

Kiprah Tonasa Dukung Pembangunan Infrastruktur KTI

Makassar (ANTARA Sulsel) - Ketika pemerintahan Republik Indonesia dibawah kendali pasangan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden HM Jusuf Kalla, Kawasan Timur Indonesia (KTI) menjadi salah satu hal penting yang dimasukkan dalam program Nawacita.

Pembangunan infrastruktur KTI yang selama ini tertinggal jauh dibandingkan Kawasan Barat Indonesia, menjadi alasan utama sehingga percepatan infrastruktur di KTI menjadi suatu hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Apalagi upaya penyeimbangan pembangunan KTI dan KBI menjadi salah satu janji politik pasangan Jokowi - JK saat berkampanye merebut "hati" masyarakat Indonesia, khususnya yang berada di KTI.

Kini, dalam dua tahun terakhir masa pemerintahan Jokowi - JK, pembangunan infrastruktur di KTI perlahan-lahan sudah menampakkan hasil, meskipun belum mampu secepat yang diinginkan masyarakat.

Semua upaya pembangunan proyek infrastruktur di sejumlah daerah di KTI itu, tidak terlepas dari dukungan bahan bangunan yang diproduksi pabrik semen seperti PT Semen Tonasa, Tbk.

Sejak kehadiran perusahaan semen yang dibangun di Kabupaten Pangkep, Sulsel pada 1968 ini, misi utamanya adalah mendukung pembangunan infrastruktur di wilayah kerjanya dan daerah-daerah di KTI.

Perusahaan yang memiliki slogan Kokoh Kuat dan Terpercaya ini, telah mengalami fase-fase transformasi seiring dengan tantangan zaman baik dari segi aspek manajemen, produksi, pemasaran dan pengelolaan keuangan perusahaan.

Namun dalam perjalanannya hingga pada tahun ke-48, Presiden Direktur PT Semen Tonasa HA Unggul Attas mengatakan, perusahaan milik negara ini sudah mampu memperlihatkan eksistensinya untuk hadir dalam mendorong percepatan pembangunan infrastruktur di KTI.

Salah satu tantangan dalam upaya itu adalah kemampuan beradaptasi menghadapi pasar semen yang telah bermetamorfosis dari pasar oligopoli menjadi pasar bebas.

"Ketika pasar oligopoli masih diterapkan, perusahaan semen mampu menentukan harga semen di pasar dan lebih menguasai konsumen. Namun sebaliknya, pada era pasar bebas ini, konsumen menjadi penentu, karena lebih banyak pilihan produk

semen dengan harga yang kompetitif," jelas Unggul.

Kendati diakui permintaan semen cenderung stagnan dengan rata-rata lima persen, bahkan ketika terjadi goncangan ekonomi regional pada semester lalu hanya mencapai 3,5 persen.

Dalam kurun tiga tahun terakhir, sektor industri semen dalam negeri mengalami eksese capacity produksi sekitar 30 juta ton per tahun, sementara konsumen 60 juta ton per tahun dan kapasitas terpasang 90 juta ton per tahun.

Bahkan, dua tahun ke depan sebanyak tiga pabrik baru akan hadir dengan kapasitas terpasang sekitar 10 juta ton.

Semua itu, menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan semen milik pemerintah ini. Karena itu, sejumlah langkah strategis ditempuh diantaranya memperkuat pasar di KTI.

Mudahkan Distribusi

Guna memudahkan bahan bangunan produksi PT Semen Tonasa, Tbk tiba di tangan konsumen dalam kondisi baik dan cepat, pihak perusahaan telah membangun "packing plant" di sejumlah daerah di KTI yang merupakan lokasi pemasaran yang strategis.

Pada 2016, pihak manajemen perusahaan ini menambah satu Silo kapasitas 6.000 ton untuk "packing plant" Lapuko, Kendari, Sultra dengan nilai investasi Rp13,7 miliar.

Sementara di Pulau Halmahera, Maluku Utara pada 24 Oktober 2016 dilakukan "ground breaking" pembangunan "packing plant" dengan kapasitas 300 ribu ton per tahun dengan nilai proyek Rp66 miliar.

"Apabila kebutuhan semen di suatu daerah sudah diatas 150 ribu ton per tahun, maka dinilai sudah layak membangun 'packing plant'," ungkap Unggul menyoal pembangunan sarana yang memudahkan distribusi di wilayah KTI.

Mencermati kondisi itu makanya pada 2017 PT Semen Tonasa siap mengalokasikan dana sekitar Rp600 miliar untuk membangun "packing plant" diantaranya di Gorontalo dengan nilai investasi sebesar Rp66 miliar dan Jayapura sekitar Rp99 miliar.

"Bahkan kami memproyeksikan untuk membangun pabrik semen baru di Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT) untuk memenuhi kebutuhan semen di NTT dan negara

tetangga yakni Timor Leste dan Australia," ujar Unggul pada ekspose kinerja PT Semen Tonasa, Tbk jelang HUT perusahaan ke-48.

Pimpin pasar

Kemampuan mempertahankan kualitas produksi dalam menjaga kepercayaan konsumen dan upaya melakukan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan menjadi kunci utama PT Semen Tonasa, Tbk masih menjadi pemimpin pasar (market leader) di KTI.

Hal itu diungkapkan Presdir perusahaan semen ini dalam menyikapi persaingan dalam dan luar negeri pada era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Tidak heran jika hingga saat ini, produksi Tonasa masih menguasai sekitar 37,3 persen pasar di KTI alias menjadi "market leader".

Bahkan dari kemampuannya dalam menjaga kualitas produksi, perusahaan konsorsium dari PT Semen Indonesia ini mampu meraih penghargaan Gold Medal for International Convention on Quality Control Circle 2016 di Bangkok.

Dengan empat perusahaan yang masih beroperasi yakni Semen Tonasa II, III, IV dan V, perusahaan semen ini mampu memproduksi semen sekitar 6,7 juta ton per tahun dari kapasitas terpasang 5,98 juta ton per tahun.

Optimalisasi kinerja perusahaan dan capaian keberhasilan di lapangan itu, diakui tidak terlepas dari peran serta karyawan, mitra dan pihak konsumen yang masih memberikan kepercayaan penuh pada Semen Tonasa.

Kini, satu per satu proyek infrastruktur di KTI dalam proses penyelesaian dengan menggunakan bahan baku dari PT Semen Tonasa. Sebut saja pembangunan sarana perkotaan di Sulsel, pembangunan sarana pendidikan dan kesehatan di daerah pemekaran Kabupaten Biak yakni Biar Numfor, Papua dan proyek lainnya di KTI, semuanya menggunakan bahan semen asal PT Semen Tonasa.

Hal itu diakui pengelola pertama Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Biak Numfor di Jenggo yang menjadi perintis bidang kesehatan di daerah pemekaran tersebut.

"Sebagai daerah baru, banyak pembangunan infrastruktur yang tentunya memerlukan bahan bangunan yang berkualitas dan mudah diperoleh," katanya.

Testimoni itu tentunya tidak akan membuat perusahaan plat merah ini puas dan

berhenti melakukan inovasi, tetapi terus melakukan inovasi demi inovasi untuk meningkatkan kualitas produksi dan menjaga kepercayaan konsumen.