

Garuda Indonesia Travel Fair 2018 Targetkan Penjualan Capai Rp 40,3 Miliar



BERI PENJELASAN: Asa Perkasa, VP Region Domestic 3 sekaligus General Manager Garuda Indonesia Branch Office Surabaya (kiri), saat Press Conference, Senin (19/3).

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk konsisten mendorong pertumbuhan pariwisata Indonesia. Asa Perkasa, VP Region Domestic 3 sekaligus General Manager Garuda Indonesia Branch Office Surabaya, mengatakan masih melihat potensi yang besar dalam menarik konsumen lewat kegiatan penjualan tiket secara offline.

Menurutnya, wilayah Surabaya merupakan salah satu pasar potensial untuk upaya strategis Garuda dalam mencapai target fase I Garuda Indonesia Travel Fair 2018 sebesar Rp 40,3 miliar. "Karena target fase I tahun lalu, 2017 target awal Rp 31 miliar, tetapi tercapai Rp 37 miliar," terangnya saat acara Press Conference Garuda Indonesia Travel Fair 2018, Senin (19/3).

Asa menjelaskan, kebutuhan wisata sudah menjadi kebutuhan penting. Khususnya untuk kaum milenial, wisata sudah menjadi salah satu gaya hidup. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, khususnya sosial media, menjadi salah satu pendorong keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat populer.

Sehingga, banyak kaum milenial yang mau melakukan perjalanan atau *traveling* menuju *spot-spot* yang menarik yang masih dalam jangkauan. "Sudah sejak 3 tahun lalu, *traveling* menjadi *tren part of experience* bagi mereka," imbuhnya.

Menurutnya, kaum milenial mempunyai jangkauan yang masih 7 jam waktu penerbangan. Sehingga tujuan wisata kaum milenial khususnya yakni tempat-tempat yang tidak membutuhkan visa dan masih dapat dijangkau. Oleh karena itu, destinasi wisata keluar negeri seperti Eropa peminatnya masih kurang.

Asa menambahkan, penyelenggaraan Garuda Indonesia Travel Fair 2018 juga untuk mengedukasi masyarakat agar melakukan perjalanan dengan terencana. Terkait dengan adanya tahun politik, Asa mengaku masih optimis prospek ke depan masih cukup bagus.

Hal ini didukung dengan adanya *travel fair* yang dilakukan maskapai penerbangan lain yang hasilnya masih cukup bagus, sehingga ia optimis tahun pilkada tidak akan mengganggu perjalanan masyarakat. (cin/rud)

Bangun PLTG untuk Pasok 11 Juta Rumah

JAKARTA - PT Jawa Satu Power, yang merupakan perusahaan konsorsium dari PT Pertamina, Marubeni Corporation, dan Sojitz Corporation, menunjuk konsorsium General Electric (GE), Samsung C&T (Samsung) dan PT Meindo Elang Indah (Meindo) sebagai kontraktor EPC (*Engineering, Procurement and Construction*) untuk Pembangunan Listrik Jawa-1 *Combined Cycle* dengan nilai kontrak berkisar US\$900 juta.

Penandatanganan kontrak kerja sama disaksikan oleh Direktur Perencanaan Investasi & Manajemen Risiko PT Pertamina Gigih Prakoso dan President & CEO GE Power Russell Stokes. Nantinya, Pembangkit Listrik Tenaga Gas Uap (PLTGU) Jawa-1 akan menjadi pembangkit listrik dengan teknologi *combined cycle* terbesar di Indonesia.

PLTGU Jawa-1 diperkirakan beroperasi pada pertengahan 2021 dan mampu menambah pasokan listrik sekitar 1.760 MW ke dalam jaringan listrik nasional, atau setara dengan pasokan ke 11 juta rumah di Indonesia. "Sebagai BUMN energi, Pertamina bangga bisa mendukung upaya elektrifikasi di Indonesia. Pembangunan turbin gas class HA efisiensi tinggi dari GE.

bagi perseroan pada bisnis power berbasis clean energy," kata Gigih.

Sementara, Presiden Direktur Jawa Satu Power Ginanjar menambahkan, PLTGU Jawa-1 akan menjadi pembangkit dengan konfigurasi blok tunggal gas *combined cycle* terintegrasi pertama di Asia dan terbesar di Asia Tenggara serta akan menggunakan turbin gas class HA efisiensi tinggi dari GE.

"Jawa-1 akan menjadi salah satu turbin gas yang paling efisien di Indonesia guna menghasilkan listrik yang ramah lingkungan dan dapat diandalkan, untuk jaringan Jawa-Bali," tutur Ginanjar.

Selain menunjukkan konsorsium EPC, Jawa Satu Power juga menandatangani perjanjian jasa service dengan GE Power Services. Perjanjian tersebut akan berjalan selama 25 tahun. (chi/jpnn/rud)

Pelaksanaan Survei dan Sertifikasi, Kemenhub Tunjuk BKI

SURABAYA - Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan menunjuk PT. Biro Klasifikasi Indonesia (BKI) untuk melaksanakan Survei dan Sertifikasi Statutoria Kapal Berbendera Indonesia. Penunjukan ini sesuai dengan Keputusan Menteri Perhubungan No 429 Tahun 2018.

Kemenhub menegaskan penugasan ini bukan bersifat monopoli. Perjanjian Kerjasama antara Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dan PT. Biro Klasifikasi Indonesia tentang Pelaksanaan Survei dan Sertifikasi Statutoria Kapal Berbendera Indonesia, lanjut Rudiana, merupakan bentuk komitmen Pemerintah Indonesia melalui Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan sebagai *Focal Point* di Organisasi Maritim Internasional (IMO).

Tujuannya untuk menerapkan konvensi-konvensi yang

dikeluarkan oleh IMO termasuk penerapan Resolusi IMO MSC. 349 (92) mengenai Code For Recognized Organization (RO Code) serta dalam rangka *Roadmap to Whittier* Tokyo MOU.

Sesditjen Perhubungan Laut Capt Rudiana pada acara sosialisasi penunjukan PT BKI untuk melaksanakan Survei dan Sertifikasi Statutoria Pada Kapal Berbendera Indonesia, di Surabaya, Senin (19/3) mengatakan, Direktorat Jenderal Perhubungan Laut sebagai instansi Pemerintah yang bertanggung jawab untuk mengambil langkah-langkah dalam memastikan kapal-kapal berbendera Indonesia telah memenuhi ketentuan konvensi Internasional IMO

termasuk melakukan survei dan sertifikasi statutoria.

Terkait dengan hal ini maka tujuan dari perjanjian kerjasama antara Ditjen Perhubungan Laut dan PT BKI sebagaimana tertuang dalam MOU yang ditandatangani pada 9 Februari 2019 adalah untuk memberikan kewenangan pelaksanaan survei dan sertifikasi statutoria kapal berbendera Indonesia. Serta mendorong PT BKI menjadi anggota Asosiasi Badan Klasifikasi

Internasional (IACS member).

"Meski sifatnya penunjang, namun jangan diartikan pemerintah dalam hal ini Ditjen Perhubungan Laut memberikan hak monopoli pada PT BKI. Karena pemilik kapal boleh melakukan sertifikasi kepada perusahaan sertifikasi lain termasuk asing," tegas Rudiana. (pur/rud)



PERLU DIATUR: Sebuah kapal barang karam saat akan sandar di pelabuhan Kalimas, beberapa waktu lalu. Dibutuhkan standarisasi tertentu agar kapal berbendera Indonesia lebih terjamin keamanannya dan untuk mencegah terjadinya kecelakaan.

Dorong Daya Saing, Kembangkan Mobile Broadband

SURABAYA - PT Hutchison 3 Indonesia (H3I) telah berkembang secara signifikan menjadi penyedia layanan telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pelanggan H3I pada tahun 2016, sejumlah 56,7 juta meningkat di tahun 2017 menjadi 63,8 juta.

Saat ini, H3I mengoperasikan jaringan berlisensi nasional 2G dan 4G LTE, dan H3I juga mengembangkan jaringan mobile broadband untuk melayani 63,8 juta pelanggannya. Head

Of Region East Java Anjar Budi Kurniawan, mengatakan, untuk jaringan umum H3I di Jawa Timur sampai saat ini telah terkafer 100 persen, sedangkan untuk jaringan internet 3G dan 4G telah terkafer 80 persen.

Menurut Anjar, dari total jumlah pelanggan H3I seluruh Indonesia, 90 persen pelanggan merupakan pengguna data. "Jadi saat ini penggunaan data setiap pelanggan setiap bulannya mencapai 3,75GB," terangnya, Senin (19/3).

Anjar menambahkan, secara menyeluruh 80 persen pelanggan H3I berusia milenial. Menurutnya, tren internet saat ini merupakan sebuah gaya hidup yang harus terus diikuti. Dan H3I sendiri merupakan tren digital lifestyle, yang didesain sesuai dengan lifestyle, dan dikembangkan untuk market place.

Anjar menjelaskan, sejak tahun 2010 H3I memosisikan diri untuk mobile internet dan mobile lifestyle, yang dengan sendirinya market H3I

dapat terbentuk.

Arum K. Prasodjo, DGM Public Relations and Media menambahkan, jumlah pelanggan H3I di Jawa Timur mencapai 7 juta, dengan kontribusi kota Surabaya sebanyak 35 persen dan disusul Malang sebanyak 25 persen. Dan untuk ekspansi jaringan H3I, akan dilakukan ke banyak daerah yang kapasitasnya tinggi, seperti Gorontalo pada Juni mendatang.

Arum menyebutkan, hampir 60 persen waktu yang digunakan oleh pelajar

Indonesia hanya untuk mengakses konten sosial media. Padahal melalui internet mereka dapat mendapatkan lebih banyak ilmu dan lebih banyak tahu. Adapun Top Application penggunaan jaringan data H3I digunakan untuk youtube, Instagram, Facebook, dan sisanya untuk macam-macam aplikasi termasuk games.

"Oleh karena itu kami mendorong pelanggan kami untuk memanfaatkan network kami untuk hal-hal yang lebih penting," pungkasnya. (cin/rud)

Jajaki Pembangunan Terminal Kapal Pesiar

SURABAYA - BUMN Kepelabuhanan Indonesia, Pelindo III, dan Pemerintah Kota Liverpool, Inggris, menjajaki potensi kerja sama pengembangan pelabuhan dengan terminal untuk kapal pesiar. Kerja sama internasional tersebut menjadi bagian dari kerja sama Sister City antara Pemerintah Kota Surabaya dan Liverpool.

"Kami sudah melihat pertumbuhan ekonomi yang fenomenal dari Kota Surabaya (yang berada di atas rerata nasional, Red). Tentunya tak terlepas dari bagaimana pengembangan pelabuhan (Tanjung Perak, Red) yang impresif dalam berkontribusi untuk masyarakat Surabaya dan negara," kata Wali Kota Liverpool Joe Anderson, dalam kunjungannya ke Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya, Senin (19/3).

Joe Anderson datang ber-



JALIN KERJASAMA: SVP Corporate Strategic Planning and Corporate Performance Pelindo III Prasetyo (kiri) mendampingi Walikota Liverpool Inggris Joe Anderson saat berkunjung ke Surabaya North Quay, Pelabuhan Tanjung Perak, Senin (19/3).

sama wakilnya, Gary Millar, dan Duta Besar Inggris Moazzam Malik. Delegasi Inggris tersebut berdiskusi dengan manajemen Pelindo III yang dipimpin oleh Commercial and Operational Director Mohammad Iqbal dan Engineering and ICT Director Husein Latief. Setelah sebelumnya sempat

mengunjungi Surabaya North Quay dan menikmati suasana bahari Selat Madura di destinasi maritim favorit warga Kota Pahlawan itu.

"Penting bagi pelabuhan untuk berkembang seiring dengan perkembangan kota. Kini kami sedang membangun terminal

kapal pesiar baru di Liverpool. (Pemerintah Kota Liverpool dan Pelindo III, Red) bisa banyak berbagi tentang bagaimana pengelolaan bisnis untuk terminal kapal pesiar dan bagaimana berhubungan dengan para pemangku kepentingan di sekitarnya," tambah Joe Anderson.

Gary Millar yang Februari lalu sudah bertemu CEO Pelindo III Ari Ashkara di Surabaya, kembali memastikan undangannya agar Pelindo III dapat hadir pada ajang International Business Festival di Liverpool pada Juni tahun ini.

"Di sana nanti kita bisa mengatur pertemuan antara pengelola terminal kapal pesiar. Sehingga dapat terjalin relasi bisnis yang menjadi *quick win* atau *win-win solution* (dari kerja sama Sister City ini, Red)," tambahnya. (sur/rud)

The New L-Men of The Year

Are You The Inspiring Health Influencer We Are Looking For?

CERDAS: Para peserta The New L-Men of The Year batch 1 saat menjalani tes kedua. Selain memiliki tubuh sehat, mereka juga harus memiliki kemampuan *public speaking* yang salah satunya adalah mengutarakan pendapat dengan baik dan benar.

SURABAYA - Melalui salah satu *brand* unggulannya, L-Men, nutrisi efektif untuk pria agar lebih sehat dan memiliki *performa* aktivitas maksimal, Nutrifood menggelar The New L-Men of The Year (LoTY). Setelah terakhir kali diselenggarakan tahun 2014, tahun ini ajang LoTY hadir dengan konsep yang baru dan berbeda dari tahun-tahun sebelumnya.

Kota Surabaya mendapat kesempatan istimewa untuk menjadi kota pertama audisi. Bertempat di Hotel JW Marriott Surabaya, Sabtu (17/3), sebanyak 50 peserta yang telah lolos pra seleksi dari ratusan pendaftar *online* dan *email* telah melalui serangkaian tes untuk menjadi semifinalis. Selain *public speaking*, mereka dihadapkan pada tes dengan pilihan jawaban yang harus mereka utarakan di hadapan para juri audisi di antaranya *Brand Manager* L-Men Jesaya Christian dan *1st Runner Up* LoTY

2014 Kenny Austin. Jesaya mengatakan konsep baru LoTY yang mencari *health influencer* inspiratif dan komunikatif menjadikan ajang ini bukan sekedar ajang pencarian model atau *body contest*. "Tidak hanya harus memiliki bentuk tubuh atletis dan berusia 16-35 tahun, mereka yang menjadi juara harus berkomitmen untuk menginspirasi masyarakat Indonesia menjalankan gaya hidup sehat bersama L-Men. Selain itu kemampuan komunikasi yang baik dan *digital savvy* juga akan mempengaruhi penilaian. Karena nantinya mereka akan menjalin kontrak kerja sama senilai 100 juta rupiah dan menjadi *host* di YouTube channel L-Men," jelasnya.

Selain Surabaya, audisi The New LoTY akan diadakan di Yogyakarta (24 Maret), Bandung (7 April), dan Jakarta (3 dan 8 April). Usai lolos menjadi semifinalis dan menjalani *in-depth interview* di masing-masing kota, dewan juri akan memilih *grand finalist* untuk menjalani karantina dan seleksi tahap akhir pada bulan Mei nanti. (ru)

layout: sapto adi