

PROSES PENJUALAN GULA KRISTAL PUTIH MELALUI LELANG DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM ELECTRONIC TENDER (E-TENDER) PADA PT SINERGI GULA NUSANTARA

Amelia Dwi Lestari¹, Indah Respati Kusumasari²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur^{1,2}

Email korespondensi: amelia.dwilestari0509@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the process of selling white crystal sugar through auction using the e-tender system at PT Sinergi Gula Nusantara. All sales made by PT Sinergi Gula Nusantara are through an auction process. An auction is a unique buying and selling process where the price of a good or service is not fixed, but is determined by bids from a large number of participants. Auction participants compete to get the highest price, and the bidder with the highest price wins the auction and is entitled to receive the product. This research method is carried out directly through an auction for 1 month at PT Sinergi Gula Nusantara. The approach used is qualitative, namely field research where the sources are directly from the marketing staff at PT Sinergi Gula Nusantara. The results of this study are that the sugar sales process is carried out by the company through several stages and using the e-tender application from KPBN.

Keywords: Auction, Sales, E-Tender, Business Marketing

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penjualan gula kristal putih melalui lelang dengan menggunakan sistem e-tender pada PT Sinergi Gula Nusantara. Semua penjualan yang dilakukan oleh PT Sinergi Gula Nusantara adalah melalui proses lelang. Lelang adalah proses jual beli yang unik dimana harga suatu barang atau jasa tidak tetap, tetapi ditentukan oleh penawaran dari sejumlah besar peserta. Peserta lelang bersaing untuk mendapatkan harga tertinggi, dan penawar dengan harga tertinggi memenangkan lelang dan berhak menerima produk. Metode penelitian ini adalah dilakukan secara langsung melalui lelang selama 1 bulan di PT Sinergi Gula Nusantara. Pendekatan yang dilakukan adalah kualitatif yaitu penelitian lapangan yang mana narasumber langsung dari staff pemasaran di PT Sinergi Gula Nusantara. Hasil dari penelitian ini adalah proses penjualan gula dilakukan perusahaan melalui beberapa tahapan dan menggunakan aplikasi e-tender dari KPBN.

Kata kunci: Lelang, Penjualan, E-Tender, Pemasaran Bisnis

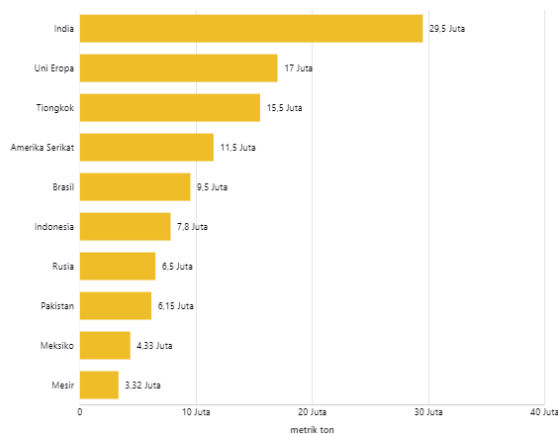
1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan rempah yang melimpah, turut berkontribusi pada meningkatnya konsumsi gula secara global. Berdasarkan data terkini, Indonesia menempati posisi sebagai salah satu negara dengan konsumsi gula terbanyak. Indonesia menjadi negara dengan konsumsi gula terbanyak ke-6 global pada tahun 2022/2023. Gula merupakan salah satu bahan umum yang digunakan untuk

membuat berbagai makanan dan minuman. Secara umum, gula digunakan untuk memberikan rasa yang kuat guna meningkatkan cita rasa. Penggunaan gula di kehidupan sehari-hari meningkatkan tingginya konsumsi gula dalam skala dunia.

Berdasarkan data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), produksi gula dunia diperkirakan mencapai 177,27 juta metrik ton pada tahun 2022-2023. Sementara itu konsumsi gula dunia mencapai

176,007 juta metrik ton pada periode yang sama. Indonesia negara yang negara dengan konsumsi gula dunia terbesar ke-6, dengan capaian angka 7,6 juta metrik ton. Dalam laporan USDA, mereka menyebutkan bahwa konsumsi dinilai akan meningkat searah dengan pertumbuhan peningkatan dan populasi permintaan industri makanan dan minuman. Dalam melaksanakan swasembada gula nasional untuk menjamin ketahanan pangan, tersedianya bahan baku serta bahan penolong industri lainnya mendorong perbaikan sejahteranya petani tebu. Perpres nomor 40 tahun 2023 menghimbau masyarakat untuk mempercepat swasembada gula. Oleh karena itu, pemerintah telah membuat peta jalan untuk mempercepat swasembada gula nasional. Dalam mencapai swasembada nasional, pemerintah menetapkan beberapa target seperti target produksi total gula nasional sebesar 9,81 ton pada tahun 2030, peningkatan efisiensi dan kapasitas pabrik gula untuk mencapai rendemen sebesar 11,2%.



Sumber: databoks

Mohammad Abdul Ghani, direktur utama Holding Perkebunan Nusantara atau PTPN III (Persero), meminta pemerintah

mewaspada kemungkinan kenaikan harga gula. Penyebabnya adalah persediaan saat ini semakin menipis. Cadangan gula dalam negeri mencapai 740.000 ton pada akhir tahun 2023. Sedangkan kebutuhan gula nasional kurang lebih 3 juta ton atau sekitar 200.0000 ton per bulan. Menteri Perdagangan Komisi VI DPR RI mengatakan bahwa, persediaan saat ini sebanyak 166.474 ton khusus untuk PTPN. Sebagian besar persediaan sudah berada di tangan pedagang, namun belum keluar dari gudang.

PT Sinergi Gula Nusantara (SGN) merupakan hasil transformasi pesat perusahaan induk Grup PTPN yang dicapai dengan menggabungkan aset-aset perusahaan perkebunan tebu Grup PTPN. PT Sinergi Gula Nusantara (PT SGN) yang dikenal dengan SugarCo merupakan anak perusahaan gula dari Holding Perkebunan PTPN III (Persero). Peran perusahaan ini adalah mengelola seluruh pabrik gula grup PTPN. PT SGN didirikan sebagai bagian dari Rencana Strategis Nasional (PSN) dan merupakan salah satu dari 88 proyek Kementerian BUMN tahun 2020-2023. Tujuannya untuk mendukung percepatan program ketahanan pangan, khususnya untuk mencapai kemakmuran negara dalam produksi gula. Sebagai satu-satunya pabrik gula ke-36 yang dimiliki Grup PTPN, PT SGN berencana memperluas lahan hingga 700.000 hektar pada tahun 2028 untuk menjadi perusahaan gula terbesar di Indonesia. Konsep profesionalisme, integritas, efisiensi dan efektivitas menjadi pedoman PT SGN. Mengelola seluruh pabrik gula di seluruh Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Cekungan Tengah, Sulawesi Timur dan Selatan.

Selain itu, penggunaan nilai-nilai etika dalam seluruh aspek aktivitas perusahaan juga akan ditekankan untuk menciptakan keahlian manajemen guna mendukung kebijakan nasional PT Sinergi Gula Nusantara akan menerapkan sistem pemasaran untuk menjual aset administratifnya. Seluruh saham perusahaan ini dijual melalui lelang. Perdagangan adalah proses dimana badan pemerintah menjual gula kepada pihak lain melalui perdagangan. Tujuan pemasaran adalah menjual produk dengan jelas kepada pelanggan dan melakukan hal yang benar. Sistem perdagangan ini berdasarkan keputusan KPBN yang mengelola pembelian barang dari Perkebunan Nusantara Holding. Dilakukan oleh bank apabila volume penjualan PT Sinergi Gula Nusantara telah mencapai batas minimal atau adanya laporan dari bagian keuangan mengenai kebutuhan arus kas.

Saat ini banyak orang yang percaya bahwa pemasaran adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh para pengusaha di banyak perusahaan terkait dengan informasi digital dan lain-lain. Namun bagian pemasaran PT Sinergi Gula Nusantara mempunyai kegiatan tersendiri dalam penjualan mentah. Penulis ingin magang di sebuah perusahaan untuk memahami praktik bisnis yang relevan dan mendapatkan pengalaman baru. Hal ini membuka wawasan penulis bahwa pemasaran di industri bukan sekedar periklanan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian langsung selama 1 bulan di PT Sinergi Gula Nusantara.

Dengan pendekatan kualitatif atau penelitian lapangan, yaitu dengan observasi yang memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi langsung dan gambaran yang akurat dan jelas kegiatan lelang di PT Sinergi Gula Nusantara. Penelitian ini bersifat deskriptif, yang mana informasi diperoleh secara langsung dari staff atau karyawan perusahaan pada divisi pemasaran sebagai narasumber.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Sinergi Gula Nusantara (PT SGN) atau lebih sering dikenal dengan sebutan Sugar Co adalah Sub Holding Komoditi Gula PTPN III (Persero) Holding Perkebunan yang ditugaskan untuk mengelola seluruh Pabrik Gula yang ada di lingkungan PTPN Group, didirikan sebagai wujud dari salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN) dan adalah satu dari 88 Program Kementerian BUMN tahun 2020-2023 untuk mendukung akselerasi Program Ketahanan Pangan khususnya tercapainya swasembada gula nasional.

Pada awal berdirinya PT Sinergi Gula Nusantara (PT SGN) tanggal 17 Agustus 2021, saham perusahaan dimiliki oleh PTPN III (Persero) Holding Perkebunan dan PTPN XI. Pada tanggal 10 Oktober 2022 seiring dengan dilakukannya spin off 36 pabrik gula milik tujuh anak usaha PTPN Group, yaitu PTPN II, PTPN VII, PTPN IX, PTPN X, PTPN XI, PTPN XII, dan PTPN XIV kedalam PT SGN, maka komposisi kepemilikan saham SGN dimiliki oleh 8 (delapan) PTPN yakni PTPN II, PTPN VII, PTPN IX, PTPN X, PTPN XI, PTPN XII, PTPN XIV serta PTPN III (Persero) Holding Perkebunan.

Konsep profesionalisme, sinergi, efisien dan efektif menjadi acuan PT Sinergi Gula Nusantara dalam mengelola sebanyak 36 pabrik gula miliknya yang terbentang dari Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Sulawesi Selatan, disamping penerapan – nilai-nilai AKHLAK dalam setiap aspek operasional perusahaan, untuk menciptakan operational excellence guna mendukung program swasembada gula nasional. PT Sinergi Gula Nusantara mempunyai visi “Menjadi Perusahaan Agribisnis Berbasis Tebu Yang Unggul Dan Berdaya Saing Di Tingkat Global”.

Gula yang diproduksi oleh PT Sinergi Gula Nusantara disebut dengan nama gula Nusa Kita. Pada saat musim giling, produksi gula Nusa Kita diperkirakan mencapai volume tinggi. Rentang musim giling pada pabrik gula berbeda dengan pabrik satu dengan pabrik yang lain, tergantung dengan produksi yang dihasilkan. Penjualan produk pada PT Sinergi Gula Nusantara masih belum melalui marketplace dan retail, serta masih menjualkan produknya dengan volume minimal 500 ton. Divisi pemasaran sangat dibutuhkan untuk proses lelang saat proses penjualan. Sehingga, proses lelang adalah cara yang digunakan untuk memasarkan produk di kantor pusat PT Sinergi Gula Nusantara yang mana tahapan distribusi merupakan kelompok dari para calon pembeli yang mengikuti atau menghadiri lelang, proses pemasaran dengan melalui para pedagang. jika sudah menetapkan pembeli, DO (Delivery Order) dikeluarkan untuk mengambil barang (tetes atau gula). PT Sinergi Gula Nusantara membuat distribusi

untuk produk dari hasil produksi untuk konsumen :

1. Distribusi secara langsung
2. Distribusi melalui pihak ketiga atau pengecer
3. Distribusi dengan melewati produsen, distribusi dilakukan melalui pedagang besar, kemudian ke pengecer hingga sampai ke konsumen
4. Distribusi melibatkan produsen yang menyuplai kepada agen, kemudian menuju pengecer, hingga ke tangan konsumen
5. Distribusi melalui produsen yang menyampaikan produk kepada agen, pedagang besar, hingga diteruskan kepada konsumen.



Gambar 1: Pelaksanaan Lelang

Lelang merupakan proses jual beli yang unik dimana harga suatu barang atau jasa tidak tetap, tetapi ditentukan oleh penawaran dari sejumlah besar peserta. Peserta lelang bersaing untuk mendapatkan harga tertinggi, dan penawar dengan harga tertinggi memenangkan lelang dan berhak

menerima produk. Lelang bisa diibaratkan sebagai kompetisi untuk mendapatkan sesuatu dengan harga terbaik.

Lelang resmi ada di Indonesia sejak tahun 1908, ketika *Vendu Reglement Staatsblad* atau Peraturan Lelang Umum Indonesia diundangkan. Dalam beberapa dekade terakhir, sistem lelang Indonesia telah mengalami banyak perubahan dalam sistem dan praktiknya seiring berjalannya waktu. Lelang sudah ada di Indonesia sejak tahun 1908 dan ditandai dengan diundangkannya Peraturan Lelang atau Peraturan *Vendu*. Peraturan *Vendu* yang diundangkan dalam Majelis Provinsi Nomor 189 Tahun 1908 mengantarkan lahirnya lembaga lelang di Indonesia. Awalnya Peraturan *Vendu* hanya berlaku bagi warga negara Belanda yang saat itu menduduki Indonesia. Peraturan *Vendu* juga mengatur mekanisme lelang secara rinci, termasuk tata cara lelang. Peraturan *Vendu* juga menjadi dasar pembentukan Badan Pemeriksa Lelang sebagai lembaga pertama di Indonesia yang berwenang melakukan lelang. Pengelolaan lelang ini menjadi tanggung jawab Menteri Keuangan. Selanjutnya pemeriksaan lelang berada di bawah kewenangan Departemen Umum Pajak dengan nama Biro Lelang Negara.

Salah satunya adalah pembentukan badan baru bernama Badan Utang dan Lelang Negara. Unit Lelang (KLN) yang sebelumnya berada di bawah DJP kini berubah menjadi BUPLN. BUPLN berubah nama menjadi Direktorat Jenderal Hutang dan Lelang Negara. DJPLN mempunyai amanah dan fungsi sebagai lembaga yang memproses tagihan dan lelang pemerintah. Nama departemen lelang pun diubah dari

KLN menjadi Kantor Pelayanan Pengelolaan Piutang dan Lelang Negara. Perkembangan terakhir dilakukan pada tahun 2006 dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 445/PMK. Pada bulan Januari 2006, dari segi organisasi Kementerian Keuangan, DJPLN menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, dan pada tataran operasional KP2LN diubah menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Negara dan Pelayanan Lelang. Lelang di Indonesia berada di bawah pengawasan Kementerian Keuangan yang salah satu tanggung jawabnya adalah Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. Sejak tahun 2006, Balai lelang terus melakukan perubahan untuk memenuhi perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Hal ini didukung dengan diberlakukannya berbagai peraturan yang mendukung terciptanya lelang yang lebih kompetitif, obyektif, kepastian hukum, dan akuntabel.

Eksekusi dilakukan di hadapan pengelola lelang yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya. Pengelola lelang sebelumnya telah melalui proses verifikasi dokumen sesuai standar operasional prosedur. Petugas lelang ditunjuk oleh Menteri Keuangan dan mempunyai lingkup tugas tertentu. Bersaing kompetitif dan harga yang terbentuk merupakan harga tertinggi dari peserta lelang yang ada.

Pelaksanaan lelang di PT Sinergi Gula Nusantara didasarkan oleh keputusan KPBN (Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara) merupakan Inacom yang didirikan pada tahun 1968 sebagai anak perusahaan dari Holding Perkebunan Nusantara yang diberikan kepercayaan dalam bidang Imbal Jasa Perkebunan Nusantara Sawit (CPO, PKO, PKM), Karet, Auction Teh

Trading Komoditas (CPO, Beras, Gula), Penyewaan Tangki Timbun, Jasa Logistik dan Perkiraan harga CPO.

Lelang yang dilaksanakan PT Sinergi Gula Nusantara diadakan setiap minggunya, yang mana kegiatan lelang ada yang dilakukan secara online dan offline. Kegiatan online yang mana memberikan data kepada pihak ketiga. Kemudian ada kegiatan semi offline yang mana petani atau dari pihak petani datang untuk melihat kegiatan lelang langsung. Jika kegiatan lelang gagal dan tidak ada yang menang, akan diadakan lelang yang mana harga yang ditawarkan lebih tinggi dengan harga lelang sebelumnya.

Lelang akan dilaksanakan apabila persediaan penjualan bahan baku PT Sinergi Gula Nusantara mencapai batas minimal atau jika telah diterima laporan kebutuhan arus kas dari bagian Keuangan maka akan dilaksanakan lelang Gula Kristal Putih (GKP) dan gugur. Kegiatan ini akan dilaksanakan melalui Zoom Meeting secara online. Sedangkan lelang produk molasses selain dilakukan secara offline. Harga produk itu sendiri atau kisaran harga yang ditunjukkan kepada Penjual ditentukan oleh PT Kharisma Marketing Bersama Nusantara (KPBN). Dalam menjalankan kegiatan lelang, KPBN mempunyai lini bisnis yaitu tender komoditi. E-Tender atau biasa disebut electronic tender merupakan sistem berbasis internet yang mengelola proses penjualan komoditas perkebunan secara elektronik. E-tender dilakukan pada waktu dan tempat yang telah ditentukan secara terbuka dengan peserta yang telah terdaftar memenuhi syarat. Komoditas perkebunan adalah seperti sawit, karet, gula dan tetes. E-tender adalah tata cara pemilihan penyedia barang atau jasa secara

terbuka yang dilakukan melalui Sistem Pengadaan Secara Elektronik (SPSE). Dalam e-tender, penyedia barang atau jasa yang terdaftar pada SPSE dapat menyampaikan penawarannya dalam waktu yang telah ditentukan.

Adapun proses lelang adalah sebagai berikut :

1. Surat Pengajuan Penjualan Gula/Pengajuan Lelang Komoditi :
Diajukan jika stok penjualan komoditi dari pabrik gula telah memenuhi batas minimal serta mencantumkan banyaknya total komoditi.
2. Surat pelaksanaan Auction :
Dimana surat gula kristal putih diajukan oleh PT SGN ke KPBN, surat tersebut berisi permohonan untuk melaksanakan auction lelang dengan mencantumkan banyaknya total komoditi sesuai rincian.
3. Surat Penyampaian Price Idea :
Diajukan oleh PT SGN ke KPBN berdasarkan surat pelaksanaan auction yang merujuk pada memo antar Direktorat Pemasaran Holding Perkebunan Nusantara.
4. Undangan Lelang :
PT SGN membuat surat undangan kepada pabrik gula untuk hadir dalam kegiatan lelang.
5. Pelaksanaan auction :
 - a. Auction dilaksanakan pada hari yang ditentukan.
 - b. Price Idea (PI) akan disampaikan oleh Divisi Pemasaran PT SGN pada saat Auction.
 - c. Barang tersedia di Gudang masing-masing pabrik gula

- d. Tugas Pelaksana Auction - Menyampaikan Pemberitahuan Auction; - Melakukan evaluasi penawaran harga; - Mengesahkan Pembeli; - Membuat berita acara pelaksanaan Auction; dan - Melakukan tugas lainnya yang terkait dengan pelaksanaan Auction.
 - e. Penawaran Harga - Auction dilaksanakan walaupun hanya diikuti oleh 1 (satu) Peserta Auction - Pelaksana Auction menyediakan waktu pengajuan penawaran harga sekurang - kurangnya 1 (satu) jam. - Apabila penawaran harga berada di bawah Harga Limit (Price Idea), Pelaksana Auction - memberikan kesempatan kepada penawar tertinggi pertama untuk melakukan - Counter Bid dalam waktu 15 (lima belas) menit. - Apabila penawar tertinggi pertama tidak bersedia atau batas waktu Counter Bid telah - berakhir, Pelaksana Auction memberikan kesempatan kepada penawar tertinggi - berikutnya untuk melakukan Counter Bid dalam waktu 15 (lima belas) menit, demikian - seterusnya. - Dalam hal terdapat 2 (dua) atau lebih penawar dengan penawaran harga yang sama - namun penawaran harga tersebut di bawah Harga Limit (Price Idea), Pelaksana Auction - memberikan kesempatan kepada penawar responsif pertama untuk melakukan - Counter Bid dalam waktu 15 (lima belas) menit. - Apabila penawar responsif pertama tidak bersedia atau batas waktu Counter Bid telah - berakhir, Pelaksana Auction memberikan kesempatan kepada penawar - responsif kedua untuk melakukan Counter Bid dalam waktu 15 (lima belas) - menit, demikian seterusnya.
 - f. Pengesahan Pembeli untuk Auction - Pelaksana Auction mengesahkan penawar tertinggi yang telah mencapai atau - melampaui Nilai - Dalam hal seluruh penawaran harga berada di bawah Harga Limit (Price Idea), - Auction dinyatakan gagal.
6. Result yang merupakan hasil lelang yang terdiri dari keterangan produsen, pabrik gula mana, kuantitas, harga dari rekaan.
 7. Final Tender Gula adalah hasil akhir yang merekap pemenang.
 8. BA Lelang merupakan kesimpulan dari kegiatan lelang.
 9. SPS (Surat Perintah Setor) yang dikeluarkan oleh PT Sinergi Gula Nusantara kepada pemenang. SPS memiliki masa berlaku selama 7 hari kerja dan tidak berlaku untuk pengambilan barang. Jika pembayaran terlambat maka akan dikenakan denda dari PT Sinergi Gula Nusantara.
- Kegiatan lelang yang dilaksanakan PT Sinergi Gula Nusantara berjalan dengan lancar. Proses tersebut mencakup pengumpulan dokumen, evaluasi penawaran

dan penentuan pemenang. PT Sinergi Gula Nusantara juga aktif melakukan komunikasi pada peserta lelang agar terjalin keadilan dan transparan dalam kegiatan tersebut. PT Sinergi gula Nusantara berkomitmen pada prinsip bisnis yang adil dan etis serta memastikan semua pihak yang terlibat mendapatkan pengalaman positif dan menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

PT Sinergi Gula Nusantara (PT SGN) berperan krusial dalam pengelolaan produksi gula di lingkungan Grup PTPN, dengan tujuan mencapai swasembada gula nasional melalui operasional yang efisien dan praktik pemasaran yang strategis, termasuk sistem lelang yang kompetitif. Perusahaan mengedepankan profesionalisme dan transparansi dalam proses lelangnya, menjamin persaingan yang sehat dan praktik bisnis yang berkelanjutan sekaligus berkontribusi terhadap sektor pertanian Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terima kasih kepada rekan magang penulis serta staff/karyawan divisi pemasaran yang sudah membantu dalam penyelesaian paper dan memberikan banyak informasi terkait proses kegiatan lelang yang ada di PT Sinergi Gula Nusantara.

REFERENSI

Hidayati, Nurul. "PROSES PENJUALAN GULA KRISTAL PUTIH DAN MELALUI LELANG PADA PT SINERGI GULA NUSANTARA." *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 6.1 (2024): 415-419.

Sh, I., & Respati, S. (2023, April 29). Kompas.com. Retrieved from money.kompas.com:

<https://money.kompas.com/read/2023/04/29/112233326/wujudkan-swasembada-gula-kementan-pastikan-data-lewat-taksasi-produksi-awal>

Santika, E. F. (2024, January 16). databoks. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/10/indonesia-jadi-negara-dengan-konsumsi-gula-terbanyak-ke-6-global-pada-20222023>

<https://idfood.co.id/p/pengadaan-gula-kristal-mentah-2022>