

	PT GOLDEN ENERGY MINES	No. Dokumen	S-GEMS/PCR-001
	STANDAR	Tanggal Efektif	
	<i>Value Creation</i>	Edisi/ Revisi	1/0
		Halaman	1 dari 5

URAIAN STANDAR

I. Value Creation adalah nilai terbaik yang didefinisikan sebagai kombinasi biaya, kualitas, dan keberlanjutan yang paling menguntungkan untuk memenuhi kebutuhan *User*. Dalam konteks ini: biaya berarti mempertimbangkan seluruh biaya, kualitas berarti memenuhi spesifikasi yang sesuai dan cukup untuk memenuhi kebutuhan *User* (*Total Cost of Ownership*), keberlanjutan berarti manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan. *Value Creation* terdiri dari *Cost Saving* dan *Cost Avoidance*.

II. Baseline Value Creation

Dalam penentuan *baseline Value Creation*, setiap *Category Specialist* dapat menggunakan 4 opsi berikut sesuai dengan kondisi yang paling tepat ataupun informasi yang tersedia yaitu:

a. *Market*

yaitu nilai yang diambil dari nilai *market* sebagai referensi seperti :

1. *Price Index*,

2. *RFx*, contohnya :

- *Lowest quotation initial bid*

- *Normalize average price* atau penawaran awal dari calon penyedia tunggal/perpanjangan kontrak

- Penawaran awal dari *bidder* yang terbaik (aspek teknis dan/atau komersial)

b. *Historical*

yaitu nilai yang diambil dari nilai PO sebelumnya (maksimum 1 tahun sebelumnya)

c. *Owner Estimate* (OE)

yaitu nilai yang diambil dari nilai estimasi yang diajukan oleh DIC/Pengguna Barang/Jasa/*User* (nilai sebelum PR) yang didukung dengan data/bukti tertulis

d. *Budget*

yaitu nilai yang diambil dari nilai PR (*Purchase Requisition*)

Jika semua opsi tersedia, maka prioritas penggunaannya adalah:

1. *Market*

2. *Historical*

3. *Owner Estimate* (OE)

4. *Budget*

III. Perbedaan *Cost Saving* & *Cost Avoidance*

No.	<i>Cost Saving</i>	<i>Cost Avoidance</i>
1.	Mengurangi pengeluaran saat ini, investasi atau tingkat utang bisnis	Menghindari bisnis untuk mengeluarkan biaya lebih/biaya tambahan di masa depan
2.	Keuntungan finansial yang nyata bagi organisasi	Mewakili pengendalian potensi kenaikan biaya melalui tindakan perbaikan proses tertentu
3.	Tercermin dalam laporan keuangan dan anggaran tahun depan (yaitu penghematan biaya aktual terlihat dalam laporan keuangan tahun berjalan dan penghematan biaya yang direncanakan akan mencerminkan dalam anggaran tahun berikutnya)	Tidak tercermin dalam laporan keuangan atau anggaran
4.	Disebut sebagai <i>Hard Saving</i>	Disebut sebagai <i>Soft Saving</i>
5.	Tidak ada biaya tambahan yang dikeluarkan karena merupakan pengurangan biaya langsung sehingga tercermin dalam laporan keuangan	Mungkin menimbulkan biaya tambahan sementara untuk menghindari biaya potensial perusahaan di masa depan (contoh: investasi pada Bot/Mesin yang merupakan biaya tambahan, investasi satu kali untuk saat ini untuk menghindari mempekerjakan lebih banyak pekerja untuk melakukan tugas tertentu di masa depan)
6.	Contoh: 1. Penghentian lisensi penggunaan vendor yang tidak	Contoh: 1. Menghindari pembelian lisensi penggunaan vendor

	PT GOLDEN ENERGY MINES	No. Dokumen	S-GEMS/PCR-001
	STANDAR	Tanggal Efektif	
	Value Creation	Edisi/ Revisi	1/0
		Halaman	2 dari 5

<p>digunakan</p> <p>2. Negosiasi harga oleh tim pengadaan suatu perusahaan dengan vendor untuk menurunkan harga per unit apabila terjadi peningkatan volume atau mengurangi biaya sewa untuk fasilitas atau peralatan</p>	<p>tambahan dengan menerapkan langkah-langkah control untuk mengoptimalkan penggunaan lisensi yang ada</p> <p>2. Negosiasi harga oleh tim pengadaan suatu perusahaan dengan vendor untuk mengurangi usulan kenaikan harga jasa yang disediakan oleh vendor</p>
---	--

IV. Matrix Penggunaan Value Creation

Jenis Value Creation	Financial Impact		Prioritas Baseline Price*				Kriteria
	Hard Saving	Soft Saving	Market	Historical	OE	Budget	
<i>Lower than baseline</i>	v		1st	2nd	3rd	4th	Harga satuan lebih murah daripada <i>baseline price</i>
<i>Total cost ownership (TCO)</i>	v		1st	2nd	3rd	-	Memperhitungkan seluruh perkiraan semua biaya langsung dan tidak langsung (biaya operasional contohnya biaya maintenance, penggantian sparepart dll) yang berkaitan
<i>Productivity Increase</i>	v		2nd	1st	3rd	-	<i>Durability product vs price</i>
<i>Product Engineering</i>	v		2nd	1st	3rd	-	Substitusi produk
<i>Cost Avoidance</i>		v	1st	2nd	-	-	Kemungkinan adanya biaya tambahan " <i>future & intangible cost</i> "

* Acuan ideal yang disarankan

V. Penjelasan dan Contoh dari Jenis Value Creation

1. Lower than baseline

yaitu nilai *saving* yang dihasilkan lebih rendah dibandingkan nilai *baseline value creation (market, historical, OE dan budget)* (Lihat pada poin II).

Contoh:

- a. Pembelian Genset pada PO sebelumnya seharga Rp. 6.000.000, kemudian dilakukan pembelian selanjutnya untuk barang yang sama dengan harga Rp. 4.000.000. Terdapat nilai *saving* sebesar Rp. 2.000.000.
- b. Untuk pengadaan *Fuel*, jika terdapat permintaan tambahan dipertengahan kontrak, maka perhitungan *value creation* nya yaitu: Nilai rata-rata dipasaran – Nilai pengadaan yang disetujui
- c. Dilakukan Tender untuk pengadaan angkutan batubara, berikut penawaran dari para *bidder*:
 - *Bidder A*: Rp 14.500/MT
 - *Bidder B*: Rp 12.500/MT
 - *Bidder C*: Rp 11.300/MT dan setelah dilakukan negosiasi menjadi Rp 11.000/MT.

Sehingga pengadaan angkutan batubara ini di-*award* kepada *bidder C* dengan harga *final* Rp 11.000/MT. Maka *Value Creation* untuk kasus ini yang didasarkan pada *market price* (proposal original bidder terbaik dibandingkan dengan harga final yang di-*award*) yaitu: Rp 11.300/MT - Rp 11.000/MT = Rp 300/MT
- d. Dilakukan Tender untuk pengadaan angkutan batubara, berikut penawaran dari para *bidder*:
 - *Bidder A*: Rp 11.500/MT
 - *Bidder B*: Rp 12.000/MT
 - *Bidder C*: Rp 11.300/MT dan setelah dilakukan negosiasi menjadi Rp 11.000/MT.

Sehingga pengadaan angkutan batubara ini di-*award* kepada *bidder C* dengan harga *final* Rp 11.000/MT. Maka *Value Creation* untuk kasus ini yang didasarkan pada *market price* (rata rata penawaran harga para

	PT GOLDEN ENERGY MINES	No. Dokumen	S-GEMS/PCR-001
	STANDAR	Tanggal Efektif	
	Value Creation	Edisi/ Revisi	1/0
		Halaman	3 dari 5

bidder dibandingkan dengan harga final yang di-award) yaitu:

$$\left(\frac{\text{Rp } 11.500/\text{MT} + \text{Rp } 12.000/\text{MT} + \text{Rp } 11.300/\text{MT}}{3} \right) - \text{Rp } 11.000/\text{MT} = \text{Rp } 600/\text{MT}$$

2. Lower than TCO (Total Cost of Ownership)

yaitu nilai *saving* yang tidak hanya dihitung dengan membandingkan nilai dari *baseline cost saving* saja. Tetapi juga memperhitungkan seluruh perkiraan semua biaya langsung dan tidak langsung yang berkaitan. Ada 2 jenis TCO yaitu:

- TCO pada saat Tender dengan membandingkan antar produk dengan memperhitungkan seluruh perkiraan biaya
- TCO menggunakan *strategic sourcing*

Contoh: Dilakukan *sourcing* untuk pembelian pupuk dan bibit sengon. Nilai yang di *award* dari hasil proses *sourcing* adalah sebesar Rp. 37.000.000, dengan seluruh cakupan biaya (transportasi, akomodasi dan bongkar muat). Sedangkan total nilai PO sebelumnya, sebesar Rp. 28.500.000 (belum termasuk transportasi, akomodasi dan bongkar muat). Nilai tersebut jika *include* semua biaya sebesar Rp. 39.000.000. Sehingga *saving* yang didapatkan sebesar Rp. 2.000.000.

3. Productivity increase

yaitu nilai yang dihasilkan dengan melihat pertimbangan hasil produktivitas yang dihasilkan.

Contoh: Terdapat permohonan pengadaan (PR) barang untuk pembelian ban merk *Goodyear*. Selanjutnya tim *Category* melakukan *sourcing* dan berinisiatif untuk mencari alternatif merk ban lain dengan membandingkan dari sisi harga dan durabilitasnya. Didapatkan ban merk *Michelin* dengan harga Rp. 1.000.000/ban dan umur pemakaian 2 tahun. Sedangkan ban merk *Goodyear* dengan harga Rp. 600.000/ban dan umur pemakaian 1 tahun.

Terlihat harga ban merk *Michelin* lebih mahal Rp. 400.000, namun bisa digunakan lebih lama dari merk *Goodyear*.

Jadi, perhitungan yang didapatkan dalam masa pemakaian ban selama 2 tahun yaitu:

Merk *Goodyear*: Rp. 600.000/ban x 2 = Rp. 1.200.000/ban

Merk *Michelin*: Rp. 1.000.000/ban

Sehingga nilai *saving*nya yaitu sebesar Rp. 200.000/ban dengan umur pemakaian lebih lama yaitu 2 tahun.

4. Product Engineering

yaitu salah satu upaya dari *value creation* untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan dengan menggunakan rekayasa *engineering* atau produk pengganti sehingga dapat menghemat biaya yang tidak perlu.

Contoh: Terdapat permohonan pengadaan (PR) barang untuk pembelian produk Tawas. Pada pengadaan sebelumnya pemakaian produk Tawas selama 6 bulan membutuhkan sebanyak 2.566 ton dengan harga Rp. 4.000/kg dan nilai pengadaan produk Tawas sebesar Rp. 10.264.320.000.

Selanjutnya Tim *Category* berinisiatif untuk mencari alternatif produk lain dengan membandingkan dari sisi harga dan kuantitinya, namun memiliki fungsi yang sama yaitu dapat menurunkan beban pencemaran air.

Didapatkan produk Rollfloc yang hanya membutuhkan sebanyak 641 ton dengan harga Rp. 14.000/kg. Sehingga nilai pengadaan produk Rollfloc hanya sebesar Rp. 8.981.280.000.

Dengan menggunakan produk Rollfloc, *saving* yang didapatkan sebesar 12,5% yaitu Rp. 1.283.040.000.

5. Cost avoidance

yaitu salah satu upaya dari *value creation* dengan melakukan tindakan/usaha preventif untuk menghindari keharusan atau potensi mengeluarkan biaya tambahan atau tidak terduga di masa depan, baik untuk kontrak yang sedang berjalan maupun untuk perpanjangan kontrak.

	PT GOLDEN ENERGY MINES	No. Dokumen	S-GEMS/PCR-001
	STANDAR	Tanggal Efektif	
	Value Creation	Edisi/ Revisi	1/0
		Halaman	4 dari 5

Khusus untuk kasus *Direct Appointment* menggunakan *baseline* permintaan kenaikan harga awal relatif terhadap harga market.

Contoh: a. Terdapat permohonan Pengadaan Laptop sebanyak 300 laptop. Nilai pengadaan tersebut pada kontrak sebelumnya sebesar Rp. 4.695.000.000. Selanjutnya dilakukan perpanjangan kontrak dan Vendor A mengajukan kenaikan harga 10% menjadi Rp. 5.164.500.000. Kemudian Tim *Category* berinisiatif untuk melakukan penawaran ke calon vendor lain dan didapatkan adanya kenaikan harga pasar 5% dari tahun sebelumnya. Dengan mempertimbangkan kenaikan harga pasar 5% tersebut, Tim *Category* melakukan negosiasi harga kepada Vendor A. Setelah proses negosiasi tersebut, Vendor A menyetujui kenaikan harga hanya sebesar 5% menjadi Rp. 4.929.750.000. Sehingga, *cost avoidance* dari Pengadaan Laptop tersebut yaitu terhindarnya kenaikan harga dari 10% menjadi 5% sebesar Rp. 234.750.000.

VI. Value Creation Tools

1. Pencatatan *Value Creation* menggunakan beberapa *tools* berikut yaitu:

a. SAP Ariba

- Semua pengadaan melalui Tender dengan nilai diatas Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) WAJIB melakukan pencatatan *saving* di SAP Ariba berapapun nilai *saving*nya. Untuk pengadaan lainnya (diluar Tender), juga dapat dilakukan di SAP Ariba.

b. SAP ECC

Selain dari poin a maka nilai *saving*nya berdasarkan nilai PR dikurangi nilai PO.

c. Manual Saving Form

Digunakan khusus untuk pengadaan:

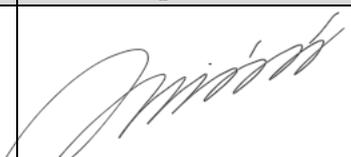
- Fuel
- E-commerce
- Bisnis unit yang tidak menggunakan SAP Ariba atau SAP ECC
- Pengadaan dengan nilai dibawah Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) yang karena satu dan lain hal PR nya tidak ada di awal proses

2. Khusus untuk pengadaan dengan kontrak *multi years*, pencatatan *value creation* nya dapat dicatatkan di tahun berjalan hingga masa berlaku kontrak itu berakhir.

VII. MLA Value Creation

<i>Saving Value</i> (IDR)	Category Leader	Head of Contract & Category Management	Head of Corporate Procurement/SCM	Head of GMO
≤ 250.000.000	√	-	-	-
>250.000.000 - 500.000.000	√	√	√	-
> 500.000.000	√	√	√	√

Approval *value creation* dilakukan sesuai dengan metode pencatatan yang berlaku pada poin VI.

Disiapkan		Diperiksa
		
Dwi Rahayu Setyawati	Dani Pramana	Agung Widodo
Corporate Procurement Strategic	Corporate Procurement Strategic	Contract & Category Management Dept. Head

	PT GOLDEN ENERGY MINES	No. Dokumen	S-GEMS/PCR-001
	STANDAR	Tanggal Efektif	
	<i>Value Creation</i>	Edisi/ Revisi	1/0
		Halaman	5 dari 5

Disetujui		
		
Jurike Tapiomas Sukmawati	Gde Iswantara	Mia Febrina
Head of Corporate Procurement Strategic	Head of Corporate Procurement / SCM	Head of GMO