, ujarnya. Layanan di salon pun mulai ia coba jalankan, walau dengan protokol kesehatan yang ketat. L'Oral pun mengarahkan para mitra salon, dengan langkah-langkah preventif keamanan dan keselamatan yang sudah diterapkan industri sejak awal wabah virus ini merebak di Indonesia. Ketiga, wajib melakukan pemeriksaan suhu badan terhadap seluruh karyawan dan pelanggan sebelum masuk ke area salon serta tidak memperbolehkan karyawan atau pelanggan yang sakit untuk datang ke salon. Kelima, menerapkan praktik physical distancing di dalam salon, dengan mengurangi jumlah kursi servis sehingga dapat memastikan jarak antar kursi minimal 2 meter. Michael mengakui, beberapa public figure maupun netizen melakukan inisiatif selama #dirumahsaja dengan menggunting rambut atau melakukan cat rambut sendiri di rumah. Namun tidak sedikit yang mengeluh tentang susahnya melakukan hal tersebut sendiri tanpa bantuan hairdresser, dan merasa tidak puas dengan hasilnya. Selain itu, sejumlah aksi solidaritas telah disalurkan oleh divisi Proffesional Product (PPD) L'Oral Indonesia, beberapa di antaranya dengan memberikan keringanan pembayaran, mendonasikan sejumlah hand sanitizer kepada salon partner, serta memberikan berbagai pelatihan agar kegiatan usaha para mitra salon dapat tetap berjalan mengikuti format the new normal. | Pandemi COVID-19 sangat berimbas pada pelaku bisnis salon. Makin terasa terutama bagi pengelola jaringan salon yang ada di mal-mal. Salon wajib tutup beroperasi karena layanannya cenderung intim, dekat antara pelanggan dengan hair dresser atau penata rambut. L’Oreal Indonesia sebagai perusahaan yang mengelola berbagai produk perawatan, pewarnaan rambut serta kosmetik merasa penting membantu mereka menghadapi pandemi ini dan juga mempersiapkan post pandemi atau new normal nanti  Provinsi DKI Jakarta merupakan konsentrasi terbesar jumlah usaha salon yaitu sebanyak 55% dari jumlah total dan menyerap lebih dari 300 ribu tenaga kerja. Tidak hanya itu, penyerapan tenaga kerja di industri salon Indonesia yang berasal dari SMK jurusan tata kecantikan pada tahun 2019 terhitung sebanyak 50% atau setara dengan kurang lebih 3.500 lulusan per tahunnya. Bisa dibayangkan, senilai itulah ekonomi yang terhenti akibat pandemi ini dari industri salon dan tata rambut di Indonesia.  Pada konferensi pers virtual yang diadakan hari ini (18/05/2020) disampaikan Michael Justisoesetya, General Manager PPD L'Oréal Indonesia, pandemi ini terlebih dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB menghantam hampir semua bisnis, usaha salon salah satu yang paling terdampak. L'Oréal sebagai mitra penata rambut bersama Komunitas Industri dan Pengusaha Salon (KIPS) di Indonesia berupaya menyikapi kondisi ini secara positif melalui langkah-langkah pengetatan keamanan dan keselamatan serta pelatihan serta membekali industri dengan kiat-kiat menghadapi ‘the new normal’.  “Tentu saja dengan banyaknya salon tutup ini memengaruhi bisnis L’Oreal Indonesia juga. Penurunan bisnis beragam, mengingat kami memiliki banyak merek, rata-rata sekitar 60%, sedangkan untuk produk salon bisa sampai 90%. Tapi intinya bukan di situ, kami bersama L’Oreal global membantu para mitra salon yang tergabung dalam KIPS agar bisa melewati pandemi ini, lalu mempersiapkan diri menghadapi New Normal,” terangnya.  Cecil Era Wahjuni, pemilik Salon The Icon salah satu mitra L'Oreal mengakui, ia berinisiatif menutup salon per 21 Maret, walau ia tahu berat, tapi ia ingin mendukung pemerintah menekan penyebaran virus ini. “Salon saya kan sebenarnya berada di Tangerang, waktu itu belum menjalankan PSBB, namun saya ikut langkah Jakarta dengan alasan kesehatan,” katanya sambil berujar memiliki 7 orang yang bekerja dengannya. Cecil sudah mencoba menjalankan layanan salon dengan protokol keselamatan dan kesehatan di salon dalam beberapa waktu terakhir.  Ia mengungkapkan, kala itu banyak pelanggan mengirim pesan, mengapa salon tutup, dijelaskan bahwa ini langkah terbaik agar kita bisa mendukung Pemerintah menekan penyebaran Covid-19. “Kerugian memang besar, apalagi saya tidak bisa karyawan off dengan unpaid. Kami lalu menjalankan layanan home services, tentu dengan protokol kesehatan yang kami jalankan. Menjaga klien dan juga karyawan kami. Dengan perlengkapan: masker, face shield, masker, juga hand sanitizer,” ungkapnya.  Wisnu G dari Irwan Team Hair Design salah satu mitra salon L’Oreal Indonesia, mengakui ia dan para tenaga penata kerja di salon terkaget-kaget dengan kondisi ini. “Seburuk-buruk krisis ekonomi yang pernah terjadi, tidak pernah seburuk ini. Demi mencegah penyebaran virus, kami mulai meliburkan per akhir Maret 2020, apalagi salon kami ada di mal-mal yang tutup akibat diberlakukannya PSBB,” ujarnya sambil menyebut ada 700 orang penata rambut yang bekerja di Irwan Hair Design.  “Arahan dan pendidikan dari L’Oreal sangat membantu kami. Termasuk bagaimana kami bisa menjalankan Home Services. Karena sebagian besar yang bekerja di salon adalah mitra, bukan karyawan, artinya tidak digaji, tapi bagi hasil dari layanan, maka itu yang kami pikirkan adalah bagaimana menjaga agar mereka tetap mendapat penghasilan. Inovasi Home Service ini lumayan membantu mereka,” terangnya.  Cecil menuturkan setelah mencoba home service, pelanggan mulai nyaman lalu mulai berani ke salon dengan protokol keamanan yang ketat. “Layaan ke rumah, terbatas peralatan dan perlengkapannya, tidak bisa dibawa semua,” ujarnya. Layanan di salon pun mulai ia coba jalankan, walau dengan protokol kesehatan yang ketat. “Pelanggan sangat saya batasi, layanan juga tidak boleh lama-lama, tidak ngobrol,” ujarnya.  Guna memastikan tidak terjadinya penyebaran virus di lingkungan salon, L'Oréal pun mengarahkan para mitra salon, dengan langkah- langkah preventif keamanan dan keselamatan yang sudah diterapkan industri sejak awal wabah virus ini merebak di Indonesia. Pertama membudayakan praktik sanitasi secara rutin dan berkali-kali setiap harinya seperti mencuci tangan dan menggunakan serta menyediakan hand sanitizer; membersihkan dan mensteril peralatan dan perlengkapan kerja; Kedua mengharuskan penggunaan masker dan sarung tangan bagi semua staf dan pelanggan.  Ketiga, wajib melakukan pemeriksaan suhu badan terhadap seluruh karyawan dan pelanggan sebelum masuk ke area salon serta tidak memperbolehkan karyawan atau pelanggan yang sakit untuk datang ke salon. Kelima, menerapkan praktik physical distancing di dalam salon, dengan mengurangi jumlah kursi servis sehingga dapat memastikan jarak antar kursi minimal 2 meter, memberi garis batas pada antrean kasir, membatasi jumlah orang yang berada di dalam salon serta membatasi jenis servis yang dapat dilakukan. Keenam, membatasi kegiatan penerimaan pelanggan melalui sistem “by appointment only” dan menolak memberikan pelayanan kepada pelanggan yang datang tanpa reservasi;  Ketujuh, membatasi jenis jasa yang diberikan kepada pelanggan hanya servis untuk rambut seperti potong rambut, perawatan rambut dan penjualan produk retail dengan sistem pesan antar. Dan keenam, membatasi jam operasional salon yaitu jam 10.00 s/d 16.00 WIB. Lalu terakhir, memberlakukan sistem pembayaran non-cash kepada pelanggan.  Michael mengakui, beberapa public figure maupun netizen melakukan inisiatif selama #dirumahsaja dengan menggunting rambut atau melakukan cat rambut sendiri di rumah. Namun tidak sedikit yang mengeluh tentang susahnya melakukan hal tersebut sendiri tanpa bantuan hairdresser, dan merasa tidak puas dengan hasilnya.  “Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran seorang hairdresser dalam kehidupan kita sehari-hari. Mengingat ilmu dan keterampilan yang diperoleh membutuhkan waktu belajar serta pelatihan yang sangat lama, profesi ini bukanlah termasuk ke dalam pekerjaan yang mudah. Pengalaman serta jam terbang para hairdresser menangangi berbagai tipe rambut pelanggan membuat profesi ini semakin tidak tergantikan,” jelasnya.  Selain itu, sejumlah aksi solidaritas telah disalurkan oleh divisi Proffesional Product (PPD) L'Oréal Indonesia, beberapa di antaranya dengan memberikan keringanan pembayaran, mendonasikan sejumlah hand sanitizer kepada salon partner, serta memberikan berbagai pelatihan agar kegiatan usaha para mitra salon dapat tetap berjalan mengikuti format the new normal.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  866 characters(avg),  118 words(avg),  175 tokens(avg),  225 tokens(max),  78 tokens (min).   Summary : 388 characters(avg),  54 words(avg),  80 tokens(avg),  101 tokens(max),  58 tokens (min). |
| 474 | Ini Destinasi Wisata Paling Diimpikan dan Dinanti Setelah Pandemi | Data dari Booking.com mengungkapkan bahwa adanya pandemi tidak menghentikan orang di seluruh negeri untuk memiliki harapan terkait perjalanan mereka di masa yang akan datang. Platform perjalanan Booking.com pun berbagi destinasi wisata dan properti teratas yang ada di benak wisatawan ketika mereka menunggu saat yang tepat untuk melakukan perjalanan wisata kembali. Dalam data tersebut terungkap, walaupun destinasi internasional seperti Tokyo, Kuala Lumpur dan Singapura terus menginspirasi impian perjalanan wisatawan Indonesia, tapi destinasi wisata domestik meraih hampir 76% dari total daftar keinginan. Angka ini mengalami peningkatan dari periode yang sama tahun lalu ketika properti domestik menyumbang 55% dari yang masuk daftar keinginan. Sementara destinasi internasional yang masuk daftar keinginan teratas para wisatawan Indonesia, yakni kota-kota metropolitan Asia yang merupakan kombinasi antara kuliner yang otentik, budaya populer, kemudahan akses dan syarat perjalanan yang mudah meraih perhatian para wisatawan. Terkait wisatawan global, Bali meraih peringkat kedua dalam daftar keinginan wisatawan global, diikuti dengan Andalusia, Catalonia dan Florida. Indonesia merupakan 5 destinasi yang paling diinginkan wisatawan global periode Maret dan April 2020. Adapun jenis penginapan yang paling banyak diinginkan orang Indonesia adalah hotel, yang diikuti wisma tamu, vila, apartemen dan resor. Hotel menyumbang 43% dari seluruh daftar properti yang diinginkan oleh wisatawan Indonesia dalam dua bulan terakhir. | Geliat wisata mungkin terhenti di momen yang tidak menentu ini, tetapi data dari Booking.com mengungkapkan bahwa adanya pandemi tidak menghentikan orang di seluruh negeri untuk memiliki harapan terkait perjalanan mereka di masa yang akan datang. Platform perjalanan Booking.com pun berbagi destinasi wisata dan properti teratas yang ada di benak wisatawan ketika mereka menunggu saat yang tepat untuk melakukan perjalanan wisata kembali.  Ini berdasarkan pada perbandingan data daftar keinginan di Booking.com antara Maret dan April 2020 dengan bulan yang sama di tahun 2019. Daftar keinginan merujuk pada berapa kali pengguna mengklik tombol hati pada properti tertentu.  Dalam data tersebut terungkap, walaupun destinasi internasional seperti Tokyo, Kuala Lumpur dan Singapura terus menginspirasi impian perjalanan wisatawan Indonesia, tapi destinasi wisata domestik meraih hampir 76% dari total daftar keinginan. Angka ini mengalami peningkatan dari periode yang sama tahun lalu ketika properti domestik menyumbang 55% dari yang masuk daftar keinginan.  Sejak awal Maret, daftar keinginan teratas destinasi domestik para wisatawan Indonesia adalah Yogyakarta, Jakarta, Ubud, Bandung dan Seminyak. Hal ini menunjukkan pantai dan kota bercuaca cerah mendapatkan pilihan terbanyak di antara yang lain.  Sementara destinasi internasional yang masuk daftar keinginan teratas para wisatawan Indonesia, yakni kota-kota metropolitan Asia yang merupakan kombinasi antara kuliner yang otentik, budaya populer, kemudahan akses dan syarat perjalanan yang mudah meraih perhatian para wisatawan. Tokyo berada di peringkat pertama, diikuti Kuala Lumpur, Singapura, Bangkok dan Seoul sedangkan Osaka, Kyoto, London, Paris dan George Town menyusul pada peringkat selanjutnya.  "Membuat daftar keinginan adalah cara yang menginspirasi semua orang untuk mulai berharap tentang perjalanan mereka, dan kami berkomitmen untuk mewujudkan impian-impian itu menjadi kenyataan ketika waktunya tepat,” ujar Vikas Bhola, Regional Director South Asia Pacific di Booking.com.  Terkait wisatawan global, Bali meraih peringkat kedua dalam daftar keinginan wisatawan global, diikuti dengan Andalusia, Catalonia dan Florida. Sementara itu, Krasnodar Krai (Rusia) berada di posisi pertama. Total dari 27 destinasi di Indonesia masuk ke dalam daftar tersebut.  Demikian pula dengan destinasi di Indonesia, Bali, Nusa Tenggara Barat, DKI Jakarta, Yogyakarta dan Jawa Barat merupakan 5 destinasi di Indonesia yang paling diinginkan wisatawan global periode Maret dan April 2020.  Adapun jenis penginapan yang paling banyak diinginkan orang Indonesia adalah hotel, yang diikuti wisma tamu, vila, apartemen dan resor. Hotel menyumbang 43% dari seluruh daftar properti yang diinginkan oleh wisatawan Indonesia dalam dua bulan terakhir.  "Ini adalah saat-saat yang tidak terduga dan menantang di mana keselamatan tetap menjadi prioritas utama. Kita mengetahui bahwa pada saat-saat seperti ini, bermimpi tentang menjelajahi dunia kembali memberikan kekuatan luar biasa untuk menyegarkan imajinasi kita dan membuat semangat tetap tinggi. Sungguh menakjubkan melihat beragam pengalaman wisata yang berbeda yang diimpikan oleh pelanggan kami sementara mereka menunggu kesempatan untuk bepergian kembali," kata Vikas.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.coid | Text :  818 characters(avg),  110 words(avg),  149 tokens(avg),  188 tokens(max),  108 tokens (min).   Summary : 382 characters(avg),  50 words(avg),  63 tokens(avg),  67 tokens(max),  60 tokens (min). |
| 475 | Kemenparekraf Gelar Pameran dari Rumah Dukung Pelaku Seni Rupa Saat Pandemi | Plt. Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif Kemenparekraf, Josua Simanjuntak, menjelaskan, kegiatan ini menjadi pengganti ruang-ruang pamer yang selama ini menjadi sandaran utama untuk mediasi karya mereka. Ia juga menambahkan situasi saat ini adalah masa sulit bagi para pelaku seni rupa yang mengandalkan ruang pamer untuk menampilkan karya mereka ke publik dan kolektor. Kegiatan ini juga memotivasi para perupa untuk membuat karya dari rumah. Serta memudahkan para perupa untuk menyuguhkan karya melalui pameran daring kepada masyarakat. Kegiatan ini juga memotivasi para perupa untuk membuat karya dari rumah. Serta memudahkan para perupa untuk menyuguhkan karya melalui pameran daring kepada masyarakat. | Plt. Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif Kemenparekraf, Josua Simanjuntak, dalam pernyataannya di Jakarta, Senin (18/5/2020) menjelaskan, kegiatan ini menjadi pengganti ruang-ruang pamer yang selama ini menjadi sandaran utama untuk mediasi karya mereka.  Ia juga menambahkan situasi saat ini adalah masa sulit bagi para pelaku seni rupa yang mengandalkan ruang pamer untuk menampilkan karya mereka ke publik dan kolektor.  "Untuk itu, kami berinisiatif membantu memberikan stimulus bagi para seniman melalui media online dengan menggelar kegiatan Pameran dari Rumah" kata Josua.  Josua mengatakan, kegiatan ini akan memberikan ruang bagi 150 pelaku seni rupa yang sudah terseleksi karyanya untuk dipromosikan secara gratis di live instagram @Kemenparekraf.ri pada 6 dan 13 Juni 2020 dan bagi mereka yang terpilih akan mendapatkan apresiasi berupa piagam penghargaan dan uang tunai.  "Kegiatan ini juga memotivasi para perupa untuk membuat karya dari rumah. Serta memudahkan para perupa untuk menyuguhkan karya melalui pameran daring kepada masyarakat," katanya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  534 characters(avg),  74 words(avg),  114 tokens(avg),  183 tokens(max),  46 tokens (min).   Summary : 359 characters(avg),  50 words(avg),  76 tokens(avg),  78 tokens(max),  74 tokens (min). |
| 476 | Garuda Indonesia Rumahkan Sementara Karyawan PKWT | Maskapai nasional Garuda Indonesia merumahkan sementara waktu sekitar 800 karyawan dengan status Tenaga Kerja Kontrak atau PKWT selama 3 bulan terhitung sejak tanggal 14 Mei 2020 lalu. Direktur Utama Garuda Indonesia, Irfan Setiaputra, mengungkapkan, kebijakan merumahkan karyawan dengan status PKWT tersebut merupakan upaya lanjutan yang perlu ditempuh di samping upaya strategis lain. Adapun kebijakan ini bersifat sementara yang akan terus dikaji dan evaluasi secara berkala sejalan dengan kondisi perusahaan dan peningkatan operasional penerbangan. Irfan menjelaskan, selama periode tersebut karyawan yang dirumahkan tetap mendapatkan hak kepegawaian berupa asuransi kesehatan maupun tunjangan hari raya yang sebelumnya telah dibayarkan. Sebelumnya Garuda Indonesia telah melaksanakan sejumlah upaya strategis berkelanjutan dalam memastikan keberlangsungan bisnis perusahaan antara lain melalui renegosiasi sewa pesawat, restrukturisasi network, efisiensi biaya produksi dan termasuk penyesuaian gaji jajaran komisaris, direksi hingga staf secara proporsional serta tidak memberikan Tunjangan Hari Raya kepada direksi dan komisaris. | Maskapai nasional Garuda Indonesia merumahkan sementara waktu sekitar 800 karyawan dengan status tenaga kerja kontrak atau Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT) selama 3 bulan terhitung sejak tanggal 14 Mei 2020 lalu.  Direktur Utama Garuda Indonesia, Irfan Setiaputra, mengungkapkan, kebijakan merumahkan karyawan dengan status PKWT tersebut merupakan upaya lanjutan yang perlu ditempuh di samping upaya strategis lain, untuk memastikan keberlangsungan perusahaan tetap terjaga ditengah kondisi operasional penerbangan yang belum kembali normal sebagai dampak pandemi COVID-19.  "Kebijakan tersebut dilakukan dengan pertimbangan yang matang dengan memperhatikan kepentingan karyawan maupun perusahaan dan dilakukan dalam rangka menghindari dilakukannya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Di samping itu, implementasi kebijakan ini juga telah melalui kesepakatan dan diskusi dua arah antara karyawan dan perusahaan,” papar Irfan.  Adapun kebijakan ini bersifat sementara yang akan terus dikaji dan evaluasi secara berkala sejalan dengan kondisi perusahaan dan peningkatan operasional penerbangan, yang tentunya diharapkan akan terus membaik dan kembali kondusif.  Irfan menjelaskan, selama periode tersebut karyawan yang dirumahkan tetap mendapatkan hak kepegawaian berupa asuransi kesehatan maupun tunjangan hari raya yang sebelumnya telah dibayarkan.  "Kebijakan ini merupakan keputusan berat yang harus diambil dengan pertimbangan mendalam terkait aktivitas operasional penerbangan yang belum sepenuhnya normal. Namun demikian, kami meyakini Garuda Indonesia akan dapat terus bertahan melewati masa yang sangat menantang bagi industri penerbangan saat ini," kata Irfan mengakhiri penjelasannya.  Sebelumnya Garuda Indonesia telah melaksanakan sejumlah upaya strategis berkelanjutan dalam memastikan keberlangsungan bisnis perusahaan antara lain melalui renegosiasi sewa pesawat, restrukturisasi network, efisiensi biaya produksi dan termasuk penyesuaian gaji jajaran komisaris, direksi hingga staf secara proporsional serta tidak memberikan Tunjangan Hari Raya kepada direksi dan komisaris.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  694 characters(avg),  86 words(avg),  122 tokens(avg),  169 tokens(max),  75 tokens (min).   Summary : 378 characters(avg),  47 words(avg),  66 tokens(avg),  72 tokens(max),  55 tokens (min). |
| 477 | Ovo Gandeng Prudential Sediakan Perlindungan Covid-19 Bebas Premi | Presiden Direktur Ovo, Karaniya Dharmasaputra, menjelaskan, upaya menanggulangi dampak pandemi Covid-19 bukan hanya dipegang oleh pemerintah, tetapi juga kolaborasi antara pihak swasta dan publik. Program ini telah berjalan sejak pertengahan April 2020. Dia optimistis kolaborasi ini akan mempercepat penetrasi asuransi di Indoensia. Presiden Direktur Prudential Indonesia, Jens Reisch, menambahkan, kolaborasi ini merupakan langkah perusahaan untuk meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia. Jika tertanggung terdiagnosis positif Covid-19 selama periode inisiatif (28 Januari-31 Mei 2020), serta harus menjalani rawat inap, maka Prudential Indonesia akan memberikan Santunan Tunai Tambahan sebesar Rp1 juta/hari, selama maksimal 30 hari sejak tanggal awal rawat inap. | Presiden Direktur Ovo, Karaniya Dharmasaputra, menjelaskan, upaya menanggulangi dampak pandemi Covid-19 bukan hanya dipegang oleh pemerintah, tetapi juga kolaborasi antara pihak swasta dan publik. “Kami menyediakan asuransi bebas premi untuk melindungi pengguna Ovo dan keluarga,” kata dia. Program ini telah berjalan sejak pertengahan April 2020.  Dia optimistis kolaborasi ini akan mempercepat penetrasi asuransi di Indoensia. Ovo melihat layanan asuransi merupakan hal yang penting, selain layanan pembayaran digital yang sudah dijalankan sejak awal berdiri.  Sejak diluncurkan, tela ada sekitar 222.000 orang yang melakukan registrasi melalui aplikasi Ovo untuk memperoleh perlindungan jiwa kecelakaan & Covid-19 bebas premi. Sementara itu, penetrasi asuransi di Indonesia saat ini masih tergolong rendah. Menurut data OJK, di tahun 2019 tingkat penetrasi asuransi di Indonesia masih di bawah 5%.  Presiden Direktur Prudential Indonesia, Jens Reisch, menambahkan, kolaborasi ini merupakan langkah perusahaan untuk meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia. “Kami berharap dapat memberikan perlindungan tambahan dari Covid-19 dengan memberikan asuransi bebas premi,” kata dia menambahkan.  Pengguna Ovo cukup melakukan registrasi diri di aplikasi untuk dapat memperoleh perlindungan. Jika tertanggung terdiagnosis positif Covid-19 selama periode inisiatif (28 Januari-31 Mei 2020), serta harus menjalani rawat inap, maka Prudential Indonesia akan memberikan Santunan Tunai Tambahan sebesar Rp1 juta/hari, selama maksimal 30 hari sejak tanggal awal rawat inap. Selain itu, Tertanggung akan menerima santunan sebesar Rp10 juta jika meninggal dunia karena kecelakaan selama periode perlindungan.  Selain menyediakan Perlindungan Jiwa Kecelakaan & Covid-19, keduanya juga melakukan edukasi kepada masyarakat terkait pandemi ini dan mendistribusikan 10.000 hand sanitizer kepada para merchant UKM di area Jabodetabek dan Bali.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  960 characters(avg),  126 words(avg),  199 tokens(avg),  215 tokens(max),  183 tokens (min).   Summary : 385 characters(avg),  48 words(avg),  82 tokens(avg),  96 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 478 | Petrokimia Gresik Gelontorkan Dana Rp7,9 Miliar untuk Tangani Covid-19 | Direktur Utama Petrokimia Gresik, Rahmad Pribadi, menjelaskan, pihaknya telah mengistruksikan pembagian tugas kepada BUMN yang berlokasi di Jatim untuk ikut emmerangi pandemi. Sejak Maret hingga April 2020, Petrokimia Gresik telah menggelontorkan dana sebesar Rp7,9 miliar yang didistribusikan ke sektor kesehatan, sosial, ekonomi, keagamaan, hingga pertanian di 20 kabupaten dan kota di Jatim. Total bantuan Alat Pelindung Diri (APD) yang telah disalurkan ke 32 rumah sakit dan puskesmas secara bertahap antara lain 19.493 pcs masker kain, 23.200 pcs surgical mask, 250 pcs masker N95, 5.724 pasang nitril gloves, 3.648 stel baju pelindung, 1.790 safety boots, 1.470 pelindung wajah dan helm, 189 pasang handscoon non steril, 2.320 buah apron plastik, 278 buah goggles, dan 20 unit disinfectant chamber. Selain bantuan sembako, perusahaan juga melakukan edukasi bahaya dan pencegahan Covid-19, serta penyemprotan disinfektan di 8 desa/kelurahan sekitar perusahaan, kantor pemerintahan, dan 100 sarana ibadah mulai dari masjid, musala, gereja hingga pura. Selain bantuan sembako, perusahaan juga melakukan edukasi bahaya dan pencegahan Covid-19 serta penyemprotan disinfektan di 8 desa/kelurahan sekitar perusahaan. | Direktur Utama Petrokimia Gresik, Rahmad Pribadi, menjelaskan, pihaknya telah mengistruksikan pembagian tugas kepada BUMN yang berlokasi di Jatim untuk ikut emmerangi pandemi.  “Kami juga telah mendirikan 38 Posko Tanggap Covid-19 di seluruh kabupaten/kota di Jatim,” kata dia menjelaskan. Langkah ini sesuai dengan arahan Menteri BUMN Erick Thohir yang menginstruksikan agar penanganan Covid-19 menyentuh seluruh sektor dan daerah.  Sejak Maret hingga April 2020, Petrokimia Gresik telah menggelontorkan dana sebesar Rp7,9 miliar yang didistribusikan ke sektor kesehatan, sosial, ekonomi, keagamaan, hingga pertanian di 20 kabupaten dan kota di Jatim. “Pendistribusiannya bekerja sama dengan BUMN lain, posko, lembaga sosial, instansi, serta pemerintah daerah, baik kabupaten maupun provinsi,” ujar Rahmad.  Total bantuan Alat Pelindung Diri (APD) yang telah disalurkan ke 32 rumah sakit dan puskesmas secara bertahap antara lain 19.493 pcs masker kain, 23.200 pcs surgical mask, 250 pcs masker N95, 5.724 pasang nitril gloves, 3.648 stel baju pelindung, 1.790 safety boots, 1.470 pelindung wajah dan helm, 189 pasang handscoon non steril, 2.320 buah apron plastik, 278 buah goggles, dan 20 unit disinfectant chamber.  Menurut Rahmad, bantuan APD untuk tenaga kesehatan menjadi sangat penting mengingat kasus positif Covid-19 di Jatim terus meningkat. Bahkan, Jatim saat ini termasuk dalam provinsi dengan pasien Covid-19 terbanyak di Indonesia setelah DKI Jakarta dan Jawa Barat.  “Kami juga memberikan bantuan obat-obatan sesuai rekomendasi dokter perusahaan,” kata Rahmad. Perusahaan juga memberikan bantuan 160 ton beras, 400 kardus mie instan, dan 300 paket sembako untuk masyarakat di sekitar perusahaan dan daerah lainnya seperti Lamongan, Pasuruan, dan Pamekasan.  Selain bantuan sembako, perusahaan juga melakukan edukasi bahaya dan pencegahan Covid-19, serta penyemprotan disinfektan di 8 desa/kelurahan sekitar perusahaan, kantor pemerintahan, dan 100 sarana ibadah mulai dari masjid, musala, gereja hingga pura.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  672 characters(avg),  93 words(avg),  163 tokens(avg),  252 tokens(max),  61 tokens (min).   Summary : 404 characters(avg),  56 words(avg),  105 tokens(avg),  137 tokens(max),  85 tokens (min). |
| 479 | Strategi Diamondland Pasarkan Klaster Terbaru Di Saat Pandemi Covid-19 | Diacara Zoom Gathering tersebut Diamondland membuka cluster baru di dua proyek perumahannya yakni D’marco dan D'Palm Residence. Diakui Jeffry Yamin, Direktur sales dan marketing Diamondland, lokasi kedua perumahan tersebut sangat strategis. Perumahan D’Marco misalnya, lokasinya persis di sisi jalan Raya Bagor, dekat dengan stasiun KRL (commuterline) Cibinong, dekat dengan Pusat pemerintahan, pendidikan dan pusat perbelanjaan serta berada di lingkungan yang sudah ramai. Jeffry menambahkan, dengan mengusung konsep mediteranian, unit hunian tipe Neo Cyprus, Arcadia dilengkapi dengan dari 1 kamar tidur yang dapat dikembangkan menjadi 3 kamar tidur lengkap dengan carport. Selain itu, menariknya unit-unit rumah ini memiliki ceiling yang tinggi sehingga memberikan ruang sirkulasi udara yang baik, serta kaca-kaca yang tinggi. Diamondland menawarkan berbagai gimmick misalnya untuk booking Neo Cyprus Rp. 3.000.000,- Arcadia Rp. 2.000.000, Elis Rp. 1.000.000-. Serta mendapat hadiah langsung berupa TV 40 inci jika beli Arcadia, AC 12 untuk pembelian type Neo Cyprus, Smart Phone Samsung A10 jika pembelian type Elis. | Diacara Zoom Gathering tersebut Diamondland membuka cluster baru di dua proyek perumahannya yakni D’marco dan D’Palm Residence. Diakui Jeffry Yamin, Direktur sales dan marketing Diamondland,  lokasi kedua perumahan tersebut sangat strategis. Perumahan D’Marco misalnya, lokasinya persis di sisi jalan Raya Bagor, dekat dengan stasiun KRL (commuterline) Cibinong, dekat dengan Pusat pemerintahan, pendidikan dan pusat perbelanjaan serta berada di lingkungan yang sudah ramai. Sedangkan, D’Palm Residence sendiri berada di lokasi yang masih asri, namun memiliki fasilitas yang lengkap baik fasilitas internal maupun fasilitas eksternal.  Diakui Jeffry, unit-unit yang ditawarkan ini memiliki sentuhan desain interior terbaik dan berkelas. “Kami menawarkan rumah tipe Neo Cyprus, Arcadia mulai dari harga Rp 180 jutaan. Dengan kehadiran unit rumah baru ini kami percaya diri bisa terserap oleh pasar dengan baik,” kata Jeffry.  Jeffry menambahkan, dengan mengusung konsep mediteranian, unit hunian tipe Neo Cyprus, Arcadia dilengkapi dengan dari 1 kamar tidur yang dapat dikembangkan menjadi 3 kamar tidur lengkap dengan carport.  Selain itu, menariknya unit-unit rumah ini memiliki ceiling yang tinggi sehingga memberikan ruang sirkulasi udara yang baik, serta kaca-kaca yang tinggi sehingga memudahkan sinar matahari masuk dengan leluasa. Khusus untuk tipe Elis, dilengkapi 1 kamar tidur yang dapat dikembangkan 2 kamar tidur dengan motor port.  Dengan total 160 unit hunian yang diluncurkan, harapkan dalam waktu 18 bulan, unit-unit tersebut sudah dapat di serah terima ke konsumen. Ia optimis, unit yang ditawarkan akan terserap pasar, mengingat  masih adanya permintaan hunian di kawasan Depok dan Cibinong serta ketersediaan fasilitas pendukung kompleks yang menjadi nilai tambah bagi penghuni.  Apalagi di cluster tersebut berada di lokasi yang ramai dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti kolam renang, lapangan olah raga, jogging track, masjid, keamanan 24 jam dan juga one gate system.  Bahkan saat zoom gathering, untuk memikat calon pembeli, Diamondland menawarkan berbagai gimmick misalnya untuk booking Neo Cyprus Rp. 3.000.000,- Arcadia Rp. 2.000.000, Elis Rp. 1.000.000-. Serta mendapat hadiah langsung berupa TV 40 inci jika beli Arcadia, AC ½ untuk pembelian type Neo Cyprus, Smart Phone Samsung A10 jika pembelian type Elis. | Text :  779 characters(avg),  110 words(avg),  171 tokens(avg),  202 tokens(max),  141 tokens (min).   Summary : 373 characters(avg),  51 words(avg),  89 tokens(avg),  107 tokens(max),  76 tokens (min). |
| 480 | Bagaimana Agar Tidak Stress Kala Pandemi Covid-19 | Menjalani hidup #dirumahsaja selama 2 bulan lamanya, menjadi tantangan terutama dalam pengelolaan kesehatan jiwa, bukan saja kesehatan fisik. Acara ini digagas demi menggaungkan inspirasi positif di tengah pandemi Covid-19. Karena tidak sedikit yang mengalami stress karena harus #dirumahsaja dalam jangka waktu lama. Gilang Ramadhan Studio Band yang ada di 25 lokasi terpaksa tutup, tidak ada kelas di lokasi. Langkah yang paling penting dalam kondisi ini adalah bagaimana kita bisa mengelola masalah keuangan dengan kreativitas. Ia pun rajin membuat video-video musik bersama para instruktur, demikian juga para instruktur dengan siswanya. Ia pun rajin membuat video-video musik bersama para instruktur. Shahnaz mengamini yang disampaikan suaminya, bahwa pandemi ini mengajarkan banyak hal. Bahwa mereka belajar arti kata cukup, dengan begitu, justru mereka tidak belanja berlebihan. Kami memperhatikan pengelolaan keuangan, dengan membeli yang benar-benar dibutuhkan. Justru saya merasa Covid-19 ini menyelamatkan agar tabungan tidak tergerus, apalagi saat bulan Ramadan seperti sekarang, buka bersama atau berbagai acara makan di luar kerap dilakukan. Ia dan suami percaya bahwa setiap niat baik dan tanpa pamrih, malah akan membuka pintu-pintu rejeki dari jalan yang tak terduga. Dalam kondisi seperti uang bukan segalanya, kepandaian bukan segalanya, mereka yang bisa menghadapi pandemi ini adalah yang terus berkreasi, inovasi dan berbagi. Shahnaz mengingatkan bahwa dalam kondisi seperti ini manajemen diri juga harus diterapkan. Bahwa kondisi ini membuat kita banyak menggunakan layar laptop ataupun ponsel, untuk itu kita harus mengelola siapa yang harus disapa dan dilakukan dengan gawai kita agar badan dan mata tidak mudah lelah. Menjelang hari raya Idul Fitri, ada baiknya kita menyiapkan kartu virtual yang personalize, tidak copy paste, kan kita punya waktu sekarang. Misal membuat kartu ucapan virtual dengan memodifikasi foto lama kita dengan teman yang akan dikirim ucapan, usulnya. Dengan mengelola diri, keuangan, terus menjaga kreativitas, bersyukur dan terus berbagi, bisa menjadi cara agar kita terhindar dari stress saat pandemi ini. | Menjalani hidup #dirumahsaja selama 2 bulan lamanya, menjadi tantangan terutama dalam pengelolaan kesehatan jiwa, bukan saja kesehatan fisik. Shahnaz Haque yang dikenal sebagai presenter dan suaminya Gilang Ramadhan yang juga pemilik studio musik dengan namanya sendiri berbagai cerita dan strategi bagaimana mereka menyiasati kondisi ini.  Acara ini digagas demi menggaungkan inspirasi positif di tengah pandemi Covid-19. Karena tidak sedikit yang mengalami stress karena harus #dirumahsaja dalam jangka waktu lama. Stress bukan saja akibat terlalu lama di dalam rumah, juga rasa khawatir akan masa depan akibat pandemi ini. Berbagai dukungan teknologi, dalam berkomunikasi maupun untuk menunjang cara menghibur diri, ternyata tidak meredakan stress bagi sebagian orang. Padahal stress bisa menurunkan imunitas tubuh, yang akan mudah terserang virus.  “Saya sebagai pengelola bisnis, tentu saja awalnya cemas. Kondisi ini memaksa Gilang Ramadhan Studio Band yang ada di 25 lokasi terpaksa tutup, tidak ada kelas di lokasi. Langkah yang paling penting dalam kondisi ini adalah bagaimana kita bisa mengelola masalah keuangan dengan kreativitas. Saat ini belajar musik bukan keutamaan, tapi menolong para instruktur musik yang per lokasi paling tidak ada 6 orang bisa terus terjaga pemasukannya,” terang Gilang dalam acara RnR Talk#SilaturahmiOnline yang digagas RnR Public Relations.  Ia pun rajin membuat video-video musik bersama para instruktur, demikian juga para instruktur dengan siswanya. “Saya pikir pandemi Covid-19 ini harus dilihatnya dengan rasa syukur. Bahwa dengan cara seperti ini, justru saya bisa ngajar lebih luas ke daerah-daerah dengan cara online. Bahkan saya bisa kurasi sampai 15 ribu pemain gendang yang merupakan bagian dari program Kemenparekraf tanpa harus keliling daerah,” terangnya.  Shahnaz mengamini yang disampaikan suaminya, bahwa pandemi ini mengajarkan banyak hal. Bahwa mereka belajar arti kata cukup, dengan begitu, justru mereka tidak belanja berlebihan. “Kami memperhatikan pengelolaan keuangan, dengan membeli yang benar-benar dibutuhkan. Justru saya merasa Covid-19 ini menyelamatkan agar tabungan tidak tergerus, apalagi saat bulan Ramadan seperti sekarang, buka bersama atau berbagai acara makan di luar kerap dilakukan,” tuturnya.  Presenter berbagai acara ini, menegaskan agar kita tidak perlu gengsi bahwa dalam kondisi seperti ini pemasukan tidak banyak, jadi harus pintar mengelola uang, jangan mengikuti banyak keinginan. Menahan diri dalam pengeluaran itu penting.  “Justru kami melihat inilah waktu yang tepat untuk berbagi. Saya misalnya punya ratusan ribu follower di Instagram, dengan membantu promosi produk UMKM, tidak harus membayar, justru rejeki datang terus, salah satunya kami dikasih makanan yang kami endorse. Hemat buat pengeluaran buka puasa,” paparnya.  Ia dan suami percaya bahwa setiap niat baik dan tanpa pamrih, malah akan membuka pintu-pintu rejeki dari jalan yang tak terduga. “Dalam kondisi seperti uang bukan segalanya, kepandaian bukan segalanya, mereka yang bisa menghadapi pandemi ini adalah yang terus berkreasi, inovasi dan berbagi,” ujar Shahnaz.  Dan momen pandemi ini, dengan lebih banyak #dirumahsaja, kita bisa menerapkan cara berpikir terbalik bahwa kondisi ini merupakan anugerah untuk memaksimalkan kesempatan menikmati suasa rumah, bersama pasangan dan anak-anak.  Namun Shahnaz mengingatkan bahwa dalam kondisi seperti ini manajemen diri juga harus diterapkan. Bahwa kondisi ini membuat kita banyak menggunakan layar laptop ataupun ponsel, untuk itu kita harus mengelola siapa yang harus disapa dan dilakukan dengan gawai kita agar badan dan mata tidak mudah lelah. Ia merasakan pandemi ini mengasah banyak hal, termasuk pengetahuan akan teknologi dengan bantuan ketiga putrinya. "Selain itu, sebagai presenter, dalam kondisi seperti ini terus mengasah diri, bahwa preparation membuat komunikasi saat membawa acara virtual pun jadi lebih baik," katanya.  “Dan menjelang hari raya Idul Fitri, ada baiknya kita menyiapkan kartu virtual yang personalize, tidak copy paste, kan kita punya waktu sekarang. Misal membuat kartu ucapan virtual dengan memodifikasi foto lama kita dengan teman yang akan dikirim ucapan,” usulnya. Jadi intinya, lanjut Shahnaz bahwa dengan mengelola diri, keuangan, terus menjaga kreativitas, bersyukur dan terus berbagi, bisa menjadi cara agar kita terhindar dari stress saat pandemi ini.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  731 characters(avg),  102 words(avg),  150 tokens(avg),  204 tokens(max),  100 tokens (min).   Summary : 359 characters(avg),  51 words(avg),  73 tokens(avg),  87 tokens(max),  55 tokens (min). |
| 481 | Penerbangan Berjadwal AirAsia Beroperasi Kembali | AirAsia Indonesia ( kode penerbangan QZ ) akan menyesuaikan pengoperasian penerbangan berjadwal rute internasional dan domestik secara bertahap, dan akan dimulai pada tanggal 1 Juni 2020 pada rute tertentu. Direktur Utama AirAsia Indonesia, Veranita Yosephine Sinaga, menyampaikan imbauan kepada seluruh penumpang yang akan melakukan penerbangan nantinya untuk selalu memperhatikan dan memenuhi persyaratan kesehatan, imigrasi serta pembatasan perjalanan yang ditetapkan oleh otoritas wilayah atau pemerintah di wilayah/ negara asal maupun tujuan. Penumpang diharapkan membawa masker cadangan, cairan pembersih tangan, dan mengikuti ketentuan bagasi kabin AirAsia terbaru. Semua penumpang disarankan untuk memastikan kembali terminal keberangkatannya dikarenakan adanya perubahan terminal sementara untuk penerbangan domestik maupun internasional di beberapa bandara. Semua penumpang disarankan untuk memastikan kembali terminal keberangkatannya dikarenakan adanya perubahan terminal sementara untuk penerbangan domestik maupun internasional. | Sehubungan dengan alasan operasional dan perpanjangan masa pembatasan sosial di beberapa wilayah, AirAsia Indonesia (kode penerbangan QZ) akan menyesuaikan pengoperasian penerbangan berjadwal rute internasional dan domestik secara bertahap, dan akan dimulai pada tanggal 1 Juni 2020 pada rute tertentu.  Direktur Utama AirAsia Indonesia, Veranita Yosephine Sinaga, menyampaikan imbauan kepada seluruh penumpang yang akan melakukan penerbangan nantinya untuk selalu memperhatikan dan memenuhi persyaratan kesehatan, imigrasi serta pembatasan perjalanan yang ditetapkan oleh otoritas wilayah atau pemerintah di wilayah/ negara asal maupun tujuan.  "AirAsia telah menerapkan langkah-langkah kewaspadaan untuk menjaga kesehatan dan kenyamanan para penumpang dan awak pesawat. Seluruh penumpang diwajibkan menggunakan masker dari mulai proses check-in, masuk ke pesawat, selama penerbangan hingga pengambilan bagasi saat tiba di bandara tujuan," katanya dalam keterangan resmi.  Penumpang diharapkan membawa masker cadangan, cairan pembersih tangan, dan mengikuti ketentuan bagasi kabin AirAsia terbaru. Penumpang juga diharapkan tiba 3 jam sebelum jadwal keberangkatan untuk menghindari kepadatan antrian sehubungan dengan pemeriksaan kesehatan di beberapa titik sebelum keberangkatan.  Semua penumpang disarankan untuk memastikan kembali terminal keberangkatannya dikarenakan adanya perubahan terminal sementara untuk penerbangan domestik maupun internasional di beberapa bandara.  AirAsia tetap berkomitmen untuk melayani penerbangan charter penumpang dan kargo baik untuk kebutuhan perjalanan pemerintah, swasta, organisasi, maupun komunitas masyarakat ke berbagai destinasi domestik dan internasional dengan persetujuan dari otoritas terkait.  AirAsia akan terus memantau perkembangan situasi dan akan melakukan langkah antisipasi yang diperlukan untuk memulai kembali layanan penerbangan nantinya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  946 characters(avg),  114 words(avg),  150 tokens(avg),  169 tokens(max),  132 tokens (min).   Summary : 520 characters(avg),  62 words(avg),  80 tokens(avg),  93 tokens(max),  66 tokens (min). |
| 482 | Masyarakat Akan Lebih Mengincar Produk Lokal PascaCovid-19 | Dewi Meisari, founder UKMIndonesia mengatakan, di era digital seperti saat ini, keterampilan memasarkan produk secara online menjadi salah satu kunci dalam menjalankan bisnis. Dewi juga memaparkan beberapa strategi bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing dengan pasar. Pertama, melakukan penghematan. Dengan melakukan musyawarah bersama pegawai mengenai pengurangan gaji sementara waktu, dan dikompensasi dengan penurunan beban kerja ( salah satunya dengan menurunkan jam kerja ). Tiga, membidik peluang lain yang ada di depan mata – shifting sementara – selama dapat mendatangkan arus pendapatan (contoh, coffee shop, bisa shifting berbisnis buah atau frozen food atau jahe merah, kedua proaktif menggali informasi (browsing, bergabung komunitas, dan lain-lain), keempat, menggunakan waktu untuk sebanyak-banyaknya belajar dan membenahi usaha. Ia menambahkan, ada tiga hal yang harus diperhatikan dari sisi konsumen, pertama bahwa pasca pandemi kondisi perekonomian masih lemah dan konsumen masih akan fokus menjaga cash flow dan pengeluaran. Dampaknya, mereka akan mencari harga barang yang lebih murah. Yang kedua bagaimana konsumen akan lebih selektif dan para pelaku bisnis harus siap dengan perubahan perilaku konsumen. Yang ketiga, konsumen akan lebih memilih produk lokal. | Dewi Meisari, founder UKMIndonesia mengatakan, di era digital seperti saat ini, keterampilan memasarkan produk secara online menjadi salah satu kunci dalam menjalankan bisnis.  “Berdasarkan data Menkominfo tahun 2019 terdapat sekitar 20% pelaku UKM yang memasarkan produknya secara daring,” paparnya dalam sesi talksow Bersama Bank DBS dan Blibli.  Dewi juga memaparkan beberapa strategi bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing dengan pasar. Pertama, melakukan penghematan. Dengan melakukan musyawarah bersama pegawai mengenai pengurangan gaji sementara waktu, dan dikompensasi dengan penurunan beban kerja (salah satunya dengan menurunkan jam kerja). Kedua, mengakses program pemerintah yang dapat membantu menurunkan beban biaya (misalnya cicilan pinjaman, listrik, BPJS, pajak, dan lain-lain).  Ketiga, membidik peluang lain yang ada di depan mata – shifting sementara – selama dapat mendatangkan arus pendapatan (contoh, coffee shop, bisa shifting berbisnis buah atau frozen food atau jahe merah, kedua proaktif menggali informasi (browsing, bergabung komunitas, dan lain-lain), keempat, menggunakan waktu untuk sebanyak-banyaknya belajar dan membenahi usaha.  Di kesempatan yang sama, VP Group Research DBS Bank, Maynard Priajaya Arif memaparkan, Covid-19 akan memberikan dampak secara luas terhadap pertumbuhan ekonomi global.  “Jika melihat perekonomian di negara-negara ASEAN secara keseluruhan di tahun 2020, pertumbuhannya melambat bahkan untuk beberapa negara akan negatif. Apabila melihat sisi positif data pertumbuhan Indonesia dibanding ASEAN, pertumbuhannya cenderung lebih resilien. Berdasarkan forecast dari Group Research DBS pertumbuhan Indonesia saat ini sekitar 1 -1,3%, walaupun sedikit di bawah asumsi pemerintah tapi paling tidak pertumbuhannya masih positif,” jelas Maynard.  Ia menambahkan, ada tiga hal yang harus diperhatikan dari sisi konsumen, pertama bahwa pasca pandemi kondisi perekonomian masih lemah dan konsumen masih akan fokus menjaga cash flow dan pengeluaran. Dampaknya, mereka akan mencari harga barang yang lebih murah. Yang kedua bagaimana konsumen akan lebih selektif dan para pelaku bisnis harus siap dengan perubahan perilaku konsumen. Yang ketiga, konsumen akan lebih memilih produk lokal. Hal ini akan menjadi peluang besar bagi UKM Indonesia.  Semua pelaku usaha akan berusaha memasarkan produknya secara online, dan kompetisi akan semakin ketat. Tetap mempersiapkan beberapa produk retail offline. Namun, ke depannya kanal online dan offline bisa dikembangkan bersama karena beberapa produk masih penting secara offline.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  853 characters(avg),  114 words(avg),  171 tokens(avg),  215 tokens(max),  138 tokens (min).   Summary : 426 characters(avg),  58 words(avg),  85 tokens(avg),  89 tokens(max),  77 tokens (min). |
| 483 | Dampak Corona, Garuda Rumahkan Karyawan hingga Pangkas THR | Maskapai nasional Garuda Indonesia menempuh sejumlah langkah guna menyelamatkan perusahaan dari dampak Covid 19. Selain merumahkan 800 karyawan, menurut Direktur Utama Garuda Indonesia, Irfan Setiaputra, perusahaan juga telah melakukan sejumlah kebijakan menghadapi Covid-19. Di antaranya seperti renegosiasi sewa pesawat, restrukturisasi network, efisiensi biaya produksi. Menurut Irfan, kebijakan ini sudah melalui kesepakatan dan diskusi dua arah antara karyawan dan perusahaan. Sehingga terbit keputusan karyawan dirumahkan sementara selama tiga bulan ke depan, terhitung sejak 14 Mei 2020. Kabar soal ratusan pegawai yang dirumahkan sementara ini awalnya disampaikan oleh Ikatan Awak Kabin Garuda Indonesia (IKAGI). Namun jumlah 800 ini lebih besar dari yang disampaikan IKAGI, yang hanya 400 orang. Kendati demikian, Irfan memastikan kebijakan ini akan terus dikaji dan dievaluasi secara berkala. Evaluasi akan menyesuaikan dengan kondisi perusahaan dan peningkatan operasional penerbangan. Irfan memastikan kebijakan ini akan terus dikaji dan dievaluasi secara berkala. Evaluasi akan menyesuaikan dengan kondisi perusahaan dan peningkatan operasional penerbangan. | Maskapai nasional Garuda Indonesia menempuh sejumlah langkah guna menyelamatkan perusahaan dari dampak Covid 19. Selain merumahkan 800 karyawan, menurut Direktur Utama Garuda Indonesia, Irfan Setiaputra, perusahaan juga telah melakukan sejumlah kebijakan menghadapi Covid-19. Di antaranya seperti renegosiasi sewa pesawat, restrukturisasi network, efisiensi biaya produksi.  Ada juga penyesuaian gaji jajaran komisaris, direksi, hingga staf secara proporsional. “Serta tidak memberikan THR kepada direksi dan komisaris,” kata Irfan, Minggu, 17 Mei 2019.  Sebanyak 800 karyawan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang berstatus kontrak alias Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT) dirumahkan sementara. Irfan Setiaputra, mengatakan kebijakan itu diambil untuk menjaga keberlangsungan perusahaan yang terkena dampak Covid-19.  “Kebijakan tersebut dilakukan dengan pertimbangan yang matang,” kata Irfan. Selain itu, kata Irfan, kebijakan ini diambil untuk menghindari terjadinya PHK.  Menurut Irfan, kebijakan ini sudah melalui kesepakatan dan diskusi dua arah antara karyawan dan perusahaan. Sehingga terbit keputusan karyawan dirumahkan sementara selama tiga bulan ke depan, terhitung sejak 14 Mei 2020.  Kabar soal ratusan pegawai yang dirumahkan sementara ini awalnya disampaikan oleh Ikatan Awak Kabin Garuda Indonesia (IKAGI). Namun jumlah 800 ini lebih besar dari yang disampaikan IKAGI, yang hanya 400 orang, terdiri dari pramugari dan pramugara PKWT,  “Tidak diberikan gaji dan uang terbang,” kata Ketua IKAGI Zaenal Muttaqin saat dihubungi di Jakarta, Minggu, 17 Mei 2020. Adapun fasilitas yang masih diberikan yaitu fasilitas kesehatan InHealth dan BPJS Kesehatan, serta konsesi terbang.  Seperti yang disampaikan Zaenal, 800 karyawan ini tidak akan mendapat gaji sepeserpun. Mereka hanya akan menerima asuransi kesehatan dan Tunjangan Hari Raya (THR) yang sudah dibayarkan sebelumnya.  Kendati demikian, Irfan memastikan kebijakan ini akan terus dikaji dan dievaluasi secara berkala. Evaluasi akan menyesuaikan dengan kondisi perusahaan dan peningkatan operasional penerbangan.  Sumber: Tempo.co | Text :  697 characters(avg),  92 words(avg),  146 tokens(avg),  206 tokens(max),  42 tokens (min).   Summary : 389 characters(avg),  50 words(avg),  72 tokens(avg),  85 tokens(max),  63 tokens (min). |
| 484 | DAP Sumbang Ribuan Kasur Lipat untuk RS Covid-19 | PT Duta Abadi Primantara (DAP) memberi bantuan lebih dari 1.000 kasur lipat Florence kepada rumah sakit dan rumah sakit darurat yang menangani Covid-19. Bantuan tersebut diberikan kepada Wisma Atlet Kemayoran, Pemprov DKI Jakarta dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB ) Jakarta untuk kemudian disalurkan kepada rumah sakit dan rumah sakit darurat yang membutuhkan. Selama masa pandemi, selain pasien Covid-19, banyak tenaga medis dan relawan yang berkorban. Banyak dari mereka tidak bisa kembali ke rumah atau kos tempat tinggal mereka dengan berbagai alasan, ada yang tidak diterima kembali karena takut tertular atau memang harus lembur. Mereka terpaksa menginap di rumah sakit dan membutuhkan alas tidur yang layak untuk beristirahat. Menuruy Anthony saat pandemi ini istirahat yang cukup, konsumsi makanan bergizi, olahraga cukup serta menjaga kebersihan diri dan sekitar adalah empat hal penting yang harus diperhatikan. DAP menyadari akan pentingnya tidur yang sehat. Istirahat yang cukup menjadi salah satu komponen penting dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. | PT Duta Abadi Primantara (DAP) memberi bantuan lebih dari 1.000 kasur lipat Florence kepada rumah sakit dan rumah sakit darurat yang menangani Covid-19. Bantuan tersebut diberikan kepada Wisma Atlet Kemayoran, Pemprov DKI Jakarta dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Jakarta untuk kemudian disalurkan kepada rumah sakit dan rumah sakit darurat yang membutuhkan.  Pendistribusian bantuan tersebut terbagi menjadi tiga titik lokasi penyerahan yakni di di Wisma Atlet Kemayoran (17 April 2020), di Balai Kota DKI Jakarta (23 April 2020), dan Gedung BNPB (12 Mei 2020).  “Dari data yang ada, pada masa pandemi ini banyak sekali rumah sakit yang kewalahan dan tidak sanggup lagi menampung pasien Covid-19 sehingga pemerintah menunjuk beberapa tempat untuk dijadikan rumah sakit darurat penanganan Covid-19. Untuk itu, kasur lipat Florence bermanfaat untuk digunakan oleh paramedis maupun relawan pada saat darurat seperti ini agar mereka dapat beristirahat dengan nyaman,” jelas Presiden Direktur DAP, Anthony Setiawan (17/05/2020).  Selama masa pandemi, selain pasien Covid-19, banyak tenaga medis dan relawan yang berkorban. Banyak dari mereka tidak bisa kembali ke rumah atau kos tempat tinggal mereka dengan berbagai alasan, ada yang tidak diterima kembali karena takut tertular atau memang harus lembur.  Mereka terpaksa menginap di rumah sakit dan membutuhkan alas tidur yang layak untuk beristirahat. Kasur Forence peduli dengan kebutuhan paramedis maupun relawan yang membutuhkan istirahat yang cukup, yaitu dengan tidur yang berkualitas.  Menuruy Anthony saat pandemi ini istirahat yang cukup, konsumsi makanan bergizi, olahraga cukup serta menjaga kebersihan diri dan sekitar adalah empat hal penting yang harus diperhatikan. DAP menyadari akan pentingnya tidur yang sehat. Istirahat yang cukup menjadi salah satu komponen penting dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.  “Tidur bukanlah akhir dari aktivitas, tetapi justru menjadi awal dari aktivitas harian. Waktu tidur yang cukup yaitu 6-8 jam sehari, akan memberikan ketenangan pada tubuh, pikiran dan jiwa (body, mind and soul) sehingga memberikan rasa segar di pagi hari untuk kembali beraktifitas. Istirahat yang cukup dengan tidur yang sehat akan membuat pasien, tenaga medis dan relawan dapat kembali bersemangat menghadapi pandemi ini,” terangnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  772 characters(avg),  109 words(avg),  160 tokens(avg),  198 tokens(max),  129 tokens (min).   Summary : 360 characters(avg),  51 words(avg),  71 tokens(avg),  77 tokens(max),  62 tokens (min). |
| 485 | Karyawan Bank DKI Donasi Peduli Covid-19 Total Rp5 Miliar | Bank DKI menyalurkan bantuan kemanusiaan senilai total Rp5 miliar untuk mendukung penanganan COVID-19 di DKI Jakarta. Bantuan tersebut terdiri dari partisipasi pada program Kolaborasi Sosial Berskala Besar (KSBB) senilai Rp2,25 miliar, pemberian Alat Pelindung Diri (APD) senilai Rp844,5 juta dan bantuan kemanusiaan tim medis sebesar Rp638 juta. Zainuddin menjelaskan penyerahan bantuan tersebut bersumber dari donasi karyawan, Bank DKI Peduli, anggaran CSR Bank DKI dan Unit Pelayanan Zakat Bank DKI. Untuk KSBB bersumber dari donasi karyawan, bantuan APD bersumber dari Bank DKI Peduli yang terkumpul dari kepedulian nasabah dan karyawan Bank DKI melalui Unit Pelayanan Zakat Bank DKI. Terkait dengan partisipasi Bank DKI pada KSBB sebesar Rp2,25 miliar akan diserahkan kepada Rumah Zakat dan Baznas DKI Jakarta masing-masing sebesar Rp1,12 miliar. Adapun penyerahan APD, Zainuddin menjelaskan bantuan tersebut akan diserahkan untuk tenaga medis di 15 RSUD DKI Jakarta. Adapun untuk bantuan kemanusiaan untuk tim medis Covid-19 merupakan bentuk sinergi antara Bank DKI dengan Jakarta Tourisindo. Konsumsi tersebut diberikan kepada tenaga medis yang menginap di Hotel Grand Cempaka. Pemberian bantuan konsumsi tersebut telah diberikan pada Jakarta Tourisindo pada April 2020. Sejak pandemi covid-19 berlangsung, Bank DKI sudah melaksanakan berbagai program CSR senilai Rp1,3 miliar. Juga bantuan pemberian paket sembako kepada warga Jakarta, pencetakan 1.730 materi komunikasi berupa poster, spanduk dan X-banner bertema Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 bersinergi dengan Dinas Kominfotik DKI, pencetakan 35.000 materi komunikasi berupa poster sosialisasi atas Seruan Gubernur DKI Jakarta Nomor 9 tahun 2020 terkait penggunaan masker untuk pencegahan penularan Covid-19. Bank DKI akan menyerahkan sabun cuci tangan untuk penghuni Rumah Susun dan Sumbangan anak yatim piatu di Jakarta. Bank DKI pun hingga saat ini masih membuka kesempatan bagi warga DKI Jakarta khususnya nasabah yang ingin berpartisipasi mendukung penanganan Covid-19 melalui Bank DKI Peduli dengan rekening 101.20.12345.5 dan 701.07.00003.0 untuk rekening Bank DKI Syariah. | Bank DKI menyalurkan bantuan kemanusiaan senilai total Rp5 miliar untuk mendukung penanganan COVID-19 di DKI Jakarta. Bantuan tersebut terdiri dari partisipasi pada program Kolaborasi Sosial Berskala Besar (KSBB) senilai Rp2,25 miliar, pemberian Alat Pelindung Diri (APD) senilai Rp844,5 juta dan bantuan kemanusiaan tim medis sebesar Rp638 juta.  Sebelumnya Bank DKI juga telah melaksanakan berbagai program CSR sebesar Rp1,3 miliar untuk penanganan Covid-19. Penyerahan bantuan tersebut dilakukan secara simbolis dari Direktur Utama Bank DKI, Zainuddin Mappa kepada Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan di Jakarta, Senin (18/05/2020).  Zainuddin menjelaskan penyerahan bantuan tersebut bersumber dari donasi karyawan, Bank DKI Peduli, anggaran CSR Bank DKI dan Unit Pelayanan Zakat Bank DKI. Untuk KSBB bersumber dari donasi karyawan, bantuan APD bersumber dari Bank DKI Peduli yang terkumpul dari kepedulian nasabah dan karyawan Bank DKI melalui Unit Pelayanan Zakat Bank DKI, sedangkan untuk bantuan konsumsi tim medis bersumber dari anggaran CSR Bank DKI.  Terkait dengan partisipasi Bank DKI pada KSBB sebesar Rp2,25 miliar akan diserahkan kepada Rumah Zakat dan Baznas DKI Jakarta masing-masing sebesar Rp1,12 miliar. Adapun penyerahan APD, Zainuddin menjelaskan bantuan tersebut akan diserahkan untuk tenaga medis di 15 RSUD DKI Jakarta. Adapun RSUD-RSUD yang mendapatkan bantuan CSR dari Bank DKI tersebut diantaranya RSUD Cengkareng, RSUD Pasar Minggu, RSUD Tarakan, RSUD Duren Sawit, RSUD Koja, RSUD Tanah Abang, RSUD Tugu Koja, RSUD Kalideres, RSUD Kembangan, RSUD Jati Padang, RSUD Kramat Jati, RSUD Sawah Besar, RSUD Pasar Rebo, RSUD Budhi Asih, RSUD Kepulauan Seribu.  Bantuan APD tersebut secara total terdiri dari pakaian APD dan masker masing-masing sebanyak 3.750, kacamata pelindung, hand gloves dan face shield masing-masing sebanyak 450 pcs, hand sanitizer sebanyak 750 jirigen. Ia menyampaikan bahwa APD yang diberikan telah sesuai dengan standar kesehatan yang berlaku.  Adapun untuk bantuan kemanusiaan untuk tim medis Covid-19 merupakan bentuk sinergi antara Bank DKI dengan Jakarta Tourisindo. Konsumsi tersebut diberikan kepada tenaga medis yang menginap di Hotel Grand Cempaka. Pemberian bantuan konsumsi tersebut telah diberikan pada Jakarta Tourisindo pada April 2020.  Sejak pandemi covid-19 berlangsung, Bank DKI sudah melaksanakan berbagai program CSR senilai Rp1,3 miliar, di antaranya pembangunan wastafel cuci tangan bersama PAM Jaya di wilayah DKI Jakarta, pemberian APD kepada tenaga medis RSUD Cengkareng dan RSUD Pulau Tidung, pemberian laptop untuk tim medis.  Juga bantuan pemberian paket sembako kepada warga Jakarta, pencetakan 1.730 materi komunikasi berupa poster, spanduk dan X-banner bertema “Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19” bersinergi dengan Dinas Kominfotik DKI, pencetakan 35.000 materi komunikasi berupa poster sosialisasi atas Seruan Gubernur DKI Jakarta Nomor 9 tahun 2020 terkait penggunaan masker untuk pencegahan penularan Covid-19, pencetakan 3.000 Buku Pedoman RT/RW Siaga Pandemi Covid-19 Pemprov DKI Jakarta dan pemberian sembako untuk karyawan & pensiunan Bank DKI serta masyarakat.  Ke depannya, Bank DKI akan menyerahkan sabun cuci tangan untuk penghuni Rumah Susun dan Sumbangan anak yatim piatu di Jakarta. "Bank DKI pun hingga saat ini masih membuka kesempatan bagi warga DKI Jakarta khususnya nasabah yang ingin berpartisipasi mendukung penanganan Covid-19 melalui Bank DKI Peduli dengan rekening 101.20.12345.5 dan 701.07.00003.0 untuk rekening Bank DKI Syariah. Kami berharap bantuan ini dapat mempercepat penanganan Covid-19 di DKI Jakarta,” kata Zainuddin. | Text :  604 characters(avg),  84 words(avg),  136 tokens(avg),  231 tokens(max),  83 tokens (min).   Summary : 357 characters(avg),  49 words(avg),  74 tokens(avg),  89 tokens(max),  58 tokens (min). |
| 486 | Kontribusi #BerjuangBersamaSahabat Adira Saat Pandemi | Seiring dengan janji brand Adira Finance 'Sahabat Setia Selamanya', maka melalui gerakan sosial korporasi Adira Finance Untuk Indonesia, kami mengajak para sahabat yang terdiri dari karyawan, konsumen, komunitas, serta seluruh ekosistem untuk meringankan beban mereka yang terdampak pandemi. Program CSR #BerjuangBersamaSahabat yang disalurkan melalui 3 pilar CSR Adira Finance yaitu: Adira Finance Peduli, Sahabat Lokal, dan Mitra CSR Adira Finance, merupakan salah satu kontribusi nyata Adira Finance di masa pandemi Covid-19. Berbagai kegiatan CSR yang telah dilaksanakan antara lain, donasi Alat Pelindung Diri (APD ) untuk tenaga medis di puluhan rumah sakit dan fasilitas kesehatan. Ketiga, Program Keluarga Asuh, bertajuk Satu Tekad, Indonesia Sehat, Momobil yang merupakan e-commerce jual beli mobil milik Adira Finance, melaksanakan aksi sosial bekerja sama dengan platform crowdfunding Kitabisa.com. Adira Finance mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk berdonasi membantu keluarga Indonesia yang membutuhkan, khususnya pekerja informal yang terdampak Covid-19. Adira Finance melakukan pembagian takjil gratis ke pengemudi ojek online bekerja sama dengan beberapa rumah makan di daerah DKI Jakarta, Bekasi dan Depok. Selain program CSR, Adira Finance melalui unit usaha syariah mengadakan program peluang bisnis mitra syariah bagi para mitra yang terdiri dari Dealer, Keday, komunitas syariah, travel umrah serta BMT (Koperasi Syariah ). Di masa pandemi Covid-19, Adira Finance Syariah menyalurkan bantuan Rp250 juta untuk pembelian APD yang akan disalurkan oleh 34 Kantor Cabang Unit Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia kepada rumah sakit rujukan Covid-19. Di masa pandemi Covid-19, Adira Finance Syariah menyalurkan bantuan Rp250 juta untuk pembelian APD. | “Sesuai dengan janji brand Adira Finance ‘Sahabat Setia Selamanya’, maka melalui gerakan sosial korporasi Adira Finance Untuk Indonesia, kami mengajak para sahabat yang terdiri dari karyawan, konsumen, komunitas, serta seluruh ekosistem untuk meringankan beban mereka yang terdampak pandemi. Kegiatan ini melalui program donasi untuk tenaga medis dan pekerja di sektor informal atau harian karena menurunnya sumber penghasilan mereka saat ini,” ujar Swandajani Gunadi, Direktur SDM dan Marketing Adira Finance.  Program CSR #BerjuangBersamaSahabat yang disalurkan melalui 3 pilar CSR Adira Finance yaitu: Adira Finance Peduli, Sahabat Lokal, dan Mitra CSR Adira Finance, merupakan salah satu kontribusi nyata Adira Finance di masa pandemi Covid-19. Berbagai kegiatan CSR yang telah dilaksanakan antara lain: pertama, donasi Alat Pelindung Diri (APD) untuk tenaga medis di puluhan rumah sakit dan fasilitas kesehatan di berbagai wilayah di Indonesia yang merupakan hasil penggalangan dana seluruh Gardira (karyawan Adira Finance), yang dikelola secara swadaya bermitra dengan perkumpulan sosial karyawan Adira Finance, Increso, yang fokus di bidang CSR kesehatan dan edukasi bagi karyawan dan masyarakat umum.  Kedua, Adira Finance Peduli Covid-19, dilaksanakan di 9 titik area operasional Adira Finance seluruh Indonesia bekerja sama dengan Pemerintah Daerah setempat dengan memberikan donasi paket sembako kepada masyarakat yang terkena dampak Covid-19 dan APD ke beberapa fasilitas kesehatan yang menangani virus ini.  Ketiga, Program Keluarga Asuh, bertajuk “Satu Tekad, Indonesia Sehat”, Momobil yang merupakan e-commerce jual beli mobil milik Adira Finance, melaksanakan aksi sosial bekerja sama dengan platform crowdfunding Kitabisa.com. Adira Finance mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk berdonasi membantu keluarga Indonesia yang membutuhkan, khususnya pekerja informal yang terdampak Covid-19. Pengumpulan donasi berlangsung sejak 6 Mei hingga 30 Juni 2020 ini dan hasil donasi yang terkumpul akan diberikan dalam bentuk bantuan sembako.  Keempat, pemberian paket kesehatan berupa vitamin, masker mulut, face shield dan hand sanitizer kepada karyawan di lebih dari 190 kantor cabang di Indonesia. Bagi konsumen yang datang ke kantor cabang Adira Finance akan mendapatkan secara gratis masker dan vitamin.  Kelima, melakukan edukasi dan sosialisasi tentang dampak dan pencegahan bahaya virus Covid-19 kepada karyawan, konsumen, mitra bisnis, maupun masyarakat umum melalui sarana media sosial milik perusahaan.  Keenam, program CSR Ramadhan, sebagai bentuk kepedulian terhadap pengemudi ojek online dalam melaksanakan puasa Ramadhan di tengah kondisi pandemi Covid-19, Adira Finance melakukan pembagian takjil gratis ke para pengemudi ojek online bekerja sama dengan beberapa rumah makan di daerah DKI Jakarta, Bekasi dan Depok.  Selain program CSR, Adira Finance melalui unit usaha syariah mengadakan program peluang bisnis mitra syariah bagi para mitra yang terdiri dari Dealer, Keday, komunitas syariah, travel umrah serta BMT (Koperasi Syariah) yang berafiliasi terhadap keuangan syariah untuk ikut serta membantu mengembangkan pembiayaan syariah. "Untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, kami melakukan kegiatan seminar dan training baik untuk masyarakat maupun kepada seluruh karyawan di semua kantor cabang Syariah, sebagai bentuk komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen.” ujar Niko Kurniawan Bonggowarsito selaku Direktur Penjualan, Pelayanan, dan Distribusi Adira Finance.  Di masa pandemi Covid-19, Adira Finance Syariah menyalurkan bantuan Rp250 juta untuk pembelian APD yang akan disalurkan oleh 34 Kantor Cabang Unit Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia kepada rumah sakit rujukan Covid-19. | Text :  748 characters(avg),  101 words(avg),  151 tokens(avg),  218 tokens(max),  49 tokens (min).   Summary : 355 characters(avg),  49 words(avg),  75 tokens(avg),  95 tokens(max),  56 tokens (min). |
| 487 | Insentif Ekonomi Untuk Menopang Daya Hidup Pers Saat Krisis Akibat Pandemi Covid-19 | Keberhasilan menanggulangi pandemi Covid-19 ditentukan oleh keberhasilan dalam menangani komunikasi. Sebaliknya, pengalaman banyak negara menunjukkan bahwa kegagalan menangani pandemi Covid-19 juga banyak disebabkan oleh kecenderungan meremehkan aspek-aspek komunikasi publik terkait dengan situasi krisis yang sedang terjadi. Berdasarkan kajian Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI ), maraknya hoaks dan berita-berita yang tidak kredibel sebagai salah satu faktor penghambat penanganan Covid-19 di Indonesia. Tanpa bermaksud mengabaikan kelemahan yang ada, ruang pemberitaan media massa/pers lah yang menyajikan informasi dan analisis tersebut. Pers juga berperan menjembatani proses komunikasi dan arus informasi, sehingga masyarakat terhindar dari simpang-siur tentang skala penyebaran virus maupun wacana yang asimetris tentang tingkat kegentingan situasi. Bayang-bayang pemutusan hubungan kerja untuk karyawan perusahaan media menjadi semakin nyata, ketika industri media nasional dihadapkan pada perfoma bisnis yang menurun secara drastis, sebagaimana juga terjadi pada sektor lain secara bersamaan. Dalam konteks inilah, Asosiasi Perusahaan Media dan Asosiasi Profesi Media menganggap penting dan mendesak dilakukannya tindakan konkret oleh negara untuk membantu industri media. Asosiasi Perusahaan Media dan Asosiasi Profesi Media dengan ini mendorong pemerintah untuk menaikkan stimulus di luar stimulus ekonomi sebesar Rp405 triliun yang sudah diputuskan pemerintah. Untuk menyelamatkan daya hidup pers nasional yang sedang menghadapi krisis ekonomi serius akibat pandemi Covid-19, kami menyampaikan aspirasi sebagai berikut ini. Mendorong negara menangguhkan kewajiban karyawan dan perusahaan pers untuk membayar iuran BPJS ketenagakerjaan selama masa pandemi Covid-19, tanpa mengurangi manfaat yang seharusnya diperoleh karyawan. Mendorong pemerintah menanggung kewajiban karyawan dan perusahaan pers untuk membayar iuran BPJS Kesehatan selama masa pandemi Covid-19. 7. Mendorong negara memaksimalkan pemungutan pajak pendapatan dari perusahaan platform global yang beroperasi di Indonesia seperti Google, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Microsoft Asosiasi Profesi Media adalah: Serikat Penerbit Pers (SPS) | Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) | Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) | Society Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) | Forum Pemred | Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) | Aliansi Jurnalis Independen (AJI) | Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (ATVJI) | Dewan Pers. Sementara, Ketua Forum Pemimpin Redaksi Kemal Efendi Gani, menjelaskan, Jika media semakin terdampak, akan ada masalah serius yang terjadi di masyarakat. Sebab, informasi yang beredar di masyarakat tidak kredibel karena hanya bersumber dari media sosial. Dalam usulan 7 poin ini penting agar media tetap beroperasi dengan wajar dan baik dalam menjalankan fungsinya. | Keberhasilan menanggulangi pandemi Covid-19 ditentukan oleh keberhasilan dalam menangani komunikasi. Sebaliknya, pengalaman banyak negara menunjukkan bahwa kegagalan menangani pandemi Covid-19 juga banyak disebabkan oleh kecenderungan meremehkan aspek-aspek komunikasi publik terkait dengan situasi krisis yang sedang terjadi.  Berdasarkan kajian Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), maraknya hoaks dan berita-berita yang tidak kredibel sebagai salah satu faktor penghambat penanganan Covid-19 di Indonesia. Lengga Pradipta, peneliti penduduk dan linkungan LIPI, mengatakan, berita-berita bohong yang beredar di Internet membuat masyarakat resah, terutama informasi yang beredar di media sosial.  Dalam konteks ini, media massa telah bersikap profesional menjalankan fungsinya. Masyarakat membutuhkan informasi terkini soal pandemi Covid-19 berikut analisis terpercaya yang dapat dijadikan sebagai pijakan untuk menilai situasi dan memutuskan tindakan antisipatif.  Tanpa bermaksud mengabaikan kelemahan yang ada, ruang pemberitaan media massa/pers lah yang menyajikan informasi dan analisis tersebut. Pers juga berperan menjembatani proses komunikasi dan arus informasi, sehingga masyarakat terhindar dari simpang-siur tentang skala penyebaran virus maupun wacana yang asimetris tentang tingkat kegentingan situasi.  Industri media adalah satu dari sedikit sektor yang tetap harus bekerja dalam situasi krisis belakangan ini. Sektor media tidak boleh berhenti menjalankan fungsi-fungsi komunikatif dan informatif. Namun, seperti diketahui bersama, pandemi Covid-19 melahirkan krisis ekonomi yang serius. Berbagai sektor industri di Tanah Air menghadapi masa-masa yang suram. Tanpa terkecuali, krisis ini juga memukul industri media nasional.  Bayang-bayang pemutusan hubungan kerja untuk karyawan perusahaan media menjadi semakin nyata, ketika industri media nasional dihadapkan pada perfoma bisnis yang menurun secara drastis, sebagaimana juga terjadi pada sektor lain secara bersamaan. Dalam konteks inilah, Asosiasi Perusahaan Media dan Asosiasi Profesi Media menganggap penting dan mendesak dilakukannya tindakan konkret oleh negara untuk membantu industri media, para wartawan, dan seluruh pekerja media yang terdampak oleh krisis akibat pandemi Covid-19 ini. “Ada 7 poin insentif penting yang diharapkan dapat diberikan oleh pemerintah,” jelas Januar P.Ruswita, Ketua Harian Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat.  Asosiasi Perusahaan Media dan Asosiasi Profesi Media dengan ini mendorong pemerintah untuk menaikkan stimulus di luar stimulus ekonomi sebesar Rp405 triliun yang sudah diputuskan pemerintah. Untuk menyelamatkan daya hidup pers nasional yang sedang menghadapi krisis ekonomi serius akibat pandemi Covid-19, kami menyampaikan aspirasi sebagai berikut ini. Aspirasi ini diajukan sebatas dalam konteks periode pandemi Covid-19:  1. Mendorong negara untuk tetap mengalokasikan dana sosialisasi kebijakan, program, atau kampanye penanggulangan Covid-19, baik di tingkat pusat maupun daerah untuk perusahaan pers.  2. Mendorong negara untuk memberikan subsidi harga kertas bagi perusahaan pers cetak sebesar 20% dari harga per kilogram komoditas tersebut.  3. Mendorong negara memberikan subsidi biaya listrik untuk perusahaan pers sebesar 30% dari tagihan per bulan pada periode Mei - Desember 2020.  4. Mendorong negara memberikan kredit berbunga rendah dan berjangka panjang melalui Bank BUMN untuk perusahaan pers.  5. Mendorong negara menangguhkan kewajiban karyawan dan perusahaan pers untuk membayar iuran BPJS ketenagakerjaan selama masa pandemi Covid-19, tanpa mengurangi manfaat yang seharusnya diperoleh karyawan.  6. Mendorong pemerintah menanggung kewajiban karyawan dan perusahaan pers untuk membayar iuran BPJS Kesehatan selama masa pandemi Covid-19.  7. Mendorong negara memaksimalkan pemungutan pajak pendapatan dari perusahaan platform global yang beroperasi di Indonesia seperti antara lain Google, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Microsoft, dan lainnya. Komponen atau hasil pemungutan pajak pendapatan ini penting untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan setara, serta layak dialokasikan untuk mengembangkan dan menyelamatkan institusi jurnalisme di negeri ini.  Pihak-pihak yang tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Media dan  Asosiasi Profesi Media adalah: Serikat Penerbit Pers (SPS) | Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) | Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) | Serikat Media Siber Indonesia (SMSI) | Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) | Forum Pemred | Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) | Aliansi Jurnalis Independen (AJI) | Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) | Pewarta Foto Indonesia (PFI) | Asosiasi Televisi Jaringan Indonesia (ATVJI) | Dewan Pers  Anggota Dewan Pers, Arif Zulkifli mengungkapkan, permintaan insentif pers ini tidak semata-mata untuk kepentingan bisnis perusahaan. “Ini demi kepentingan publik, karena tanpa informasi yang kredibel dan teruji, publik akan tidak memiliki informasi akurat dan tidak punya alat ukur untuk menentukan arah pandemi ini,” ujarnya dalam konferensi video (14/5/2020).  Menurut Arif, peran media sangat strategis agar tetap mampu menyelenggarakan sistem pertukaran informasi tidak dimonopoli oleh media sosial.  Sementara, Ketua Forum Pemimpin Redaksi Kemal Efendi Gani, menjelaskan, “Jika media semakin terdampak, akan ada masalah serius yang terjadi di masyarakat. Sebab, informasi yang beredar di masyarakat tidak kredibel karena hanya bersumber dari media sosial. Dalam usulan 7 poin ini penting agar media tetap beroperasi dengan wajar dan baik dalam menjalankan fungsinya.”  Pentingnya usulan 7 poin insentif itu dikuatkan oleh pendapat pengamat pers, Masduki. Dia menilai, pandemi Covid-19 telah menjadi krisis ketiga bagi pers pascareformasi. Hal ini antara lain ditandai oleh menurunnya pendapatan iklan, waktu operasional terbatas, sirkulasi terhambat hingga hambatan wartawan dalam memenuhi kebutuhan dasar atau tugas jurnalistik.  www.swa.co.id | Text :  856 characters(avg),  111 words(avg),  166 tokens(avg),  224 tokens(max),  133 tokens (min).   Summary : 415 characters(avg),  53 words(avg),  79 tokens(avg),  99 tokens(max),  60 tokens (min). |
| 488 | RUU Cipta Kerja Harus Relevan dengan Indonesia Pascapandemi Covid-19 | Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja yang saat ini dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) harus dipastikan memiliki relevansi dengan kondisi Indonesia saat dan pascapandemi Covid-19. Ketua Ikatan Alumni Fakultas Hukum Universitas Indonesia (ILUNI FHUI), Ashoya Ratam, mengatakan, Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja yang saat ini dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) harus relevan dengan kondisi 'new normal '. Indonesia telah mengamini asas-asas umum pemerintahan yang baik, maka sedianya kita wajib membentuk RUU ini dengan memenuhi asas tersebut, jelasnya. Indonesia menggunakan konsep trias politica dalam politik kenegaraan, dan kita bersama-sama perlu memastikan adanya 'check and balances' dalam setiap pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan masyarakat banyak. RUU Cipta Kerja tersebut, dirancang sebagai suatu instrumen hukum yang keberlakuannya akan memengaruhi aktivitas masyarakat sehari-hari. "Perubahan dunia akibat pandemi Covid-19 ini memaksa pemerintah melakukan penyesuaian standar ketenagakerjaan baru. Kondisinya saat ini terjadi penyusutan lapangan kerja. Inilah salah satu masalah terbesar pemerintah yang harus menyediakan lapangan kerja bagi angkatan kerja dengan keterampilan terbatas," kata Hariyadi. Hariyadi juga memperlihatkan data bahwa mayoritas angkatan kerja memiliki latar pendidikan yang rendah. Sementara itu, pakar ekonomi sekaligus Guru Besar UI Prof Emil Salim menyangsikan relevansi RUU Cipta Kerja dengan keadaan pascapandemi Covid-19. Emil terutama juga menyoroti penghapusan izin lingkungan sebagai persyaratan untuk memperoleh izin usaha. Omnibus ini menghapus ketentuan dalam Pasal 40 dalam Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Anggota Komisi III DPR, Taufik Basari, mengatakan saat ini pembahasan RUU Cipta Kerja tersebut baru pada tahap konsideran. Menurutnya, DPR juga menyadari RUU ini menimbulkan banyak pro kontra. DPR disorot karena tidak sensitif karena di tengah pandemi malah membahas RUU Cipta Kerja. | Rancangan Undang-undang (RUU) Cipta Kerja yang saat ini dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) harus dipastikan memiliki relevansi dengan kondisi Indonesia saat dan pascapandemi Covid-19.  Ketua Ikatan Alumni Fakultas Hukum Universitas Indonesia (ILUNI FHUI), Ashoya Ratam, mengatakan, Rancangan Undang-undang (RUU) Cipta Kerja yang saat ini dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) harus relevan dengan kondisi 'new normal'. "Kita perlu memastikan bahwa RUU ini relevan dengan kondisi masyarakat Indonesia, terutama dengan kondisi 'new normal'akibat pandemi COVID-19," ujar Ashoya dalam diskusi daring "Nasib RUU Cipta Kerja Di Masa Pandemi COVID-19" yang diselenggarakan ILUNI FHUI, di Jakarta (16/5/2020).  Dia menambahkn, ILUNI FHUI sebagai bagian dari masyarakat sipil perlu berpartisipasi untuk memastikan bahwa RUU yang sedang dirancang benar-benar dapat membantu memenuhi kesejahteraan masyarakat, sebagaimana diperintahkan oleh konstitusi.  "Indonesia telah mengamini asas-asas umum pemerintahan yang baik, maka sedianya kita wajib membentuk RUU ini dengan memenuhi asas tersebut," jelasnya.  Indonesia menggunakan konsep trias politica dalam politik kenegaraan, dan kita bersama-sama perlu memastikan adanya 'check and balances' dalam setiap pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan masyarakat banyak. RUU Cipta Kerja tersebut, dirancang sebagai suatu instrumen hukum yang keberlakuannya akan memengaruhi aktivitas masyarakat sehari-hari. Ashoya mengajak para alumni dengan bidang konsentrasinya masing-masing, memberi masukan terhadap RUU Cipta Kerja.  Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), Hariyadi Sukamdani, mengapresiasi niatan pemerintah untuk membuat undang-undang yang mempermudah terbukanya lapangan kerja.  "Perubahan dunia akibat pandemi Covid-19 ini memaksa pemerintah melakukan penyesuaian standar ketenagakerjaan baru. Kondisinya saat ini terjadi penyusutan lapangan kerja. Inilah salah satu masalah terbesar pemerintah yang harus menyediakan lapangan kerja bagi angkatan kerja dengan keterampilan terbatas," kata Hariyadi.  Hariyadi juga memperlihatkan data bahwa mayoritas angkatan kerja memiliki latar pendidikan yang rendah, yaitu sekitar 72,8 juta orang tamatan SMP ke bawah atau 57,54% dari 126,51 juta orang yang bekerja. "Negara bertanggung jawab dalam menciptakan lapangan kerja untuk 133 juta orang angkatan kerja. Selama ini keluhan pengusaha adalah besarnya biaya tenaga kerja, meliputi sistem pengupahan, pesangon, kontribusi jaminan sosial, pembatasan outsourcing, hiring dan firing yang kaku, kesiapan kerja, dan kompetensi yang rendah," kata Haryadi.  Sementara itu, pakar ekonomi sekaligus Guru Besar UI Prof Emil Salim yang juga menjadi pembicara dalam seminar tersebut menyangsikan relevansi RUU Cipta Kerja dengan keadaan pascapandemi Covid-19. Hal ini karena RUU itu dibuat sebelum pandemi terjadi dan sekarang dibahas dengan keinginan justru untuk menghadapi permasalahan pascapandemi. Emil terutama juga menyoroti penghapusan izin lingkungan sebagai persyaratan untuk memperoleh izin usaha. Omnibus ini menghapus ketentuan dalam Pasal 40 dalam Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.  "Indonesia bisa tertinggal dari negara lain yang sudah menerapkan pembangunan berkelanjutan atau sustainable development. Konsep pembangunan sekarang tidak lagi dipilah-pilah. Ekonomi, sosial, lingkungan, tidak bisa dipisahkan," kata Prof Emil.  Pembangunan ekonomi yang mengabaikan lingkungan hidup justru akan memberi dampak negatif terhadap perekonomian.  Anggota Komisi III DPR, Taufik Basari, mengatakan saat ini pembahasan RUU Cipta Kerja tersebut baru pada tahap konsideran. “Kami sedang membahas di DPR soal pondasi RUU Cipta Lapangan Kerja ini untuk mencari tahu mau dibawa ke mana. Kami akan dahulukan mendengarkan masukan dari masyarakat dan para pakar, termasuk pihak yang menyatakan menolak RUU,” katanya.  Menurutnya, DPR juga menyadari RUU ini menimbulkan banyak pro kontra. DPR disorot karena tidak sensitif karena di tengah pandemi malah membahas RUU Cipta Kerja. "Dalam hal ini, saya meluruskan berbagai pendapat ini. Perlu saya sampaikan seluruh fraksi fokus pada pengawasan dan bujeting, dan perlu diingat DPR adalah lembaga lesgilatif bukan eksekutif. Sementara terkait pandemi itu adalah kerja eksekutif,” kata Taufik lagi. | Text :  862 characters(avg),  112 words(avg),  173 tokens(avg),  219 tokens(max),  153 tokens (min).   Summary : 401 characters(avg),  52 words(avg),  78 tokens(avg),  102 tokens(max),  56 tokens (min). |
| 489 | Bantuan untuk Masyarakat Terdampak Corona di Rusun Jati Rawasari | Bantuan bagi masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19 terus mengalir di bulan suci Ramadan. Kali ini donasi datang dari kolaborasi DNR sebagai produsen susu kambing merek RBM, Gerakan Jurnalis Peduli ( GPJ) serta penyanyi sekaligus sosialita Rani Ramadhani. Bantuan sembako diberikan kepada masyarakat di Rumah Susun Jati Rawasari, Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Pihak DNR yang diwakili Agus A Mile selaku Direktur RBM, menjelaskan, aksi sosial yang mereka lakukan ini sudah rutin dijalankan selama pandemi. Setiap harinya sejak bulan Ramadan ini memang rutin menggelar aksi sosial untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Ini juga sebagai wujud rasa terima kasih kita atas kepercayaan masyarakat yang rutin mengonsumi susu kambing RBM. | Bantuan bagi masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19 terus mengalir di bulan suci Ramadan. Kali ini donasi datang dari kolaborasi DNR sebagai produsen susu kambing merek RBM, Gerakan Jurnalis Peduli (GPJ) serta penyanyi sekaligus sosialita Rani Ramadhani. Bantuan sembako diberikan kepada masyarakat di Rumah Susun Jati Rawasari, Cempaka Putih, Jakarta Pusat.  "Alhamdulillah bisa berpartisipasi dan membantu masyarakat yang terdampak perekonomiannya karena Covid-19. Saya bersama teman-teman dari RBM dan para jurnalis ikut membagikan sembako dan takjil untuk mereka berbuka.Harapannya, dengan bantuan ini, bisa meringankan beban mereka," ungkap Rani dalam siaran pers di Jakarta (17/5/2020).  Rani sendiri mengaku terharu melihat banyaknya masyarakat di Indonesia khususnya yang terdampak perekonomiannya karena Covid-19. Oleh sebab itu, dia bersama RBM dan GPJ akan terus berupaya melakukan kegiatan sosial ini hingga pandemi ini berakhir.  "Semoga kegiatan ini bisa menginspirasi masyarakat yang mampu yang lain untuk sama-sama membantu mereka yang membutuhkan. Kita juga harus sama-sama berdoa agar pandemi ini bisa berakhir dan bisa kembali pulih perekonomiannya," tambahnya.  Pihak DNR yang diwakili Agus A Mile selaku Direktur RBM, menjelaskan, aksi sosial yang mereka lakukan ini sudah rutin dijalankan selama pandemi. "Setiap harinya sejak bulan Ramadan ini memang rutin menggelar aksi sosial untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Ini juga sebagai wujud rasa terima kasih kita atas kepercayaan masyarakat yang rutin mengonsumi susu kambing RBM, " tandasnya. | Text :  786 characters(avg),  108 words(avg),  160 tokens(avg),  196 tokens(max),  125 tokens (min).   Summary : 370 characters(avg),  53 words(avg),  73 tokens(avg),  77 tokens(max),  69 tokens (min). |
| 490 | Strategi Baru Chilibeli Hadapi Covid-19 Kala Ramadan | Masyarakat Indonesia dan dunia akan merayakan Idul Fitri 1 Syawal 1441 Hijriah yang jatuh pada tanggal 23 dan 24 Mei 2020. Perayaan akbar tahunan ini akan berbeda karena penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan pemunduran mudik yang dilakukan masyarakat Indonesia. Semua upaya ini diterapkan guna menekan angka penyebaran Covid-19. Kini, kendala pertama yang dihadapi adalah melambatnya pertumbuhan lini usaha horeka (hotel restoran kafe) yang merupakan lini usaha B2B (business to business) Chilibeli. Hal ini memengaruhi angka pasokan menjadi berlebih, khususnya untuk beberapa sembako. Manajemen dengan sigap memperkuat jaringan Mitra dan Sahabat di Jakarta, Depok, dan Tangerang Selatan, serta melebarkan sayap dengan membuka komunitas Mitra baru di Surabaya. Tantangan ini dipecahkan dengan memperbarui aplikasi dan situs Chilibeli di mana sekarang produk pesanan Sahabat dapat langsung diantarkan ke rumah Sahabat yang akses perumahannya tidak ditutup. Yumir Syamsyah Lubis, Head of Marketing Communications Chilibeli, menyoroti inisiatif sosial yang tengah dilakukan oleh Chilibeli. Chilibeli memperkenalkan inisiatif bertajuk #KebaikanMitraChilibeli – yaitu sebuah kampanye cerita video digital yang menyoroti kisah para Mitra Chilibeli. Kampanye video tersebut diluncurkan selama bulan puasa berlangsung. Chilibeli pun menghadirkan paket sembako khusus Lebaran dengan harga terjangkau, mulai Rp59.000 hingga Rp94.900. Menanggapi harga sembako yang naik terutama menuju Lebaran, Yumir menegaskan bahwa Chilibeli terus memonitor tren dan menyesuaikan harga sesuai dengan harga rata-rata pasar. Setelah PSBB selesai dan Chilibeli dapat beroperasi kembali seperti semula, ada beberapa rencana usaha yang menjadi prioritas perusahaan, yaitu perbaikan mutu rantai pasok, pengelolaan logistik, ketanggapan tim, serta terus mendorong pengalaman pengguna aplikasi Chilibeli agar semakin cerdas dan intuitif. | Masyarakat Indonesia dan dunia akan merayakan Idul Fitri 1 Syawal 1441 Hijriah yang jatuh pada tanggal 23 dan 24 Mei 2020. Perayaan akbar tahunan ini akan berbeda karena penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan pemunduran mudik yang dilakukan masyarakat Indonesia. Semua upaya ini diterapkan guna menekan angka penyebaran Covid-19.  Platform social commerce Chilibeli yang didirikan pada Juli 2019, memperkenalkan era baru berbelanja berbagai kebutuhan pangan pokok rumah tangga secara digital, memanfaatkan suasana PSBB dan stay at home untuk menjawab berbagai tantangan logistik dalam memasok produk pesanan Mitra dan Sahabat Chilibeli secara cepat, berkesinambungan dan terpadu.  Kini, kendala pertama yang dihadapi adalah melambatnya pertumbuhan lini usaha horeka (hotel restoran kafe) yang merupakan lini usaha B2B (business to business) Chilibeli. Hal ini memengaruhi angka pasokan menjadi berlebih, khususnya untuk beberapa sembako. Manajemen dengan sigap memperkuat jaringan Mitra dan Sahabat di Jakarta, Depok, dan Tangerang Selatan, serta melebarkan sayap dengan membuka komunitas Mitra baru di Surabaya, guna mendorong penjualan pasokan lebih tersebut.  Kemudian, dengan PSBB, maka kegiatan komunitas pun tertunda. Oleh karena itu, Chilibeli menggencarkan strategi akuisisi online melalui chatting platform dan media sosial, sehingga berhasil menjaring ratusan Mitra baru. Strategi baru tersebut memampukan perusahaan untuk mencapai lebih banyak Mitra dibandingkan sebelumnya, dengan puluhan Mitra baru pada batch perdana dari kota Surabaya.  Sedangkan, bagi masyarakat yang telah menjadi Mitra dan Sahabat, kendala berikutnya adalah penutupan akses mandiri ke berbagai pemukiman Mitra sehingga pesanan terlantar. Tantangan ini dipecahkan dengan memperbarui aplikasi dan situs Chilibeli di  mana sekarang produk pesanan Sahabat dapat langsung diantarkan ke rumah Sahabat yang akses perumahannya tidak ditutup.  Yumir Syamsyah Lubis, Head of Marketing Communications Chilibeli, menyoroti inisiatif sosial yang tengah dilakukan oleh Chilibeli. "Kami turut merasakan beban pikiran, karena menurunnya pemasukan keluarga yang dialami oleh para Mitra. Kami pun berusaha meringankan sejenak dengan hadiah kecil berupa produk kepada Mitra Chilibeli yang berprestasi. Kami berencana menjadikan inisiatif ini sebagai program harian yang akan berlangsung selama beberapa bulan ke depan,” ujarnya.  Selain itu, sejak awal bulan puasa, Chilibeli memperkenalkan inisiatif bertajuk #KebaikanMitraChilibeli – yaitu sebuah kampanye cerita video digital yang menyoroti kisah para Mitra Chilibeli. Kampanye video tersebut diluncurkan selama bulan puasa berlangsung. Chilibeli pun menghadirkan paket sembako khusus Lebaran dengan harga terjangkau, mulai Rp59.000 hingga Rp94.900.  Menanggapi harga sembako yang naik terutama menuju Lebaran, Yumir menegaskan bahwa Chilibeli terus memonitor tren dan menyesuaikan harga sesuai dengan harga rata-rata pasar. “Kami terus memonitor dan mengikuti perkembangan harga-harga produk sembako populer, dan mengikuti perkembangan harga pasar. Tren harga bahan pangan untuk saat ini cenderung menurun," ucapnya.  Setelah PSBB selesai dan Chilibeli dapat beroperasi kembali seperti semula, ada beberapa rencana usaha yang menjadi prioritas perusahaan, yaitu perbaikan mutu rantai pasok, pengelolaan logistik, ketanggapan tim, serta terus mendorong pengalaman pengguna aplikasi Chilibeli agar semakin cerdas dan intuitif.  “Berdasarkan beberapa studi, kami melihat bahwa akan adanya perubahan perilaku konsumen untuk menjadikan gaya belanja online sebagai salah satu pilihan berbelanja efisien dan efektif. Terutama bagi konsumen sibuk dengan berbagai peran di dalam rumah tangga – mereka akan mempertimbangkan dan melirik gaya belanja online sebagai sebuah solusi cerdas dalam kesibukan hidup mereka,” ungkap Yumir. | Text :  768 characters(avg),  101 words(avg),  150 tokens(avg),  177 tokens(max),  126 tokens (min).   Summary : 383 characters(avg),  50 words(avg),  78 tokens(avg),  107 tokens(max),  57 tokens (min). |
| 491 | BPKH Salurkan Ribuan Paket Sembako untuk Warga Terdampak Covid-19 | Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH ) memberikan bantuan berupa 2.500 paket sembako, yang diberikan kepada pegawai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU ) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK ). Kepala Badan Pengelola Keuangan Haji, Anggito Abimanyu, menyatakan pemberian yang diberikan BPKH tersebut merupakan kehormatan. Ketua Umum HIMPUH Baluki Ahmad, yang mewakili 5 asosiasi penyelenggara haji dan umrah menyatakan, pemberian yang diberikan BPKH tersebut merupakan kehormatan. Pemberian bantuan merupakan bagian dari program kemaslahatan BPKH untuk membantu menanggulangi dampak ekonomi akibat Covid-19. Bantuan sembako ini berasal dari nilai manfaat yang didapat dari hasil kelolaan Dana Abadi Umat (DAU) sesuai Pasal 17 UU No. 34 tahun 2014. Selain untuk PPIU dan PIHK, BPKH menyalurkan 5.000 paket sembako dan 1.000 paket bantuan langsung tunai (BLT ) kepada warga terdampak Covid-19. Rahmat mengatakan, di masa pandemi yang tengah berlangsung sekitar 2 bulan ini, bukan hanya para pekerja industri saja yang terdampak. Sektor informal, termasuk para ustaz, marbot masjid, dan para kyai juga demikian. Tak hanya menyalurkan bantuan melalui MUI, BPKH juga sudah menyalurkan bantuan kepada beberapa lembaga kemaslahatan lainnya. | Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) memberikan bantuan berupa 2.500 paket sembako, yang diberikan kepada pegawai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK). Akibat wabah Covid-19, mereka telah dirumahkan.  “Pemberian bantuan paket sembako disalurkan kepada 2.500 keluarga penerima manfaat. Insya Allah, umat merasakan manfaat dari dana kemaslahatan," ujar Kepala Badan Pengelola Keuangan Haji, Anggito Abimanyu, di Graha Himpuh, Jakarta (15/5/2020).  Pada kesempatan itu, Ketua Umum HIMPUH Baluki Ahmad, yang mewakili 5 asosiasi penyelenggara haji dan umrah menyatakan, pemberian yang diberikan BPKH tersebut merupakan kehormatan. “Mewakili kawan-kawan asosiasi, saya mengapresiasi bantuan yang disalurkan melalui asosiasi masing-masing, seperti HIMPUH, AMPHURI, ASPHURINDO, KESTHURI, DAN SAPUHI," kata Baluki.  Pemberian bantuan merupakan bagian dari program kemaslahatan BPKH untuk membantu menanggulangi dampak ekonomi akibat Covid-19. Bantuan sembako ini berasal dari nilai manfaat yang didapat dari hasil kelolaan Dana Abadi Umat (DAU) sesuai Pasal 17 UU No. 34 tahun 2014.  Selain untuk PPIU dan PIHK, BPKH juga menyalurkan 5.000 paket sembako dan 1.000 paket bantuan langsung tunai (BLT) kepada warga terdampak Covid-19. Bantuan ini disalurkan melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI), di kantor pusat MUI, Jakarta.  Penyerahan secara simbolis disalurkan oleh MUI melalui tim dan masjid di seluruh Indonesia, karena MUI merupakan representasi umat, sehingga nantinya diharapkan, bantuan benar-benar disalurkan kepada mereka yang berhak. "Bantuan tersebut diutamakan kepada santri, guru ngaji, kiai, terutama ustazdi masjid," kata anggota Badan Pelaksana BPKH, Rahmat Hidayat, di hari yang sama.  Rahmat mengatakan, di masa pandemi yang tengah berlangsung sekitar 2 bulan ini, bukan hanya para pekerja industri saja yang terdampak. Sektor informal, termasuk para ustaz, marbot masjid, dan para kyai juga demikian.  Tak hanya menyalurkan bantuan melalui MUI, BPKH juga sudah menyalurkan bantuan kepada beberapa lembaga kemaslahatan lainnya, di antaranya Dompet Dhuafa, Lazisnu dan lainnya. | Text :  710 characters(avg),  95 words(avg),  165 tokens(avg),  215 tokens(max),  84 tokens (min).   Summary : 415 characters(avg),  58 words(avg),  92 tokens(avg),  109 tokens(max),  65 tokens (min). |
| 492 | Shipper Indonesia Layani Pengiriman Bantuan Selama Pandemi Covid-19 | PT Shippindo Teknologi Logistik atau Shipper Indonesia ikut ambil bagian dalam kegiatan pengiriman bantuan bagi warga yang terdampak Covid-19. Perusahaan startup aggregator logistik yang didirikan oleh Budi Handoko ini mendukung agar distribusi bantuan tetap berjalan lancar di tengah penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Program #BagiAsa ini menyalurkan bantuan makanan dan sembako bagi masyarakat yang terdampak COVID-19. Tidak hanya itu #BagiAsa juga membantu penyediaan Alat Pelindung Diri (APD) bagi tenaga medis. Shipper membantu menyalurkan 3.000 paket sembako #BagiAsa senilai Rp 200 juta kepada warga terdampak pandemi Covid-19 melalui layanan logistiknya. Hingga saat ini, Shipper telah memberikan bantuan layanan logistik donasi untuk berbagai lembaga sosial dan organisasi seperti gerakan #BagiAsa, Help to Help, Goods for Good, Co Hope, We Care dan Wadah Bersama, dengan total 470 pengiriman donasi ke 280 rumah sakit dan puskesmas di seluruh Indonesia. Budi Handoko menambahkan, layanan logistik ini merupakan salah satu upaya untuk meringankan beban warga yang terkena dampak langsung dari pandemi Covid-19. Kami percaya bahwa seluruh elemen dapat berperan dengan caranya masing-masing dalam menangani wabah virus corona (Covid-19). Oleh karena itu, Shipper berkomitmen untuk memberikan bantuan layanan logistik bagi warga terdampak, nya. Di samping sembako, bantuan juga disalurkan dalam bentuk makanan yang pengelolaan dan pendistribusian dilakukan sepenuhnya oleh Foodbank of Indonesia (Foi) melalui tata laksana yang ketat. FoI akan mengontrol kualitas makanan hingga penyaluran ke kelompok yang membutuhkan sesuai dengan SOP pencegahan penularan Covid-19 dengan memperhatikan aspek higienitas. Setiap donasi yang diterima dan disalurkan untuk Gerakan #BagiAsa akan diaudit oleh auditor independen. Selain itu, penyaluran bantuan secara rutin akan dilaporkan di kanal media Katadata, Bisnis Indonesia, SWA dan KBR, serta platform media sosial semua pihak yang terlibat dalam gerakan #BagiAsa. | PT Shippindo Teknologi Logistik atau Shipper Indonesia ikut ambil bagian dalam kegiatan pengiriman bantuan bagi warga yang terdampak Covid-19. Perusahaan startup aggregator logistik yang didirikan oleh Budi Handoko ini mendukung agar distribusi bantuan tetap berjalan lancar di tengah penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB).  Shipper bekerja sama dengan berbagai lembaga sosial dan komunitas menyediakan layanan logistik dari pergudangan hingga layanan pengiriman untuk membantu mendistribusikan layanan bantuan. Salah satu kerjasama penyaluran bantuan yang dilakukan Shipper adalah dengan program #BagiAsa. Program #BagiAsa merupakan kolaborasi empat media yaitu Katadata, Bisnis Indonesia, SWA dan KBR bersama kantor pengacara Hendra Soenardi. Dalam pelaksanaannya, gerakan #BagiAsa bekerja sama dengan Foodbank of Indonesia (FoI) dan Accelerice.  Program #BagiAsa ini menyalurkan bantuan makanan dan sembako bagi masyarakat yang terdampak COVID-19. Tidak hanya itu #BagiAsa juga membantu penyediaan Alat Pelindung Diri (APD) bagi tenaga medis. Shipper membantu menyalurkan 3.000 paket sembako #BagiAsa senilai Rp 200 juta kepada warga terdampak pandemi Covid-19 melalui layanan logistiknya.  Selain #BagiAsa melalui gerakan Shipper Care, Shipper mendedikasikan 1 buah gudang sebagai tempat penyimpanan sementara barang donasi serta beberapa armada pengiriman untuk mendistribusikan donasi ke berbagai rumah sakit, puskesmas, dan warga tujuan donasi.  Hingga saat ini, Shipper telah memberikan bantuan layanan logistik donasi untuk berbagai lembaga sosial dan organisasi seperti gerakan #BagiAsa, Help to Help, Goods for Good, Co Hope, We Care dan Wadah Bersama, dengan total 470 pengiriman donasi ke 280 rumah sakit dan puskesmas di seluruh Indonesia. “Saat akan melakukan donasi, para donatur dapat melakukan drop off barang donasi mereka di gudang Shipper, serta memberikan informasi tujuan donasi. Tim Shipper kemudian akan melakukan pengecekan barang serta memilah barang-barang tersebut untuk setiap tujuan donasi. Setelah itu, barang donasi akan langsung diantar ke lokasi tujuan donasi. Sehingga, para donatur dapat berdonasi dengan lebih mudah,” kata Budi Handoko, Co Founder Shipper Indonesia, Jumat 24 April 2020.  Budi Handoko menambahkan, layanan logistik ini merupakan salah satu upaya untuk meringankan beban warga yang terkena dampak langsung dari pandemi Covid-19. “Kami percaya bahwa seluruh elemen dapat berperan dengan caranya masing-masing dalam menangani wabah virus corona (Covid-19). Oleh karena itu, Shipper berkomitmen untuk memberikan bantuan layanan logistik bagi warga terdampak,” nya.  Tentang #BagiAsa  Program #BagiAsa merupakan kolaborasi empat media yaitu Katadata, Bisnis Indonesia, SWA dan KBR bersama kantor pengacara Hendra Soenardi. Dalam pelaksanaannya, gerakan #BagiAsa bekerja sama dengan Foodbank of Indonesia (FoI) dan Accelerice.  Gerakan #BagiAsa lahir atas keprihatinan terhadap masyarakat yang terdampak akibat penyebaran virus Covid-19. Sebagian besar dari mereka harus kehilangan mata pencaharian akibat PHK atau usaha yang dimiliki sepi pembeli.  Di samping sembako, bantuan juga disalurkan dalam bentuk makanan yang pengelolaan dan pendistribusian dilakukan sepenuhnya oleh Foodbank of Indonesia (Foi) melalui tata laksana yang ketat. FoI akan mengontrol kualitas makanan hingga penyaluran ke kelompok yang membutuhkan sesuai dengan SOP pencegahan penularan Covid-19 dengan memperhatikan aspek higienitas. Jaringan relawan Foodbank of Indonesia akan mendistribusikan bantuan ke berbagai tempat. Sementara itu, kebutuhan makanan siap saji dilakukan oleh Accelerice.  Gerakan #BagiAsa juga memberi donasi berupa alat pelindung diri (APD) bagi para tenaga medis. Mengingat tenaga medis cukup rentan tertular Covid-19 saat menjalankan tugasnya.  Demi mendukung Gerakan #BagiAsa, Katadata, Bisnis Indonesia, SWA dan KBR juga melakukan kampanye dan publikasi melalui platform media sosial masing-masing media. Individu atau korporat yang ingin melakukan donasi dapat menyalurkan bantuan melalui Rekening Yayasan Lumbung Pangan Indonesia di Bank BNI: 2005202055.  Setiap donasi yang diterima dan disalurkan untuk Gerakan #BagiAsa akan diaudit oleh auditor independen. Selain itu, penyaluran bantuan secara rutin akan dilaporkan di kanal media Katadata, Bisnis Indonesia, SWA dan KBR, serta platform media sosial semua pihak yang terlibat dalam gerakan #BagiAsa.  swa.co.id | Text :  735 characters(avg),  98 words(avg),  160 tokens(avg),  206 tokens(max),  74 tokens (min).   Summary : 337 characters(avg),  46 words(avg),  72 tokens(avg),  85 tokens(max),  64 tokens (min). |
| 493 | Johnny G Plate : Public Relations Harus Mendorong Masuk Menuju Era Digital Di Saat Pandemi Covid-19 | Di tengah mewabahnya pandemi Covid-19, tantangan dunia public relations (PR) semakin berat. Covid-19 justru melahirkan hal-hal baru, seperti digital disruption yang melahirkan tantangan-tantangan baru harus dihadapi oleh dunia PR saat ini. Oleh karena itu semua pihak harus beradapatasi cepat terhadap perubahan-perubahan tersebut. Saat ini adalah saatnya dimana kehumasan mengambil peran yang besar pada saat dunia bergerak dan beranjak dari dunia fisik menuju dunia digital maka PR mengambil peran yang penting untuk mengajak masyarakat untuk segera memanfaatkan kesempatan dimasa-masa pandemi ini yang mendorong untuk masuk pada era baru yaitu era digital. Iconomics Bram S Putro menambahkan dalam kondisi wabah Covid-19 yang mengubah banyak hal. Peran PR sangat dibutuhkan dalam membangun citra dan reputasi perusahaan dan juga bangsa Indonesia. Diakui Bram, pihaknya memberikan apresiasi atas kepada kerja keras PR yang ada di perusahaan atau lembaga dalam acara Indonesian Corporate Branding PR Award 2020. | Di tengah mewabahnya pandemi Covid-19, tantangan dunia public relations (PR) semakin berat. Covid-19 justru melahirkan hal-hal baru, seperti digital disruption yang melahirkan tantangan-tantangan baru harus dihadapi oleh dunia PR saat ini. Oleh karena itu semua pihak harus beradapatasi cepat terhadap perubahan-perubahan tersebut.    Dalam diskusi webinar dan awarding virtual yang ditujukan kepada PR yang digelar Iconomics, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Johnny G Plate menuturkan seluruh insan PR untuk turut menjaga dan merawat Indonesia. Hal-hal yang dilakukan PR, misalnya membuat citra yang positif untuk Indonesia, memberikan informasi yang objektif dan membawa spirit positif harus dapat dilakukan oleh kita semua.  Ia menambahkan, saat ini adalah saatnya dimana kehumasan mengambil peran yang besar pada saat dunia bergerak dan beranjak dari dunia fisik menuju dunia digital maka PR mengambil peran yang penting untuk mengajak masyarakat untuk segera memanfaatkan kesempatan dimasa-masa pandemi ini yang mendorong untuk masuk pada era baru yaitu era digital. Era baru, di mana transformasi digital harus bisa dilakukan dengan cepat, harus bisa dilakukan dengan baik, dan harus bisa mengantar kita sebagai bangsa yang memanfaatkan ekonomi digital di masa yang akan datang ini dengan baik.  Diakui Ketua Umum BPP Perhumas Agung Laksamana, industri PR saat ini berada di teritori yang berubah memasuki era physical distancing yang menghasilkan perubahan perilaku fundamental yang disebut sebagai the new normal. Virus Covid-19 adalah sesuatu yang tidak bisa kita kendalikan sehingga PR harus fokus terhadap sesuatu yang dapat dikendalikan.  Founder & CEO Iconomics Bram S Putro menambahkan dalam kondisi wabah Covid-19 yang mengubah banyak hal. Peran PR sangat dibutuhkan dalam membangun citra dan reputasi perusahaan dan juga bangsa Indonesia.  Diakui Bram, pihaknya memberikan apresiasi atas kepada kerja keras PR yang ada di perusahaan atau lembaga dalam acara Indonesian Corporate Branding PR Award 2020. Apresiasi tersebut penilaian ditentukan atas dasar commercial, organizational, dan social. | Text :  707 characters(avg),  99 words(avg),  137 tokens(avg),  172 tokens(max),  94 tokens (min).   Summary : 337 characters(avg),  47 words(avg),  68 tokens(avg),  71 tokens(max),  61 tokens (min). |
| 494 | Penjualan Daihatsu Merosot Saat Pandemi Covid-19 | Secara total penjualan 4 bulanan, sejak Januari – April 2020, retail sales Daihatsu yang mencapai 44.346 unit. Sementara pangsa pasar diklaim naik menjadi 18,2% dari volume retail sales nasional 243.634 unit. Sedangkan whole sales, Daihatsu catat sebanyak 49.443 unit dengan pangsa pasar naik menjadi 20,2% dari volume whole sales nasional 244.762 unit. Daihatsu terus menerapkan peraturan pemerintah tentang PSBB dengan menghentikan produksi sementara di pabrik. Dalam hal pelayanan, outlet dan bengkel resmi di Jakarta dan wilayah yang menerapkan PSBB juga memberhentikan sementara operasionalnya. Pelanggan dapat tetap mengakses layanan Daihatsu via online di website dan dan aplikasi Astra Daihatsu Mobile. | Secara total penjualan 4 bulanan, sejak Januari – April 2020, retail sales Daihatsu yang mencapai 44.346 unit. Sementara pangsa pasar diklaim naik menjadi 18,2% dari volume retail sales nasional 243.634 unit. Sedangkan whole sales, Daihatsu catat sebanyak 49.443 unit dengan pangsa pasar naik menjadi 20,2% dari volume whole sales nasional 244.762 unit.  Penjualan retail sales Daihatsu selama 4 bulanan hingga April, Sigra tetap mendominasi dengan raihan 12.868 unit, berkontribusi sebesar 29%, lalu diikuti oleh Gran Max (PU) 8.805 unit (19,9%), dan Terios 7.131 unit (16,1%). Selanjutnya, Ayla menyusul dengan angka mencapai 5.332 unit (12,0%), Xenia 5.092 unit (11,5%), dan Gran Max (MB) 3.911 unit (8,8%). Untuk model Daihatsu lainnya, yakni Luxio dan Sirion, mencapai 1.207 unit (2,7%).  Sampai dengan saat ini, Daihatsu terus menerapkan peraturan pemerintah tentang PSBB dengan menghentikan produksi sementara di pabrik. Dalam hal pelayanan, outlet dan bengkel resmi di Jakarta dan wilayah yang menerapkan PSBB juga memberhentikan sementara operasionalnya. Pelanggan dapat tetap mengakses layanan Daihatsu via online di website dan dan aplikasi Astra Daihatsu Mobile.  “Kami prihatin dengan kondisi pasar yang saat ini mengalami penurunan secara drastis akibat wabah Covid-19. Kami berharap kondisi ekonomi Indonesia ini dapat segera pulih dan pasar otomotif dapat bangkit dan berkembang kembali,” ujar Amelia Tjandra, Marketing Director PT Astra Daihatsu Motor.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  732 characters(avg),  104 words(avg),  183 tokens(avg),  233 tokens(max),  133 tokens (min).   Summary : 354 characters(avg),  50 words(avg),  74 tokens(avg),  84 tokens(max),  64 tokens (min). |
| 495 | Kebijakan Penanganan Covid-19 dan Stimulus Ekonomi Perbaiki Keyakinan Investor | Pandemi Covid-19 yang menghantam dunia berdampak pada penurunan kinerja ekonomi dan keuangan, termasuk di Indonesia. Kebijakan yang diambil pemerintah untuk meredakan kepanikan pasar memengaruhi dinamika pasar modal dan nilai tukar. Stimulus fiskal, moneter, kebijakan PSBB, larangan mudik, dianggap tepat dan menenangkan pasar. Sepanjang April 2020, pasar saham menguat 3,91% Month on Month dan pasar obligasi menguat 1,78% MoM. Tapi, dia mengingatkan kondisi ini dengan asumsi dunia, termasuk Indonesia sudah bisa mengendalikan wabah COVID-19 di Semester II tahun 2020 ini. dimana perbaikan gradual diperkirakan akan terjadi. Dia melanjutkan, defisit neraca berjalan (Current Account Deficit/CAD) tahun ini diperkirakan akan sangat terkendali sebanyak 1,5% di Q1 2020. Selain lewat penurunan suku bunga, BI juga memiliki pelumas ekonomi yang lain, misalnya dengan tidak memangkas suku bunganya tapi menurunkan Giro Wajib Minimum Perbankan ( GWM ). Penurunan GWM ini membuat perbankan memiliki likuiditas tambahan hingga Rp102 triliun yang diharapkan bisa digunakan untuk menyerap obligasi yang diterbitkan pemerintah. Dalam dua bulan, kepemilikan BI atas obligasi naik dua kali lipat. Hal ini terjadi lantaran adanya kebijakan yang di lempar oleh pemerintah, serta stimulus ekonomi yang diberikan untuk menangani Covid-19. Kedua langkah tersebut dianggap sangat penting bagi pasar finansial kaarena akan mempengaruhi aktivitas ekonomi, memperbaiki keyakinan investor, dan earnings korporasi. | Pandemi Covid-19 yang menghantam dunia berdampak pada penurunan kinerja ekonomi dan keuangan, termasuk di Indonesia. Kebijakan yang diambil pemerintah untuk meredakan kepanikan pasar memengaruhi dinamika pasar modal dan nilai tukar.  Stimulus fiskal, moneter, kebijakan PSBB, larangan mudik, dianggap tepat dan menenangkan pasar. Sepanjang April 2020, pasar saham menguat 3,91% Month on Month (MOM), dan pasar obligasi menguat 1,78% MoM. Bahkan pada April , Rupiah mengalami penguatan.  Akan tetapi, saat ini, pelemahan sudah terlanjur terjadi. Dampak pandemi Covid-19 terhadap ekonomi domestik mulai tampak. “Indikator utama seperti realisasi penanaman modal asing, manufaktur PMI, indeks keyakinan konsumer dan penjualan ritel, semuanya menunjukkan penurunan tajam di bulan Maret,” kata Katarina Setiawan, Chief Economist & Investment Strategist PT Manulife Aset Manajemen Indonesia (MAMI).  Tapi, dia mengingatkan kondisi ini dengan asumsi dunia, termasuk Indonesia sudah bisa mengendalikan wabah COVID-19 di Semester II tahun 2020 ini. dimana perbaikan gradual diperkirakan akan terjadi.  Dia melanjutkan, defisit neraca berjalan (Current Account Deficit/CAD) tahun ini diperkirakan akan sangat terkendali sebanyak 1,5% di Q1 2020. Karena walaupun ekspor akan sangat merosot, tapi impor juga akan turun lebih tajam. Selain itu, menurutnya, konsumsi akan melambat dan inflasi akan terkendali. Sehingga BI tidak perlu cepat-cepat menaikkan suku bunga. Artinya oli masih cukup untuk melancarkan putaran roda ekonomi. Hingga akhir tahun, rupiah juga diperkirakan stabil di kisaran Rp15 ribu.  Selain lewat penurunan suku bunga, BI juga memiliki pelumas ekonomi yang lain, misalnya dengan tidak memangkas suku bunganya tapi menurunkan Giro Wajib Minimum Perbankan (GWM). Penurunan GWM ini membuat perbankan memiliki likuiditas tambahan hingga Rp102 triliun yang diharapkan bisa digunakan untuk menyerap obligasi yang diterbitkan pemerintah.  “Kembijakan penangan Covid-19 yang diambil pemerintah, kepemilikan asing di level kurang dari 32%, dukungan BI dalam menjaga stabilitas pasar obligasi merupakan bekal untuk membalikan sentimen pasar obligasi Indonesia,” kata Katarina.  Dia menambahkan, secara fundamental obligasi Indonesia memang sangat menarik dengan real yield yang sangat tinggi. Apalagi BI juga sangat menjaga pasar obligasi. Saat investor asing sejenak berpaling dari pasar obligasi Indonesia, BI masuk untuk membeli obligasi demi memastikan harga tak semakin terpuruk.  Dalam dua bulan, kepemilikan BI atas obligasi naik dua kali lipat. Hal ini terjadi lantaran adanya kebijakan yang di lempar oleh pemerintah, serta stimulus ekonomi yang diberikan untuk menangani Covid-19. Kedua langkah tersebut dianggap sangat penting bagi pasar finansial kaarena akan mempengaruhi aktivitas ekonomi, memperbaiki keyakinan investor, dan earnings korporasi.  “Sementara itu di pasar saham, outflow relatif lebih terkendali. Hal ini didukung oleh struktur ekonomi Indonesia yang lebih berorientasi pada konsumsi domestik. Saat ini untuk PE 12 bulan kedepan berada di level 12,1 kali dan di kisaran -2 standar deviasi dibandingkan dengan rata-rata 10 tahun terakhir,” kata dia.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  791 characters(avg),  108 words(avg),  162 tokens(avg),  188 tokens(max),  140 tokens (min).   Summary : 372 characters(avg),  50 words(avg),  77 tokens(avg),  89 tokens(max),  68 tokens (min). |
| 496 | Ajinomoto Sumbang Rp 1 Miliar untuk Tangani Covid-19 | Penyerahan donasi ini dilaksanakan dengan upacara simbolis yang diserahkan langsung oleh Presiden Direktur PT Ajinomoto Indonesia, Ichiro Sakakura, kepada Direktur Tanggap Bencana BAZNAS, Dian Mandala Putri di Kantor Pusat PT Ajinomoto Indonesia, di Kawasan Sunter, Jakarta Utara, Jumat (15/05/2020). BAZNAS mengapresiasi langkah Grup Ajinomoto Indonesia yang turut serta bergabung memberikan dukungan bagi para tenaga medis yang hingga saat ini masih terus berjuang di garda terdepan dalam penanganan wabah Covid-19. Langkah ini merupakan salah satu bentuk dukungan kepada pemerintah dalam penanganan wabah Covid-19 khususnya bagi tim medis yang sedang bertugas. Ia berharap dukungan dari Ajinomoto Indonesia ini menjadi penggerak korporasi lainnya untuk turut mendukung penanganan wabahCovid-19 agar kondisi dapat kembali normal. Ia berkomitmen untuk terus berjuang memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan lewat program-program bantuan kesehatan, sosial, maupun ekonomi. | Penyerahan donasi ini dilaksanakan dengan upacara simbolis yang diserahkan langsung oleh Presiden Direktur PT Ajinomoto Indonesia, Ichiro Sakakura, kepada Direktur Tanggap Bencana BAZNAS, Dian Mandala Putri di Kantor Pusat PT Ajinomoto Indonesia, di Kawasan Sunter, Jakarta Utara, Jumat (15/05/2020).  “Sebagai perusahaan yang memahami arti kesehatan melalui asupan makanan yang enak dan bergizi, kami yakin apa yang kami berikan ini dapat mendukung berbagai pihak yang terlibat langsung dalam penanganan Pandemi Covid-19, agar mereka tetap sehat dan tercukupi asupan nutrisinya,” ujar Ichiro.  “Hal yang sama juga dilakukan oleh berbagai pihak yang juga memberikan bantuan baik berupa materi, tenaga, waktu, dan pikiran, untuk menolong yang terdampak, dan yang sedang berjuang merawat pasien di rumah sakit. Keadaan yang terjadi saat ini membuat kita jadi lebih bisa menghargai arti kebersamaan bersama keluarga, dan lebih bisa menahan diri untuk tetap #DirumahAja,” lanjutnya.  BAZNAS mengapresiasi langkah Grup Ajinomoto Indonesia yang turut serta bergabung memberikan dukungan bagi para tenaga medis yang hingga saat ini masih terus berjuang di garda terdepan dalam penanganan wabah Covid-19.  “Kepercayaan Grup Ajinomoto ini kepada BAZNAS untuk penyaluran donasi ini kami apresiasi Langkah ini merupakan salah satu bentuk dukungan kepada pemerintah dalam penanganan wabah Covid-19 khususnya bagi tim medis yang sedang bertugas. Diharapkan dengan bantuan produk-produk bumbu masak ini dapat mendukung tugas para tim medis, khususnya dalam pemenuhan asupan makanan yang enak dan bergizi di dalam menjalankan tugas kemanusiaan menghadapi krisis wabahCovid-19,” kata Dian.  Ia berharap dukungan dari Ajinomoto Indonesia ini menjadi penggerak korporasi lainnya untuk turut mendukung penanganan wabahCovid-19 agar kondisi dapat kembali normal. "BAZNAS berkomitmen untuk terus berjuang memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan lewat program-program bantuan kesehatan, sosial, maupun ekonomi," ujarnya.  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  667 characters(avg),  90 words(avg),  137 tokens(avg),  205 tokens(max),  64 tokens (min).   Summary : 327 characters(avg),  43 words(avg),  64 tokens(avg),  70 tokens(max),  54 tokens (min). |
| 497 | Bantuan Entrepreneur Muda untuk yang Terdampak Covid-19 Saat Ramadan | Bersama rekannya yang mempunyai usaha di wilayah Banjarmasin, mereka mengumpulkan dana dari hasil usaha yang kemudian diwujudkan menjadi paket sembako dibagikan kepada warga Kecamatan Tanjung, Banjarmasin, yang terdampak pandemi Covid-19. Hari ini 50 paket sembako yang dibagikan ke daerah Tanjung,150 paket dibagikan ke berbagai warga sekitar, 50 dibagikan ke para mahasiswa yang tidak bisa mudik. Masyarakat yang menerima bantuan tak dapat menyembunyikan kegembiraanya dan bersyukur atas bantuan paket sembako yang diserahkan secara langsung door to door kepada penerima bantuan. "Kondisi awal saya merintis usaha dari nol, yaitu pinjaman uang dari teman. Saat itu betul betul merintis usaha tidak gampang, maklum seorang wanita perantuan dari Bandung. Sejak kecil Neng, begitu dia biasa dipanggil, hidup di lingkungan sederhana. Tumbuh sebagai sosok wanita pekerja keras dengan memulai usaha salon, kini berkembang mengelola usaha jasa konveksi dan pengadaan barang. Itulah sebabnya kesuksesan yang diraihnya saat ini tidak lepas dari pengalaman dirinya sehingga peduli dengan kesulitan ekonomi masyarakat yang terdampak Corona. | Bersama rekannya yang mempunyai usaha di wilayah Banjarmasin, mereka mengumpulkan dana dari hasil usaha yang kemudian diwujudkan menjadi paket sembako dibagikan kepada warga Kecamatan Tanjung, Banjarmasin, yang terdampak pandemi Covid-19  “Pandemi Covid-19 ini dampaknya sungguh luar biasa, sehingga perekonomian lesu. Semoga pembagian paket sembako ini bisa sedikit membantu masyarakat kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan pokoknya,” ungkap Wakil Ketua Sekretaris DPD HIPMI Kota Banjarmasin, Intan Hesty Puspita,  Menurutnya, hari ini 50 paket sembako yang dibagikan ke daerah Tanjung,150 paket dibagikan ke berbagai warga sekitar, 50 dibagikan ke para mahasiswa yang tidak bisa mudik. Juga, mendonasikan 500 baju APD, 500 masker ke berbagai daerah, bahkan sampai ke Aceh.  “Selain berdoa, kita harus bisa berjuang untuk bertahan hidup sekaligus belajar sabar agar ditambah lagi rezeki sama Allah SWT. Kondisi saat ini sangat menyedihkan semua orang dan membuat terpuruk, " ujar wanita yang aktif di Kadin Kota Banjarmasin ini. Masyarakat yang menerima bantuan tak dapat menyembunyikan kegembiraanya dan bersyukur atas bantuan paket sembako yang diserahkan secara langsung door to door kepada penerima bantuan.  "Kondisi awal saya merintis usaha dari nol, yaitu pinjaman uang dari teman. Saat itu betul betul merintis usaha tidak gampang, maklum seorang wanita perantuan dari Bandung. Beberapa perusahan kami awalnya salon kecantikan di Banjarmasin. Usaha itu sudah berjalan 8 tahun terus memisahkan diri," jelasnya. Lalu, bangkit usaha sendiri jadi mandiri dan menambah usaha bidang konveksi dan lansung memasarkan ke pasar-pasar," kata Direktur CV Intan Group Berkah itu.  Sejak kecil Neng, begitu dia biasa dipanggil, hidup di lingkungan sederhana. Tumbuh sebagai sosok wanita pekerja keras dengan memulai usaha salon, kini berkembang mengelola usaha jasa konveksi dan pengadaan barang.  "Saya juga ikut merasakan dampaknya dan wabah Corona ini membuat masyarakat bisa merasakan dan jatuh miskin," jelasnya. Itulah sebabnya kesuksesan yang diraihnya saat ini tidak lepas dari pengalaman dirinya sehingga peduli dengan kesulitan ekonomi masyarakat yang terdampak Corona. Neng berharap, aksi kepeduliannya dengan berdonasi bisa menularkan motivasi kepada masyarakat. | Text :  754 characters(avg),  105 words(avg),  153 tokens(avg),  182 tokens(max),  114 tokens (min).   Summary : 376 characters(avg),  52 words(avg),  71 tokens(avg),  77 tokens(max),  67 tokens (min). |
| 498 | Hemera dan Mitra Tawarkan Bangun Lab Covid-19 di Indonesia | Dunia sedang mengalami cobaan wabah virus Covid-19. Semua orang di berbagai negara bergerak bahu membahu untuk mengatasi pandemik ini, termasuk Grup Hemera. Grup Hemera saat ini sedang menjalin kerja sama dengan berbagai pihak baik pemerintah maupun swasta untuk membantu pengadaan alat test kit dan PCR di Indonesia. Hemera menggandeng perusahaan raksasa asal Korea Selatan, LG International dan Eone Laboratories, dengan membentuk sebuah perusahaan konsorsium untuk membangun jaringan laboratorium untuk menangani virus Covid-19. LG merupakan perusahaan raksasa dari Korea Selatan yang dikenal dengan produk-produk elektronik dan alat beratnya. Namun, di tengah wabah Covid 19 ini mereka concern untuk ikut menangani wabah yang melanda dunia. Hemera bersama LG dan Eone berencana membangun Laboratorium Covid-19 di Indonesia apabila mendapat restu dari pihak berwenang dalam hal ini Pemerintah RI. Mereka menawarkan untuk menyediakan laboratorium dengan lama pembangunan hanya dalam waktu 10 minggu. Laboratorium ini akan mempunyai kemampuan melakukan test PCR sebanyak 4.000 orang per hari. Grup Hemera memiliki pengalaman dalam hal kerja sama perdagangan dengan berbagai pihak penyedia produk alat-alat medis di berbagai negara. Oleh karena itu Hemera dapat memastikan ketersediaan produk dan pengiriman yang lebih cepat ke negara negara yang membutuhkan. Selama ini, Hemera telah memasok rapid test kits merek Sugentech & SD Biosensor, PCR merek Biosewoon dan perlengkapan APD. Kami telah terikat dengan beberapa produsen dan eksportir Korea dan China yang expert dalam hal persediaan alat alat kesehatan, dan tentunya yang telah memiliki sertifikasi resmi dari pihak berwenang seperti FDA, ISO dan sesuai standar dari WHO. Kami akan teliti terlebih dahulu kualitas produknya sebelum kami tawarkan ke pembeli melalui manajemen rantai suplai super cepat. Grup Hemera akan secara optimal memanfaatkan semua sumber dayanya untuk memastikan ketersediaan barang barang yang sangat dibutuhkan itu lebih cepat dari para pemasok utama agar tersedia bagi pembeli tanpa penundaan. Setiap kontribusi kecil diperhitungkan dan kelompok Hemera mengambil setiap langkah yang mungkin saat ini untuk menjangkau orang maksimum di seluruh dunia," tambah Deepayan. | Dunia sedang mengalami cobaan wabah virus Covid-19. Semua orang di berbagai negara bergerak bahu membahu untuk mengatasi pandemik ini, termasuk Grup Hemera, perusahaan perdagangan global yang berbasis di Singapura, India, Amerika dan Jepang.  Grup Hemera saat ini sedang menjalin kerja sama dengan berbagai pihak baik pemerintah maupun swasta untuk membantu pengadaan alat test kit dan PCR di Indonesia. Pada tahap awal, Hemera melakukan pengiriman ratusan ribu alat test kit pesanan pihak swasta dan telah tiba di Jakarta beberapa waktu lalu. Selain test kit, Hemera pun menyediakan APD (alat pelindung diri) yang meliputi sarung tangan, masker, pakaian pelindung untuk dokter, pelindung wajah, kacamata, penutup kepala, penutup sepatu, respirator, dan produk serupa lainnya.  Kabar terbaru yang menggembirakan Hemera kini juga menggandeng perusahaan raksasa asal Korea Selatan, LG International dan Eone Laboratories, dengan membentuk sebuah perusahaan konsorsium untuk membangun jaringan laboratorium untuk menangani virus Covid-19.  LG merupakan perusahaan raksasa dari Korea Selatan yang dikenal dengan produk-produk elektronik dan alat beratnya. Namun, di tengah wabah Covid 19 ini mereka concern untuk ikut menangani wabah yang melanda dunia, yaitu menyalurkan bantuan rapid test kits dan PCR ke seluruh dunia. Dan untuk Indonesia, LG juga telah mendonasikan 50.000 rapit test. Sedangkan Eone Labotatories merupakan perusahaan yang berkecimpung di dunia laboratorium terbesar dan terbaik di Korea Selatan, bahkan yang terbesar di dunia.  Sekarang ini Hemera bersama LG dan Eone berencana membangun Laboratorium Covid-19 di Indonesia apabila mendapat restu dari pihak berwenang dalam hal ini Pemerintah RI. Mereka menawarkan untuk menyediakan laboratorium dengan lama pembangunan hanya dalam waktu 10 minggu. Laboratorium ini akan mempunyai kemampuan melakukan test PCR sebanyak 4.000 orang per hari.  Selain Indonesia, Hemera, LG International dan Eone Laboratories,saat ini juga telah bekerja sama dengan Pemerintah Malaysia tengah membangun laboratorium Covid-19. Keseriusan Hemera dalam menangani wabah Covid 19 ini dapat dilihat dengan melakukan take over salah satu perusahaan sarung tangan terbesar di Malaysia, dengan produksi 150 juta per bulan.  Grup Hemera memiliki pengalaman dalam hal kerja sama perdagangan dengan berbagai pihak penyedia produk alat-alat medis di berbagai negara. Oleh karena itu Hemera dapat memastikan ketersediaan produk dan pengiriman yang lebih cepat ke negara negara yang membutuhkan. Selama ini, Hemera telah memasok rapid test kits merek Sugentech & SD Biosensor, PCR merek Biosewoon dan perlengkapan APD termasuk masker 3M ke berbagai negara, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, India, Jepang, hingga ke Amerika Serikat.  Meski sebagian besar negara telah memberlakukan lockdown, Hemera tetap bekerja dari rumah, dan selangkah lebih maju dan mengambil inisiatif untuk menghubungkan berbagai pemasok untuk komoditas penting dengan beberapa pembeli di berbagai negara, untuk memenuhi kebutuhan produk untuk penanganan wabah Covid-19 ini.  “Kami telah terikat dengan beberapa produsen dan eksportir Korea dan China yang expert dalam hal persediaan alat alat kesehatan, dan tentunya yang telah memiliki sertifikasi resmi dari pihak berwenang seperti FDA, ISO dan sesuai standar dari WHO. Kami akan teliti terlebih dahulu kualitas produknya sebelum kami tawarkan ke pembeli melalui manajemen rantai suplai super cepat,” kata Deepayan Mohanty, Presiden Direktur Grup Hemera.  Deepayan memastikan bahwa produk selalu dalam keadaan siap bergerak. “Ketika pesanan telah dilakukan, kami segera mengatur pengiriman dan memastikan pengiriman tepat waktu, karena dalam kondisi wabah seperti ini, semua negara membutuhkan barang yang sama,” kata pria keturunan India ini. Grup Hemera akan secara optimal memanfaatkan semua sumber dayanya untuk memastikan ketersediaan barang barang yang sangat dibutuhkan itu lebih cepat dari para pemasok utama agar tersedia bagi pembeli tanpa penundaan. “Setiap kontribusi kecil diperhitungkan dan kelompok Hemera mengambil setiap langkah yang mungkin saat ini untuk menjangkau orang maksimum di seluruh dunia,” tambah Deepayan. | Text :  698 characters(avg),  97 words(avg),  140 tokens(avg),  171 tokens(max),  87 tokens (min).   Summary : 374 characters(avg),  52 words(avg),  75 tokens(avg),  87 tokens(max),  66 tokens (min). |
| 499 | Ini Saran Mochtar Riady Agar RI Bisa Bertahan dari Dampak Covid-19 | Pendiri dan Chairman Lippo Group Mochtar Riady mengatakan pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan kehidupan manusia yang menimbulkan dampak di berbagai sektor secara global. Menurutnya, agar bisa bertahan, Indonesia harus bersatu dengan anggota negara ASEAN. Tidak satupun yang bisa memprediksi kapan dampak krisis ekonomi dan krisis keuangan ini berakhir di semua negara di dunia. Akibat krisis maskapai penerbangan global mengalami kerugian bahkan ada yang tutup, pengangguran di Amerika Serikat meningkat bahkan diperkirakan bisa mencapai 25 persen. Di Cina perusahaan-perusahaan besar yang bergerak pada industri pariwisata jatuh, bahkan ada biro perjalanan yang memiliki kapitalisasi pasar US$ 10 miliar bangkrut. Namun ia menegaskan, untuk keluar dari krisis besar tersebut sebuah negara atau wilayah harus memenuhi sejumlah syarat. Di antaranya memiliki wilayah yang luas, sumber daya atau jumlah penduduk yang banyak, pasar dalam negeri besar, teknologi yang terus berkembang, dan pendidikan. Pada kesempatan itu, Mochtar Riyadi menggarisbawahi pendidikan. Sebab, jika sistem pendidikan tidak disiapkan dan tidak kuat, akan sulit masuk dalam kancah dunia pasca Covid-19. Setelah Covid-19 mereka akan menyamai AS sebagai kekuatan baru dunia. Dulu kalau di Asia kita mengenal Jepang. Sekarang mereka diganti Cina yang mengajak AS berperang, tapi perangnya perang digital. Faktor digital ini yang dilihat sebagai faktor positif oleh Mochtar Riyadi. Dengan Covid-19 ini, masyarakat di berbagai belahan dunia dipaksa menggunakan teknologi baru, termasuk soal pertemuan secara digital. Ada dua skenario yang dikeluarkan pemerintah. Pertama skenario buruk di angka pertumbuhan 2,3 persen. Skenario terburuknya di -0,4 persen, lebih rendah dari prediksi IMF sebesar 0,5 persen. Tapi tetap jangan pesimis. Kami pemerintah optimis dapat melewati kondisi ini, kata Jerry. | Pendiri dan Chairman Lippo Group Mochtar Riady mengatakan pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan kehidupan manusia yang menimbulkan dampak di berbagai sektor secara global. Menurut dia, agar bisa bertahan, Indonesia harus bersatu dengan anggota negara ASEAN.  “Tidak satupun yang bisa memprediksi kapan dampak krisis ekonomi dan krisis keuangan ini berakhir di semua negara di dunia. Namun bagi Indonesia untuk bisa bertahan harus bersatu dengan negara-negara ASEAN bekerja sama dan menggalang kekuatan mengatasi persoalan di masa datang,” kata Mochtar dalam acara diskusi virtual bertajuk “Business Wisdom During Covid-19 Era” di Jakarta, Kamis, 14 Mei 2020.  Menurutnya, banyak dampak negatif yang ditimbulkan pandemi ini. Industri penerbangan, industri pariwisata, keuangan dan perbankan, industri manufaktur dan lainnya semua akan terpuruk.  Akibat krisis maskapai penerbangan global mengalami kerugian bahkan ada yang tutup, pengangguran di Amerika Serikat meningkat bahkan diperkirakan bisa mencapai 25 persen. Di Cina perusahaan-perusahaan besar yang bergerak pada industri pariwisata jatuh, bahkan ada biro perjalanan yang memiliki kapitalisasi pasar US$ 10 miliar bangkrut. Termasuk industri hotel, supermarket, hotel semua sempat berhenti beroperasi.  “Krisis global sudah pasti terjadi, berapa lama akan berakhir tidak ada yang tahu. Krisis tahun 2008 di Amerika Serikat pun baru bisa diredam 10 tahun 6-7 tahun kemudian,” ujarnya.  Mochtar menambahkan dari krisis ini pasti ada sisi positif yang bisa dipetik. Misalnya membiasakan diri dalam tatanan ekonomi baru yang memasuki masa industri serba digital yang bisa menghilangkan sistem bisnis konvensional selama ini.  Namun ia menegaskan, untuk keluar dari krisis besar tersebut sebuah negara atau wilayah harus memenuhi sejumlah syarat. Di antaranya memiliki wilayah yang luas, sumber daya atau jumlah penduduk yang banyak, pasar dalam negeri besar, teknologi yang terus berkembang, dan pendidikan.  Pada kesempatan itu, Mochtar Riyadi menggarisbawahi pendidikan. Sebab, jika sistem pendidikan tidak disiapkan dan tidak kuat, akan sulit masuk dalam kancah dunia yang baru pasca Covid-19.  Meski ia pun memperkirakan hanya sedikit negara yang memenuhi kriteria keluar dari krisis itu yaitu Amerika Serikat, Cina, dan Uni Eropa.  “Indonesia mampu jikalau merangkul negara ASEAN lain dengan total 600 juta penduduk di wilayah itu. Tanpa itu sulit,” ujarnya.  Cina Vs AS  Host acara ini sekaligus Tri-Founder of Philip Kotler Center for ASEAN Marketing, Hermawan Kartajaya setuju dengan ungkapan Mochtar Riyadi, terutama melihat Cina yang kini mulai menyaingi AS dalam berbagai bidang.  "Bahkan setelah Covid-19 mereka akan menyamai AS sebagai kekuatan baru dunia. Dulu kalau di Asia kita mengenal Jepang. Sekarang mereka diganti Cina yang mengajak AS berperang, tapi perangnya perang digital," kata Hermawan.  Faktor digital ini yang dilihat sebagai faktor positif oleh Mochtar Riyadi. Dengan Covid-19 ini, masyarakat di berbagai belahan dunia dipaksa menggunakan teknologi baru, termasuk soal pertemuan secara digital.  Ia menilai kondisi ini adalah revolusi industri 4.0. Jika Indonesia bisa beradaptasi dengan teknologi tersebut seharusnya bisa bertahan dari Covid-19.  Sementara itu, berita positif dari pandemi Covid-19 disampaikan Wakil Menteri Perdagangan Jerry Sambuaga yang juga menjadi pembicara dalam diskusi tersebut.  Jerry mengatakan, di awal tahun 2020 neraca perdagangan Indonesia positif sebesar US$ 2,6 miliar, dengan total ekspor mencapai US$ 41 miliar.  Walau begitu, pemerintah melihat ekonomi sepanjang 2020 tidak akan sebaik 2019.  Ada dua skenario yang dikeluarkan pemerintah. "Pertama skenario buruk di angka pertumbuhan 2,3 persen. Skenario terburuknya di -0,4 persen, lebih rendah dari prediksi IMF sebesar 0,5 persen. Tapi tetap jangan pesimis. Kami pemerintah optimis dapat melewati kondisi ini," kata Jerry.  Sumber: Tempo.co | Text :  779 characters(avg),  109 words(avg),  152 tokens(avg),  187 tokens(max),  70 tokens (min).   Summary : 373 characters(avg),  52 words(avg),  70 tokens(avg),  86 tokens(max),  57 tokens (min). |
| 500 | Langkah HokBen Hadapi Pandemi COVID-19 | Tahun ini HokBen memasuki usia 35 tahun. Tantangan besar dihadapi, gerai-gerai HokBen tidak bisa buka dan ramai seperti biasanya karena pandemi COVID-19. Namun, HokBen terus berupaya mengolah inovasi dan strategi agar bisa selamat dari krisis akibat pandemi ini. Tentu bukan perkara mudah menghadapi pandemi ini, terlebih industri F&B adalah salah satu yang paling merasakan dampaknya. Terus berinovasi adalah kunci HokBen dalam menghadapi segala tantangan bisnis, termasuk menghadapi tantangan wabah virus ini. Francisca Lucky, General Manager Marketing PT Eka Bogainti (HokBen) meyakini bahwa pelanggan setia HokBen yang kini sudah dua bulan #dirumahsaja, kangen menikmati menu-menu favoritnya. Tapi di sisi lain, mereka harus tetap #dirumahsaja. Salah satunya dengan melahirkan produk baru dengan kampanye 'Sekarang semua bisa masak sendiri HokBen Teriyaki dan Yakiniku'. Menurut Francisca, dua menu ini merupakan menu andalan dan favorit pelanggan setia HokBen. Dengan kehadiran HokBen Ready to Heat ini, semua kini bisa masak menu andalan HokBen Teriyaki dan Yakiniku walau sedang #dirumahsaja. HokBen mengembangkan produk baru khusus Ramadan. Bento Ramadan kali ini hadir yang dijual dengan harga hemat mulai dari Rp 25 ribuan per-orang. Terdiri dari Paket Berdua, Berempat dan Paket Lengkap Berempat (Family Meal) yang cocok untuk dinikmati bersama keluarga di rumah tanpa harus datang ke gerai HokBen. HokBen Ready To Heat bisa dibeli melalui layanan Take Away, HokBen Drive Thru, HokBen Apps & Website, HokBen Delivery 1-500-505 dan juga mitra online HokBen. Untuk lebih memudahkan pelanggan untuk mendapatkan menu HokBen, layanan HokBen Apps & Website pun dimutakhirkan. Melalui HokBen Apps dan Website terbarunya yang telah diluncurkan kembali pada tanggal 8 April 2020 lalu, konsumen setia HokBen akan semakin dimudahkan dalam menikmati beragam sajian menu HokBen. Berbagai fitur baru sekarang dapat dinikmati, seperti: setiap transaksi akan mendapatkan poin, lalu poin tersebut bisa ditukarkan dengan e-voucher yang ada di aplikasi. Berbagai alternatif jenis pembayaran non tunai juga bisa dipilih pelanggan. Kini pelanggan bisa bebas memesan menu HokBen di manapun dan kapanpun. Dan untuk menjaga loyalitas pelanggan, setiap transaksi akan mendapatkan poin, yang nantinya bisa ditukarkan dengan e-voucher yang ada di aplikasi. Kanal pembayaran non tunai yang beragam, mulai dari kartu kredit dan debit, Link Aja, Ovo serta masih banyak lagi yang akan tersedia ke depannya. | Tahun ini HokBen memasuki usia 35 tahun. Tantangan besar dihadapi, gerai-gerai HokBen tidak bisa buka dan ramai seperti biasanya karena pandemi COVID-19. Namun, HokBen terus berupaya mengolah inovasi dan strategi agar bisa selamat dari krisis akibat pandemi ini.  Tentu bukan perkara mudah menghadapi pandemi ini, terlebih industri F&B adalah salah satu yang paling merasakan dampaknya. Apalagi setelah pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB. HokBen yang lahir pada 18 April 1985 berada di bawah manajemen PT Eka Bogainti, membuka gerai pertamanya di Kebon Kacang Jakarta. Per akhir Januari 2020 telah berkembang dengan 173 gerai di Pulau Jawa, Bali dan Sumatera.  Terus berinovasi adalah kunci HokBen dalam menghadapi segala tantangan bisnis, termasuk menghadapi tantangan wabah virus ini. Francisca Lucky, General Manager Marketing PT Eka Bogainti (HokBen) meyakini bahwa pelanggan setia HokBen yang kini sudah dua bulan #dirumahsaja, kangen menikmati menu-menu favoritnya. Tapi di sisi lain, mereka harus tetap #dirumahsaja.  “Sesuai visi HokBen yaitu membawa kebaikan untuk memelihara kehidupan masyarakat dengan menciptakan dan menyediakan makanan yang berintegritas, serta menjawab kebutuhan pelanggan terutama pada saat harus #dirumahAja, kami pun melakukan berbagai langkah inovasi,” katanya.  Salah satunya dengan melahirkan produk baru dengan kampanye ‘Sekarang semua bisa “masak” sendiri HokBen Teriyaki dan Yakiniku’. Menurut Francisca, dua menu ini merupakan menu andalan dan favorit pelanggan setia HokBen. Dengan kehadiran HokBen Ready to Heat ini, semua kini bisa masak menu andalan HokBen Teriyaki dan Yakiniku walau sedang #dirumahsaja. Selain menjawab rasa kangen akan menu andalan ini, produk dan layanan ini juga terjamin berkualitasnya, baik dari rasa maupun kebersihannya.  “Pelanggan cukup memanaskan pilihan menu yang dibeli sebelum menyantapnya. Ada 3 varian produk Ready To Heat, yaitu: Beef Teriyaki, Beef Yakiniku dan Chicken Teriyaki, dengan ukuran masing–masing 200 gram. Praktis sekali cara menyiapkannya, tinggal dipanaskan dengan cara direbus, steam atau microwave, lezatnya Beef Teriyaki, Beef Yakiniku serta Chicken Teriyaki khas HokBen siap dinikmati bersama keluarga dan kerabat.  Menu yang dijual dengan harga mulai dari Rp 49 ribuan untuk menu Chicken Teriyaki dan Rp 69 ribu untuk menu Beef Teriyaki dan Beef Yakiniku ini juga bisa menjadi pilihan untuk buka puasa atau sahur di bulan Ramadan ini. Selain itu, HokBen juga mengembangkan produk baru khusus Ramadan. Bento Ramadan kali ini hadir yang dijual dengan harga hemat mulai dari Rp 25 ribuan per-orang. Terdiri dari Paket Berdua, Berempat dan Paket Lengkap Berempat (Family Meal) yang cocok untuk dinikmati bersama keluarga di rumah tanpa harus datang ke gerai HokBen.  ”Kami sadar bahwa masyarakat Indonesia selektif dan hati-hati dalam memilih makanan untuk dikonsumsi, salah satunya adalah makanan yang halal. Sudah menjadi komitmen HokBen sejak dulu untuk selalu mengutamakan kualitas terbaik dan terjamin kehalalannya dalam semua menunya, dimulai dari bahan baku, proses produksi sampai siap disajikan kepada pelanggan HokBen,” ujar Francisca.  Baik menu Ready To Heat, maupun paket menu Ramadan, saat ini tersedia di seluruh gerai HokBen area Jabodetabek, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan Bali. HokBen Ready To Heat bisa dibeli melalui layanan Take Away, HokBen Drive Thru, HokBen Apps & Website, HokBen Delivery 1-500-505 dan juga mitra online HokBen.  Untuk lebih memudahkan pelanggan untuk mendapatkan menu HokBen, layanan HokBen Apps & Website pun dimutakhirkan. Melalui HokBen Apps dan Website terbarunya yang telah diluncurkan kembali pada tanggal 8 April 2020 lalu, konsumen setia HokBen akan semakin dimudahkan dalam menikmati beragam sajian menu HokBen.  “ Berbagai fitur baru sekarang dapat dinikmati, seperti: setiap transaksi akan mendapatkan poin, lalu poin tersebut bisa ditukarkan dengan e-voucher yang ada di aplikasi. Berbagai alternatif jenis pembayaran non tunai juga bisa dipilih pelanggan. Kini pelanggan bisa bebas memesan menu HokBen di manapun dan kapanpun. Walaupun saat ini kita harus menjaga jarak, dengan HokBen Apps & Website, kita hanya sejarak sumpit,” tandasnya.  “Cara login juga mudah dan aman dengan standar keamanan yang sudah teruji. Dan layanan yang dapat diakses semakin bervariasi mulai dari take away, delivery, drive thru. Dan untuk mempersiapkan paska pandemi, ketika masyarakat bisa kembali makan di restoran, layanan online HokBen ini, tahap berikutnya dikembangkan untuk layanan Dine in dengan reservasi meja, layanan Party dengan jadwal yang bisa dipesan, serta large order yang memungkinkan pelanggan untuk memesan dalam jumlah besar,” jelasnya.  Dan untuk menjaga loyalitas pelanggan, setiap transaksi akan mendapatkan poin, yang nantinya bisa ditukarkan dengan e-voucher yang ada di aplikasi. Kanal pembayaran non tunai yang beragam, mulai dari kartu kredit dan debit, Link Aja, Ovo serta masih banyak lagi yang akan tersedia ke depannya. Pelanggan juga bisa melihat status pemesanan menu, apakah sedang disiapkan oleh gerai HokBen, sedang diantar, atau sudah sampai di depan rumah, dalam bentuk jejak waktu dan notifikasi di ponselnya.  Francisca menambahkan, khusus selama pandemi Covid-19 ini, HokBen memberikan pelayanan perlindungan ekstra pada setiap kemasan yang dibawa pulang atau dibawa oleh delivery HokBen maupun oleh mitra online HokBen, mulai dari dilengkapinya setiap boks menu HokBen dengan safety sticker yang akan rusak bila kemasan sudah dibuka, dan juga penerapan standar baru agar setiap kemasan dibungkus sebanyak dua kali dan diberikan kabel pengikat khusus (kabel tis).  Editor : Eva Martha Rahayu  www.swa.co.id | Text :  808 characters(avg),  116 words(avg),  184 tokens(avg),  236 tokens(max),  143 tokens (min).   Summary : 354 characters(avg),  51 words(avg),  84 tokens(avg),  126 tokens(max),  60 tokens (min). |