

TERM OF REFERENCE (TOR)

**PENGADAAN JASA PENYUSUNAN STRATEGI
KOMUNIKASI BDPKKS**

DIREKTORAT JENDERAL PERBENDAHARAAN
BADAN PENGELOLA DANA PERKEBUNAN KELAPA SAWIT
KEMENTERIAN KEUANGAN RI

2021



Badan Layanan Umum

BADAN PENGELOLA DANA PERKEBUNAN SAWIT

Term Of Reference (TOR) KEGIATAN

Kementerian Negara/ Lembaga	:	Kementerian Keuangan RI
Unit Eselon I	:	Direktorat Jenderal Perbendaharaan
Organisasi	:	Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit
Kegiatan	:	Kegiatan promosi
Indikator Kinerja Kegiatan	:	Persentase (%) Penyerapan Dana Promosi
Jenis Keluaran (Output)	:	Penyerapan Dana Promosi
Satuan Ukur Keluaran (Output)	:	Jumlah Dalam (Rp)

Dasar Hukum Tugas Fungsi/ Kebijakan

1. Undang - Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.
2. Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara.
3. Undang - Undang Nomor 39 Tahun 2014 Tentang Dana Perkebunan.
4. Peraturan Presiden No 61 Tahun 2015 Tentang Penghimpunan dan Penggunaan Dana Perkebunan Kelapa sawit.
5. Peraturan Menteri Keuangan No 113/PMK.01/2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit.
6. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 78/PMK.02/2019 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2020.
7. Pedoman Standar Minimal Tahun 2019 yang ditetapkan Ikatan Nasional Konsultan Indonesia tentang Biaya Langsung Personil dan Biaya Langsung Non Personil untuk Kegiatan Jasa Konsultan.
8. Peraturan Direktur Utama Nomor PER-12/DPKS/2019 tentang Tata Cara Pengajuan, Penilaian, Penetapan, Monitoring dan Evaluasi Dukungan Pendanaan Kegiatan Promosi Perkebunan Kelapa Sawit.

1. Latar Belakang

Pembentukan BPDPKS merupakan pelaksanaan amanat pasal 93 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan, yakni menghimpun dana dari pelaku usaha perkebunan atau lebih dikenal dengan CPO Supporting Fund (CSF) yang akan digunakan sebagai pendukung program pengembangan kelapa sawit yang berkelanjutan.

Program pengembangan kelapa sawit berkelanjutan memiliki beberapa tujuan, yakni: mendorong penelitian dan pengembangan, promosi usaha, meningkatkan sarana prasarana pengembangan industri, pengembangan biodiesel, replanting, peningkatan jumlah mitra usaha dan jumlah penyaluran dalam bentuk ekspor, serta edukasi sumber daya masyarakat mengenai perkebunan kelapa sawit.

Sebagai upaya dalam melaksanakan program pengembangan kelapa sawit berkelanjutan tersebut BPDPKS memerlukan perumusan strategi komunikasi yang tepat. Pengadaan Jasa Perumusan Strategi Komunikasi Kelapa Sawit merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh Divisi Kemitraan dengan maksud mengoptimalkan dan merencanakan strategi komunikasi kelapa sawit yang efektif untuk menghasilkan cara yang tepat dan hasil yang maksimal pada peningkatan *brand image* positif kelapa sawit dan produk turunannya baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

2. Maksud dan Tujuan

Memberikan manfaat kepada BPDPKS dalam merumuskan strategi komunikasi kelapa sawit yang efektif untuk pengembangan dan promosi usaha kelapa sawit yang berkelanjutan sehingga target dan program BPDPKS dapat berjalan secara maksimal.

3. Sasaran

1. Mengetahui persepsi saat ini terhadap kelapa sawit dan turunannya dari sisi masyarakat (konsumen) dan pelaku industri (produsen).
2. Mengetahui ekspektasi masyarakat (konsumen) dan pelaku industri (produsen) terhadap kelapa sawit dan produk turunannya.

4. Nama dan Organisasi Pengguna Jasa

Pengguna jasa (user) dari kegiatan ini adalah Direktorat Kemitraan BPDPKS

5. Ruang Lingkup Pekerjaan

1. Pelaksanaan Jasa Perumusan Strategi Komunikasi Kelapa Sawit sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan Penelitian

- 1) Memformulasikan desain survey, *Focus Group Discussion* (FGD), dan sampling dengan pihak BPDPKS;
- 2) Menyusun format final kuesioner dan panduan FGD;
- 3) Menginput kuesioner ke dalam aplikasi survei online;

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

- 1) Menyebarkan link survei online kepada target responden bekerja sama dengan mitra luar negeri;
- 2) Melaksanakan FGD dengan stakeholders industri kelapa sawit bekerja sama dengan mitra luar negeri;
- 3) Menyusun konsep format laporan dan analisis data penelitian;
- 4) Melakukan pengarsipan atas data hasil penelitian yang sudah dilaksanakan.

c. Tahap Pelaporan Hasil Penelitian

- 1) Melakukan proses analisis data hasil penelitian.

- 2) Menyusun laporan hasil penelitian sesuai dengan format laporan dan analisis data hasil penelitian yang telah disepakati oleh pihak BPDPKS.
 - 3) Menyampaikan konsep laporan hasil penelitian kepada pihak BPDPKS melalui rapat pembahasan.
- d. Tahap Pengembangan dan Pelaporan Strategi
- 1) Melakukan analisa mendalam terhadap data hasil penelitian sebagai input dalam perumusan strategi.
 - 2) Menterjemahkan dan merancang hasil rumusan ke dalam *Inisiatif Strategic Communication* tahunan.
 - 3) Membuat pelaporan *Strategic Communication Roadmap* dalam lima tahun.

6. Metodologi Penelitian Bersifat Kuantitatif dan Kualitatif yang dilakukan dalam bentuk survei secara elektronik dan *Focus Group Discussion* (FGD). Target audiens (responden) dapat dikelompokkan menjadi masyarakat umum (konsumen) dan perwakilan industri (produsen) dari 8 (delapan) negara. Jumlah responden secara total sebanyak 1.672 responden. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di dalam dan di luar negeri sebagaimana terlampir pada Lampiran I.

7. Output Produk yang dihasilkan dari kegiatan Jasa Perumusan Strategi Komunikasi kelapa Sawit antara lain:

- a. Tahap I
 - 1) Instrumen penelitian (*softcopy*).
 - 2) Laporan perencanaan kegiatan (*softcopy*)
- b. Tahap II
 - 1) Data tabulasi hasil penelitian (*softcopy*)
 - 2) Dokumen laporan akhir (*softcopy* dan 5 rangkap *hardcopy*)

8. Jadwal dan Pelaksanaan

Pelaksanaan Kegiatan Perumusan Strategi Komunikasi Kelapa Sawit adalah 14 (empat belas) minggu (satu minggu = tujuh hari kalender) sejak tanggal Surat Perintah Mulai Kerja (SPMK) ditebitkan dan akan terbagi menjadi tiga fase, yaitu:

1. Tahap diagnosis dilakukan selama 6 (enam) minggu kalender (6 (enam) minggu kalender sejak tanggal SPMK diterbitkan)
2. Tahap *strategy development* Dilakukan selama 4 (empat) minggu kalender (10 (sepuluh) minggu kalender sejak tanggal SPMK diterbitkan)
3. Tahap pelaporan *Strategic guidelines* 4 (empat) minggu kalender (14 (empat belas) minggu kalender sejak tanggal SPMK diterbitkan).

9. Kualifikasi Penyedia

1. Penyedia jasa memiliki teori atau model pemasaran yang dapat dikembangkan sendiri dan telah diakui serta dapat diimplementasikan secara langsung dalam pekerjaan perumusan strategi komunikasi kelapa sawit.
2. Penyedia jasa memiliki afiliasi langsung dengan tokoh atau lembaga internasional di bidang pemasaran.
3. Penyedia jasa memiliki *track record* dalam publikasi artikel/buku/jurnal ilmiah di bidang pemasaran baik di tingkat nasional maupun internasional/
4. Penyedia merupakan perusahaan yang memiliki reputasi baik di tingkat internasional dan tergabung secara aktif dalam jaringan atau organisasi riset internasional.
5. Penyedia jasa telah berpengalaman dalam menangani beragam proyek pemasaran strategis baik di level nasional maupun internasional.
6. Penyedia jasa mampu menunjukkan dokumen atau bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan kualifikasi nomor satu sampai dengan lima di atas.
7. Penyedia jasa mampu menyediakan tenaga ahli yang berpengalaman dalam melaksanakan proyek pemasaran strategis baik di level nasional dan/atau internasional.

Secara khusus, spesifikasi kemampuan personil/individual penyedia jasa adalah sebagai berikut:

1. Ketua Tim

- Minimum lulusan S3 Manajemen
- Memiliki pengalaman kerja selama minimal 10 tahun di bidang pemasaran dan atau komunikasi pemasaran
- Memiliki pengalaman dalam melakukan riset pasar atau strategi pemasaran
- Memiliki pengalaman sebagai ketua tim peneliti dalam 3 tahun terakhir.
- Ketua tim bertugas mengkoordinasikan seluruh personil dalam organisasi penelitian, melakukan pengumpulan data primer, mengembangkan metodologi pengambilan data primer secara daring, analisis, dan penulisan laporan.

2. Ahli Utama

- Minimum lulusan S2 di bidang Manajemen Pemasaran dengan minimal pengalaman kerja selama 10 tahun di bidang pemasaran atau komunikasi pemasaran.
- Memiliki pengalaman sebagai ahli utama atau peneliti anggota dalam 3 tahun terakhir.
- Ahli utama bertugas untuk membantu ketua tim peneliti melakukan pengambilan data primer, melakukan quality control terhadap kegiatan dan hasil rekrutmen calon narasumber yang dilakukan oleh enumerator. Ahli utama bersama dengan ketua tim peneliti melakukan pengembangan metodologi pengambilan data primer secara daring, analisis, dan penulisan laporan.

3. Ahli Manajemen

- Minimum lulusan S2 di bidang manajemen dengan minimal pengalaman kerja selama 5 tahun di bidang pemasaran atau komunikasi pemasaran.

- Memiliki pengalaman dalam melakukan riset pasar atau strategi pemasaran baik di skala nasional maupun internasional.

4. Ahli Statistik

- Minimum lulusan S1 ilmu statistik/ ekonomi,
- Berpengalaman sebagai *data scientist* atau *statistician* minimal selama 2 tahun.
- Mampu menggunakan software pengolahan data statisti statistik seperti SPSS, STATA, dll
- Berpengalaman dalam pengolahan data statistik atau pembuatan model statistik terutama dalam riset pemasaran.

5. Ahli Analisa Data

- Minimum lulusan S1 semua jurusan
- Berpengalaman sebagai *data analyst* atau *business analyst* minimal selama 2 tahun.
- Mampu melakukan Analisa mendalam terhadap tren berdasarkan data-data hasil penelitian dan memvisualisasikan data.

6. Ahli Pengolah Data

- Minimum lulusan D3 semua jurusan
- Berpengalaman untuk membuat sistem kuesioner secara *online data entry* dalam 2 tahun terakhir
- Bertugas melakukan koleksi data primer yang telah dikumpulkan, tabulasi ke dalam tabel sesuai format yang dibutuhkan.

7. Administrasi

- Minimum lulusan D3 semua jurusan dengan pengalaman 2 tahun dalam menangani administrasi kegiatan penelitian.
- Tenaga administrasi bertugas melakukan kegiatan administrasi terkait kegiatan penelitian yang Dilakukan

Sampel Responden

No.	Negara	Riset Kuantitatif	Riset Kualitatif		
		Jumlah Responden	Jumlah Grup*	Responden per Grup	Total Responden
1	Indonesia	200	3	6	18
2	Pakistan	200	3	6	18
3	India	200	3	6	18
4	Tiongkok	200	3	6	18
5	Belgia	200	-	-	-
6	Perancis	200	-	-	-
7	Jerman	200	-	-	-
8	Afrika	200	-	-	-
Total		1600	12	6	72