

BUSINESS PRODUCTS MARKET

TRUCKMAGZ

SEPT
2019



PERUBAHAN SIGNIFIKAN PASAR TRUK

IDR 50.000



Edisi 63 / V / 2019

**NEGO TURUNKAN
BIAYA PENERBITAN SKRB**



PILIH BOKS TRAILER, ALUMINIUM ATAU BESI?

KESALAHAN PENGGUNAAN TRUK TANGKI

LAYANAN PELANGGAN

CARA KERJA FULFILLMENT CENTER



Indonesia Transport Supply Chain & Logistics

In-Conjunction with



 **Indonesia Trucks &
Commercial Vehicles**

“
**SHOWCASE,
LEARN,
NETWORK &
BE INSPIRED!**
”



**16-18
October
2019**

HALL D
JAKARTA INTERNATIONAL EXPO

CONTACT US!

Howu Zebua
Assistant Accounts Manager
T +62 21 2556 5033
Email: howu.zebua@reedpanorama.com

Astri Ratnasari
International Sales Manager
T +62 21 2556 5019
E astri.ratnasari@reedpanorama.com

Adityo Nugroho
Assistant Marketing Manager
T +62 21 2556 5032
E adityo.nugroho@reedpanorama.com

Ratna Hidayati
Official Event Partner (TruckMagz)
T +62 812 3663 0313
E ratna.hidayati@truckmagz.com



IVECO

SYNERGY PARTNER:



SANGGAR SARANA BAJA



SAKSIKAN KEHANDALAN IVECO UNTUK PERTAMBANGAN

HADIR DI

A PAMERINDO INDONESIA TRADE EVENT

MINING 2019 INDONESIA



18-21 SEPTEMBER 2019
BOOTH 39, OPEN SPACE



TUKARKAN KUPON INI
DI BOOTH KAMI
DAN DAPATKAN MERCHANDISE EKSKLUSIF



IVECO



PT Chakra Jawara
Gedung TMT 1, 3rd Floor, Suite 301 Jl. Cilandak KKO No. 1 Jakarta 12560
Phone +62-21-2997-6849 Hotline 0-800-1-242572
www.chakrajawara.co.id
@ivecoindonesia



a member of MahaDasha Group



Pasar Truk Tertekan Signifikan

Pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perlambatan terutama pada kuartal dua tahun 2019 dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa kelambatan pertumbuhan ekonomi ini dipengaruhi sejumlah faktor musiman, seperti hari raya Idul Fitri dan pergeseran musim panen. Selain itu, suhu politik Tanah Air yang menghangat dari aktivitas kampanye dan pemilu sejak akhir 2018 hingga April 2019 lalu, ikut memengaruhi stabilitas perekonomian Indonesia. Kondisi pun diperparah dengan situasi perdagangan global khususnya ekspor Indonesia ke China yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Sementara saat ini pertumbuhan ekonomi Negeri Tirai Bambu itu pun sedang lesu, yang salah satunya akibat dari perang dagang dengan Amerika Serikat sejak awal 2018 sampai sekarang.

Sebagai salah satu parameter pertumbuhan ekonomi dalam negeri, pasar kendaraan komersial sangat terdampak dengan kondisi ini. Tekanan signifikan terhadap permintaan pasar truk pun tak terelakkan. Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) mencatat penurunan *retail sales* di semua kategori truk pada semester satu 2019. Di kelas *light-duty truck* terjadi penurunan 18 persen, kategori *medium-duty truck* turun dua persen, dan penurunan terbesar di kelas *heavy-duty truck* sebesar 31 persen jika dibandingkan periode yang sama tahun 2018. Perubahan skema pasar truk ini akhirnya disikapi oleh hampir seluruh agen pemegang merek (APM) dengan merevisi target penjualannya pada tahun ini.

Dari sisi bisnis, bagi pemain di segmen *on-road* antusias menyambut kebijakan pemerintah terkait penegakan *over dimension* dan *over load* (ODOL), yang menjadi angin segar di pihak APM. Namun di sisi lain, pengusaha angkutan barang diberatkan jika harus menambah unit baru secara instan menghadapi regulasi ini. Sedangkan APM yang bermain di segmen *off road*, seperti tambang batu bara, terpaksa harus menciutkan target jualannya akibat penurunan harga komoditas batu bara dunia yang sensitif terhadap segmen pasar ini. Termasuk APM yang menggantungkan penjualannya dari sektor perkebunan sawit juga harus menyesuaikan target penjualannya, dampak dari keputusan Parlemen Eropa yang melarang sawit asal Indonesia masuk ke negara anggota Uni Eropa dan berdampak langsung pada ekspor sawit Indonesia.

Pemerintah dalam hal ini diharapkan dapat meningkatkan konsumsi dalam negeri terhadap komoditas batu bara dan sawit, guna menciptakan pasar yang lebih baik setidaknya hingga akhir tahun 2019. Termasuk memberikan semacam insentif dan kemudahan lainnya terkait peremajaan unit truk baru yang harus dilakukan pengusaha angkutan logistik, sehubungan dengan implementasi penegakan *over dimension* dan *over load* (ODOL).

REDAKSI

Pemimpin Umum
Ratna Hidayati

Penanggung Jawab
/Pemimpin Redaksi
Ratna Hidayati

Pemimpin Perusahaan
Felix Soesanto

Redaksi
Sigit Andriyono
Abdul Wachid
Antonius Sulistyono

Fotografer
Giovanni Versandi

Kontributor Ahli
Zaroni
Bambang Widjanarko

Accounting
Evi Kumala Putri

Sirkulasi
M. Abdurrohman

Penasihat Hukum
Rakhmat Santoso, S.H. & Partners

 TruckMagz
 @TruckMagz
 +62 821 3912 1239

www.truckmagz.com



Cover

PERUBAHAN SIGNIFIKAN PASAR TRUK / 63

Ilustrasi: TruckMagz

DAFTAR ISI TRUCKMAGZ #63

Laporan Utama	06 PERUBAHAN SIGNIFIKAN
	10 KONSUMEN CENDERUNG WAIT & SEE
	16 TARGET PENJUALAN 2019 TERKOREKSI PADA SEMESTER SATU
	20 UPAYA APM JAGA KINERJA
	24 PEMBIAYAAN LEBIH SELEKTIF
	28 PASAR TRUK BEKAS
Liputan Khusus	32 NEGO TURUNKAN BIAYA PENERBITAN SKRB
	36 PEMERINTAH SIAPKAN SKRB ONLINE
Market Review	40 TRUK MULTIAXLE
Rantai Pasok	44 LAYANAN PELANGGAN
Leader interview	48 DULJATMONO
Data Gaikindo	52 UPDATE (JANUARI - JULI 2019)
ATPM Update	56 FAW JH 6 SASAR ANGKUTAN LOGISTIK KAPASITAS BESAR
Info Produk	58 BG DIESEL FUEL CONDITIONER
Bursa Truk	60 INDEKS HARGA TRUK BEKAS
Tips & Trik	64 WIRING KABEL UNTUK AKSESORIS & LAMPU TAMBAHAN
	68 PILIH BOKS TRAILER ALUMINIUM ATAU BESI?
	72 KESALAHAN PENGGUNAAN TRUK TANGKI
Variasi	78 CARA KERJA FULFILLMENT CENTER
	82 SINOTRUK HOWO
Spesial Truk	84 TRUK BOX CATERING BANDARA
Komunitas	88 LAMONGAN TRUCK MANIA COMMUNITY

Penerbit
PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Percetakan
PETEMON GRAFIKA

Komplek Ruko SectionOne Blok F7-F11
Jl. Rungkut Industri I Kendangsari - Tenggilis Mejoyo, Surabaya
Kode Pos 60292 / Tlp. 0821-3912-1239 / Email. info@truckmagz.com

Jalan Petemon Kali No. 43 Surabaya
Tlp. 031-532-33-44



PASAR TRUK 2019 Perubahan Signifikan

Teks: Antonius Sulistyio / Foto: Giovanni Versandi



Fase suram sedang membayangi pasar kendaraan komersial Tanah Air sejak awal tahun hingga pertengahan 2019. Kondisi politik nasional dari aktivitas pemilihan legislatif terutama pemilihan presiden (pilpres) pada awal tahun ini, yang diperparah situasi ekonomi global dampak perang dagang Amerika Serikat dan Cina, sangat memengaruhi permintaan pasar kendaraan komersial Indonesia. Akibatnya, semua agen pemilik merek (APM) tidak terkecuali *authorized distributor* truk merasakan penurunan penjualan yang signifikan terutama pada semester pertama tahun ini.

Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) mencatatkan penurunan *retail sales* (penjualan dari diler ke konsumen) sepanjang Januari-Juni atau semester pertama 2019. Di kelas *light-duty truck* (GVW 5-10 ton), penurunannya sebesar 18 persen pada semester awal tahun ini dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Untuk kategori *medium-duty truck* (GVW 10-24 ton) terjadi penurunan dua persen selama semester satu tahun ini dibandingkan periode yang sama 2018. Sedangkan penurunan terbesar terjadi di kelas *heavy-duty truck* (GVW >24 ton) sebesar 31 persen pada semester awal 2019 dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Lantas, bagaimana kondisi sebenarnya yang dialami oleh masing-masing APM dan *authorized distributor* truk? *Sales and Promotion*

Director PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI), Santiko Wardoyo menjelaskan, volume penjualan total Januari-Juli 2019 sebesar 48.984 unit, sementara total penjualan Januari-Juli 2018 sebanyak 61.448 unit. "Selama periode Januari-Juli 2019 ini pasar kendaraan komersial mengalami penurunan sebesar 20 persen jika dibanding periode yang sama tahun lalu. Adanya penurunan sekitar 20 persen sampai 23 persen ini tidak sepenuhnya karena pilpres, karena penurunan terjadi akibat dampak dari perang dagang antara AS dan Cina. Hal ini turut diperparah dengan harga mineral melemah secara global," kata pentolan APM Hino di Tanah Air ini.

PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI) selaku APM truk Isuzu di Tanah Air mengalami hal yang sama. *General Manager Sales* IAMI, Yohanes Pratama menjabarkan, pasar *retail sales light truck* pada semester pertama 2019 tertekan



sampai dengan 19 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Begitu pula untuk pasar *retail sales medium truck*, menurut Yohanes, sampai dengan semester pertama 2019 tertekan sampai 25 persen. "Hampir semua merek mengalami kondisi yang sama. Sementara penjualan Isuzu cenderung stabil sehingga Isuzu Elf mendapat kenaikan *market share* hingga empat persen dibanding periode yang sama, seiring dengan meningkatnya tingkat kepuasan *customer* akan produk Isuzu Elf," ujarnya. Menurut Yohanes, *customer* truk berbeda dengan *customer* mobil penumpang karena truk merupakan *capital goods* atau barang modal atau investasi usaha. "Tentu kestabilan politik menjadi salah satu pertimbangan saat *customer* akan melakukan investasi. Dengan demikian, kondisi politik di Indonesia sedikit banyak memberikan pengaruh atas *willingness* pengusaha untuk melakukan investasi," katanya.

Mitsubishi Fuso sebagai *market leader* di kelas *light-duty truck* Indonesia pun tak luput dari kondisi pasar yang cenderung melemah ini. "Sampai dengan Juni pada semester pertama 2019, pasar

kendaraan niaga truk turun 20,6 persen. Penurunan sebesar ini sebenarnya tidak seperti yang kami prediksi, karena secara *the whole* masih ada pertumbuhan pada tahun 2019 tetapi pada semester pertama itu turunnya sudah 20,6 persen dan ini cukup besar secara persentase," kata Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku *authorized distributor* Mitsubishi Fuso di Indonesia dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC).

Duljatmono menjelaskan, penyebab penurunan pasar truk pada kuartal kedua tahun 2019 dipicu dua hal. Pertama, katanya, adanya aktivitas pemilu yang mengakibatkan konsumen menunda pembelian karena ingin melihat hasil pemilu dan sebagainya. "Pemilu memberikan dampak signifikan terhadap penurunan volume penjualan karena orang menunda pembelian. Kalau dibandingkan pemilu-pemilu sebelumnya, saya tidak punya analisis datanya persis tetapi yang sekarang lebih signifikan. Artinya, dampaknya terhadap penurunan pasarnya cukup besar akibat orang menunda pembelian. Kami harapkan, penundaan pada semester kedua sudah tidak ada lagi pelanggan yang punya pemikiran itu. Sehingga *demand* yang ada pada semester satu yang ditunda dapat direalisasi pada semester dua ini. Itu harapan kami," katanya.

Penyebab kedua, lanjut Duljatmono, masuk bulan puasa pada Mei dan Juni memasuki Lebaran. "Kedua bulan itu sebenarnya siklus tahunan yang kalau hubungannya dengan komersil memang selalu turun. Kalau pada saat Lebaran itu turunnya biasanya sekitar 10 persen sampai 15 persen tiap tahunnya, karena itu siklus tahunan. Tetapi tahun ini, pada kuartal dua (2019) saja dibandingkan kuartal satu (2019) turunnya 25 persen. Penjualan KTB juga turun selama Januari sampai Juni 2019 sebesar 24 persen *overall* untuk kendaraan CV (*commercial vehicle*)," ujarnya menjelaskan. Meski demikian, kata Duljatmono, pada Juli kelihatan peningkatan permintaannya namun masih perlu dicermati lagi. "Karena secara hari kerja pada Juli itu kan kembali ke normal. Kalau Juni itu jumlah hari kerjanya hanya 15 hari atau separuh bulan *lah*. Bulan Juli ada 23 hari kerja, kembali ke normal lagi antara 22 sampai 23 hari kerja tiap bulan seperti itu, dan kalau secara hitungan matematis pasti naik. Tetapi secara *demand* tetap harus diperhatikan, karena *demand* ini juga dipengaruhi oleh situasi global saat ini," ujarnya.

"Secara enam bulannya pada tahun ini, *market* secara keseluruhan turun 30 persen untuk truk di atas 250 PS yang merupakan *field*-nya kami, karena kami fokus di pasar truk kategori tiga dan lima yang di atas 250 PS. Data *retail sales* Gaikindo itu pasarnya pada semester satu turun

30 persen. Kalau kita lihat *market* kategori tiga dan lima ini 80 persen lebih ada di *market* kategori tiga, jadi sangat dominan di kategori tiganya yang turun. Kalau dilihat lebih detail lagi, turunnya banyak itu mulai April, Mei, Juni. Sementara Januari sampai Maret relatif hampir sama dengan tiga bulan terakhir pada semester dua tahun 2018," kata Budi Rudianto, CRM & CS Dept. Head Astra UD Trucks. Budi menyebut bahwa penjualan UD Trucks sendiri dibandingkan tahun lalu cenderung stagnan. "Lebih kurang sama dengan tahun lalu tetapi *market shares* kami di atas 250 PS itu naik menjadi 20 persen, karena kami masih melayani permintaan para pelanggan yang semester kemarin juga masih ada permintaan untuk peremajaan maupun penambahan unit. Secara persentase, semester satu 2019 *market* kami turun lebih kurang 20 persen," ujarnya.

PT Tata Motors Distribusi Indonesia (TMDI) selaku APM kendaraan niaga Tata Motor di Tanah Air juga merasakan hal yang sama. "Pasar bisa dikatakan turun berdasarkan data semester satu TMDI 2018-2019 dibandingkan periode yang sama 2019-2020. Kalau terkait pengaruh masa kampanye dan pilpres, hanya membuat beberapa prospek menunda dan lembaga pembiayaan yang tidak berani dengan *new order new* debitur," kata Kiki Fajar, Corporate Communications Head TMDI.

Melemahnya Harga Komoditas

Tren penurunan pasar juga dialami *market* di segmen *off road*. "Kalau bicara *market* truk Eropa di Indonesia, memang sangat tergantung dengan harga komoditi terutama batu bara. Kami melihatnya dari tren 10 tahun terakhir. Ketika HBA (Harga Batubara Acuan) yang artinya bicara batubara kategori *high calorie* itu menyentuh angka USD 60-an per ton, itu terjadi pada 2015-2016 dan *market* truk Eropa secara total di bawah 1.000 unit, di angka 800-an dan 700-an unit. Ketika batubara *booming*, *market* truk Eropa secara total di atas 1.000 unit. Seperti pada tahun 2011 dengan HBA rata-rata USD 118,4 per ton, total truk Eropa mencapai 2.795 unit. Pada 2018, setelah tren penurunan harga batu bara mulai normal dan trennya

kembali naik dengan HBA rata-rata USD 98,96, total truk Eropa hampir mencapai 2.000 unit," kata Chandra Wicaksono, Marketing and Business Development Head PT Chakra Jawa, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

Chandra mengatakan, secara volume, total pasar truk Eropa pada semester pertama 2019 turun 22 persen dibandingkan semester satu 2018. Sedangkan data Gaikindo, untuk kategori di atas 24 ton yang merupakan segmennya truk tambang juga turun 30 persen. Sementara HBA Januari-Agustus 2019, kata Chandra, trennya terus turun dan *market* truk Eropa sudah turun 22 persen pada semester pertama. "Diperparah dengan siklus empat tahunan yang seharusnya belum terjadi sekarang, menye-

babkan pada tahun lalu *confidence*-nya dilem masih banyak dan order untuk stok. Sekarang kondisinya diperparah dengan stok yang berlimpah dari order tahun lalu, sementara *demand* sudah mulai turun maka persaingan pasar truk Eropa mulai ketat saat ini. Itu yang menjadi *critical* buat kami," ungkapnya.

Sementara itu, Tata Motors yang kini banyak bermain di segmen *off road* tak menampik jika saat ini komoditas batubara, nikel, dan bauksit masih menjadi primadona yang menjadi target Tata Motors. "Di sektor

batubara yang relatif lebih masif dalam produksi di Kalimantan dan Sumatera, meskipun harga dan produksi cenderung berfluktuasi namun permintaan dalam jumlah besar tetap ada. Realisasi produksi hanya 167,63 juta ton atau 34 persen dari target semester juga menjadi perhatian kami. Cukup rendah juga dibandingkan dengan produksi tahun lalu yang mencapai 557 juta ton. Tapi seperti biasa, produksi akan ditingkatkan pada kuartal keempat setiap tahun, dan kami berharap semester kedua ini akan naik juga," kata Kiki Fajar.

Menurut Kiki, meskipun komoditas lainnya seperti bauksit penurunan harganya sekitar USD 2.200 per ton ke kisaran USD 1.800 per ton dalam beberapa bulan terakhir, namun pihaknya telah memerhatikan harganya mulai stabil. Pihaknya berharap, angka itu menjadi titik terendah dan segera naik lagi. "Dalam penambangan nikel, kami melihat hal yang sangat menarik, pertumbuhan harga cukup signifikan dalam beberapa bulan terakhir, dari sekitar USD 12.000 per ton hingga USD 15.000 per ton. Pasti akan menjadi hal yang menggoda bagi produsen untuk segera meningkatkan produksinya," tambahnya.

Sedangkan komoditas sawit masih menjadi primadona di segmen perkebunan. Salah satu APM yang sangat mengandalkan sektor perkebunan sawit adalah Mitsubishi Fuso. "Kalau bicara indikator dengan *demand*-nya truk di segmen komoditi, yaitu sawit dan batu bara, keduanya kecenderungan trennya menurun terutama sawit dan itu memang *demand*-nya menurun. Dengan turunnya harga sawit di pasar global juga menunjukkan *demand*-nya ikut turun. Kondisi global ini juga dipengaruhi konflik perdangan antara China dengan Amerika Serikat. Pada semester dua ini harus diamati betul karena pada semester dua itu biasanya permintaan sektor sawit itu tumbuh, karena produksinya naik mengingat masa produksi sedikitnya sudah selesai. Begitu kembali normal maka produksinya akan kembali normal dan cukup tinggi. Hanya masalahnya, belum kelihatan *demand*-nya pada semester dua ini, baru pada bulan Juli saja ada peningkatan. Apakah itu sudah menunjukkan permintaan naik? Kami akan melihat lagi beberapa bulan ke depan," kata Duljatmono.

Duljatmono menjelaskan, secara historis memang biasanya pada semester kedua tiap tahunnya permintaan dari sektor sawit meningkat. "Tetapi tahun ini

karena adanya situasi global tadi yang mengakibatkan *demand* sawit turun, ini perlu kami awasi betul. Setahu saya dari data yang saya baca, Indonesia itu mengekspor sawit 80 persen dan 20 persen sisanya untuk domestik. Turunnya ekspor sawit Indonesia itu cukup memberikan kontribusi negatif terhadap *trade balance* (neraca perdagangan) kami juga, karena kami mengandalkan komoditi dasar, istilahnya begitu. Kalau globalnya turun lalu suplainya ke mana? Artinya, dorongan pertumbuhan permintaan itu juga terganggu. Domestik saja tidak bisa, karena produksi itu memang untuk dua-duanya (ekspor dan domestik). Alat transportasi pun demikian, kalau ekspornya naik maka penjualan kami juga ikut naik atau *demand* truknya. Kalau turun ya ikut turun," ujarnya. Oleh sebab itu, lanjutnya, permintaan sawit di domestik harus lebih ditingkatkan. "Memang ada tambahan saat ini dengan kebijakan B20 yang pakai CPO, itu menambah darah untuk permintaan domestik menjadi lebih tinggi dari seharusnya. Tapi berapa persentase signifikan nambahnya walaupun secara volume untuk konsumsi CPO ya diketahui, tetapi secara persentase tadi saya belum punya datanya. Tapi yang jelas itu akan memberi kontribusi terhadap permintaan di domestik," katanya.



KONSUMEN CENDERUNG WAIT & SEE AKIBAT KEBIJAKAN

Teks & Foto: Antonius Sulistyó

Industri angkutan barang sangat sensitif terhadap situasi perekonomian baik secara domestik maupun global. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2019 sebesar 5,05 persen secara *year on year* (YoY), yang melambat jika dibandingkan pertumbuhan pada kuartal II 2018 sebesar 5,27 persen. Berdasarkan data BPS, kelambatan pertumbuhan ekonomi ini dipengaruhi sejumlah faktor musiman, seperti hari raya Idul Fitri dan pergeseran musim panen. Selain itu, kondisi perekonomian global juga menyumbang situasi yang diprediksi masih akan mengalami perlambatan. Hal ini tercermin dari data industri serta perdagangan di pasar global yang cenderung melemah. Kondisi global yang paling berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia adalah ekspor Indonesia ke Cina, sementara saat ini pertumbuhan ekonomi Negeri Tirai Bambu itu juga sedang lesu. Berdasarkan data BPS, ekspor Indonesia ke Cina menduduki peringkat pertama, sedangkan pertumbuhan ekonomi Cina pada kuartal II 2019 turun menjadi 6,2 persen, dari sebelumnya 6,7 persen pada kuartal I 2019.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia secara kuartal ke kuartal berdasarkan sektor, terbesar ada di sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan yang mencapai 13,8 persen. Sektor yang mengalami pertumbuhan negatif adalah pertambangan dengan penurunan 0,71 persen pada kuartal II 2019, sedangkan pada periode yang sama tahun lalu masih tumbuh positif sebesar 2,65 persen. Dari sisi komponen Produk Domestik Bruto (PDB) menurut pengeluaran rata-rata menunjukkan pertumbuhan yang positif, hanya komponen ekspor dan impor yang mengalami penurunan.

Data BPS dari sisi ekspor, pada kuartal I 2019 ekspor turun 2,08 persen, begitu pun pada kuartal II 2019 secara YoY turun 1,81 persen, sedangkan kuartal II 2018 pertumbuhan ekspor masih positif sebesar 7,65 persen. Ekspor barang dan jasa secara YoY pada kuartal II 2019 minus 1,81 persen, terdiri dari ekspor barang minus 2,06 persen dan ekspor jasa yang tumbuh 0,27 persen. Ekspor barang turun lantaran ekspor barang migas yang penurunannya mencapai 30,85 persen. Berdasarkan sektor, ekspor nonmigas hasil industri pengolahan Januari-Juni 2019 turun 4,59 persen dibanding periode yang sama tahun 2018. Demikian pula ekspor hasil pertanian turun 1,03 persen, dan ekspor hasil tambang dan lainnya turun 15,44 persen pada semester pertama satu 2019. Secara kumulatif, nilai ekspor Indonesia Januari-Juni 2019 mencapai USD 80.337.221.045,62, atau turun 8,56 persen dibanding periode yang sama tahun 2018 sebesar USD 87.855.594.800,34.

Kondisi ini pun membuahkan dampak signifikan terhadap penjualan unit truk baru. "Ya, konsumen cenderung *wait and see* terutama yang di segmen perkebunan dan pertambangan. Sementara di segmen kargo cenderung stabil walaupun belum ada investasi besar sehingga mendukung penjualan Hino," kata Santiko Wardoyo, *Sales and Promotion Director* PT Hino Motors Sales Indonesia, agen pemegang merek (APM) Hino di Tanah Air.

Kecenderungan pasar truk bersikap *wait and see* juga diamini Isuzu Indonesia. "Memang pada semester pertama *customer* cenderung melihat situasi, namun memasuki semester kedua 2019 pasar truk mulai terlihat membaik," ujar Yohanes Pratama, *General Manager Sales* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, APM truk Isuzu di Tanah Air.



Duljatmono

Direktur Penjualan & Pemasaran
KTB

Pemain di segmen tambang seperti Iveco mengakui jika dampak pelemahan harga komoditas sangat berpengaruh terhadap daya beli konsumennya. "Pembatalan memang tidak ada tapi yang menunda ada, karena mereka memperhitungkan batubara yang sedang tertekan harganya. Sehingga *customer* lebih menunggu untuk melihat harga batubara membaik, sampai akhirnya mereka meningkatkan produksinya kembali. Jadi mereka cenderung menunggu momentum itu datang. Sehingga PO yang sudah kami terima pun harus ditunda dulu oleh *customer*. Sampai Juli tahun ini trennya masih sama," ujar Rudhi Wibawa Rusadhi, *Commercial Division Head* PT Chakra Jawara selaku *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

Sementara itu, Tata Motors melihat kondisi pasar kendaraan komersial Indonesia dari sudut pandang yang berbeda. "Iya saat ini cenderung kurang bergairah karena industri dan bisnis sedang mengalami perubahan alamiah ke arah yang berbeda. Seperti adanya *new growth of digital industry*," ucap Kiki Fajar, *Corporate Communications Head* PT Tata Motors Distribusi Indonesia, APM Tata Motor di Tanah Air.

"Kami berharap ekonomi Indonesia bergerak tumbuh yang cukup baik, paling tidak sesuai dengan target pemerintah meskipun situasi global proyeksinya turun. Karena itu, pemerintah harus mendorong pasar domestik dengan segala upaya untuk tumbuhnya perekonomian negara dari domestik. Karena bagaimana pun, truk itu adalah kendaraan ekonomi yang seiring dengan kondisi ekonomi. Kalau ekonomi negara jeblok maka pasar truk pasti turun, ekonomi naik sudah pasti naik. Makanya pertumbuhan volume pada semester dua ini harus kami raih dan kejar terus. Indikatornya sudah ada, Juli sudah cukup positif dan mudah-mudahan Agustus naik lagi yang secara bertahap naik sampai posisi pertumbuhan yang cukup signifikan dapat terjaga. Itu yang kami harapkan dan pemerintah harus menjaga pertumbuhan ekonomi terutama komoditas dan konsumsi," kata Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors, *authorized distributor* Mitsubishi Fuso dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) di Tanah Air.

Dampak Implementasi ODOL

Dalam melakukan investasi armada angkutan, implementasi aturan mengenai *overdimension* dan *overloading* (ODOL) menjadi bahan pertimbangan penting bagi pengusaha truk saat ini. "Dari hasil diskusi kami dengan *customer*, umumnya mereka *wait and see* karena kondisi politik yang diprediksi akan memengaruhi kondisi ekonomi. Hal ini terkait implementasi terhadap aturan-aturan pemerintah yang saat ini sudah mulai diterapkan. Contohnya ODOL jadinya bagaimana, B20-nya jadi bagaimana, pembatasan umur kendaraan jadinya bagaimana, seperti itu. Nah, yang kami lihat, pelanggan sangat ingin kepastian. Jadi kondisi pada semester pertama 2019 yang masih *wait and see* itu karena dampak dari implementasi aturan-aturan itu tadi," ujar Budi Rudianto, *CRM and CS Dept. Head Astra UD Trucks*.



Budi Rudianto

*CRM and CS Dept. Head
Astra UD Trucks*

Budi mengatakan, setelah pihaknya berkomunikasi dengan para pengusaha angkutan yang menjadi pelanggan UD Trucks, saat ini di segmen *general cargo* secara umum para pelanggan memuat kendaraannya *overload*. "*Overload* ini pemicunya dari *overdimension*, yang intinya ingin bagaimana supaya tetap profit. Jika aturan ODOL ini nanti implementasinya benar-benar dilakukan, yang kami tetapkan adalah nanti *loading* dan dimensi akan mengikuti ketentuan. Berarti pelanggan akan investasi truk lebih banyak. Kami sebagai penyedia kendaraan siap untuk mendukung secara volume," katanya.

"Pengaruh penegakan ODOL ini sebenarnya lebih kepada realisasi, karena kami kalau dalam penjualan itu patokannya *retail sales*. Nah, proses *retail sales* ini tertunda karena proses SRUT karena saat ini untuk pengurusan STNK dan KIR harus dilengkapi dengan SRUT. SRUT akan keluar kalau karoseri itu mempunyai SKRB dan SKRB harus standar. Probleminya, konsumen ini masih mengharapkan *overloading* meskipun saya tidak mengetahui pasti persentasenya. Sementara pemerintah saat ini mau *law enforcement*. Kalau dia tidak ikut aturan maka SRUT tidak akan keluar dan dia tidak bisa berbisnis," ungkap Duljatmono.

Isuzu Indonesia saat ini gencar mensosialisasikan aturan mengenai dimensi kendaraan produksinya sesuai regulasi. "Dalam hal ini tentu Isuzu tetap mendukung regulasi pemerintah, namun pengaruh terhadap penjualan belum begitu terasa pada semester pertama 2019 karena pengusaha truk masih melihat sejauh mana konsistensi penegakan regulasi ini," ujar Yohanes Pratama.

Beberapa varian pun diprediksi akan *booming* jika penegakan aturan ODOL betul-betul dilakukan secara konsisten. "Kalau semester satu lalu, varian yang terdampak langsung isu ODOL memang tidak terlalu signifikan. Tetapi dalam konteks ini kita bicara potensi ke depannya kalau ODOL ini implementasinya diterapkan, kemungkinan tipe yang masuk di model 6x2 rigid atau tronton banci, seperti Quester tipe CDE 250 dan CDE 280," ujar Budi Rudianto. Menurutnya, penerapan aturan ODOL nantinya membuat dimensi dan daya angkut akan sesuai aturan. "Berarti beban muatan yang ditanggung oleh truk ini pun akan sesuai dengan GVW-nya. Artinya, *maintenance* dan lain sebagainya akan berjalan sesuai dengan perhitungan dari pihak APM, dan seharusnya kondisi truknya menjadi lebih baik. Lebih ke arah yang positif ya saya melihat isu ODOL ini," ujarnya.

Sedangkan Mitsubishi Fuso melihat isu ODOL ini akan lebih berdampak pada penjualan varian *long chassis*. "Sebenarnya semua tipe kena kalau terkait ODOL, mau tipe apa pun harus mengikuti aturan dimensi yang standar baik untuk logistik maupun *dump truck* di *off road* itu sama. Dalam hal ini kami punya varian Fighter Super Long sebagaiantisipasi ODOL. Jadi kapasitas angkut yang tadinya sekian dengan yang lebih panjang otomatis terdistribusi karena GVW-nya lebih besar. Artinya, *space*-nya bertambah berarti secara volume juga bertambah. Karena sasis kami lebih panjang otomatis *space* di *rear body*-nya lebih banyak, dan untuk *rear body* tetap mengikuti aturan panjang-lebar-tinggi sesuai standar.

Kecuali kalau sasisnya dipotong kemudian *wheelbase*-nya dibikin lebih panjang, itu harus minta izin ke pihak Kementerian Perhubungan. Kalau ROH diperpanjang juga bisa tapi itu juga harus dapat rekomendasi dari Kementerian Perhubungan. Tapi kalau spek dari kami sudah panjang itu tidak masalah karena unsur laik jalannya sudah ada dan SUT-nya sudah ada karena memenuhi regulasi dari pemerintah. Jadi otomatis volume angkutnya bisa lebih," urai Duljatmono.

Pelanggan Terganjil SRUT

Sertifikat Registrasi Uji Tipe atau SRUT jadi perbincangan hangat saat ini di kalangan pelaku bisnis angkutan barang. Terkait penerbitan SRUT yang dianggap lebih lama dibandingkan sebelumnya, memang diakui pihak APM. "Beberapa informasi dari customer memang saat ini proses penerbitan SRUT dirasa lebih lama, namun kami mencoba memberikan beberapa alternatif solusi melalui ketersediaan unit *ready to use*. Sehingga unit yang keluar dari APM sudah langsung dapat digunakan oleh *customer*," kata Yohanes Pratama. Soal lamanya pengurusan SRUT, Yohanes mengatakan bahwa kondisi di tiap daerah berbeda-beda.

Sementara itu menurut *Head of Product and Engineering* Astra UD Trucks, Eddy Subagio, sebenarnya bukan pengurusannya yang lebih lama karena sebetulnya sama saja prosesnya dari tahun lalu. "Prosesnya, SKRB (Surat Keputusan Rancang Bangun) dulu baru kemudian keluar SRUT. Selama mengikuti aturan sesuai SKRB-nya itu tidak lama *kok*, karena saya sudah diskusi dengan pihak perhubungan bahwa pengurusan SRUT normalnya lima sampai tujuh hari kerja setelah cek fisik selesai," kata Eddy.

Hal ini pun diamini oleh Kiki Fajar mewakili Tata Motors Indonesia. "Tahun ini tidak terlalu sulit penerbitan SRUT dikarenakan pihak Kemenhub sudah memberikan aturan dan arahan yang jelas kepada pihak karoseri dan ATPM dalam proses SKRB. Sehingga semua SKRB yang diterbitkan sudah sesuai dengan aturan yang berlaku, hanya saja masih ada pihak karoseri yang sering coba-coba untuk *ngakalin* aturan dalam proses SRUT-nya. Proses SRUT juga sekarang sudah lewat *online* prosesnya, jadi bisa lebih cepat terbitnya. Proses SRUT yang diajukan oleh TMDI (untuk kendaraan pick up) *sih* hanya perlu waktu maksimal lima hari kerja. Untuk SRUT yang diajukan oleh pihak karoseri saat ini prosesnya sekitar dua sampai empat minggu, karena untuk proses SRUT karoseri diperlukan cek fisik oleh petugas Kemenhub dan personel di Kemenhub perlu ditambah untuk kegiatan tersebut," urainya.

"Memang untuk proses pengecekan fisiknya butuh *effort* lebih dari petugas Perhubungan di lapangan, karena SDM Perhubungan yang melakukan cek fisik di lapangan ini sangat terbatas jumlahnya sementara jumlah

karoseri di Indonesia sangat banyak. Tetapi pengecekan fisik ini tidak lama kok, yang bikin lama itu proses SKRB yang bisa sampai tiga bulan, karena semuanya dikirim ke pusat dari seluruh daerah di Indonesia. Pasti antreannya panjang sekali untuk proses pengesahan SKRB," ujar Eddy Subagio. Ia menambahkan, pihaknya hanya menerbitkan SUT (Sertifikat Uji Tipe) sebagai landasan untuk bikin SKRB bagi karoseri. "Problemnya SKRB itu, karoseri di seluruh Indonesia itu kan banyak sekali jumlahnya. Begitu *customer* pindah dari satu karoseri ke karoseri lainnya dan bentuknya ingin yang baru, akhirnya harus mengajukan SKRB baru lagi dan itu yang bikin lama. Sebab kalau *customer* pengen model bodi yang tidak ada di SKRB-nya karoseri yang bersangkutan, itu harus bikin SKRB baru lagi. Memang untuk perubahan SKRB saat ini agak lebih *simple*. Artinya begini, kalau perubahannya cuma sedikit, misalnya perubahan posisi pintu, itu tidak perlu ganti SKRB total tetapi cukup ubah varian saja dan itu tidak berbayar seperti pembuatan SKRB baru yang biayanya cukup mahal untuk satu SKRB. Tetapi tetap harus antre untuk mendapatkan *approval*-nya, karena yang mengajukan SKRB ini dari seluruh Indonesia," kata Eddy menjelaskan.

Eddy menjelaskan, kondisi yang bikin lama proses penerbitan SRUT karena kurangnya monitoring dari pihak karoserinya, mengingat begitu banyaknya karoseri yang mengajukan SRUT. "Ada karoseri yang aktif di Perhubungan yang selalu monitoring terus proses SRUT-nya karena begitu panjangnya antrean. Kita kan tidak ngerti sampai mana prosesnya kalau tidak terus dimonitoring. Nah yang sering monitoring itu yang SRUT-nya cepat selesai biasanya. Tapi kalau tidak pernah dimonitoring itu kadang *kedesek-kedesek* begitu, itu yang bikin lama. Tetapi intinya, kalau sudah jadi SKRB-nya dan tinggal SRUT, tidak masalah sebenarnya," ujarnya.

Ia mengimbau sebisa mungkin pihak *customer* jangan ke karoseri yang belum ada SKRB. "Kami menyarankan kepada *customer* untuk mencari karoseri yang sudah ada SKRB. Tapi kalau *customer* cari karoseri baru lagi berarti SKRB-nya baru lagi. Kami sendiri punya daftar karoseri rekanan yang sudah punya SKRB sesuai dengan produk-produk UD Trucks yang kami jual. Makanya kami sarankan kepada para tenaga *sales* di seluruh jaringan Astra UD Trucks, untuk mereferensikan karoseri yang sudah ada SKRB kepada semua *customer*. Kalau ada yang mengatakan proses pengurusan SRUT sangat lama, dikhawatirkan mereka itu yang mencari karoseri baru terus demi mendapatkan harga murah. Tapi itupun agak susah karena sekarang semuanya benar-benar dicek. Kalau dulu kan, misalnya bikin karoseri untuk 10 unit itu yang dicek mungkin hanya satu unit sebagai sampel saja. Kalau sekarang tidak, 10 unit semuanya itu dicek satu per satu. Kalau karoseri sudah punya SKRB dan konsumen tidak minta desain macam-macam, itu sebetulnya tidak lama untuk penerbitan SRUT. Kalau semuanya sudah oke waktu dicek di pusat, hasil pengecekan fisiknya tinggal dicetak dari pusat untuk mengeluarkan SRUT," kata Eddy menjelaskan.

"Dalam hal ini kami terus mendorong *customer* supaya mengikuti aturan pemerintah, sebab kalau tidak maka SRUT tidak akan keluar karena karoseri tidak bisa mengurus SRUT kalau SKRB tidak standar. Kami melihatnya dalam hal ini konsumen masih belum bisa menerima, tapi data secara khusus terkait seberapa besar *customer* yang masih belum menerima aturan main ini memang belum ada. Artinya, kami melihat proses-proses itu mundur atau tertunda, karena mereka masih belum bisa menerima yang pada akhirnya menerima. Begitu kira-kira untuk realisasinya, jadi mereka yang menunda waktu sebenarnya sehingga prosesnya lebih lama," ujar Duljatmono menambahkan.

Duljatmono mengatakan, jika pelanggan langsung *straight* sebenarnya lebih cepat karena SKRB-nya sesuai standar. "Menurut pihak Kementerian Perhubungan, prosesnya seminggu sampai dua minggu SRUT keluar. Tapi sebelum itu ada harus proses dulu, truk sudah jadi dan sudah sesuai standar atau belum, dan itu diperiksa langsung oleh tim BPTD (Balai Pengelola Transportasi Darat). Jadi mereka datang langsung melihat dan memeriksa truknya satu per satu, kalau standar baru oke dan untuk SRUT-nya diinfo ke pusat untuk kemudian di-*print*. SRUT itu dasarnya SKRB, begitu *rear body* dibikin tidak sesuai SKRB maka SRUT tidak akan keluar. Kalau SKRB pasti standar karena itu seperti sertifikat bagi perusahaan karoseri untuk membuat *rear body* atau karoseri. Jadi yang membikin lama prosesnya itu yang tidak sesuai SKRB," ujarnya.

CeMAT ASIA 2019

International Trade Fair for Materials
Handling, Automation Technology,
Transport Systems and Logistics

23-26 October 2019

**Shanghai New International Expo
Centre (SNIEC) • CHINA**

cemat-asia.com



Contact us for planning your visit!

Contact for visiting/delegations/
international relations:

Mr. Leon Ding
Tel. +86-21 5045 6700*365
Fax +86-21 5045 9355/6886 2355
leon.ding@hmf-china.com

Contact for project:

Mr. Ken Zhu / Benson Chen / Wilson Wang /
Ms. Jelly Wang / Yuki Yu
Tel. +86-21 5045 6700*236/283/313/331
Fax +86-21 5045 9355/6886 2355
cemat-asia@hmf-china.com



CeMAT
ASIA



* On behalf of Hannover Milano Fairs Shanghai
Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd. is a joint venture of Deutsche Messe and Fiera Milano Group.



Target Penjualan 2019 Terkoreksi pada Semester Satu

Teks: Antonius Sulistyo / Foto: Giovanni Versandi



Melemahnya permintaan pasar truk disikapi oleh produsen kendaraan komersial melalui agen pemegang merek (APM) maupun *authorized distributor*-nya dengan sangat berhati-hati, terutama dalam melakukan penyesuaian target penjualannya hingga akhir 2019. “Kami senantiasa melihat pergerakan pasar truk di Indonesia sebelum memutuskan melakukan perubahan target. Karena sebagaimana kita ketahui, saat ini kondisi pasar truk di Indonesia sangat *volatile* (mudah berubah). Sejauh ini kami masih *me-review* kesesuaian angka target kami di 25.000 unit,” ujar Yohanes Pratama, *General Manager Sales* PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI), APM kendaraan Isuzu di Tanah Air. Menurut Yohanes, saat ini pihaknya tengah membidik beberapa sektor yang masih berpeluang mendukung penjualan Isuzu Indonesia hingga akhir semester dua tahun ini. “Selain sektor pertambangan dan perkebunan, kami juga senantiasa melihat peluang di sektor logistik, transportasi, dan konstruksi,” ujarnya menambahkan.

“Target kami selalu membidik di pangsa pasar dan tidak pernah berubah. Dari awal tahun, Hino menargetkan untuk pangsa pasar Ranger di 65 persen dan Dutro 25 persen. Namun karena kondisi *market* kendaraan komersial turun signifikan pada semester pertama 2019, untuk itu kami merevisi target penjualan unit kami menjadi 37.000 unit,” kata kata Santiko Wardoyo, *Sales and Promotion Director* PT Hino Motors Sales Indonesia selaku APM Hino di Tanah Air. Menurut Santiko, lantaran *market* kendaraan komersial yang turun maka pihaknya juga harus mengikutinya. “Namun kenyataannya, penurunan kami selalu lebih baik dibanding data penurunan pasar kendaraan komersial itu sendiri. Untuk itu, kami terus menjaga posisi kami sebagai *market leader medium duty truck* yang telah berlangsung selama 19 tahun terakhir ini, dengan target volume 37.000 unit,” imbuhnya. Ia pun menambahkan, pada semester dua ini fokus penjualan akan ditujukan ke segmen kargo yang menjadi fokus utamanya saat ini. “Karena setiap tahunnya sektor ini memang stabil dan menjadi salah satu tulang punggung penjualan kami. Tentunya kami masih berharap adanya *rebound* atau peningkatan dari sektor perkebunan dan pertambangan,” ujarnya.

Sementara itu, PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku pemegang merek dagang Mitsubishi Fuso di Indonesia, sangat berharap ada pertumbuhan permintaan pada semester kedua 2019. “Melihat situasi saat ini yang pada semester satu 2019 itu saja turun 20,6 persen sampai Juni, kalau sampai Juli karena mulai naik maka penurunannya mengecil menjadi 20,1 persen. Sehingga penurunannya sudah cukup signifikan dan masih ada sisa beberapa bulan ke depan. Tapi kami punya harapan dan memprediksi semester dua ini meningkat, dan itu sudah terbukti pada bulan Juli meskipun perlu dimonitor terus pasarnya. Kemudian dari historis, sudah cukup lama dari tahun ke tahun itu pada semester kedua *demand*-nya kalau di kendaraan niaga secara proporsional lebih tinggi daripada semester satu. Jadi kami prediksi pada semester dua tahun ini tetap naik,” urai Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran KTB.



Yohanes Pratama

General Manager Sales IAM

Duljatmono menjelaskan, pasar secara total sudah menurun signifikan dibandingkan 2018. “Secara target otomatis sudah terkoreksi pada semester pertama. Tetapi kami berharap, apa yang sudah direncanakan pada semester dua dapat kami coba pertahankan. Untuk tahun 2019, target kami mengikuti pasar, jadi kalau diprediksi pasarnya sampai akhir tahun ini secara keseluruhan ada kemungkinan penurunan pasarnya plus-minus 10 persen (dibandingkan tahun 2018). Sampai saat ini kami belum ada rencana untuk revisi target, karena secara keseluruhan sudah terkoreksi sendiri oleh *demand* pada semester satu. Target volume kami itu berdasarkan *market shares* (pangsa pasar), jadi targetnya 45 persen secara total. Jadi kita lihat perkembangan volumenya seperti apa. Kalau market tahun ini diprediksi turunnya plus-minus 10 persen, katakanlah tahun lalu totalnya 116 ribu, pasar turun menjadi 100 ribu tahun ini, berarti targetnya 45 ribu kalau asumsinya seperti itu. Kuncinya itu *market shares* ya, jadi targetnya *market shares*,

karena volumenya bisa bergerak pada semester dua,” katanya menjelaskan. Untuk varian Fighter, kata Duljatmono, KTB menargetkan sekitar 300 unit per bulan pada semester dua ini. “Kalau pada semester satu itu target penjualan Fighter plus-minus 200 unit per bulan. Target pada semester dua lebih besar karena ada tambahan enam varian yang baru diluncurkan di GIIAS lalu. Untuk Colt Diesel, *market shares* Januari-Juli 2019 sebesar 56,6 persen dengan target *market shares* pada tahun ini sebesar 58-59 persen,” ujarnya.

Menyesuaikan Kondisi Pasar

Beberapa APM lebih bersikap menyesuaikan dengan kondisi pasar pada semester dua terkait revisi target penjualannya. "Dalam hal ini tentunya kami melihat dari *performance* pada semester satu 2019, kemudian dari kondisi di *market* yang harga komoditas batubara tertekan sehingga menyebabkan permintaan terhadap truk terutama produk Eropa juga turun. Kami melihat ada sedikit penyesuaian untuk angkanya. Jadi sampai akhir tahun 2019, kami akan menyesuaikan dan mencoba bermain 15 persen sampai 20 persen dari angka yang sebelumnya kami tentukan untuk target pada 2019," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *Commercial Division Head* PT Chakra Jawara, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia. Rudhi menjelaskan, semula pihaknya menargetkan penjualan pada 2019 sebesar 255 unit. "Karena sekarang *market* Eropa turunnya sampai 20 persen, jadi kami bermainnya di 220 unit untuk dikejar sampai akhir tahun 2019. Ini angka yang realistis, karena *trigger* dari harga komoditas batubara yang tertekan sehingga *demand* juga turun. Kondisi ini juga dirasakan oleh *brand* anggota Gaikindo yang bermain di GVW di atas 24 ton, penurunan pasarnya 30 persen," ujarnya.

Tata Motors Distribusi Indonesia (TMDI) selaku APM kendaraan niaga Tata Motor di Tanah Air, juga akan mengikuti kondisi pasar pada semester genap tahun ini. "Penyesuaian saja. Mengingat dinamika stok dan manajemen pembiayaan unit baru yang memakan waktu untuk penjualan *fleet* di atas 30 unit. Tahun ini targetnya perkenalan tujuh produk kami yang baru-baru. TMDI akan fokus memperkenalkan jajaran truk baru kami ke perusahaan operator truk, serta menjaga antusiasme *demand* yang tertunda oleh berbagai kondisi," kata Kiki Fajar, *Corporate Communications Head* TMDI.

"Astra UD Trucks sendiri targetnya 2.600 unit pada tahun ini, dari total target UD Trucks sebesar 3.300 unit pada tahun 2019. Meskipun secara persentase *market* kami pada semester satu 2019 turun lebih kurang 20 persen dari target awal, tetapi melihat kondisi pasar saat ini, kami tetap optimis untuk semester dua ini tetap tercapai target kami dan bisa tetap mengejar target. Karena kami lihat setelah semester satu kemarin, pengusaha angkutan harus tetap menjalankan bisnisnya, proyek-proyek yang tertunda harus tetap jalan lagi kan begitu. Armada yang sudah harus diremajakan ya harus peremajaan. Sehingga kami tetap optimis pada semester dua ini pasar akan kembali bergairah, yang artinya kami tetap pada target yang ditetapkan sampai akhir tahun nanti," kata Budi Rudianto, *CRM and CS Dept. Head* Astra UD Trucks.

Budi mengatakan, indikator pasar membaik mulai terlihat sejak bulan Juli, dan melihat dari hasil pilpres kemarin yang membuat *customer* optimis. "Kami tetap fokus di tiga segmen utama, yaitu EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), *general cargo*, dan konstruksi khususnya untuk muatan semen (*hi-blow*). Untuk model 6x2 fokusnya ke konstruksi dan *general cargo*. Kalau diurutkan berdasarkan posisi, *general cargo* di urutan satu dengan persentase 40 persen, kedua itu EMKL sebesar 35 persen, dan posisi tiga adalah konstruksi dengan persentase 25 persen. Kami masih mengandalkan *general cargo* karena segmen ini paling *sustainable*," ujarnya.



Upaya APM Jaga Kinerja

Perkuat Kerja Sama Pembiayaan

Teks & Foto: Antonius Sulistyono

Pasar kendaraan komersial bergerak sangat dinamis yang sejalan dengan pertumbuhan sektor konsumsi dan komoditi. Segmen *on road* masih memberikan kontribusi terbesar terhadap penjualan truk, terutama dari sektor logistik. **“Kalau untuk logistik memang kontribusinya yang paling besar dibandingkan sawit, batubara, dan infrastruktur. Memang trennya (sektor logistik) sejak akhir tahun lalu mulai tumbuh permintaannya, dan demand-nya terus berlanjut naik sampai sekarang. Maksudnya, trennya naik terus walaupun tidak kencang. Secara persentase, logistik itu berkontribusi 50 persen sampai 55 persen, tetapi pertumbuhan pasarnya standar saja. Pertumbuhan di sektor logistik ini mengikuti pertumbuhan konsumsi masyarakat, kalau konsumsi itu naik, otomatis logistik naik. Kalau konsumsinya tidak naik maka pertumbuhan ekonomi negara juga tidak naik, karena setahu saya kontribusi kepada PDB itu dari konsumsi sebesar 60 persen. Pasar kendaraan komersial ini seiring sejalan dengan pertumbuhan ekonomi negara, jadi kontribusi sektor logistik itu tetap banyak,”** kata Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors, *authorized distributor* Mitsubishi Fuso di Indonesia dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC).

Di sisi lain, dengan kondisi ekonomi yang *wait and see* sekarang ini juga menjadi tantangan tersendiri. Artinya, pengusaha yang melakukan investasi lebih selektif karena tidak semua pengusaha merealisasikan kebutuhan armada truknya. “Dari sisi pembiayaan truk baru, perusahaan pembiayaan juga selektif dalam membiayai *customer* mana yang bisa diberi paket kredit. Hal ini juga kami antisipasi dengan menguatkan kerja sama dengan perusahaan pembiayaan yang ada di grup Astra. Sehingga mendapat *support* untuk membiayai *customer* yang menggunakan produk UD Trucks, baik *customer* baru maupun *existing customer* kami arahkan untuk dibiayai oleh perusahaan *leasing* dari Astra group. Ini yang kami rasa dengan kondisi ekonomi yang stagnan seperti saat ini, dapat menjadi salah satu solusi untuk menjaga kinerja penjualan kami. Dalam hal ini kami juga memperkuat kerja sama di Astra group-nya,” kata Budi Rudianto, *CRM and CS Dept. Head* Astra UD Trucks.



Budi mengatakan, perusahaan *leasing* di luar Astra grup sebenarnya juga mau membiayai *customer* UD Trucks, mengingat pelanggan yang punya *bargaining position* dengan adanya kebutuhan untuk investasi truk. "Sementara si *leasing company* ini juga butuh mitra untuk menggelontorkan investasinya dia kan, sehingga perusahaan *leasing* butuh *customer* yang memang secara profil baik. Nah, seleksi ini yang membuat kompetisi di antara *leasing* jadi ketat. Posisi pelanggan justru dia bisa memilih, tapi kami arahkan ke *leasing* dari Astra group supaya *support*-nya di internal kami juga lebih baik. Kalau dengan *leasing* sesama Astra group, dalam tanda kutip lebih mudah komunikasi yang pasti," ujarnya. Terkait *customer* baru, kata Budi, sejak awal di internal Astra grup sama-sama menyepakati, pada satu kondisi apa *customer* itu dikatakan *bankable* dan *credible*. "Itu lebih kami samakan dengan pihak *leasing company* dari Astra group.

Di satu sisi, Astra group juga melihat kepentingan produknya ini supaya bisa penetrasi pasar, tapi *leasing company*-nya juga bisa meningkatkan porsi pembiayaan kreditnya di Astra UD Trucks. Sinergi ini yang kami lakukan lewat komunikasi, terkait *customer* yang bagaimana yang *credible* di mata *leasing company*. Jadi dalam hal ini lebih mengutamakan komunikasinya," ujarnya menjelaskan.

Strategi yang berkaitan dengan pembiayaan unit baru juga dilakukan Isuzu Indonesia, untuk tetap menjaga kinerja penjualannya pada semester dua tahun ini. Hingga paruh semester satu 2019, Isuzu telah membukukan 11.303 unit penjualan kendaraan komersial yang terdiri dari kategori tiga dan lima yakni Isuzu Giga sebesar 2.467 unit, kategori dua-Isuzu Elf sebesar 6.165 unit, dan kategori *pick up medium*-Isuzu Traga sebanyak 2.671 unit. Angka ini membuat Isuzu bertumbuh sebesar 8,1 persen pada semester pertama 2019 dibandingkan periode yang sama 2018, meskipun *market* secara keseluruhan mengalami penurunan 10,8 persen. "Pertumbuhan ini tidak lepas dari kepercayaan *customer* yang semakin meningkat kepada produk Isuzu. Produk-produk Isuzu di Indonesia terus dikembangkan sesuai kebutuhan pebisnis Indonesia. Bersama dengan partner pembiayaan Isuzu, Adira Finance, Isuzu terus berinisiatif mendapatkan masukan *customer* dan kepercayaan mereka. Dengan strategi ini, produk terbaru Isuzu, Isuzu Traga berhasil meraup 16,4 persen *market share* dalam waktu satu tahun, atau bertumbuh 250 persen. Demikian juga permintaan Isuzu Elf dan Giga terus bertambah. Kami kini memegang kepercayaan 21,2 persen, atau setara dengan satu dari lima *customer* truk di Indonesia," kata Attias Asril, *General Manager Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI), APM kendaraan Isuzu di Tanah Air.



Chandra Wicaksono

Marketing & Business
Development Head
PT Chakra Jawara

Marketing and Business Development Head PT Chakra Jawara, Chandra Wicaksono mengatakan, pihaknya banyak belajar dari kondisi saat ini. "Kenapa sih *customer* jadi menunda pembeliannya dan bersikap *wait and see*? Karena rata-rata mereka berpikir yang harusnya asumsi *payment* dari bohir (pemberi muatan), kemudian bicara *hauling* yang tetap sama dan harga semakin turun, mereka pasti *sacrifice margin dong*. Dalam hal ini kami harus *support* dari sisi *operating*-nya dulu. *Operating* berarti kita bicara untuk membantu *cashflow* mereka dulu *nih*, ketimbang kita mencoba masuk lewat *grace period* (masa tenggang) yang selama ini juga tidak populer bagi pihak *leasing* mengingat risikonya semakin besar," katanya.

Chandra menjelaskan, perihal *grace period* ini berarti *customer* hanya membayar bunga cicilannya saja. "Sehingga tahun ini kami coba *breakthrough*, bekerja sama dengan prinsipal dan *hand-in-hand* dengan Iveco Indonesia. Kebetulan kami punya stok sekitar 40 unit baik untuk Trakker 8x4 untuk *coal body* dan model 682 yang *displacement*-nya 330. Untuk dua produk ini ada stoknya dan ada kebutuhan tapi *customer* masih *wait and see*, maka kami bantu dengan program. Kami ada beberapa pro-

gram yang pasti untuk produk Trakker dan 682 yang segmennya *mining*, dengan memberikan paket *free* dua kali angsuran pertama untuk mempermudah *cashflow* dan mendukung daya belinya *customer*," urainya.

Program *free* dua kali angsuran ini, lanjutnya, belum pernah dilakukan sebelumnya. "Sebenarnya ini untukantisipasi kondisi saat ini. Kami belajar dari siklus empat tahunan di segmen tambang batubara yang ternyata datangnya lebih cepat, dan mulai terlihat dari pergerakan pada kuartal satu 2019 dibandingkan kuartal dua 2019. Itu signifikan sekali penurunan pasarnya. Kuartal pertama 2019 itu masih bagus, mungkin dorongan *carry over* dari order tahun sebelumnya. Kuartal dua 2019, *mining* mengalami kelambatan. Dampaknya secara total, *market* truk Eropa selama satu semester awal 2019 turun 22 persen," katanya.

Antisipasi Ketergantungan Batubara

Produsen kendaraan komersial tak ingin terlena dengan keadaan pasar komoditas saat ini. Mereka melakukan terobosan ke ranah lainnya di sektor pertambangan sebagai antisipasi ketergantungan terhadap segmen batubara. “Jika diurutkan berdasarkan peringkat, kontribusi pasar terbesar bagi Mitsubishi Fuso dari sektor logistik, kemudian perkebunan kelapa sawit, infrastruktur, dan terakhir tambang. Tetapi sektor tambang saat ini ditopang dengan adanya pertumbuhan pasar yang baru.

Kalau pasar tambang batubara agak menurun, alternatifnya ada tambang nikel di Sulawesi dan tambang bauksit di Kalimantan dan *demand*-nya sudah ada. Dorongan dari tambang bauksit dan nikel ini baru terjadi pada tahun ini, tahun-tahun sebelumnya tidak ada dorongan pasarnya di segmen ini. Dorongan dari tambang nikel memang lebih kuat dan lebih duluan dibanding bauksit. Ini lumayan karena memberi kontribusi tambahan terhadap *demand* yang berkaitan dengan tambang. Kami juga mengharapkan Fighter menjadi pilihan bagi konsumen di segmen pertambangan ini,” kata Duljatmono.

Sementara itu, PT Chakra Jawara selaku *exclusive distributor* Iveco di Indonesia yang lama bermain di sektor tambang batubara, tengah berupaya mengantisipasi ketergantungan terhadap segmen batubara. “Dari sisi *owning*, kami punya produk alternatif, yakni HHD9 8x6 dengan GVW 63 ton dan kemampuan *payload* besar hampir 45 ton. Memang saat ini *customer* pertama kami untuk varian ini adalah pemain di tambang emas, yaitu Merdeka Cooper.

Sejauh ini mereka sangat puas dengan produk kami ini. Bahkan kami mendapatkan pengakuan di Banyuwangi sebagai diler yang sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Kalau kami bisa *maintain* itu, mereka akan buka *site* baru dan pakai produk kami ini lagi. Harapannya supaya mengurangi ketergantungan kami terhadap komoditas batubara seperti normalnya *market* truk Eropa,” kata Chandra.



PEMBIAYAAN LEBIH SELEKTIF

Teks & Foto: Antonius Sulistyono

Turunnya permintaan pasar kendaraan komersial berdampak pula ke sektor pembiayaan kendaraan baru. Perusahaan pembiayaan atau *leasing company* sendiri merupakan mitra bagi *fleet customer* dalam melakukan investasi armada barunya. Di sisi lain, pihak agen pemegang merek (APM) truk saat ini tengah berupaya memperkuat kerja sama pembiayaan dengan perusahaan leasing, demi menjaga kinerja penjualannya masing-masing hingga akhir tahun nanti.



Sementara itu, untuk pembiayaan truk baru selama semester satu 2019 mengalami penurunan. "Kami mengambil refleksi pasar pembiayaan truk baru dari periode yang sama, yaitu Januari-Juni 2018. Kalau dibandingkan sampai dengan Juni 2018, untuk sekarang sampai dengan Juni 2019 turunnya cukup lumayan untuk pembiayaan di kami, hampir 60 persen penurunannya dibandingkan periode yang sama tahun lalu," kata Dida Hidayat, *Department Head of Heavy Equipment* PT Indomobil Finance Indonesia (IMFI), lembaga pembiayaan resmi grup Indomobil.

Menurut Dida, secara *month*-nya memang terjadi penurunan, namun secara unit justru mengalami pertumbuhan di lingkup kelompok kerja Indomobil Group. "Totalnya sekitar 350 pembiayaan truk baru selama semester satu 2019, sedangkan pada semester satu 2018 totalnya hampir 500 unit. Memang secara unit tidak bisa

dikatakan naik signifikan dibandingkan tahun lalu, karena volumenya hampir sama sekitar 90 persen persamaan total volumenya dibandingkan periode yang sama tahun lalu," ujarnya menjelaskan. Ia menambahkan bahwa kondisi ini dampak dari banyaknya pembiayaan unit-unit kecil atau truk medium (kategori III), karena saat ini Indomobil Finance sudah beralih segmen, dari yang dulu kebanyakan unit-unit truk besar (kategori V) yang permintaan pasarnya saat ini sedang turun. "Secara persentase, pembiayaan untuk truk kategori tiga sekitar 70 persen, dan 30 persennya truk besar atau kategori lima yang utamanya lebih banyak di sektor tambang," katanya.

Existing Customer

Beberapa APM mengaku jika sampai saat ini masih ada unit yang belum ter-*deliver* atau sampai ke tangan *customer*, baik di segmen *on road* (logistik) maupun *off road* (tambang). "Ada yang belum (ter-*deliver* ke *customer*). Mudah-mudahan pada semester kedua ini bisa *carry over* dari semester pertama. Jadi sebagian *carry over*, sebagian nambah atau untuk peremajaan armadanya," ungkap Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors, *authorized distributor* truk Mitsubishi Fuso di Indonesia.

"*Carry over* tidak terlalu banyak tetapi ada, sebab pelanggan ada yang lanjut dan ada pula yang menunda pembelannya. Dalam hal ini, kalau kami sudah buka *delivery order* (DO) biasanya *nggak* lama dari itu sudah terkirim ke *customer*, karena kami juga menghitung *rate on time delivery*-nya," kata Budi Rudianto, *CRM and CS Dept. Head* Astra UD Trucks.

Sedangkan di segmen tambang juga mengalami penundaan pengiriman unit ke *customer*. "Sejauh ini masih ada karena sampai kuartal dua 2019 masih ada *carry over* dari 2018, yaitu dari Merdeka Cooper sekitar 30 persen *outstanding delivery*-nya, atau kalau dari sisi unitnya ada sekitar 30-an unit yang harus di-*delivery* pada semester satu tahun ini," ujar Rudhi Wibawa Rusadhi, *Commercial Division Head* PT Chakra Jawara, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

Carry over akibat penundaan pembelian ini salah satunya terkait pembiayaan kendaraan komersial yang kini lebih selektif. "Pembiayaan truk baru segmen *on road* khususnya sektor logistik sangat selektif, karena kami saat ini fokusnya ke *existing customer*. Untuk *customer* baru memang agak sulit di kami, kalau profilnya tidak bagus sekali tidak bisa kami *support*. Begitu pun halnya di sektor pertambangan juga sangat selektif. Dulu ketika tambang batubara mengalami masa penurunan sekitar tahun 2012 sampai 2015, mereka yang "tewas" pada periode itu dan sekarang sudah tidak ada, kemudian pemain lama ini mau mengajukan pembiayaan lagi ke kami itu agak sulit ya. Tetapi untuk para pemain tambang yang sejak saat itu sampai sekarang tetap bertahan, kami masih *support* pembiayaannya," kata Dida.

Menurut Dida, untuk pembiayaan kategori selektif plus ditujukan bagi *customer* yang melakukan *repeat order*. "Tapi itu pun kami mainnya di *down payment*, karena sudah jarang lagi yang *down payment* standar-standar saja sekarang. Sebelumnya, untuk *down payment* standar (minimum) itu biasanya 20 persen dari harga unitnya. Tetapi untuk *customer* tambang beda, *down payment* minimum sekarang 30 persen mulai awal tahun ini diberlakukannya. Bagi *customer* baru yang betul-betul serius terjun di sektor tambang masih bisa kami layani, tapi *project*-nya *existing*, bukan benar-benar *project* baru. Untuk *customer* baru dengan *project existing* sampai saat ini ada beberapa yang mengajukan pembiayaan ke kami," jelasnya.

Tentunya pembiayaan yang lebih berfokus pada *existing customer* akan memengaruhi kinerja perusahaan pembiayaan, terkait target penambahan *customer* baru. "Makanya kami genjot pembiayaan untuk *existing customer* yang sudah mulai ada kebutuhan peremajaan armada, karena biasanya siklusnya empat tahunan kalau untuk transporter dan perusahaan ekspedisi. Kalau sudah masuk tahun kelima biasanya mereka mulai melakukan peremajaan unit angkutannya, dan kami menyasarinya di situ," kata Dida.



Dida Hidayat

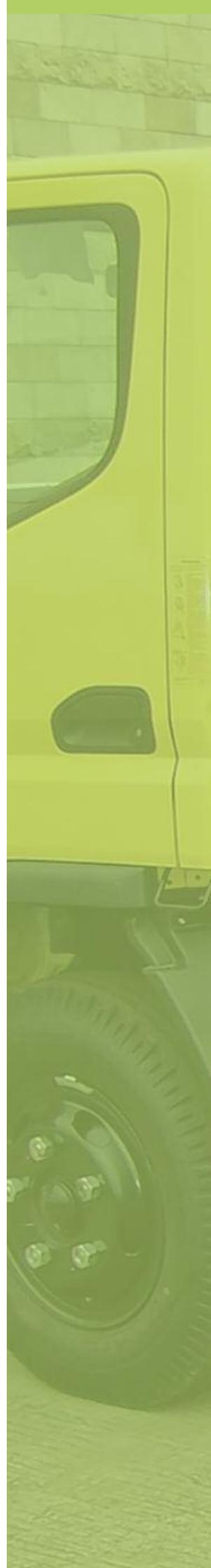
Department Head of Heavy Equipment
Indomobil Finance

Grace Period

Salah satu kendala yang dihadapi oleh *fleet customer* adalah *down payment* (DP) murah. Meski belum memungkinkan untuk menerapkan DP di bawah standar minimal, pihak *leasing* tetap membantu dalam bentuk keringanan cicilan pada periode awal. "DP murah sejauh ini belum ada implementasi ke arah sana, tetapi biasanya kami bekerja sama dengan pihak diler, contohnya melalui program *grace period* atau masa tenggang. Jadi, setelah unit diterima oleh si *customer*, itu kami kasih masa tenggang supaya tidak langsung bayar angsurannya, bisa dua atau tiga bulan mereka cukup bayar bunga angsurannya saja," kata Dida.

"Sehingga kami menyesuaikan semua kondisi itu dengan program *grace period*. Jadi pada bulan pertama sampai dengan bulan ketiga, *customer* tidak perlu bayar pokok cicilannya tapi cukup bayar bunganya saja. Kemudian, pokok cicilan pertama sampai ketiganya tadi masuk di pembayaran bulan keempat, setelah mereka terima pembayaran dari si pemberi muatan atau si pemberi proyeknya. Biasanya kami bekerja sama dengan teman-teman di diler untuk membuat program ini, dan sebetulnya ini pun tidak mutlak yang beli kredit itu bisa pakai sistem *grace period*. Kami hanya menawarkan saja terutama untuk *existing customer*, karena mereka rata-rata mengeluhkan belum bisa kerja, STNK juga belum jadi, tapi sudah harus bayar cicilan pertamanya. Ini yang coba kami bantu dengan *grace period* dari sisi pembiayaannya, dan tidak menutup kemungkinan untuk *customer* baru yang profil pembiayaannya cukup bagus," kata Dida.

Konsep pembiayaan dengan *grace period* ini, menurut Dida, diharapkan dapat berkontribusi meringankan beban dari pihak *customer*. "Termasuk untuk *customer* kategori lima di sektor tambang juga kami berlakukan program ini, daripada kehilangan *existing customer*. Sementara ini, untuk pembiayaan dengan sistem *grace period* baru berlaku di grup Indomobil, sebab teknisnya ini berlaku metode subsidi pembiayaan dari diler untuk *cover* pokok cicilan pertama sampai ketiga yang belum dibayarkan oleh si *customer* tadi," ujarnya menjelaskan.





Pasar Truk Bekas Permintaan Mulai Normal meski Pasar masih Lesu

Teks & Foto: Antonius Sulistyo



Pasar truk bekas ikut terdampak akibat melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional, terutama pada kuartal dua tahun 2019 dengan pertumbuhan 5,05 persen secara *year on year*. Hal ini terungkap dari wawancara beberapa pedagang truk bekas di Jakarta, Lampung, dan Malang. "Permintaan memang turun tetapi ya lumayanlah sekarang, sudah ada yang tanya-tanya dulu, satu-dualah yang akhirnya jadi membeli, tapi kebanyakan hanya tanya-tanya. Kalau pasarnya, dibandingkan tahun lalu lebih ramai tahun lalu," kata Eko, penanggung jawab *showroom* Langgeng Jaya Mobil 2 Blimbing, Malang, Jawa Timur.

Eko mengatakan, penurunan pasar pada tahun ini cukup besar, sekitar 40 persen. "Itu sebelum Lebaran ya, karena sebelum Lebaran itu *kan* pasarnya sepi sekali. Ditambah lagi masa kampanye dan pilpres juga ya, itu juga berpengaruh terhadap penjualan kami. Tapi sehabis Lebaran jualan kami mulai lancar lagi. Mulai awal Agustus pasarnya mulai naik lagi. Ini kemarin, penjualan bulan Agustus ini

sudah ada empat unit truk yang keluar dari *showroom* kami. Untuk penjualan rata-rata sebulannya minimal dua sampai tiga unit dan kebanyakan unit yang laku di tempat kami, seperti Mitsubishi Fuso sama Hino. Itu kemarin ada empat unit tronton Hino Lohan yang ban 10 tahun 2014-2015, langsung laku semua itu dalam waktu satu minggu," ujarnya.

Pedagang truk bekas di wilayah Jakarta pun ikut merasakan hal yang sama. "Pasarnya turun dibandingkan tahun lalu. Waktu awal tahun 2019, sebulannya rata-rata bisa keluar (terjual) 10 unit, bahkan tahun lalu bisa jual sampai 15 unit sebulan. Penurunan paling terasa menjelang pemilu kemarin tepatnya sebulan sebelum pemilu, itu turun banget penjualannya, paling cuma bisa jual lima unit dan sampai sekarang justru masih lesu pasarnya. Teman-teman sesama pedagang truk juga mengeluhkan kondisi yang sama. Penyebabnya faktor ekonomi yang lagi sulit saat ini, semakin susah duit katanya," kata Iwan, pemilik gerai penjualan truk bekas, Jasa Mandiri di Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Kondisi pun diperparah dengan pembiayaan unit *second* yang sangat ketat saat ini. Pasalnya, pasar truk bekas juga mengandalkan jasa pembiayaan kendaraan, terlebih bagi konsumen kendaraan niaga yang mengandalkannya buat usaha. "Daya beli konsumen juga turun karena karena tidak ditunjang sama *leasing*, karena pihak *leasing* saat ini semakin ketat membiayai konsumen angkutan barang," kata Hendri dari *showroom* CV Bintang Mitra Andalas di Sukarame, Bandar Lampung, Lampung. Menurut Hendri, kesulitan pembiayaan melalui *leasing* ini berlaku sama di semua model. Mulai dari truk bak panjang, bak pendek, trailer atau *tractor head*, engkel, serta *dump truck*. "Untuk kategori truk kecil, seperti Colt Diesel juga sama sulitnya mendapatkan pembiayaan dari *leasing*," tambahnya.

"Pembeli rata-rata belinya secara *cash* karena kami arahkan untuk beli *cash*. Memang ada fasilitas *leasing* dan kami punya juga kerja sama dengan pembiayaan truk bekas, tapi bulan Agustus ini kebanyakan pembeli belinya *cash* dan model yang dipilih kebanyakan *dump truck*. Kalau pembelinya dari berbagai daerah, baru-baru ini ada pembeli dari Sumatera beli tiga unit *tronton* di tempat kami, dari Malang sendiri ada satu pembeli yang beli satu unit *tronton*," ujar Eko menambahkan.

Kendala dalam hal pembiayaan truk bekas ini sangat dirasakan oleh pedagang dari Lampung ini. "*Leasing* mulai *ngerem* dari dua tahun lalu, tetapi benar-benar yang remnya paling tajam itu di bulan enam tahun kemarin mulai tajam. Jadi yang seharusnya bisa dibiayai di angka Rp 200 juta misalnya, *leasing* mau membiayainya cuma Rp 100 juta, mereka cari aman banget. Sehingga di sini pasar truk bekas tidak didukung oleh *leasing*, dan menjadi salah satu pemicu kenapa pasarnya turun saat ini. Logikanya memang masuk, kenapa *leasing* tidak mau membiayai truk bekas. Karena banyak debitur tidak tepat waktu dalam membayar sampai banyak tarikan unit oleh *leasing* akibat tidak sanggup bayar cicilan lagi," kata Hendri yang spesialis dalam pengadaan *dump truck* Mitsubishi Fuso ini.

Tidak mengherankan kalau saat ini pihak pedagang truk bekas agak enggan menawarkan paket kredit untuk barang dagangannya. "Saya jarang menawarkan pembeli pakai *leasing*, karena pembelinya juga kebanyakan dari daerah (luar Jakarta). Lagi pula pembeli kebanyakan belinya *cash*," ujar Iwan.

Peremajaan Unit

Strategi jualan yang dilakukan oleh pedagang truk bekas menghadapi lesunya pasar saat ini, salah satunya dengan merangkul para tenaga penjualan dari diler truk baru. "Saya memang kerja sama dengan *sales* dari jaringan diler truk Mitsubishi. Jadi kalau ada yang mau beli unit baru, biasanya *sales* dilernya nawarin ke saya untuk terima unit *second* dari *customer* mereka. Hasil menjual unit *second*-nya itu dipakai buat DP ngambil unit yang baru di *showroom* mereka. Unit bekas dari mereka biasanya saya jual ke luar daerah, seperti ke Sumatera, Bogor, Jawa Tengah, Jawa Timur," kata Iwan.

Sementara itu menurut Eko, konsumen yang datang ke *showroom*-nya saat ini banyak mencari unit untuk peremajaan armada. "Biasanya pembeli itu beli truk bekas untuk peremajaan armada angkutannya. Belum lama ini ada yang beli beberapa unit *dump truck* buat angkutan pasir dan material di daerah Lumajang. Tapi dari kalangan pedagang juga ada yang beli dari kami buat peremajaan unit dagangannya," ujar Eko.

Memang dalam hal peremajaan unit armada angkutan barang, beberapa alternatif yang bisa dilakukan, seperti menjual unit lamanya ke pedagang truk bekas untuk kemudian hasilnya dijadikan dana untuk DP unit baru. Alternatif lain, pihak *leasing* biasanya menawarkan *lease back* kalau pemiliknya masih mengandalkan unit lamanya buat kerja.

"Biasanya kami menawarkan opsi *sales and lease back* untuk DP unit baru, ini hanya opsi saja untuk membantu *customer* dalam peremajaan unitnya saja. *Sales and lease back* artinya, unit lama mereka yang sudah tidak produktif tetapi mungkin masih bisa dipakai untuk usaha lain, mungkin untuk mengantar barang antara sesama perusahaan ekspedisi yang intinya masih bisa menghasilkan, dan selama unit lamanya masih bisa menghasilkan itu bisa di-*leasing*-kan kembali di kami," kata Dida Hidayat, *Department Head of Heavy Equipment* PT Indomobil Finance Indonesia. Untuk *lease back*, kata Dida, juga dibatasi umur kendaraannya, "Maksimal tujuh tahun dari sekarang, atau paling tua kendaraan tahun 2012 yang bisa di-*lease back*. Itu pun tenor pembiayaan untuk *sales and lease back* terbatas, maksimum tiga tahun. Kalau untuk tenor kredit pengajuan truk baru yang tanpa *lease back*, paling lama 48 bulan atau empat tahun," ujarnya menambahkan.



Iwan

Pemilik showroom truk bekas
Jasa mandiri

e2e commerce INDONESIA

25 - 26 September 2019
Balai Kartini
Jakarta, Indonesia
Indonesia's Enterprise
Convergence through eCommerce

Be Digital. Go Global

4th edition e2eCommerce Indonesia

Conference and exhibition that curates an ecosystem-based platform to accelerate Indonesia's digital economy.

www.e2ecommerce-indonesia.com | #e2eCommID | #LMFConnect

Apply to
Exhibit



Book your space now and get the
early bird rates
(Before July 31th, 2019)

Be ready for



2,500
visitors



50+
speakers



30+
conference
sessions



400
delegates



80
exhibitors

New in 2019!



Tech Zone



Lapak Digital



I-Lead Talks

Event Highlights



C-Level Conference



Exhibition Showcase



Industry Networking



Business Matching

Organised by



Supporting Organisations



Event Partner



Partner



Contact us for a customised proposal today!



PT. Omni eComm Expo

The Vida Building Floor 3A Unit 6,
Jl. Raya Perjuangan No. 8
Jakarta Barat 11530, Indonesia
Telp: +62 21 - 2966 1365

Sales inquiry:

Natalia Tampubolon
+62 812 9011 3986
natalia.tampubolon@omniecommexpo.com

TRUCKMAGZ

Ratna Hidayati
+62 812 3663 0313



Asosiasi Karoseri Indonesia (Askarindo) menilai, kenaikan biaya penerbitan Surat Keputusan Rancang Bangun (SKRB) sejak 2016 memberatkan pelaku industri karoseri. Tahun 2015 terbit Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2015 tentang Penetapan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Di dalamnya berisi pemberlakuan pengajuan rancang bangun untuk karoseri kendaraan barang dikenakan tarif sebesar Rp 125 ribu dan kendaraan penumpang Rp 150 ribu.

Selang setahun, terbit Peraturan Pemerintah Nomor 15 tahun 2016 sebagai pengganti aturan sebelumnya. Dalam Peraturan Pemerintah tersebut, biaya rancang bangun mengalami kenaikan tarif signifikan. Kendaraan barang dan khusus dikenakan tarif Rp 35 juta, sedangkan kendaraan penumpang dikenakan tarif Rp 40 juta.

"Tarif yang dikenakan sekarang sangat memberatkan. Karena SKRB itu dibuat berdasarkan SUT (Surat Uji Teknis), jadi misalnya satu APM mengeluarkan tiga tipe kendaraan. Ditambah empat APM lain mengeluarkan jumlah tipe yang sama, total ada 15 SUT. Kemudian masing-masing satu tipe kendaraan atau sasis saya buat lima rancang bangun berbeda. Artinya karoseri harus mengajukan 75 SKRB baru," ucap Subagio, Sekretaris Jenderal Askarindo.

Kenaikan tarif tersebut menjadi beban yang sangat berat bagi industri karoseri utamanya yang berskala kecil. Sebab rancang bangun merupakan modal agar dapat mengerjakan pesanan konsumen. Subagio mengatakan, kondisi ini membuat perusahaan karoseri tidak mampu membagi beban biaya pengujian pada setiap unit produk. Dikarenakan karoseri yang diproduksi tidak dapat ditentukan sejak awal, karena berbeda dengan pabrik kendaraan yang memproduksi secara masal.

Pengamatan Askarindo, perusahaan karoseri yang mengerjakan banyak jenis kendaraan baik itu untuk kebutuhan angkutan barang atau penumpang dalam setahun bisa mengajukan 112 SKRB. Terlebih pihak Agen Pemegang Merek (APM) setiap tahun selalu mengeluarkan produk baru yang otomatis membutuhkan SKRB baru pula.

"Tingginya biaya SKRB membuat memengaruhi jumlah produksi perusahaan karoseri kian menurun. Saya tidak bisa menyebutkan angka penurunannya, namun yang pasti beberapa pelaku karoseri skala kecil di daerah mulai tidak beroperasi. Biaya SKRB seharusnya berkisar Rp 1 juta sampai Rp 10 juta. Ini ideal jika diukur rata-rata kemampuan modal perusahaan karoseri mulai skala kecil sampai besar," terangnya.



Priska L Pangkey

Managing Director
PT Adicitra Bhirawa

Pemerintah Upayakan Turun

Subagio memberi gambaran proses produksi karoseri, diawali dari penerimaan pesanan dari konsumen perorangan atau diler. Kemudian pihak karoseri membuat rancang bangun yang kemudian diajukan ke Kementerian Perhubungan untuk mendapatkan pengesahan, yakni Surat Keputusan Rancang Bangun.

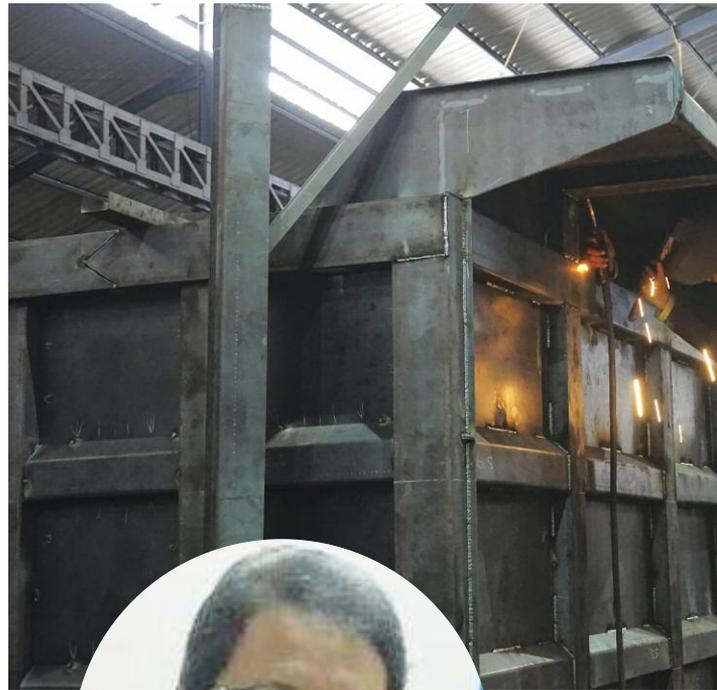
SKRB digunakan untuk mengajukan permohonan kesesuaian fisik ke Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Kemenhub untuk memperoleh Surat Registrasi Uji Tipe (SRUT). Pengurusan SRUT memakan waktu sekitar seminggu, itu pun dengan catatan dimensi yang dibuat sudah sesuai SKRB.

Saat ini jumlah industri karoseri tergabung dalam Askarindo sebanyak 516 perusahaan yang didominasi 70 persen industri kecil, 20 persen skala menengah, dan 10 persen skala besar. Dalam menentukan harga karoseri, Askarindo mengklaim semua anggotanya selalu transparan kepada konsumen termasuk transparan ketika ada kenaikan harga dampak dari besarnya biaya SKRB.

Menanggapi mahal biaya SKRB, Dewanto Purnacandra, Kasubdit Uji Tipe Kendaraan Bermotor, Ditjen Sarana dan Transportasi Kementerian Perhubungan mengatakan, pihaknya telah mengetahui aspirasi aspirasi Askarindo seputar biaya penerbitan SKRB. Pihaknya mengusulkan penurunan penerbitan SKRB kepada Kementerian Keuangan menjadi berkisar Rp 10 juta.

“Harapannya dengan penurunan PNPB dapat memacu industri karoseri nasional terutama yang skala kecil. Hal terpenting, setelah dituruti kemauannya harus patuh dengan aturan. Jangan mau menerima order yang tidak sesuai dengan rancang bangun,” ujar Dewanto. Temuan Kementerian Perhubungan pada 2017 sebanyak 78 persen truk khususnya di Jawa Timur dan Jawa Tengah melanggar rancang bangun.

Meski saat ini masih dirasa mahal, penerbitan SKRB masih dianggap penting oleh pelaku industri karoseri salah satunya PT Adi Citra Bhirawa. Perusahaan karoseri yang dominan memproduksi boks aluminium ini mengaku selalu mengedukasi konsumennya agar memesan karoseri sesuai SKRB yang ada. Atas tindakannya tersebut perusahaan sempat mengalami penurunan order pada awal berlakunya aturan baru SKRB.



Subagio

Sekretaris Jenderal Askarindo

“Kami selalu mengedukasi staf pemasaran untuk memberitahu konsumen bahwa tidak bisa memesan produk di luar ketentuan standar dan toleransi yang diizinkan. Kalau perusahaan lain, saya kurang paham. Bisa jadi mereka masih mengakali, tapi rasanya itu juga jarang. Untuk sekarang mau tidak mau perusahaan karoseri harus urus SKRB,” terang Priska L. Pangkey *Managing Director* PT Adicitra Bhirawa.

Pihaknya berusaha memaklumi kebijakan pemerintah sebagai langkah menyeleksi pelaku bisnis yang serius di industri karoseri. Sisi positif lainnya, semakin mempersempit ruang pelaku bisnis tidak berizin untuk memproduksi karoseri yang tak sesuai aturan.



Sehingga, akan menciptakan persaingan sehat antar-pelaku karoseri yang berorientasi pada mutu produk dan layanan.

Pendapat yang lain turut disampaikan Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo). Menurut Marga Janto, Ketua Kompartemen Humas dan Media Aprindo, biaya penerbitan SKRB yang sekarang dikeluarkan perusahaan karoseri tergolong wajar sebab hal itu merupakan modal kerja. Terlebih untuk satu penerbitan SKRB tanpa batasan jumlah produksi dan waktu.

“SKRB itu modal kerja mereka. Tidak bisa mau serba-murah, maunya untung sendiri. Sama halnya seperti kita pengusaha truk harus punya modal kerja untuk beli satu kendaraan butuh uang sampai Rp 1 miliar. Mau tidak mau itu kan harus dibeli supaya bisnis kita bisa jalan. Jadi biaya SKRB itu tidak mahallah,” katanya.

Ia menambahkan, bagi perusahaan yang taat aturan jangan menjadikan SKRB momentum untung seenaknya menaikkan biaya pembuatan karoseri. Perusahaan karoseri harus transparan terhadap konsumen tentang struktur biaya produksi per unit.

“Permasalahannya setiap perusahaan karoseri yang bikin SKRB, dia dapat order berapa banyak? Misal satu SKRB mereka dapat order 10 unit, itu per unit karoseri yang diproduksi sudah pasti dibebankan ongkos SKRB. Selebihnya mereka untung apalagi kalau satu SKRB bisa menerima order ratusan unit karoseri,” tutur Marga Janto.

BOOK YOUR SPACE NOW

International Indonesia Seafood & Meat Expo
Focusing on Food Cold Chain Technology
www.iism-expo.com

Globalizing Indonesia's Food Cold Chain Markets

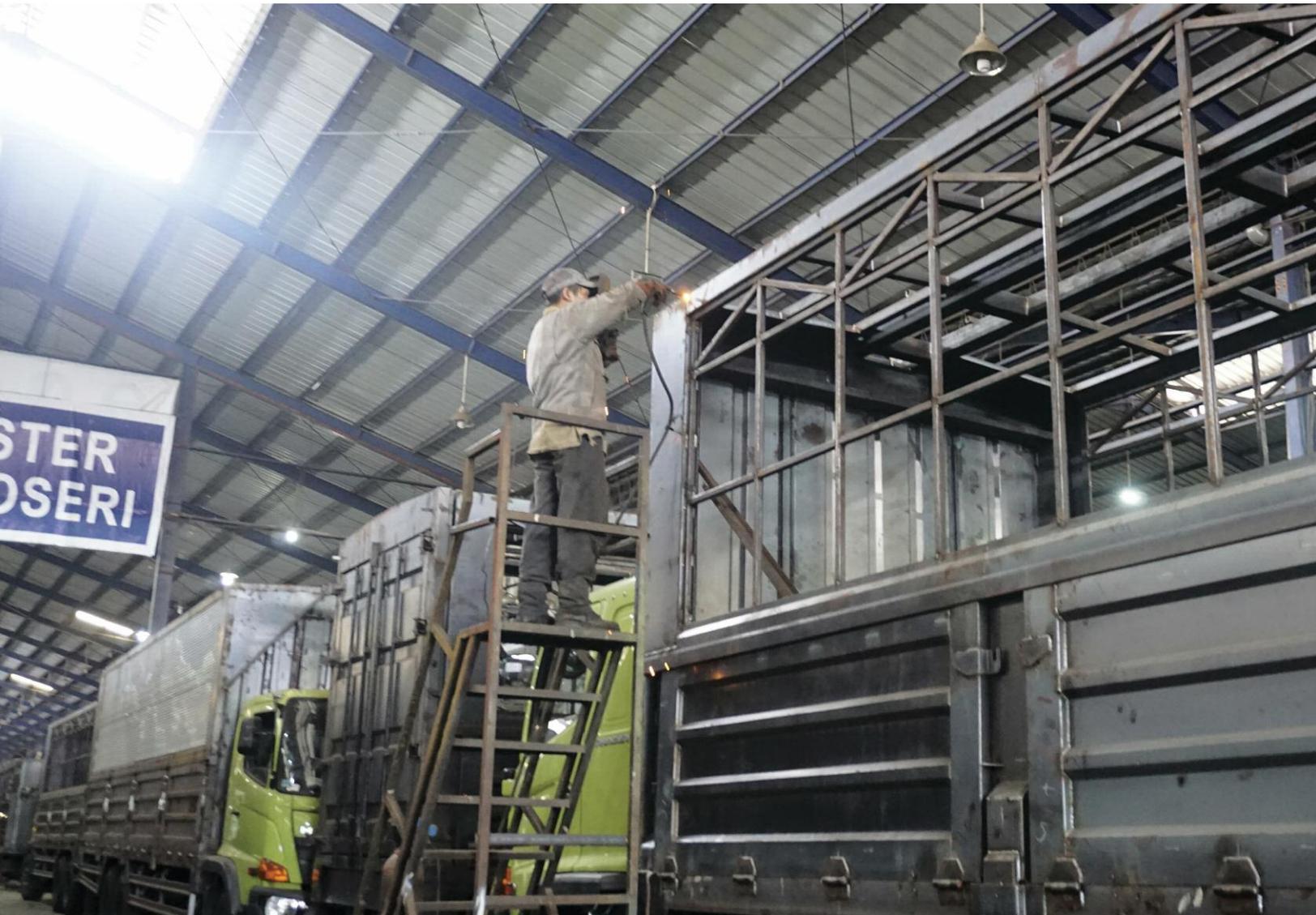
9 - 11
October 2019

JIEXPO
Kemayoran
Jakarta
Indonesia

Organized By: **PT PELITA PROMO INTERNUSA**
Perkomplek Graha Kencana Blok CH Jl. Raya Pajuaran
No. 88 Kebon Jeruk Jakarta 11530
Tel: (62) 21 5366 0804 Fax: (62) 21 5325 890
Email: info@iism-expo.com

In conjunction with:

Supporting Organizations:
Ministry of Marine Affairs and Fisheries, Republic of Indonesia
Ministry of Industry, Republic of Indonesia
Ministry of Trade, Republic of Indonesia
ASIRMI Indonesia Chapter
API (Indonesian Fishery Product Processing and Marketing Association)
ALI (Indonesian Logistics Association)
QAMMI (Indonesian Food & Beverage Association)
IPF (Indonesian Packaging Federation)
ICA (Indonesian Chef Association)
Jakarta Hotels Association
IAMBRI (National Meat Processing Association)
Indonesian Chamber of Commerce and Industry (KADIN)
Indonesian Exhibition Companies Association (IECA)



PEMERINTAH SIAPKAN SKRB ONLINE

Teks: Abdul Wachid / Foto: Giovanni Versandi

Per 1 Agustus 2018 Direktorat Jenderal (Ditjen) Perhubungan Darat melalui Direktorat Sarana Transportasi Jalan menggalakkan normalisasi kendaraan angkut yang melebihi dimensi. Lewat kebijakan ini truk pengangkut barang dengan dimensi yang tidak sesuai Surat Keputusan Rancang Bangun (SKRB) dan Sertifikat Registrasi Uji Tipe (SRUT) tidak dapat beroperasi di jalan.

Dewanto Purnacandra, Kasubdit Uji Tipe Kendaraan Bermotor, Ditjen Sarana dan Transportasi Jalan menjelaskan, pada dasarnya mekanisme normalisasi adalah mengembalikan ke bentuk kendaraan seperti aslinya. Mengembalikan kondisi truk sesuai dengan SKRB yang diterbitkan saat awal kendaraan diproduksi.

“Bisa saja sewaktu beli di karoseri sesuai dengan SKRB. Tetapi mereka ubah lagi di bengkel-bengkel kecil, entah itu menambah panjang atau tinggi bak. Bagi pelanggar yang terjaring, biasanya petugas akan memberi tanda pada bodi kendaraan yang harusnya dipotong dan disesuaikan dengan SKRB,” ujarnya.

Ia menambahkan, agar kembali beroperasi dan usai dinormalisasi sesuai SKRB kendaraan angkutan barang harus kembali membuat SRUT baru. Sebab, kendaraan tersebut kembali dikategorikan baru dan harus melalui uji KIR pertama seperti kendaraan baru. Pihak penguji tidak akan bisa melakukan pengujian jika tidak ada SRUT.

Guna memastikan bahwa kendaraan yang dinormalisasi tidak kembali dimodifikasi, petugas akan kembali periksa isi SRUT dan buku uji saat uji KIR setiap enam bulan sekali. Dewanto mengaku, dalam pelaksanaan normalisasi terdapat ketersediaan SKRB dan SRUT kendaraan yang tidak valid. Sebab banyak ditemui kendaraan overdimensi dan butuh normalisasi merupakan kendaraan tua. Keberadaan SKRB dan SRUT para pelanggar tidak jelas.

Sementara untuk menelusuri asal kendaraan tersebut pihak Kementerian Perhubungan kesulitan. Maka jalan tengahnya SKRB kendaraan sejenis digunakan sebagai panduan. Guna mengatasi hal itu, Direktorat Sarana Transportasi Jalan Ditjen Perhubungan Darat sedang menggodok Peraturan Dirjen mengenai rancang bangun normalisasi.

Pengawasan juga dilakukan melalui 73 jembatan timbang yang dikelola Kementerian Perhubungan di seluruh Indonesia. Beberapa jembatan timbang telah dilengkapi dengan alat pengukur dimensi kendaraan dan petugas bisa sekaligus mengecek SKRB dan SRUT. Tahun ini ada 13 jembatan timbang yang akan dijadikan proyek percontohan dalam menggalakkan program normalisasi.

Selain terus menggalakkan lewat tindakan, Dewanto menjelaskan pihaknya juga melakukan sosialisasi ke semua pihak terkait, seperti perusahaan karoseri dan Agen Pemegang Merek (APM). Hal ini penting mengingat masih banyak konsumen yang berpikir membeli kendaraan bebas membentuk dimensi karoserinya. Lewat APM dan perusahaan karoseri diharapkan pemilik kendaraan mulai teredukasi tentang aturan rancang bangun.



Dewanto Purnacandra

Kasubdit Uji Tipe Kendaraan Bermotor,
Ditjen Sarana dan Transportasi Jalan

Asosiasi Dukung Upaya Pemerintah

Direktorat Sarana Transportasi Jalan Ditjen Perhubungan Darat pernah menemukan beberapa diler truk dengan sengaja memfasilitasi konsumen membuat karoseri tanpa SKRB. Belajar dari kasus tersebut kemudian pihak Kementerian Perhubungan menekan APM agar membina para diler yang bermitra dengannya taat aturan. APM tidak bisa lepas dari tanggung jawab dengan argumen bahwa pihaknya sebagai distributor utama sebatas jual putus dengan diler.

“Mengatasi masalah tersebut, langkah kami kemudian memberikan database SKRB yang ada di seluruh perusahaan karoseri yang terdaftar kepada APM. Data tersebut diteruskan kepada masing-masing diler yang bermitra dengan mereka. Diler diminta oleh APM agar jangan menjual sasis kepada pemesan atau perusahaan karoseri yang belum punya SKRB,” terang Dewanto.

Kalau pun pemilik kendaran tidak membuat karoseri melalui rekanan diler, pihak diler berkewajiban menanyakan konsumen akan membuat karoseri di mana. Jika ternyata perusahaan karoseri yang ditunjuk konsumen tidak memiliki SKRB, diler disarankan memberi rekomendasi perusahaan karoseri lain yang memiliki SKRB.

“Sekarang dengan SKRB yang dianggap mahal. Beberapa perusahaan karoseri yang tidak punya SKRB nekat tetap menerima pesanan. Akhirnya mereka mengakalinya dengan menggunakan SKRB aspal. Atau ada yang jujur belum punya tapi menjanjikan SKRB segera diurus. Cara itu juga *nggak* tepat dan merugikan konsumen,” tuturnya.

Ke depan agar pengurusan SKRB semakin ketat, Dewanto mengatakan, Direktorat Sarana Transportasi Jalan Ditjen Perhubungan Darat akan memberlakukan secara elektronik. Selain bisa mempercepat layanan, langkah ini diklaim dapat meminimalisir adanya SKRB palsu. Sejauh ini perangkat teknologinya sedang dipersiapkan dan ditargetkan paling cepat tahun ini sudah dapat diuji coba.

Sementara itu, di tingkat lokal Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo) DKI Jakarta melalui Ketua Umumnya, Mustajab Susilo Basuki mendukung penuh upaya pemerintah menggalakkan program normalisasi. Pihaknya sendiri di internal organisasi selaku menekankan kepada para anggota agar dalam membuat karoseri baru harus sesuai SKRB.

“Kami maunya pas sesuai dengan SKRB. Kalau tidak sesuai sudah pasti yang punya truk bermasalah di jalan karena kena razia petugas. Sekarang mulailah patuh dengan aturan SKRB yang ada. Aprindo akui dulu memang ada pembiaran dan itu salah. Sekarang mumpung pemerintah tengah giatnya menegakkan aturan, harus didukung. Toh demi kebaikan bersama,” ujarnya.

Hal terpenting, kata Mustadjab, segala upaya pembenahan dari pemerintah harus menyeluruh dan menysasar semua pihak termasuk pemilik barang. Sebab salah satu pangkal dari overdimensi adalah pemilik barang yang secara tidak langsung memaksa pengusaha angkutan melanggar aturan SKRB.

APM Mulai Berperan Serta

Klaim Direktorat Sarana Transportasi Jalan Ditjen Perhubungan Darat tengah giat melakukan sosialisasi tentang pentingnya SKRB dan SRUT benar adanya. PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku authorized distributor kendaraan niaga Mitsubishi Fuso telah melakukan edukasi kepada diler maupun konsumennya tentang aturan rancang bangun karoseri. KTB menyediakan layanan karoseri portal yang dapat diakses melalui website resmi Mitsubishi Fuso Indonesia.

Layanan ini untuk memfasilitasi karoseri-karoseri yang sudah memiliki SKRB untuk bergabung dengan layanan *website* tersebut. "Diler nanti bisa mengarahkan kepada konsumen untuk memilih karoserinya melalui layanan karoseri portal KTB ini. Konsumen bisa memilih ke mana saja harus memilih karoseri yang terdekat dengan domisilinya," jelas Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran KTB.

Perusahaan karoseri yang sudah terdaftar di karoseri portal akan mendapatkan informasi terbaru terkait regulasi pemerintah mengenai rancang bangun kendaraan. Ditambah mereka dapat mengakses gambar teknis dan spesifikasi kendaraan, sertifikat registrasi uji tipe, serta *body builder manual*. Dengan demikian mempermudah perusahaan karoseri saat pembuatan badan karoseri dan dalam pengurusan SKRB.



Mustadjab Susilo Basuki

Ketua Umum
Aprindo DKI Jakarta

Dalam karoseri portal KTB terdapat daftar perusahaan karoseri rekanan yang telah memenuhi standardisasi. Diler dapat menggunakan daftar karoseri tersebut sebagai referensi kepada konsumen melalui profil yang ada di *website*. Semua dapat diakses mudah melalui perangkat baik komputer atau telepon pintar.

New truck brand of MAN and SINOTRUK

Garansi 2 tahun untuk Driveline (engine, transmisi, axle), Free service 2x berikut Oli



C7H 50.430 8x4



C7H 40.390 6x4



SITRAK
www.sitrak.id



Truk Multiaxle BERDAYA ANGKUT BESAR TANPA TAKUT ODOL

Teks & Foto: Antonius Sulistyo

Over dimension-over load (ODOL) masih jadi isu hangat sampai saat ini di bisnis angkutan barang. Terkait penegakan aturan ODOL ini, beberapa agen pemegang merek (APM) truk sudah mempersiapkan varian truk multi-sumbu atau *multi-axle* sebagai senjata untuk menghadapi regulasi ini. "Harapan kami dengan truk *multi-axle* ini supaya bisa mengatasi kalau *customer* ingin beban lebih dalam satu truk, tapi tidak perlu mengubah dimensi truk dan tidak melanggar ketentuan," kata Eddy Subagio, *Head of Product and Engineering* Astra UD Trucks, pemegang hak penjualan UD Trucks segmen *on road* di Indonesia.

Sosok truk *multi-axle* ini umumnya masuk kategori *medium-heavy duty*, seperti Quester CQE 280 Rigid 8x2 dengan *wheelbase* 5,8 meter, yang meluncur perdana pada tahun 2017 lalu. Kemudian ada varian terbaru dari Tata Motors, yakni Tata Prima 3123.T 8x2 dengan *wheelbase* 6,9 meter. "Peluncuran *medium-duty truck* 8x2 ini membidik *market* 6x2. Tentunya kehadiran Tata Prima 3123.T 8x2 yang menyasar segmen logistik ini akan memperluas portofolio kami di pasar kendaraan komersial Indonesia, khususnya untuk kategori truk medium," kata kata Biswadev Sengupta, Presiden Direktur PT Tata Motors Distribusi Indonesia, APM kendaraan Tata Motors di Tanah Air.



Terkait harga antara truk *multi-axle* (8x2) dengan versi 6x2, sering dikaitkan dengan jumlah muatan yang bisa diangkut sekali jalan dengan satu unit kendaraan. "Selisihnya sekitar 20 persen, sekitar Rp 800 jutaan (sasis). Tapi dari sisi muatannya, sebenarnya bisa dapat lebih kalau dibandingkan dengan selisih harganya tadi. Kalau muatannya dari 24 ton kalau pakai 6x2, menjadi 30 ton kalau pakai *multi-axle*, itu selisih kelebihan sekitar 25 persen. Kalau selisih kelebihan harga maksimalnya 20 persen, pengusaha angkutan masih untung sebenarnya. Dari sudut pandang pasar truknya sendiri pasti melihatnya adalah hitung-hitungan seperti ini," ujar Budi Rudianto, CRM and CS Dept. Head Astra UD Trucks.

Soal pemeliharaan kendaraan, menurut Eddy, untuk *maintenance cost* lebih kurang sama dengan model 6x2. "Hanya tambah dua roda, karena sumbu roda kedua yang di depan tanpa gardan atau hanya as roda dengan tambahan mekanis untuk sistem kemudi," ujarnya menambahkan.

Bahkan Tata Motors berani menjamin jika produknya sangat kompetitif dibandingkan truk tronton 6x2, bahkan kom-

petitor sekelasnya sekalipun. "Tata Prima 3123.T 8x2 harganya bermain di kelas truk 6x2, kami lepas untuk harga perdana di angka Rp 775 juta (sasis-on the road Jakarta). Dalam hal ini kami juga ingin menghadirkan kenyamanan dan kemudahan, baik dari sisi nilai bisnis maupun dari sisi kepatuhan terhadap regulasi," kata Biswadev. Ia menjelaskan, kehadiran varian *multi-axle* Tata Prima 3123.T 8x2 di pasar kendaraan komersial Tanah Air diharapkan bisa menjadi pilihan bagi konsumen untuk peremajaan armada dari truk 6x2 ke truk 8x2. Truk ini, katanya, ideal untuk mengangkut kargo bermuatan penuh tanpa melanggar peraturan, dengan harga dan biaya operasi hampir sama dengan truk 6x2.

"Kami akui bahwa segmen truk *multi-axle* ini masih kecil saat ini karena pasarnya sangat *segmented* di Indonesia. Tapi kami yakin, dengan adanya aturan penegakan *overdimension* dan *overload* (ODOL), produk ini diterima oleh pasar Indonesia dengan baik. Tentunya dalam hal ini, selain kami menyediakan produk-produk terbaik, kami selalu mengikuti aturan dari Pemerintah Indonesia dan mendukung segala kebijakan pemerintah, termasuk penegakan pelanggaran ODOL yang kini sedang menjadi isu hangat di kalangan pelaku bisnis angkutan barang Indonesia. Sejauh ini respons pasar cukup baik dan sudah terlihat saat produk ini diluncurkan di GIIAS 2019. Kami berharap, Tata Prima 3123.T 8x2 dapat menjawab kebutuhan pelanggan yang ingin tetap muatannya maksimal tetapi juga tetap mematuhi regulasi di jalan raya," jelas Biswadev.

Sedangkan UD Trucks dengan varian *multi-axle*-nya, Quester CQE 280 Rigid 8x2, cenderung menyasar konsumen yang sudah taat aturan ODOL. "Kami menyasar ke *customer* yang ingin mengikuti regulasi pemerintah, taat aturan. Dengan adanya *multi-axle* ini, muatannya tidak terlalu banyak terdampak sehingga *cost logistic*-nya juga tidak banyak terdampak, tapi secara regulasi mereka mengikuti. Nah, profil *customer* seperti ini yang kami sasar, seperti perusahaan-perusahaan yang sudah *well known*, *brand*-nya sudah *established*, atau perusahaan multinasional yang berpikirnya selalu harus sesuai dengan regulasi yang ada. Pemberi muatan ini sangat tegas kepada transporternya," kata Budi.

Saat ini, menurut Budi, *customer* UD Trucks yang sudah pakai Quester CQE 280 8x2 adalah perusahaan-perusahaan ekspedisi yang menangani kebutuhan angkutan *customer*-nya mereka, seperti Coca-Cola, Danone, Unilever, dan Wings Food. "Sebab kami melakukan *deal*-nya dengan pihak ekspedisinya. *Brand-brand* ini sebagai pemberi muatan punya *mandatory* kepada pihak ekspedisi untuk mengikuti regulasi. Sehingga perusahaan ekspedisi ini mengambil momen untuk menggunakan truk *multi-axle*," ujarnya.

Seperti diketahui, saat ini *customer* Astra UD Trucks yang sudah banyak menggunakan varian Quester CQE 280 8x2, seperti Timur Terang Transindo (sekitar 30 unit), Puninar Logistics sebanyak 22 unit, serta PT Alamui Logistics yang berencana merealisasikan pembelian sebanyak 100 unit untuk melayani Coca-Cola.

Konfigurasi Sumbu & JBI

Wacana penerapan truk *multi-axle* (8x2) sebenarnya terlahir dari isu ODOL, dan pihak Kementerian Perhubungan (Kemenhub) juga mempunyai ide untuk menambah satu *axle* lagi pada kendaraan angkutan barang. Dalam hal ini, beberapa aturan yang terkait di dalamnya, seperti Jumlah Berat yang Diperbolehkan (JBB), yakni berat maksimum kendaraan bermotor berikut muatannya yang diperbolehkan menurut rancangannya sesuai spesifikasi dari pihak manufaktur/produsen kendaraan. Versi APM umumnya menganut istilah GVW (*gross vehicle weight*) atau berat kotor kendaraan.

Sementara Jumlah Berat yang Diizinkan (JBI) adalah berat maksimum kendaraan bermotor berikut muatannya yang diizinkan berdasarkan kelas jalan yang dilalui berdasarkan ketentuan dari Kemenhub. Daya angkut kendaraan berdasarkan JBI ditetapkan dengan formulasi sebagai berikut.



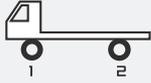
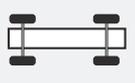
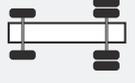
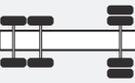
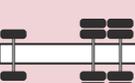
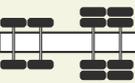
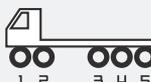
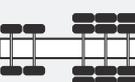
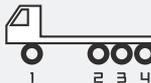
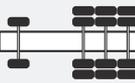
Biswadev Sengupta

Presiden Direktur
Tata Motors Distribusi Indonesia

JBI (kg) - {Berat Kosong Kendaraan (kg) + Berat Orang (kg)}

Sedangkan MST atau Muatan Sumbu Terberat merupakan parameter untuk menghitung bobot masing-masing sumbu kendaraan, terhadap kapasitas daya dukung jalan yang ditentukan oleh Kementerian PUPR. Pihak Kemenhub mengimbau, kelebihan muatan agar tidak terlalu besar dampaknya terhadap kerusakan jalan, harus dihitung berdasarkan JBI bukan JBB/GVW. Berdasarkan analisis Kemenhub, kelebihan muatan jika dihitung terhadap JBB/GVW jika kendaraan dengan merek dan tipe berbeda dengan konfigurasi yang sama beroperasi di kelas jalan yang sama, maka kelebihanannya akan bervariasi sesuai desain pabrikan kendaraan tersebut dan bukan sesuai desain atau daya dukung jalan. (lihat Tabel)

Tabel Konfigurasi Sumbu, Kelas Jalan, MST, JBI

No	KONFIGURASI SUMBU	GAMBAR KONFIGURASI SUMBU		KELAS JALAN	MST MAKSIMAL					JBI	
		Samping	Atas		Sb I	Sb II	Sb III	Sb IV	Sb V	MAX	KETERANGAN
1	1.1			I II	6T 5T	6T 5T	- -	- -	- -	12T 10T	MST<MST MAKSIMAL = KEKUATAN RANCANG SUMBU
2	1.2			I II	6T 6T	10T 8T	- -	- -	- -	16T 14T	MST<MST MAKSIMAL = KEKUATAN RANCANG SUMBU
3	11.2			I II	5T 5T	6T 6T	10T 8T	- -	- -	21T 19T	MST<MST MAKSIMAL = KEKUATAN RANCANG SUMBU
4	1.22			I II	6T 6T	9T 7.5T	9T 7.5T	- -	- -	24T 21T	MST<MST MAKSIMAL = KEKUATAN RANCANG SUMBU
5	1.1.22			I	6T	6T	9T	9T	-	30T	Suspensi Biasa
					6T	7T	10T	10T	-	33T	Sb 2,3,4:Air Bag Suspension
					6T	7T	9T	9T	-	31T	Sb 2 : Air Bag Suspension
				II	6T	7T	7,5T	7,5T	-	27T	Suspensi Biasa
					6T	7T	8T	8T	-	29T	Sb 2,3,4:Air Bag Suspension
					6T	7T	7,5T	7,5T	-	28T	Sb 2 : Air Bag Suspension
6	1.1.222			I	6T	6T	7T	7T	7T	33T	Suspensi biasa
					6T	7T	8T	8T	8T	37T	Sb 2,3,4,5:Air Bag Suspension
					6T	7T	7T	7T	7T	34T	Sb 2 : Air Bag Suspension
				II	6T	6T	6T	6T	6T	30T	Suspensi biasa
					6T	7T	7T	7T	7T	34T	Sb 2,3,4,5:Air Bag Suspension
					6T	7T	6T	6T	6T	31T	Sb 2 : Air Bag Suspension
7	1.222			I	6T	7T	7T	7T	-	27T	Suspensi Biasa
					6T	8T	8T	8T	-	30T	Sb 2,3,4:Air Bag Suspension
				II	6T	6T	6T	6T	-	24T	Suspensi Biasa
					6T	7T	7T	7T	-	27T	Sb 2,3,4:Air Bag Suspension

Secara teknis, Eddy menjelaskan, jika menambah *axle* logikanya bebannya bisa lebih banyak daripada JBI yang didapatkan dari truk model 6x2. Jika menggunakan truk 6x2, maka JBI-nya dari pemerintah seberat 24 ton (dalam boks merah). "Meskipun desain truk kami secara GVW bisa sampai 34 ton, tapi yang diizinkan jalan cuma untuk mengangkut GVW 24 ton. Jadi secara desain memang kami sudah lebih, namun pemerintah cuma mengizinkan GVW 24 ton dengan tiga *axle*. Kalau ditambah satu *axle* di depan, artinya nambah enam ton lagi yang secara GVW akhirnya jadi 30 ton untuk di jalan Kelas I. Begitu dia minta jalan Kelas II, akan diturunkan lagi jadi sekitar 27 ton," ujarnya.

Eddy mengatakan, jika menambah satu *axle* di bagian depan itu seolah bisa menambah beban sampai dengan enam ton lagi. "Secara hitungan daya angkut kalau menggunakan truk 8x2, dua *axle* di belakang masing-masing sembilan ton yang totalnya mampu mengangkut sampai 18 ton, ditambah dua *axle* di depan masing-masing enam ton yang totalnya bisa angkut 12 ton. Jadi totalnya 30 ton karena suspensi kami masih pakai model *spring* biasa secara mekanis, kalau pakai *air suspension* bisa dapat masing-masing 10 ton untuk *axle* belakangnya (dalam boks kuning)," katanya.



LAYANAN PELANGGAN

Inti aktivitas logistik adalah mengelola pergerakan material dan barang. Ada dua sisi yang diperankan logistik, yaitu sisi produksi dan pemasaran. Dari perspektif produksi, peran logistik adalah mengadakan material dari pemasok ke perusahaan untuk memenuhi proses produksi. Peran logistik dari perspektif produksi ini disebut *procurement logistics*. Dari perspektif pemasaran, peran logistik adalah mendistribusikan barang dari perusahaan ke konsumen. Peran logistik seperti ini dikenal dengan istilah *sales logistics*.

Keunggulan dan keberlangsungan perusahaan sangat ditentukan oleh efektivitas perusahaan dalam mengelola logistik. Pelanggan memerlukan produk sesuai kebutuhan fungsi produk yang diinginkan. Fungsi produk dihasilkan dari kegiatan produksi. Umumnya, fungsi produk dapat dipenuhi oleh semua produsen.



PRAKTIK LAYANAN PELANGGAN

Untuk menggambarkan bagaimana peran penting logistik dalam perusahaan, Shigeta memberikan ilustrasi menarik dalam bentuk cerita.

"Dikisahkan seorang perempuan muda bernama Asami Marry ingin membeli kulkas di kawasan perdagangan elektronik Shinjuku. Marry baru tinggal di Tokyo beberapa hari setelah diterima bekerja di *Tokyo Kanshu Center* (TKC) sebagai staf *overseas training service*. Sebelumnya, Marry hidup di perdesaan bersama orang tua dan adiknya di Fukuoka. Marry mulai melengkapi peralatan di kamar apartemennya dengan kulkas. Ia membutuhkan kulkas untuk menyimpan beberapa makanan dan minuman. Oleh karena itu, kulkas dengan fungsi *freezer* yang menjadi tujuan pembeliannya. Sampai di sini, fungsi dari produk tersebut berkaitan dengan proses produksi, yang disebut sebagai *product function*.

Menurut Yasuo Shigeta, salah satu *advisor* pada *Tokyo Logistics Institute*, semua produsen dapat memenuhi fungsi produk sehingga nilai proposisi produk tak lagi ditentukan oleh fungsi produk. Saat ini, keunggulan perusahaan lebih banyak ditentukan oleh pengelolaan dan pelayanan terhadap pelanggan. Menurutnya, persaingan perusahaan telah lama bergeser dari fungsi produk ke fungsi pemasaran dan logistik. Lebih lanjut, ia juga menjelaskan fungsi pemasaran dan logistik.

Fungsi pemasaran melaksanakan analisis pelanggan dan pasar. Perusahaan menggunakan informasi ini untuk mengembangkan produk, memperbaiki kualitas, menentukan strategi harga, kebijakan distribusi, periklanan, dan lain-lain. Dalam konsep manajemen pemasaran, dikenal istilah 4P (*product, price, promotion, dan place*). Sementara fungsi logistik berperan dalam perolehan material sampai proses produksi, penyimpanan produk, dan distribusi.



Zaroni

Head of Consulting Division
Supply Chain Indonesia

"Setelah tiba di toko, Marry menemukan aneka kulkas dengan berbagai merek dan ukuran. Karena sebagian besar fungsi kulkas sama, pilihan merek bukan lagi menjadi satu-satunya faktor penentu. Dalam memutuskan pilihan kulkas, Marry mencari kulkas yang sesuai fungsi kebutuhannya, desain, dan harga. Dari konteks harga, Marry mencari kulkas yang sesuai dengan *budget*-nya, yaitu berkisar JPY60,000 sampai JPY65,000. Dari konteks ukuran, dia ingin kulkas yang tidak terlalu besar, dengan model ramping (*slim*). Setelah menemukan kulkas sesuai ukuran, desain, dan anggaran yang diinginkan, yaitu seharga JPY62,000, Marry mulai mengerucutkan pilihan berdasarkan warna, hijau muda, biru, dan putih.

"Pilihan jatuh pada kulkas berwarna hijau muda dengan merek Hitachi. Mantap dengan pilihannya, Marry memanggil petugas toko untuk membeli kulkas tersebut. Ternyata, setelah dicek, stok kulkas yang ia pilih sedang habis (*out of stock*) dan, setelah ditanyakan ke pihak produsen atau grosir, baru akan tersedia lagi dalam dua minggu ke depan. Marry yang berencana mengundang teman-temannya makan bersama di apartemennya tidak dapat menunggu hingga dua minggu untuk mendapatkan kulkas yang ia inginkan. Sebagai solusi, petugas menawarkan produk dari merek lain, yaitu Panasonic dengan harga JPY58,000. Sekalipun kecewa karena tidak bisa membeli kulkas merek Hitachi, urgensi untuk membeli kulkas membuat Marry tetap membeli kulkas di toko tersebut sesuai anjuran petugas toko, yaitu Panasonic.

"Dari ilustrasi ini, perusahaan Hitachi kehilangan kesempatan besar. Karena ketiadaan stok di pasar, Hitachi gagal mendapatkan pelanggan. Dalam kondisi ini, Hitachi minus satu *point*. Akan tetapi, minus satu *point* yang dialami Hitachi tidak berhenti di sini saja karena, ketika teman-temannya sebanyak tujuh orang jadi bertandang, Marry menceritakan pengalamannya berbelanja kulkas kepada mereka. Sampai di sini, Hitachi tambah *point* minus menjadi tujuh. Apakah potensi kehilangan *point* berhenti sampai di situ? Tidak. Karena era internet semakin memudahkan upaya berbagi informasi, Marry bisa saja menuliskan kekecewaannya melalui blog pribadi, media sosial, maupun situs *web* untuk menuliskan ulasan (*review*) produk yang diterbitkan di internet. Akibatnya, pengguna internet lainnya dapat mengetahui kekurangan Hitachi dalam mengelola stok produknya. Sebaliknya, Panasonic mendapatkan *point* plus atas kondisi ini. Panasonic dinilai bagus dalam mengelola *inventory* produk jadi (*finished goods*).

"Belajar dari contoh kasus ini, dari perspektif fungsi produksi, suatu produk sejatinya sama. Semua produk dirancang dan diproduksi untuk memenuhi fungsional produk yang sama. Demikian juga fungsi pemasaran setiap perusahaan, sejatinya pun, sama. Fungsi pemasaran sama-sama dirancang untuk menjelaskan informasi keunggulan produk sehingga pelanggan tertarik untuk membeli produk. Namun, karena manajemen logistik yang kurang baik, utamanya dalam pengendalian stok produk, perusahaan bisa kehilangan profit dan kesempatan penjualan. Perusahaan tak hanya kehilangan penjualan dan profit saat ini, tetapi juga berpotensi kehilangan kesempatan penjualan di masa mendatang. Hanya dengan manajemen stok saja, di mata pelanggan, Hitachi dan Panasonic berbeda, yang berakibat pada kesenjangan *sales*. Kehabisan stok hanyalah *problem* permukaan, kemungkinan perencanaan produksi yang kurang cermat, dan pasokan material dari *supplier* yang kurang tepat," pungkas Shigeta.

PERAN LOGISTIK

Bisa menyediakan produk pada saat dibutuhkan konsumen dengan tepat kuantitas, tepat kualitas, tepat harga, tepat impresi, tepat lokasi tujuan, dan tepat waktu merupakan beberapa fungsi dan misi layanan logistik. Sejatinya, layanan logistik yang diberikan kepada pelanggan berdampak langsung bagi omset penjualan perusahaan.

Meminjam ilustrasi sebelumnya, peran logistik tak hanya berhenti pada saat pembelian produk di toko. Peran logistik berlanjut pada pengantaran produk. Sering kali, produk berukuran besar, seperti kulkas, diantarkan ke lokasi konsumen melalui layanan antar produk setelah pembelian diselesaikan. Apakah pengantaran yang dijanjikan tepat waktu? Apakah hanya layanan pengantaran? Apakah perusahaan memberikan nilai tambah kepada pelanggan berupa pemasangan dan *training* singkat cara pengoperasian kulkas? Apa yang terjadi jika layanan produk terlambat? Kondisi pengantaran produk yang jelek akan berdampak pada penjualan (*sales*). Ini pun menjadi tugas logistik.

Shigeta menambahkan bahwa tujuan dan misi logistik selengkapya adalah (1) menawarkan layanan pelanggan dengan mengetahui kebutuhan pembelian pelanggan, (2) meningkatkan efisiensi kerja dengan membentuk *logistics network* dan mempersingkat *throughput time*, (3) meningkatkan daya saing perusahaan melalui pembentukan dan pengelolaan sistem kerja yang efektif, dan (4) memenuhi *corporate social responsibility* yang mempertimbangkan dampak lingkungan.

Begitu strategis dan kompleksnya peran logistik bagi pelayanan pelanggan sekaligus kelangsungan hidup perusahaan membuat upaya untuk memahami dan mengimplikasinya dengan sebaik mungkin menjadi keharusan.



LEADER INTERVIEW

DULJATMONO

Duljatmono

Perkuat Segmen MDT Lewat Fighter

TEKS: Abdul Wachid / FOTO: KTB

Duljatmono

Direktur Penjualan & Pemasaran
PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku agen pemegang merek Mitsubishi Fuso pada gelaran Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2019 kembali meluncurkan enam varian baru Fighter. Keenam varian yang dimaksud di antaranya, FM 65 FM (4x2), FM 65 FM Higer (4x2), FM 65FSL (4x2), FM 65 FSL Higer (4x2), FN 61 FL (6x2) dan FN 62FL HD (6x4).

Semua varian tersebut melengkapi sembilan varian sebelumnya yang telah diluncurkan pada Januari lalu. KTB meyakini semakin lengkapnya varian Mitsubishi Fuso Fighter dapat memperkuat segmen *Medium Duty Truck* (MDT). Apalagi memiliki beragam dimensi sasis mulai dari panjang, medium hingga super-panjang, membuatnya mampu mengangkut muatan 16 ton sampai 26 ton.

Tak hanya dari nilai produk, KTB pun memperkuat dari sisi purnajual dengan jaringan 229 dealer, 14 *Truck Center* 24 jam, dan lima ribu toko suku cadang. Dari sisi teknologi, seluruh kendaraan Mitsubishi Fuso kini dilengkapi dengan *Runner Telematics System* sehingga membantu konsumen dalam menerapkan *fleet management* di perusahaannya.

Sampai dengan Januari - Juli 2019 pangsa pasar Mitsubishi Fuso untuk kelas kendaraan niaga mencapai 44,2 persen. Bagaimana cara KTB memperbesar pangsa pasar Mitsubishi Fuso melalui produk Fighter? Gambaran pasar dan karakteristik konsumen pada segmen *Medium Duty Truck* seperti apa? Berikut wawancara eksklusif *TruckMagz* bersama Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors.

Mengapa KTB setahun terakhir gencar promosi Mitsubishi Fuso Fighter?

Kami ingin menjaga posisi sebagai *market leader*. Untuk menjaga itu tentu KTB harus mempunyai aktivitas atau strategi dari sisi produk maupun layanan kepada konsumen. Momentum pameran seperti GIIAS 2019 kami jadikan wadah untuk menunjukkan produk terbaru kami dengan varian yang lebih lengkap, khususnya di kelas MDT (*Medium Duty Truck*).

Yang kini kami fokus angkat Mitsubishi Fuso Fighter. Setelah awal tahun ini meluncurkan sembilan varian produk, sekarang ditambah enam varian tambahan. Perbedaannya, untuk varian produk sekarang secara spesifikasi dimensinya lebih luas baik yang 4x2, 6x2 atau 6x4. Mudah-mudahan konsumen Indonesia punya pilihan yang lebih leluasa sesuai *core business* yang mereka kembangkan.



Sejauh ini pasca-hadirnya Mitsubishi Fuso Fighter, apakah *market share* di kelas MDT meningkat?

Pasar MDT kami memang tidak sekuat dengan LDT (*Light Duty Truck*) sebagai *market leader*. Memang secara *total market* Mitsubishi Fuso nomor satu, hanya kontribusi terbesarnya dari produk LDT lewat Colt Diesel sekitar 56 persen. Sedangkan produk MDT kami secara *market share* masih di bawah 20 persen pada tahun lalu.

Atas dasar itu, lewat Fighter produk kelas MDT ini ingin kami perkuat, meski sudah ada produk sebelumnya. Sampai dengan per Juni 2019 *market share* kelas MDT menjadi 22 persen, artinya naik 3 persen. Ini patut kami syukuri dan ingin KTB teruskan.

Gambaran kondisi pasar kendaraan niaga di segmen MDT secara nasional seperti apa?

Secara nasional pasar kendaraan niaga masih didominasi kelas LDT yang mencapai 68 persen, sementara MDT 25 persen, sisanya HDT tujuh persen. Sebelumnya sekitar tiga tahun lalu MDT tidak sampai di angka tersebut, masih di bawah 20 persen. Fakta ini menandakan ada pergeseran dari LDT ke MDT, jadi permintaannya bertumbuh. Kami pun melihat peluang itu dan sekarang coba dimanfaatkan dengan memunculkan varian-varian baru Fuso Fighter.

Lewat Mitsubishi Fuso Fighter industri apa saja yang ingin disasar?

Total varian Fuso Fighter yang ada menysasar semua sektor industri. Misal untuk industri dengan muatan dan medan berat seperti tambang dan perkebunan bisa memakai FN 62FL HD (6x4). Kalau untuk muatan lebih ringan di jalan yang rata bisa menggunakan FN 61 FL (6x2). Dengan kondisi ekonomi saat ini, kami yakin produk MDT kami bisa memenuhi kebutuhan pasar konstruksi dan logistik yang tengah tumbuh.

Terutama sektor logistik yang tak pernah berkurang memberi kontribusi kepada pasar kendaraan niaga lebih dari 50 persen. Hanya saja memang untuk saat ini secara permintaan yang lagi meningkat pesat adalah sektor infrastruktur. Seperti pembangunan jalan tol, pelabuhan, bandara, dan fasilitas publik lainnya. Hal itu tidak didominasi di Pulau Jawa saja, karena pembangunan juga terjadi di Sumatera dan kawasan lainnya.



Secara spesifikasi teknis dan fitur, apa kelebihan Mitsubishi Fuso Fighter?

Secara teknis dan spesifikasi, kehadiran Mitsubishi Fuso Fighter memberikan pilihan ke konsumen terhadap produk truk bertenaga besar. Dulu kami punya produk bertenaga 220 PS, sekarang sudah ada yang 240 PS sampai 270 PS. Spesifikasi daya angkutnya pun beragam, lebih panjang dan luas daripada sebelumnya.

Dari sisi kabin juga lebih nyaman. Mulai dari luas kabinnya yang lebih lega, ada ruang-ruang penyimpanan yang bisa dimanfaatkan pengemudi untuk jarak jauh. Segala fitur yang ada di dashbor truk akan mudah dioperasikan pengemudi. Dari semua itu, yang paling diapresiasi adalah *seat air suspension*, yang biasanya ada di bus penumpang. Fitur itu membuat sangat nyaman. Itu yang membedakan dengan produk lama.

Apa benar fitur yang ada dalam Mitsubishi Fuso Fighter juga mengakomodir kebutuhan pengemudi?

Pengusaha ketika membeli truk pasti melihat sisi ekonominya, seperti kapasitas angkut lebih besar dan efisiensi bahan bakar. Tapi tren tiga tahun terakhir kami melihat pengemudi itu menginginkan kendaraan yang nyaman terutama untuk truk besar. Karena mereka biasanya menempuh jarak yang jauh, kalau mereka tidak nyaman akan mudah lelah. Akhirnya kami mengakomodasi kebutuhan itu.

Suka tidak suka pengemudi kadang menentukan bagi perusahaan truk mana yang cocok bagi mereka. Sebab pengemudi yang lebih tahu dan mereka yang menggunakan. Jadi tren sekarang memang APM membuat produk tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pemilik truk, tapi juga untuk memenuhi kebutuhan pengemudi.

Penggunaan atau program biodiesel yang tengah digagas pemerintah apa sudah diantisipasi oleh KTB?

Semua produk kami *compliance* dengan program Biodiesel 20 atau Biodiesel 30 milik pemerintah. Khusus Fighter kami lengkapi dengan *double fuel filter*, karena penggunaan bahan bakar B20 sangat berpengaruh komponen tersebut. Dengan adanya *double fuel filter* pergantian filter yang harusnya lebih cepat bisa dipepanjang. Sehingga biaya perawatan menjadi lebih hemat. Kalau tidak pakai itu ada kemungkinan lebih cepat pengantiannya.

Yang diharapkan KTB terkait gaya mengemudi setelah munculnya Mitsubishi Fuso Fighter?

Driving manner akan berubah seperti semakin mengontrol konsumsi bahan bakar. Karena mereka harus menyesuaikan dengan spesifikasi kendaraan Euro 3. Ketika gaya mengemudi masih dipakai justru target efisiensi bahan bakar tidak tercapai. Misalnya bagaimana masukan gigi di tanjakan, idealnya gigi berapa satu atau gigi dua. Pengemudi harus tahu betul produk baru yang mereka pakai.

Makanya, KTB juga menyiapkan *driving clinic* kepada pengemudi-pengemudi. Supaya gaya mengemudi lama bisa berubah. Dulu pernah terjadi waktu meluncurkan produk baru Colt Diesel yang punya keunggulan efisiensi bahan bakar, tapi di pasaran banyak pengemudi komplain. Mereka komplain konsumsi bahan bakar produk baru tersebut boros.

Setelah kami adakan *driving clinic* ternyata penyebabnya cara mengemudi mereka masih dengan gaya lama. Mereka juga mendapatkan efisiensi bahan bakar yang seharusnya, tadinya cuma 1:3 sekarang 1:6.

Selain *driving clinic*, apalagi yang diberikan ke pengemudi?

Ada lagi *mechanic training* dan *maintenance training*. Ketiganya kami berikan kepada konsumen terutama perusahaan yang memiliki armada banyak. Yang memberikan *training* bisa dari KTB, bisa juga dari masing-masing diler. Untuk *mechanic training* dikhususkan bagi *customer* yang sudah memiliki bengkel sendiri.

Bagaimana dengan layanan purnajualnya?

Tentu KTB memiliki *after sales service*, kami menyiapkan 14 Truck Center yang tersebar di seluruh Indonesia dan buka 24 jam. Istilahnya *zero down time*, namanya truk kan *nggak* boleh berhenti beroperasi karena dia harus kerja terus. Jadi lewat Truck Center, kendaraan yang masuk bengkel pagi sudah bisa digunakan lagi sore harinya.

Untuk memperkuat *after sales service*, kami juga mempunyai 107 *mobile workshop* yang hampir dimiliki semua diler KTB. Ini untuk *cover area* layanan yang tidak terjangkau atau jauh dari diler dan Truck Center. Cara mendapatkan layanan ini, pemilik truk nanti tinggal telepon ke diler untuk meminta jadwal perbaikan.

Kami juga punya program *fleet workshop*, menstandarkan bengkel-bengkel milik *customer* sesuai dengan standar KTB. Program ini menyasar ke perusahaan-perusahaan besar yang memiliki bengkel dan armada banyak. Setelah dilakukan standarisasi, bengkel tersebut tetap hanya mengelola armadanya sendiri termasuk *sparepart* juga kami kasih kemudahan dan beberapa kami tawarkan konsinyasi *sparepart*.

Apa target bisnis KTB ke depan?

Jangka pendek tahunan, KTB menargetkan ingin mempertahankan posisi Mitsubishi Fuso sebagai *market leader*. Kemudian, memperbaiki atau minimal mempertahankan *market share* dengan target *market share* 45 persen. Secara jangka panjang KTB ke depan menginginkannya bisa mencapai *market share* 50 persen.



Fuso Fighter Perkuat Pasar Indonesia sebagai *Partner Bisnis Profesional*



PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi kendaraan niaga Mitsubishi Fuso Indonesia, meluncurkan enam varian baru Fighter pada ajang GAIKINDO Indonesia International Auto Show 2019 yang berlokasi di ICE BSD Tangerang pada 18 – 28 Juli 2019.

Pada bulan Januari 2019 lalu, sembilan varian Fighter berhasil diluncurkan, dan saat ini enam varian baru kembali dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan pasar Indonesia. Kelanjutan dari peluncuran produk Fighter kali ini merupakan komitmen KTB dalam memperkuat segmen Medium Duty Truck (MDT), serta upaya KTB dalam menyediakan variasi pilihan produk yang beragam dalam memenuhi kebutuhan bisnis konsumen.

Enam varian baru yang diluncurkan yaitu: FM 65FM (4x2), FM 65 FM Higeat (4x2), FM 65FSL (4x2), FM 65 FSL Higeat (4x2), FN 61 FL (6x2), FN 62FL HD (6x4). Varian baru ini memiliki variasi chassis panjang, medium, hingga super panjang, dapat mengangkut lebih banyak muatan dengan GVW mulai dari 16 hingga 26 ton. Dengan varian panjang chassis 6.6 m hingga 9.8 m, serta wheel base dari 5 m hingga 7.1 m memungkinkan konsumen membawa kapasitas lebih banyak dalam sekali angkut.

Fighter merupakan lineup terbaru dari Mitsubishi Fuso yang merupakan hasil pengembangan dari para engineer MFTBC dalam memenuhi standarisasi industri di Indonesia. Produk ini memiliki desain berkualitas, telah teruji performa dan ketangguhannya, serta ramah lingkungan.

Fighter hadir dengan ruang kabin lebih besar, desain aerodinamis serta air suspension seat untuk mengurangi kebisingan dan getaran. Penglihatan pengemudi semakin jelas dengan kaca depan panoramic serta lampu sudut yang dapat meningkatkan keamanan di jalan.

President Director PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors Atsushi Kurita mengatakan keenam varian Fighter akan meningkatkan nilai profesional dalam mendukung bisnis konsumen untuk sukses. Kehadiran Fighter diharapkan dapat meningkatkan kontribusi Mitsubishi Fuso terhadap perekonomian dan pembangunan Indonesia.

Kurita menambahkan bahwa gencarnya pembangunan ekonomi dan infrastruktur di Indonesia mendorong KTB untuk menciptakan kendaraan niaga yang lebih efektif dan efisien untuk segala kebutuhan bisnis dalam mendukung kegiatan ekonomi di berbagai industri.

"Kami melihat hal ini sebagai kesempatan bagi Mitsubishi Fuso untuk mengambil peran nyata dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Mitsubishi Fuso menyediakan enam varian baru Fighter, tidak hanya untuk menyesuaikan pertumbuhan infrastruktur, tetapi juga untuk pembangunan Indonesia di segala sektor," kata Kurita.

Saat ini Mitsubishi Fuso diperkuat oleh jaringan terluas dan terlengkap: 229 dealer, 14 Truck Center 24 Jam, serta lebih dari 5,000 toko suku cadang. Untuk sistem manajemen fleet, seluruh truk Mitsubishi Fuso dilengkapi dengan Runner Telematics System sebagai fitur standar. Semua dapat dipantau dengan mudah hanya dengan satu klik pada computer, laptop, tablet, dan mobile phone kapanpun dan dimanapun.

Pangsa pasar Mitsubishi Fuso selama Januari-Juli 2019 sebesar 44.2%, masih bertahan sebagai pemimpin pasar yang tak terkalahkan selama 49 tahun berturut-turut. Mitsubishi Fuso akan mendukung penuh pemerintah serta masyarakat Indonesia, sebagai kendaraan transportasi yang menggerakkan ekonomi dan pembangunan.

Mitsubishi Fuso, your Professional Business Partner



www.nacvshow.com

North American Commercial Vehicle Show

October 28-31, 2019
Georgia World Congress Center
Atlanta, Georgia USA



www.ccv.s.asia

China Commercial Vehicles Show

November 1-4, 2019
Wuhan International Expo Center, China



www.truckworld.ca

Truck World – Canada’s National Truck Show

April 16-18, 2020
International Centre, Toronto (Mississauga)



www.iaa.de

IAA Commercial Vehicles

September 24-30, 2019
Hannover Exhibition Center
Authorized Representative of IAA China
Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd.

Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd.

Contact: Jessie Cao / Mary Li / Frank Hu / Craig Luo

Tel: +86-21-50456700-243/257/245/451

Fax: +86-21-50459355

E-mail: jessie.cao@hmf-china.com

mary.li@hmf-china.com

frank.hu@hmf-china.com

craig.luo@hmf-china.com



Data Gaikindo

Diolah oleh: Antonius Sulisty

Wholesales Pick Up (Light Commercial Vehicle/LCV GVW < 5 ton)

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	SUZUKI	27,137	37.39%
2	DAIHATSU	20,266	27.92%
3	MITSUBISHI MOTORS	18,633	25.67%
4	ISUZU	3,543	4.88%
5	TOYOTA	1,659	2.29%
6	DFSK	936	1.29%
7	TATA MOTORS	258	0.36%
8	CHEVROLET	113	0.16%
9	HYUNDAI	41	0.06%
TOTAL PENJUALAN		72,586	100.00%

Wholesales Double Cabin (Light Commercial Vehicle/LCV GVW < 5 ton)

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI MOTORS	3,768	52.38%
2	TOYOTA	3,000	41.71%
3	NISSAN	290	4.03%
4	ISUZU	134	1.86%
5	MAZDA	1	0.01%
TOTAL PENJUALAN		7,193	100.00%

Wholesales Light-Duty Truck / GVW 5-10 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	19,036	56.39%
2	ISUZU	7,289	21.59%
3	HINO	6,843	20.27%
4	TOYOTA	538	1.59%
5	TATA MOTORS	48	0.14%
6	FAW	4	0.01%
TOTAL PENJUALAN		33,758	100.00%

Wholesales Medium-Duty Truck / GVW 10-24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	1,551	38.6%
2	HINO	1,295	32.2%
3	ISUZU	1,056	26.3%
4	UD TRUCKS	114	2.8%
5	FAW	2	0.0%
TOTAL PENJUALAN		4,018	100.00%

Wholesales Heavy-Duty Truck / GVW >24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	7,179	64.7%
2	MITSUBISHI FUSO	1,441	13.0%
3	UD TRUCKS	1,315	11.9%
4	ISUZU	601	5.4%
5	SCANIA	312	2.8%
6	FAW	137	1.2%
7	TATA MOTORS	90	0.8%
8	MAN TRUCK	20	0.2%
TOTAL PENJUALAN		11,095	100.00%

PRODUKSI PICKUP, DOUBLE CABIN, DAN TRUK DI INDONESIA TAHUN 2019

NO	KATEGORI	BULAN							TOTAL PRODUKSI
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	12,665	6,730	15,163	10,318	10,894	6,941	13,849	76,560
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	-	-	-	-	-	-	-	-
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	7,126	7,076	6,844	5,030	4,366	3,344	5,306	39,092
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	675	947	749	723	591	431	607	4,723
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	2,533	2,022	1,805	1,344	1,202	830	1,432	11,168
	TOTAL PRODUKSI	22,999	16,775	24,561	17,415	17,053	11,546	21,194	131,543

WHOLESALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-JUNI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI-JULI 2019	JANUARI-JULI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	72,586	79,433	(6,847)	-9%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	7,193	9,414	(2,221)	-24%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	33,758	43,711	(9,953)	-23%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	4,018	3,704	314	8%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	11,095	16,685	(5,590)	-34%

RETAIL SALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-JUNI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI-JULI 2019	JANUARI-JULI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	73,281	75,833	(2,552)	-3%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	7,477	8,411	(934)	-11%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	33,187	40,003	(6,816)	-17%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	3,868	3,964	(96)	-2%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	11,031	16,327	(5,296)	-32%

PRODUKSI BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-JUNI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI-JULI 2019	JANUARI-JULI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	76,560	93,602	(17,042)	-18%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	-	-	-	0%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	39,092	49,207	(10,115)	-21%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	4,723	5,427	(704)	-13%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	11,168	15,072	(3,904)	-26%



FAW JH 6 Sasar Angkutan Logistik Kapasitas Besar

Teks: Antonius Sulistyio. / Ilustrasi Foto : FAW JH 6



PT Gaya Makmur Mobil (GMM), agen pemegang merek First Automobile Work (FAW) di Tanah Air, resmi memperkenalkan varian terbarunya, FAW JH 6, beberapa waktu lalu. Direktur Utama GMM, Bugie Laksmiana mengatakan, seluruh varian FAW saat ini telah mengadopsi teknologi otomotif dari Eropa, Amerika, dan Jepang, serta menggunakan produk-produk komponen terkenal di dunia.

"Truk ini sebenarnya mengusung teknologi Euro V dan dengan Euro V ini tentunya harus menyesuaikan posisi dan lokasi yang

kira-kira bisa mendapatkan *support* yang terbaik untuk Euro V, seperti bahan bakar. Jadi saat ini kalau dikaitkan dengan bahan bakar, konsumen yang bisa beli banyak ada di daerah tambang," kata Bugie. Saat ini, lanjutnya, pihak GMM sedang melakukan uji coba. "Teknologi Euro V ini akan sedikit disesuaikan dan dicoba lebih dulu supaya bisa masuk di Euro IV, jadi cocok dipakai di sini termasuk untuk pemakaian solar B30," ujarnya.

Bugie menjelaskan, untuk *market positioning*, FAW JH 6 akan masuk ke pasar truk Eropa karena produk ini tidak mungkin dibandingkan secara *direct-to-direct* dengan *Japanese products* mengingat FAW kiblatnya adalah *European trucks*. "Memang di Indonesia, produk Jepang sudah mengakar cukup lama sehingga kompetisi kami ada di tengah, antara produk Eropa dan Jepang. Dalam hal ini kami tidak bicara *price*, namun secara *capacity* harusnya lebih kompetitif dengan produk Eropa, kalau bicara *price* strateginya akan berbeda," katanya.

Model JH 6 yang diperkenalkan ini adalah *tractor head* 6x4 dan diimpor utuh (*completely build up/CBU*) dari Cina. Saat ini, kata Bugie, varian ini lebih menasar segmen *on-road* dengan GCW 150 ton untuk kebutuhan angkutan logistik kapasitas besar. "Harapannya tahun ini mudah-mudahan kalau bisa terjual sekitar 50 unit sudah luar biasa, karena model ini mengadopsi teknologi Euro V sehingga kebutuhan *fuel* ini yang akan luar biasa menjadi salah satu *handicap*-nya nanti," kata Bugie.

UD Trucks Tawarkan Otomatisasi Dalam Smart Logistics

Teks&Foto: Antonius Sulistyio

UD Trucks telah mencatatkan sejarah dalam hal inovasi teknologi kendaraan komersial lebih dari 80 tahun di Jepang, dan punya sejarah panjang di Indonesia lebih dari 30 tahun. Jika bicara sejarah dalam hal inovasi teknologi kendaraan, sejak tahun 1935, UD Trucks tercatat sebagai produsen truk 10 ton pertama di Jepang melalui varian truk 6TW, dan menciptakan sistem SCR Urea pertama di dunia pada varian Quon untuk pasar domestik Jepang serta pasar Asia dan Australia.

"Jika berbicara tentang inovasi, kami memiliki dua perhatian utama. Pertama dari sisi pengemudi dengan menghadirkan mesin kelas dunia kepada pelanggan, yang tentunya dapat diterapkan oleh pelanggan kami di Indonesia, seperti yang kami hadirkan dalam varian Quester dengan mesin yang sangat kuat. Perhatian kedua kami adalah tentang layanan purnajual UD Trucks, contohnya seperti produk layanan telematik di Indonesia dan juga layanan bengkel bergerak (*mobile workshop*) untuk perbaikan truk pelanggan," kata Nobuhiko Kishi, *Vice President Technology* UD Trucks Corporation, Jepang.

Namun jika berbicara tentang masa depan kendaraan komersial dan industri logistik, menurut Kishi, terdapat beberapa tantangan utama yang harus dihadapi dalam masyarakat menjelang tahun 2030 mendatang. "Dunia saat ini dihadapi dengan berbagai tantangan, seperti pertumbuhan volume pengiriman barang dari dampak tumbuhnya *e-commerce* yang begitu pesat. Kemudian isu besar terkait langkah aktif dalam mengurangi emisi CO2, serta ketersediaan tenaga sopir yang semakin berkurang saat ini. Kondisi-kondisi ini yang akhirnya menciptakan *roadmap* inovasi UD," ujarnya.



KTB Sosialisasi Karoseri Portal untuk Cegah Praktik ODOL

Teks: Antonius Sulistyó • Ilustrasi Foto: Karoseri Portal KTB



Dalam rangka mendukung penegakan hukum terhadap praktik truk *overdimension* dan *overload* (ODOL), PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku distributor truk Mitsubishi Fuso menyediakan kanal baru bernama Karoseri Portal. Kanal ini dikembangkan KTB untuk meningkatkan kerja sama antara KTB, diler, dan perusahaan karoseri dengan akses yang mudah melalui website www.ktbfuso.co.id/karoseriportal.

Melalui Karoseri Portal, KTB berharap dapat mempermudah perusahaan karoseri mendapatkan Sertifikat Registrasi Uji Tipe (SRUT) dalam proses pembuatan rancang bangun kendaraan, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen namun tetap patuh pada standarisasi dan spesifikasi kendaraan serta peraturan yang berlaku. "Sehubungan dengan *law enforcement* dari pemerintah terkait ODOL, karoseri harus punya syarat SKRB (Surat Keputusan Rancang Bangun) untuk membuat bodi truk supaya bisa mendapatkan SRUT," kata Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran KTB.

Menurut Duljatmono, perusahaan karoseri yang sudah dipercaya oleh konsumen Mitsubishi Fuso umumnya sudah memiliki SKRB. "Saat ini KTB bersama dengan pemerintah (Kemenuh) sedang berkoordinasi dengan karoseri-karoseri, untuk bekerja sama dengan meng-endorse karoseri-karoseri ini untuk mempunyai SKRB," ujarnya. Melalui Karoseri Portal, kata Duljatmono, KTB akan memberikan daftar perusahaan karoseri rekanan yang telah memenuhi standarisasi. Sehingga diler dapat menggunakan daftar karoseri tersebut sebagai referensi kepada konsumen.

"Karoseri Portal dibentuk sebagai komitmen KTB untuk mempermudah perusahaan karoseri dalam pengajuan rancang bangun kepada Kementerian Perhubungan. Karena kebutuhan bisnis konsumen akan bentuk *rear body* berbeda-beda, maka perusahaan karoseri membutuhkan dokumen rancang bangun yang juga berbeda-beda. Melalui Karoseri Portal, nantinya perusahaan karoseri akan mendapat *body builder manual*, spesifikasi produk mana yang sesuai dengan karoseri yang akan dibentuk, serta informasi regulasi terkait rancang bangun," kata Dony Hermawan, *Head of PR & CSR* KTB.



Kishi mengatakan, untuk menjawab tantangan dalam industri logistik menjelang tahun 2030 mendatang, UD Trucks memberikan sebuah solusi dengan menghadirkan inovasi *smart logistics* (logistik cerdas) untuk memenuhi kebutuhan para pelaku industri logistik pada masa depan. "UD Trucks memandang bahwa logistik merupakan aspek vital dan sumber kehidupan bagi masyarakat. Oleh karena itu, UD Trucks mengumumkan *roadmap* inovasi melalui UD Trucks Fujin & Raijin sebagai visi 2030. Fujin dimaknai sebagai otomatisasi dan Raijin bermakna elektromobilitas," katanya.

Inovasi ini, lanjut Kishi, memiliki tujuan untuk memberikan berbagai solusi untuk logistik cerdas, terutama pada truk yang sepenuhnya listrik dan truk otonom menuju tahun 2030. "Fokus kami adalah otomatisasi di area terbatas dan otomatisasi *on-road*. Otomatisasi di area terbatas, seperti untuk transportasi di area tambang dan di pelabuhan. Sedangkan otomatisasi *on-road*, seperti *truck platooning* sebagai solusi terkait isu keterbatasan sumber daya sopir, keamanan dan produktivitas, serta untuk keberlangsungan proyek nasional. Pada tahun 2018, kami mulai mendemonstrasikan inovasi ini. Pada tahun 2019, kami melakukan uji coba pada kondisi sebenarnya. Untuk pengoperasiannya sendiri akan dilakukan mulai tahun 2020. Tahap komersialisasinya akan dilakukan pada 2020 sampai 2030," kata pria yang berkantor di Ageo, Saitama, Jepang ini.



BG Diesel Fuel Conditioner

MENCEGAH BAHAN BAKAR BASI

Teks: Abdul Wachid / Foto: BG Indonesia

Tren kendaraan niaga bermesin *common rail* telah merambah sampai segmen truk ringan. *Common rail* merupakan sistem yang mengelola dan menyempotkan bahan bakar ke dalam jantung mekanis diesel. Teknologi ini memiliki keunggulan dibanding mesin diesel konvensional. Beberapa keunggulannya adalah konsumsi bahan bakar lebih efisien dan rendah emisi.

Sayangnya, meski telah menggunakan mesin diesel modern pada umumnya pemilik armada masih mengonsumsi bahan bakar bermutu rendah. Kebiasaan ini justru menghilangkan fungsi dari *common rail*, sebab bahan bakar berkualitas rendah tersebut membuat saluran bahan bakar menjadi kotor. Jika dibiarkan terus-menerus akan meninggalkan deposit pada ruang bakar yang kemudian berdampak pada turunnya performa kendaraan.

Kini telah ada suplemen khusus yang mampu mengatasi masalah tersebut, salah satunya adalah BG Diesel Fuel Conditioner (BG DFC). "Produk ini merupakan suplemen aditif yang sangat ekonomis untuk diesel berteknologi *common rail*. Suplemen ini akan membersihkan deposit dalam saluran bahan bakar dan mencegah terbentuknya deposit tersebut," ujar Judi Pangestu, Direktur BG Indonesia.



la menambahkan, produknya juga mampu meningkatkan lubrikasi untuk *low sulfur diesel fuel*, mencegah suara kasar dan keausan *injection pump*, mampu mengurangi emisi gas buang, meningkatkan penghematan bahan bakar, memproteksi terhadap karat dan menghambat bahan bakar menjadi basi ketika kendaraan jarang digunakan.

"Aman untuk oksigen sensor dan kalitik converter. Satu botol suplemen senilai 177 mililiter cukup digunakan untuk 420 sampai 470 liter bahan bakar. Produk ini cocok dan juga berguna untuk kendaraan atau armada diesel yang jarang digunakan," ucapnya.

Castrol GTX Diesel

MENJAGA PERFORMA MESIN STABIL

Teks: Abdul Wachid / Foto: Castrol

Pemilihan pelumas yang tepat pada truk sangat penting demi efisiensi dan keawetan armada. Pada umumnya sebuah pelumas harus memiliki daya pembersih yang baik untuk menjaga performa mesin, mampu mengurangi pembentukan tumpukan kotoran yang membentuk jelaga pada mesin, dan membantu mencegah pelumas menjadi kental sehingga pelumas akan tetap mengalir dengan bebas.

Selain itu pelumas perlu memiliki perlindungan terhadap keausan yang luar biasa pada mesin diesel. "Untuk pemakaian truk, kami punya Castrol GTX Diesel. Oli ini didesain untuk mesin-mesin truk terbaru. Mampu melindungi terhadap masalah-masalah mesin diesel seperti kotoran dari hasil pembakaran yang dihadapi mesin setiap harinya," kata Deananda Sudjiono, *Country Marketing Manager* PT Castrol Indonesia.



Castrol GTX Diesel diklaim cocok untuk segala jenis *intercooled, turbocharger*, dan mesin diesel terbaru lainnya. Oli ini memiliki level performa SAE 15W40 dan API CH-4. Pelumas ini diyakini cocok digunakan pada situasi berkendara lalu lintas padat terlebih jika mutu bahan bakar yang dikonsumsi rendah serta kondisi cuaca buruk.

"Apalagi pergantian oli yang melampaui intervalnya dapat menyebabkan terbentuknya bahan yang pekat seperti tar yang disebut lumpur mesin. Jika tidak ditangani akan mengurangi tenaga mesin atau memperpendek umur mesin. Oli ini bisa mencegah terjadinya kemungkinan-kemungkinan buruk itu," tambahnya.

Logisly

MUATAN TERKIRIM, DUA HARI LANGSUNG DIBAYAR

Teks: Abdul Wachid / Foto: Abdul Wachid

Satu lagi perusahaan *trucking* berbasis *platform* digital meramaikan pasar logistik dalam negeri, yaitu Logisly. Beroperasi sejak April 2019 dan telah mengelola lebih dari 5.000 truk, Logisly menjanjikan dapat memperbaiki *cash flow* mitranya dengan sistem pembayaran tanpa termin bulanan. Logisly akan membayarkan langsung ke pihak mitra maksimal dua hari setelah transaksi atau pengiriman selesai.

"Dengan jejaring transportir kami yang selalu bertambah dan teknologi kami, kami bukan hanya memastikan ketersediaan truk, tapi *shipper* bisa ke kami sebagai *one stop shop* untuk segala jenis muatan, mulai dari truk kecil seperti van atau engkel, sampai dengan truk trailer atau *wingbox*, atau pun tronton bak terbuka, *flatbed* atau *reefer*," ucap Roolin Njotosetiadi, CEO Logisly.

Meski belum setengah tahun beroperasi, Logisly mengklaim teknologi yang ditawarkan telah matang dan telah teruji saat menangani lonjakan permintaan pada momen Lebaran tahun ini. Selain teknologi, Roolin mengatakan Logisly telah matang dari sisi modal dengan mendapatkan suntikan dari angel investors seperti Seedplus, Convergence, dan Genesis.

"Fitur-fitur yang kami punya membuat *shipper* dapat menemukan truk sesuai dengan kebutuhannya, dapat melakukan *real time tracking* lokasi truk dan *invoice* digital yang memudahkan mereka memeriksa dokumen *Proof of Delivery (POD)* sebelum dokumen tersebut dikirim," jelas Robbi Baskoro, CTO Logisly.



Ia menambahkan, Logisly sejauh ini telah melayani ribuan order angkutan mulai dari *e-commerce*, *consumer goods*, kontainer, barang konstruksi hingga sembako. Pihaknya menyakini Logisly mampu menjawab kebutuhan yang ada. Terlebih, mengacu riset Supply Chain Indonesia, sektor logistik diprediksi tumbuh sebesar 11,56 persen dari Rp 797,3 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp 889,4 triliun pada tahun 2019.

LoGan

LAYANAN TERPADU DIGITAL LOGISTIK

Teks: Abdul Wachid / Foto: LoGan

Kian banyaknya pemain *startup* digital di sektor logistik membuat PT Logan Ahwaya Nusantara (LoGan) menghadirkan fitur berbeda pada GPS *tracking system* yang dimiliki. Di dalamnya terdapat fitur tambahan, yakni *Emergency Button* yang gunanya untuk pengemudi jika terjadi kecelakaan atau masalah dalam proses pengiriman barang. Lewat fitur itu pula para pengemudi bisa terkoneksi dengan instansi terkait seperti kepolisian.

"Nama Logan berasal dari kata 'logistik dan pergudangan'. Sedangkan 'Ahwaya' bermakna hubungan. Jadi perusahaan kami sebagai perusahaan logistik dan pergudangan yang menghubungkan Nusantara. Kami menjadi *meet-up point* antara pemilik kargo dengan transporter," kata Boedi Utomo, CEO Logan.



Sebagai aplikasi digital logistik, Logan membidik pasar B2B (*business to business*) sekaligus bisa diakses melalui *website*. Lewat GPS *tracking system* yang dimiliki, Boedi mengklaim bahwa pemilik barang akan tahu kapan proses *loading*, *delivery* sampai proses *unloading*. Saat ini LoGan sedang menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)* di Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

"Perusahaan-perusahaan itu pada akhir tahun nanti diharapkan menjangkau seluruh area Jawa. Perkiraan armada truk yang bergabung dengan aplikasi kami sekitar 5.000 truk," ujarnya. Tak hanya sektor logistiknya yang disasar, LoGan juga berencana menjadi *marketplace* otomotif khususnya truk.

LoGan akan menghadirkan sebuah ekosistem otomotif untuk mendukung kebutuhan operasional, pengelolaan, dan pemeliharaan armada transporter. Ekosistem ini meliputi bengkel, SPBU, penyedia suku cadang dan lain-lain. Semua perusahaan atau mitra yang terdaftar dalam ekosistem tersebut telah melewati proses verifikasi.



Indeks Harga Truk Bekas

MEREK	TIPE	TAHUN	RENTANG HARGA
Hino 300	Dutro 130 MD	2009	Rp 90 juta-Rp 95 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2009	Rp 95 juta-Rp 100 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2010	Rp 95 juta-Rp 100 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2010	Rp 115 juta-Rp 120 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2011	Rp 105 juta-Rp 110 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2011	Rp 110 juta-Rp 115 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2011	Rp 120 juta-Rp 130 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2011	Rp 135 juta-Rp 145 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2012	Rp 135 juta-Rp 145 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2013	Rp 135 juta-Rp 140 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2013	Rp 145 juta-Rp 155 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2013	Rp 130 juta-Rp 140 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2013	Rp 200 juta-Rp 215 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2014	Rp 135 juta-Rp 140 juta
Hino 300	Dutro 130 MDL	2014	Rp 145 juta-Rp 155 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2015	Rp 140 juta-Rp 145 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2016	Rp 160 juta-Rp 165 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2017	Rp 165 juta-Rp 170 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2017	Rp 160 juta-Rp 170 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2017	Rp 190 juta-Rp 195 juta
Hino 300	Dutro 130 MD	2017	Rp 190 juta-Rp 195 juta
Hino 500	SG 260 TI	2005	Rp 180 juta-Rp 195 juta
Hino 500	FM320TI	2007	Rp 285 juta-Rp 300 juta
Hino 500	FM260JM	2007	Rp 350 juta-Rp 355 juta
Hino 500	SG260J	2008	Rp 300 juta-Rp 310 juta
Hino 500	SG260J	2009	Rp 310 juta-Rp 320 juta
Hino 500	FG235TI	2009	Rp 295 juta-Rp 310 juta
Hino 500	FL235TI	2009	Rp 360 juta-Rp 375 juta
Hino 500	SG260TI	2010	Rp 300 juta-Rp 335 juta

Hino 500	FM320TI	2010	Rp 355 juta-Rp 400 juta
Hino 500	FM260TI	2011	Rp 390 juta-Rp 405 juta
Hino 500	FG235TI	2011	Rp 395 juta-Rp 415 juta
Hino 500	FG235J	2011	Rp 330 juta-Rp 350 juta
Hino 500	FL235TI	2012	Rp 390 juta-Rp 405 juta
Hino 500	FM320TI	2012	Rp 345 juta-Rp 360 juta
Hino 500	FG235JP	2012	Rp 285 juta-Rp 305 juta
Hino 500	FL235JW	2012	Rp 400 juta-Rp 435 juta
Hino 500	SG260TI	2012	Rp 450 juta-Rp 490 juta
Hino 500	FL235TI	2012	Rp 490 juta-Rp 500 juta
Hino 500	FM260TI	2013	Rp 420 juta-Rp 435 juta
Hino 500	FM260JW	2013	Rp 650 juta-Rp 670 juta
Hino 500	FL235JW	2013	Rp 450 juta-Rp 470 juta
Hino 500	FG235JP	2014	Rp 450 juta-Rp 465 juta
Hino 500	FM320TI	2014	Rp 730 juta-Rp 750 juta
Hino 500	FL235TI	2014	Rp 425 juta-Rp 440 juta
Hino 500	FM260JM	2014	Rp 665 juta-Rp 685 juta
Hino 500	FM220TI	2014	Rp 390 juta-Rp 410 juta
Hino 500	FL235JW	2014	Rp 430 juta-Rp 455 juta
Hino 500	FJ190TI	2014	Rp 290 juta-Rp 300 juta
Hino 500	FG235TI	2015	Rp 390 juta-Rp 405 juta
Hino 500	FC190TI	2015	Rp 300 juta-Rp 320 juta
Hino 500	SG260TI	2015	Rp 490 juta-Rp 500 juta
Hino 500	FM285JD	2016	Rp 780 juta-Rp 810 juta
Hino 500	SG260TI	2017	Rp 530 juta-Rp 550 juta
Hino 500	FG235TI	2017	Rp 470 juta-Rp 490 juta
Hino 500	SG260TH	2018	Rp 735 juta-Rp 750 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2011	Rp 75 juta-Rp 80 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2012	Rp 90 juta-Rp 105 juta
Isuzu Elf	NKR71	2013	Rp 130 juta-Rp 140 juta

Isuzu Elf	NKR71HD	2013	Rp 140 juta-Rp 145 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2014	Rp 120 juta-Rp 125 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2015	Rp 125 juta-Rp 130 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2015	Rp 135 juta-Rp 150 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2016	Rp. 155 juta-Rp 160 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2016	Rp 135 juta-Rp 145 juta
Isuzu Elf	NKR 71 LWB	2016	Rp 205 juta-Rp 210 juta
Isuzu Elf	NMR 71	2017	Rp 230 juta-Rp 235 juta
Isuzu Giga	FVZ34P 285PS	2012	Rp 330 juta-Rp 340 juta
Isuzu Giga	FVM240 240PS	2012	Rp 315 juta-Rp 350 juta
Isuzu Giga	FTR90S 210PS	2014	Rp 280 juta-Rp 295 juta
Isuzu Giga	FVM34Q 240PS	2014	Rp 345 juta-Rp 385 juta
Isuzu Giga	FVR34P	2014	Rp 330 juta-Rp 350 juta
Isuzu Giga	FVM34W 240PS	2015	Rp 390 juta-Rp 400 juta
Isuzu Giga	FVR34P 240PS	2016	Rp 420 juta-Rp 440 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2009	Rp 140 juta-Rp 145 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2011	Rp 150 juta-Rp 160 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2012	Rp 180 juta-Rp 205 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2013	Rp 195 juta-Rp 215 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 136PS HD-L	2013	Rp 200 juta-Rp 220 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 Super HD	2014	Rp 205 juta-Rp 215 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2015	Rp 210 juta-Rp 220 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2016	Rp 220 juta-Rp 230 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 Super HD	2017	Rp 290 juta-Rp 300 juta
Mitsubishi Fuso	FN 517	2006	Rp 240 juta-Rp 260 juta
Mitsubishi Fuso	FM 517 HL	2011	Rp 315 juta-Rp 330 juta
Mitsubishi Fuso	FM 517	2012	Rp 335 juta-Rp 340 juta
Mitsubishi Fuso	FN 517	2012	Rp 380 juta-Rp 390 juta
Mitsubishi Fuso	FN 627	2012	Rp 800 juta-Rp 830 juta
Mitsubishi Fuso	FM 517 HL	2012	Rp 340 juta-Rp 350 juta

Mitsubishi Fuso	FN 527 ML	2014	Rp 550 juta-Rp 580 juta
Mitsubishi Fuso	FJ 2523	2017	Rp 590 juta-Rp 600 juta
Toyota Dyna	110 ET	2007	Rp 60 juta-Rp 65 juta
Toyota Dyna	110 ST	2008	Rp 65 juta-Rp 70 juta
Toyota Dyna	110 ET	2008	Rp 75 juta-Rp 85 juta
Toyota Dyna	110 ST	2010	Rp 80 juta-Rp 90 juta
Toyota Dyna	110 ST	2011	Rp 90 juta-Rp 95 juta
Toyota Dyna	130 HT	2011	Rp 110 juta-Rp 115 juta
Toyota Dyna	110 FT	2012	Rp 115 juta-Rp 125 juta
Toyota Dyna	110 ST	2012	Rp 125 juta-Rp 130 juta
Toyota Dyna	130 HT	2012	Rp 130 juta-Rp 135 juta
Toyota Dyna	130 XT	2012	Rp 125 juta-Rp 135 juta
Toyota Dyna	130 HT	2013	Rp 150 juta-Rp 170 juta
Toyota Dyna	110 FT	2013	Rp 140 juta-Rp 145 juta
Toyota Dyna	130 HT	2016	Rp 190 juta-Rp 210 juta
Toyota Dyna	130 HT	2017	Rp 210 juta-Rp 225 juta
UD Trucks	CDA 220	2006	Rp 215 juta-Rp 230 juta
UD Trucks	CWA 260	2007	Rp 250 juta-Rp 275 juta
UD Trucks	CDA 260	2007	Rp 260 juta-Rp 270 juta
UD Trucks	CWM 330	2008	Rp 255 juta-Rp 265 juta
UD Trucks	PK260CT	2009	Rp 250 juta-Rp 270 juta
UD Trucks	CWM 330	2010	Rp 280 juta-Rp 290 juta
UD Trucks	PK 215	2010	Rp 295 juta-Rp 310 juta
UD Trucks	CWA260HT	2013	Rp 380 juta-Rp 390 juta
UD Trucks	PK260CT	2013	Rp 385 juta-Rp 400 juta
UD Trucks	PK260CT	2014	Rp 430 juta-Rp 450 juta
UD Trucks	Quester CWE 280	2017	Rp 640 juta-Rp 665 juta

CATATAN : : Daftar harga disusun berdasarkan data yang terkumpul sampai dengan tanggal 24 Agustus 2019. Data merupakan harga pasaran truk bekas dalam kondisi laik jalan dari pedagang dan pemilik unit truk bekas di Jabotabek, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera. Harga tidak mengikat dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.



WIRING KABEL UNTUK AKSESORIS & LAMPU TAMBAHAN

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Keandalan dan kinerja sistem kelistrikan truk dan trailer tergantung pada desain *wiring* yang baik dan perawatan yang diterapkan. Pabrikasi sudah memasang sistem kelistrikan sedemikian rupa untuk operasional standar. Terkadang ada sopir atau perusahaan yang ingin menambahkan aksesoris atau lampu tambahan untuk menambah visibilitas truk pada malam hari.

“Boleh saja memasang lampu tambahan atau aksesoris lain, asalkan tidak mengganggu kebutuhan arus listrik utama. Terutama untuk trailer ada arus tegangan balik untuk mendistribusikan beban listrik dari tegangan utama,” kata Kasmuni Adin Kepala Bengkel Tiga Pusaka Gresik.

Sebelum memasang aksesoris atau lampu tambahan, mekanik perlu memastikan dengan alat ukur teknis sehingga sistem kelistrikan truk trailer harus memberikan tegangan yang memadai pada beban; mampu membawa arus muatan listrik penuh ke beberapa titik cadangan; terlindungi oleh sekering atau pemutus sirkuit sehingga hubungan arus pendek pada kabel pada titik mana pun tidak akan menyebabkan kabel terbakar; beroperasi dengan benar dalam suhu operasional; memiliki perlindungan terhadap kelembaban, korosi, dan pergerakan mekanis yang memadai.



Sistem kelistrikan dari pabrikan pastinya memiliki kabel yang panjang, aliran arus listrik yang besar, dan beberapa titik interkoneksi. Ini juga merupakan ketentuan umum untuk menggunakan sistem listrik 12V pada trailer, seperti halnya pemasangan lampu tambahan samping dan belakang di atas persyaratan teknis.

Jika pemilik truk ingin memasang aksesoris yang berhubungan dengan penggunaan arus listrik perlu juga mempertimbangkan kesesuaian terhadap kinerja listrik dari sistem pengisian aki truk, distribusi tegangan pada kendaraan, kabel yang cocok dan konektor yang sesuai. Sistem listrik 12V memiliki arus beban yang lebih tinggi daripada sistem 24V sehingga tantangan untuk menyediakan tegangan yang memadai untuk lampu trailer pada sistem trailer 12V lebih besar. Berikut beberapa hal yang harus diperhitungkan sebelum memasang lampu atau aksesoris lain di trailer.

Alternator

“Komponen regulator pada alternator bertugas menahan tegangan terminal alternator pada level yang ditentukan, biasanya sekitar 14,2V untuk aki basah dan 14,6V untuk aki kering. Di bawah beban berat, regulator dapat mencapai batasan kapabilitas dan tegangan akan turun secara substansial karena peningkatan penggunaan arus listrik. Tegangan juga akan bervariasi dengan suhu tergantung pada desain sirkuit regulator. Jika pengisian aki berlangsung, tegangan alternator harus melebihi tegangan aki,” jelas Adin.

Ketika aki tidak terisi penuh, tegangan aki turun. Tegangan aki akan turun sekitar lima persen pada keadaan terisi penuh dan setengah terisi, sehingga aki akan memiliki daya sekitar 13,5V. “Jika tegangan alternator melebihi tegangan aki, pengisian aki akan terjadi. Aki dan alternator memiliki sensitivitas termal yang berbeda. Alternator berada di kompartemen mesin. Saat mengirimkan arus, biasanya beroperasi pada 50-70 derajat Celcius dan bisa saja mencapai temperatur yang lebih tinggi. Sedangkan aki terletak di kotak terpisah yang mendapatkan ruang di luar kompartemen mesin. Biasanya temperatur aki mencapai 40 derajat Celcius, berbeda sekali dengan suhu operasional alternator. Perbedaan suhu seperti itu mengurangi kemampuan alternator untuk mengisi daya aki dan menyediakan arus beban,” katanya.

Performa Aki

Tegangan aki dan tegangan alternator juga akan turun ketika beroperasi. Aki memiliki resistansi internal dengan dua komponen, yaitu resistensi pelat dan resistensi elektrolit dari aliran arus melalui elektrolit.

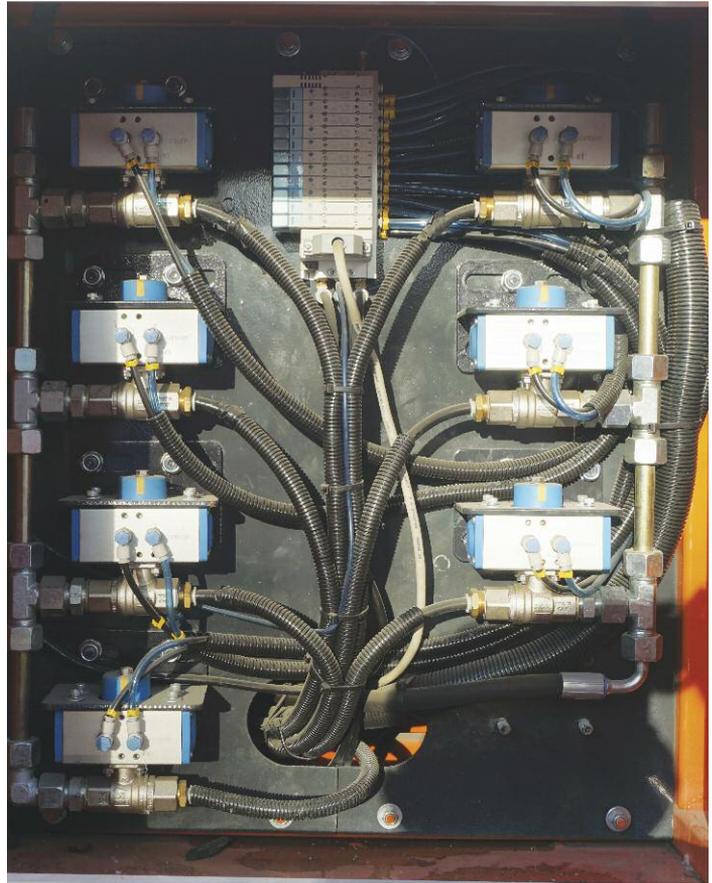
Hambatan elektrolit mendominasi ketika aki kosong dan tegangan terminal turun lebih besar saat aki kosong daripada saat terisi penuh. Daya tahan aki dan status daya rendah menentukan tingkat pengisian untuk voltase pengisian yang diberikan. Ketika tingkat pengisian aki turun, hambatan elektrolit meningkat, yang selanjutnya membatasi kemampuan aki untuk menghidupkan *motor starter*. Saat aki diisi daya berlebihan, asam timbal akan bereaksi dan aki akan menjadi panas.

Saat Menghidupkan Mesin

Motor starter memiliki daya 12V meskipun bekerja pada spesifikasi mesin yang lebih tinggi. Beberapa pabrikan menggunakan kabel positif *motor starter* ganda untuk mengurangi resistansi awal. "Berhati-hatilah untuk memastikan bahwa kabel tidak terkelupas dan bergesekan dengan komponen lain di sekitar *motor starter*, karena kebakaran dapat terjadi," pesannya.

Periksa apakah pengabelan *motor starter* sudah sesuai dengan kapasitas operasional mesin. Lakukan beberapa hal berikut.

- Gunakan kabel dengan potongan melintang tembaga yang besar. Penampang tembaga kira-kira 90 mm² atau lebih besar.
- Minimalkan panjang jalur kabel.
- Meminimalkan jumlah terminal dan *relay*.
- Periksa kabel secara urut dari kabel balik antara *starter* dan aki, lalu kabel kembali ke *ground*. Selain itu, pisahkan pengabelan sasis pada aki dan *motor starter*. Kurangi tegangan yang sangat rendah dari sasis atau jalur ke *ground*.
- Jaga koneksi terminal tetap kencang dan lindungi dengan isolator atau pasta untuk menghentikan korosi.



Arus Beban 12V dari Sistem Aki 24V

Sistem aki 24V memiliki dua aki 12V yang terhubung secara seri. "Kadang beberapa mekanik melepas sambungan seri ke salah satu aki 12V. Praktik ini mau tidak mau menyebabkan kerusakan aki, bahkan ketika bebannya kecil seperti penggunaan radio. Jika satu aki dalam sistem 24V, jelas sekali beban lebih berat. Sistem pengisian menyebabkan aki mendapat tegangan berlebih. Akhirnya aki mengalami keausan dini. Penggunaan *equalizer* adalah pendekatan lain untuk mematikan daya 12V dari sistem aki 24V. *Equalizer* muatan memungkinkan pasokan 12V tersedia dengan tetap mempertahankan voltase yang sama," sarannya.

Sehingga, untuk mendapatkan sistem pengabelan yang baik pada truk dan trailer, perlu perhatian pada tegangan dengan menghitung titik terjauh. Jika tidak dilakukan dengan benar akan berpengaruh pada resistensi kabel, voltase aki internal yang cenderung turun, kehilangan tegangan dari *relay* dan saklar, dan voltase alternator serta aki turun seiring naiknya suhu.

Alternator dan Kecepatan Putaran Mesin

Alternator truk biasanya bergerak sebanyak tiga hingga empat kali kecepatan mesin. Alternator tidak bisa mengisi daya aki sampai kecepatan mesin mencukupi. Kecepatan ini mungkin lebih besar daripada kecepatan *idle*. Setelah tercapai, alternator tetap mengisi daya aki meskipun kecepatan mesin kembali ke *idle*. Untuk aplikasi yang melibatkan periode *idle* yang lama, kecepatan pengisian alternator harus dipenuhi terlebih dahulu saat *idle* dengan rasio gigi yang sesuai.

"Dengan memastikan kecepatan putaran operasional yang harus tercapai dahulu, mekanik bisa memperhitungkan arus listrik yang digunakan untuk lampu tambahan trailer sehingga arus beban mengalir langsung dari kotak aki ke konektor trailer dan tidak melalui kabin. Kabel kabin hanya perlu memberikan kontrol untuk *relay* lampu. Tegangan yang bisa digunakan pada sambungan trailer ketika alternator sedang mengisi aki adalah kisaran 13-13,5V. Ketika beban listrik lebih tinggi misalnya malam hari tegangan akan berada di kisaran 12-12,5V. Semua arus beban pada trailer kembali melalui kutub kabel balik pada konektor truk-trailer. Sebaliknya, arus balik beban trailer biasanya menggunakan kabel dan sasis," ujar Adin.

Perlindungan Konsleting pada Kabel Daya

Penyebab paling sering konsleting adalah kabel *motor starter* yang tidak memiliki perlindungan pemutus sirkuit. Artinya, kabel daya beban berat berjalan antara terminal positif aki dan terminal daya *motor starter* tanpa perlindungan pemutus sirkuit. Arus *motor starter* dapat mencapai ribuan ampere sehingga perlu untuk memberikan perlindungan pemutus sirkuit. Kabel *motor starter* harus diisolasi ganda dan terminal harus diisolasi untuk memberikan perlindungan terhadap konsleting.

Kabel daya yang menyediakan pasokan beban listrik selain *motor starter* harus dilindungi pemutus sirkuit. Beban listrik tersebut untuk kombinasi trailer sekitar 100 hingga 150A. Lebih baik lagi pasang pemutus sirkuit di dalam kotak aki untuk melindungi kabel daya yang mengalir ke kabin dan titik distribusi listrik lainnya.

Berikut beberapa tips untuk sistem kelistrikan pada truk trailer.

a.) Pengabelan

- Gunakan kabel dengan penampang minimum 5 mm² untuk trailer atau *lowbed*.
- Pengabel inti tetap harus diutamakan mendapat arus beban maksimum dengan aman dan mampu mengakomodasi penurunan tegangan. Seringkali pertimbangan penurunan tegangan juga berpengaruh pada kabel aksesoris.
- Perhatian khusus harus diberikan pada pemilihan kabel trailer karena penurunan voltase yang signifikan sering terjadi pada interkoneksi.
- Level voltase ditingkatkan dengan menggunakan skema *relay* pada trailer, di mana beban diumpankan dari daya utama dan kabel arus balik. "Maksudnya pasokan arus listrik yang melalui konektor dua kutub dan konektor tujuh kutub hanya digunakan untuk sirkuit utama saja. Selain itu, jangan mengambil arus dari konektor tujuh kutub," pesannya.

b.) Pencahayaan

- Bola lampu pijar memiliki keluaran cahaya yang sangat sensitif terhadap level tegangan.
- Tambahan lampu akan meningkatkan aliran arus dan mengurangi tegangan. Jika lampu tambahan memang perlu untuk keamanan malam hari, pasang hanya di tempat yang terlihat.
- Pencahayaan berbasis LED akan memberikan tingkat pencahayaan yang lebih baik karena perangkat ini memiliki arus listrik yang lebih rendah. Pencahayaan LED akan memberikan tingkat pencahayaan yang baik dalam rentang voltase yang lebih lebar. Karena variabilitas dalam lampu LED, tetap pertimbangkan pemilihan kabel.

c.) Tingkat tegangan

- Sistem pencahayaan lampu 24V akan menghasilkan tingkat cahaya yang lebih tinggi pada trailer daripada sistem 12V.
- Tegangan minimum 10V direkomendasikan di lampu lampu di bagian belakang yang hanya untuk penggunaan di malam hari.



Pilih Boks Trailer Aluminium atau Besi?

Sudah menjadi informasi umum bahwa boks aluminium lebih tahan karat dan korosi, serta lebih ringan dan mudah ditarik oleh *tractor head*. Faris Wijanarko Kepala Bengkel Lambang Perkasa Gresik mengatakan, “Ada pemilik truk trailer menyebutkan jarak tempuh truk boks yang menggunakan bahan aluminium lebih panjang. Ini merupakan keuntungan pengusaha. Tetapi di sisi lain aluminium adalah investasi yang tidak murah,” katanya.

Secara konstruksi, boks trailer besi diklaim lebih tahan terhadap beban muatan daripada boks trailer aluminium. “Untuk pengusaha transportasi di Indonesia, ini menjadi pilihan sulit, apakah mereka harus membayar lebih untuk trailer aluminium dengan keunggulan yang seharusnya, atau membeli trailer besi yang lebih hemat. Setiap pengusaha punya jawaban berbeda,” tambahnya.

Berikut beberapa fakta boks trailer aluminium dan trailer besi yang bisa dijadikan pertimbangan sebelum memutuskan membeli boks trailer.

Daya Tahan terhadap Beban

Pertanyaan besar yang harus dijawab adalah logam mana yang lebih kuat. Mayoritas pengguna boks trailer besi menyatakan bahwa besi memiliki reputasi baik dalam mengatasi masalah beban berat, sedangkan aluminium lebih dikenal penggunaannya sebagai bahan kaleng atau peralatan dapur.

“Material aluminium yang digunakan untuk boks trailer pasti berbeda dengan bahan aluminium untuk peralatan dapur. Jadi untuk mendapatkan daya tahan seperti besi, aluminium menggunakan bahan campuran logam lain. Jenis logam lain yang biasa dijadikan bahan campuran adalah tembaga, kromium, dan seng,” jelasnya.

Perawatan Boks Trailer

Kedua jenis trailer membutuhkan perawatan, tetapi masalah terbesar dengan trailer aluminium adalah melumasi engsel dan kait pintu. “Mekanik juga harus memastikan untuk mencuci bagian dalam karena bisa saja ada bekas muatan yang bersifat korosif. Untuk tujuan kosmetik, trailer aluminium harus diberi lapisan asam tiap beberapa tahun untuk membersihkan dan memperbarui eksteriornya,” saran Faris.

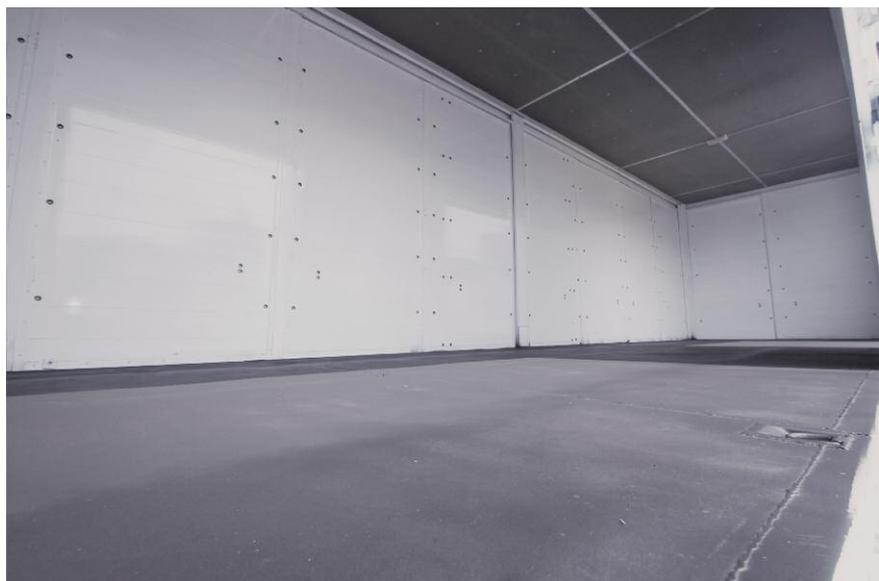
Sedangkan untuk trailer besi, harus sering diperiksa untuk mencegah munculnya karat. Setiap goresan pada cat atau besi, ini adalah gejala awal oksidasi. Jika besi galvanis, mekanik perlu memeriksa lebih sering. Untuk bagian sambungan perlu dipastikan kondisi las dan baut pengencang. Lapisan galvanis perlu dikelupas jika ada perbaikan menggunakan alat las, paku keling, dan sekrup.

Kebutuhan yang konstan untuk memelihara lapisan cat dan lapisan galvanis membuat perbaikan trailer besi lebih mahal, tanpa dibarengi inspeksi visual yang rutin. Memang perbaikan trailer besi biasanya lebih mahal daripada perbaikan trailer aluminium karena karoseri harus mengecatnya untuk mencegah karat. “Prosesnya seperti ini, lapisan galvanis harus dihilangkan dulu dari lapisan sengnya sebelum dilas. Perbaikan dilakukan pada area itu. Lalu, lapisan seng diaplikasi galvanis kembali setelah perbaikan, dan terakhir area yang dicat baru,” terangnya.

Distribusi Muatan

Mungkin sampai saat ini, trailer aluminium masih dianggap membutuhkan lebih sedikit perawatan, tahan karat, dan korosi. Tetapi bagaimana perbandingan trailer besi dan aluminium di jalan? Pemilik trailer aluminium mengatakan bahwa mereka mendapatkan keuntungan dalam hal bobot trailer. Mereka juga mengatakan bisa mendapatkan muatan yang sedikit lebih banyak dengan trailer aluminium.

Berat yang lebih ringan daripada trailer besi juga diterjemahkan menjadi kapasitas muatan yang lebih tinggi, yang berarti transporter dapat memuat lebih banyak barang sebelum mencapai jumlah berat maksimum sesuai aturan. Hasilnya, dengan perhitungan BBM dalam sekali angkut ada nilai tambah dari penggunaan trailer aluminium.





Jaminan dan Resale

Fakta bahwa besi yang berkarat menimbulkan masalah saat dijual kembali. Trailer besi yang berumur beberapa tahun jika tidak dirawat dengan benar akan muncul karat yang sulit ditutupi atau dibersihkan. Trailer besi yang lebih tua bisa rusak parah dan parahnya bisa memengaruhi faktor keamanan.

“Di sisi lain, pemilik trailer aluminium dapat menjaga trailer tetap seperti baru selama beberapa tahun hanya dengan pemeliharaan rutin. Dalam hal tampilan visual, pemilik dapat mengembalikan eksterior trailer mereka dengan cairan asam yang membuat trailer berkilau alami. Ini adalah alasan trailer aluminium punya harga jual kembali yang lebih tinggi daripada trailer besi,” kata Faris.

Dengan usia pakai yang lebih lama, trailer aluminium memiliki jaminan yang lebih baik. Karoseri trailer aluminium pasti menawarkan jaminan yang lebih lama daripada trailer besi. Hal ini menjadikan trailer aluminium adalah investasi dengan risiko yang lebih rendah.

Mitos Boks Trailer Aluminium

Trailer aluminium memiliki beberapa keunggulan dibandingkan trailer besi. Namun, ada beberapa mitos yang beredar mengenai trailer aluminium. Berikut adalah beberapa mitos populer tentang trailer aluminium.

Aluminium hanya sepertiga kekuatan besi, jadi tiga kali lebih banyak aluminium harus digunakan untuk mendapatkan kekuatan yang sama dari rangka besi. Ini akan menjadi mitos yang ampuh jika sebuah trailer dibuat dari aluminium murni. Namun, campuran logam lain yang digunakan untuk membuat trailer aluminium jauh lebih kuat dari aluminium murni. Karoseri trailer bukan satu-satunya yang percaya hal ini. Pabrikan mobil dan pesawat terbang telah mengganti besi dengan aluminium, dan sebagian besar struktur pesawat komersial dibuat dari logam campuran aluminium.

Besi lebih mudah diperbaiki daripada aluminium. Mungkin dulu hal ini benar, sebelum aluminium menjadi populer. Sekarang ada banyak tukang las yang terbiasa dengan las aluminium. Teknik pengelasan aluminium sekarang sudah familiar dan hampir setiap tukang las tahu cara menangani aluminium. Sehingga biaya untuk pengelasan trailer aluminium sebanding dengan biaya pengelasan trailer besi.

Aluminium lebih mudah tertekan atau bengkok daripada trailer besi. Jika aluminium adalah bahan bangunan yang tidak kokoh, mengapa nilai jualnya secara konsisten lebih tinggi daripada besi? Banyak pemilik trailer yang sekarang menggunakan material paduan besi dan kira-kira 85 persen lebih aluminium. Selain hemat pemeliharaan, beban muatan juga bisa dimaksimalkan.



Mungkin masih banyak orang percaya besi lebih kuat daripada aluminium dalam beberapa hal. Ini didasarkan pada proses perakitan kendaraan. Misalnya, perlu lebih banyak kekuatan yang harus diterapkan pada besi sebelum akhirnya menekuk. Namun, aluminium lebih elastis tiga kali lipat daripada besi, yang berarti aluminium lebih mungkin untuk kembali ke bentuk aslinya setelah bengkok. Besi mungkin akan tetap bengkok. Besi juga ada titik lentur pada tingkat stres yang lebih rendah daripada aluminium. Hal yang perlu diingat kekakuan besi membuatnya lebih rentan terhadap retak karena rapuh. Dari sifat kekakuan logam terbukti bahwa trailer aluminium mengurangi beban kejutan saat berada di jalan bergelombang. Ini yang memberi keamanan pada muatan.

Trailer aluminium pun masih ada bagian yang terbuat dari besi, sehingga besi lebih unggul. Karoseri trailer tetap akan menggunakan besi di area tertentu, seperti as roda trailer. Namun, itu bukan karena besi lebih baik daripada aluminium. Disini artinya karoseri mencoba untuk mendapatkan yang terbaik dari kedua logam dengan menciptakan kerangka besi dan lembaran aluminium. Secara teori, rangka besi membuat trailer lebih kuat dan lembaran aluminium membuat trailer tahan karat. Sehingga karoseri sudah memahami area mana saja dari konstruksi kendaraan yang memerlukan kekakuan besi dan kelenturan aluminium untuk mendapatkan trailer yang kokoh dan awet.

Aluminium adalah bahan manufaktur yang unggul untuk trailer. Trailer besi mungkin terasa hemat pada awalnya, tetapi setelah dipakai tanpa ada perawatan yang benar bisa berkarat. Trailer besi bisa lebih murah daripada trailer aluminium, tetapi sebagai pengusaha transportasi perlu memperhitungkan investasi masa depan. Pengecatan, anti korosi, dan biaya perawatan umum akan muncul di depan. Ini tergantung pada skenario penggunaan dan perawatan pemilik.



KESALAHAN PENGGUNAAN TRUK TANGKI

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Truk tangki hampir bisa bekerja di semua sektor industry mulai dari perumahan, kawasan pabrik, lokasi konstruksi hingga perusahaan transportasi. Khususnya untuk perusahaan yang memiliki lahan parkir luas diatas permukaan tanah. Tidak banyak tugas truk tangki, selain menyiram lahan yang berdebu, suplai air ke *batching plant* hingga bagian bengkel juga membutuhkan mobil tangki.

“Dengan banyaknya industri yang menggunakan truk tangki, artinya banyak juga di pasaran truk tangki bekas yang layak pakai. Penggunaan truk tangki tetap harus disesuaikan fungsinya. Jangan memodifikasi konstruksi kendaraan hingga fungsi utama truk tangki bergeser jauh, ini bisa jadi kesalahan awal,” kata Arik Parlindra Asisten Kepala Bengkel Putra Singo Malang Gresik. Berikut kesalahan penggunaan dan perawatan truk tangki yang berujung seharusnya bisa dihindari.

Overload

Ini adalah kesalahan umum yang terjadi ketika perusahaan membeli truk tangki bekas yang awalnya dirancang untuk membawa komoditas lain, seperti bahan bakar. "Setiap cairan memiliki berat jenis yang berbeda, ini menimbang jumlah dalam satuan hitungannya dan satu jenis truk tangki umumnya hanya dirancang untuk membawa satu jenis cairan. Jadi mungkin akan *overload* ketika truk membawa muatan yang lain," terang Arik.

Misalnya, muatan bensin secara signifikan lebih ringan daripada air, sehingga tangki bensin bekas akan kelebihan beban ketika diisi dengan air. Bahkan, sebuah truk tangki bensin kapasitas 10 ribu liter diisi dengan air, akan kelebihan beban sekitar hampir 3,5 ton. *Overload* semacam itu sangat berbahaya dan dapat merusak tangki, merusak rangka atau suspensi, dan menyebabkan pengendalian yang tidak stabil.

"Kesalahan lain *overload* adalah perusahaan membebani kendaraan ketika menaruh tangki ke sasis yang digunakan tanpa membandingkan distribusi berat tangki dan air dengan memeriksa kapasitas *axle* depan belakang dan keseluruhan kendaraan. Dalam beberapa kasus, bobot tambahan akan melebihi kekuatan berat yang mampu ditanggung oleh *axle*. Jelas hal seperti ini akan berpengaruh pada kerja truk tangki, yang pasti truk itu beroperasi pada keadaan yang tidak aman," tambahnya.

Mencoba mengompensasi potensi kelebihan muatan dengan mengisi sebagian tangki, hal ini juga tidak pernah berfungsi untuk selamanya. Karena pada suatu waktu, akan ada operator atau pengemudi yang secara tidak sengaja memenuhi tangki hingga penuh. Pengemudi tersebut bekerja tanpa menyadari bahwa kendaraannya *overload*. Solusi terbaik menghindari masalah adalah mencocokkan kekuatan sasis dengan bobot kotor tangki dan cairan yang diangkut.

Memperbesar pusat titik beban

Ini sering terjadi ketika perusahaan memesan truk tangki sendiri tanpa mengetahui sebenarnya kebutuhan perusahaan. "Mengubah truk sampah bekas, *flatbed*, atau *trailer flatdeck* dengan menambahkan tangki, dapat meningkatkan pusat titik beban pada kendaraan. Meskipun kendaraan sudah jadi, mungkin terlihat baik-baik saja ketika parkir. Tetapi bisa sangat tidak stabil saat berbelok, berjalan di jalan raya, atau bernegosiasi di tikungan jalan berbukit. Sebenarnya beralih ke ban profil rendah juga bisa membantu," saran Arik.





Masalah ini juga dapat terjadi pada truk tangki baru ketika perusahaan memutuskan untuk menambah peralatan tambahan. Menambah dudukan selang di atas tangki dan menambahkan pipa besi berdiameter besar dapat menambah bobot sekitar setengah ton ke bagian tertinggi, yaitu *manhole* dan membuatnya tidak stabil. Solusi terbaik adalah menjaga semua berat tetap rendah dan memberi tahu karoseri bahwa akan ada peralatan tambahan yang akan dipasang untuk keperluan operasional.

Kompartemen tangki

Kadang ada tangki khusus yang dibuat tidak untuk kendaraan. Tetapi bisa terjadi ketika perusahaan mendapatkan tangki yang awalnya dirancang untuk pemasangan statis di tanah, lalu dipasang di truk. Tidak semua tangki aman untuk aplikasi tertentu. Perusahaan perlu memahami bahwa tangki yang dipasang pada kendaraan harus memiliki kompartemen internal yang memadai untuk mengurangi guncangan cairan dari sisi ke sisi dan dari depan ke belakang. Jika dibiarkan tidak terkendali, guncangan ini menghasilkan kekuatan signifikan yang akan menyebabkan masalah pengendalian dan bisa mengakibatkan kecelakaan.

Memotong & menyambung sasis

Kadang-kadang pabrikan dan perusahaan mencoba mengubah sasis bekas menjadi truk tangki dengan memotong dan menyambung *subframe* di tengah kendaraan untuk menambah panjang. "Hal itu adalah sumber bencana dan harus dihindari. Memindahkan suspensi ke belakang dan memasangnya pada sasis sambungan juga dapat menyebabkan kecelakaan," pesan Arik.

Modifikasi sasis yang lain yang harus dihindari termasuk pengelasan pada *subframe* yang dipanaskan. Logam yang dipanaskan dapat melemahkan titik pengelasan dan menyebabkan retak. Pelepasan atau pembuatan profil *frame* baru dapat mengubah konstruksi sasis. Karena lubang pengeboran dapat terlalu dekat dengan sambungan rangka atas atau bawah. Selain itu, menggunakan kembali baut pengencang lama atau menggunakan baut pengencang berukuran kecil dapat memengaruhi kekuatan sasis. Solusi teraman adalah menggunakan sasis yang sesuai dan konstruksi dari pabrikan.



Bukan pengemudi truk tangki

Di beberapa perusahaan, kendaraan yang jarang digunakan biasanya diserahkan kepada pengemudi yang sedang tidak bekerja. "Karena truk tangki termasuk kendaraan *support* jadi dianggap tidak perlu ada pengemudi khusus. Hal seperti ini bisa berpotensi bahaya karena menempatkan kendaraan pada kondisi berbahaya di tangan orang yang tidak terlatih," katanya.

Truk tangki sedikit berbeda dari kendaraan lain karena pusat beban lebih tinggi dan membawa muatan cairan. Ketika beroperasi, sering truk tangki harus melalui jalan sempit dan bermanuver di lokasi pengisian. Kondisi ini membutuhkan pengemudi dengan berpengalaman, bukan pemula. Pengemudi truk tangki harus diberi pengajaran sebagai dasar pengendalian terlebih dahulu.

Memacu truk tangki pada kecepatan tinggi

Berkendara cepat memang kadang diperlukan di kasus yang jarang sekali. Tetapi dari karakteristik, truk tangki sangat tidak stabil ketika dioperasikan pada kecepatan yang berlebihan dan tikungan tajam, karena dapat menyebabkan truk terguling. Banyak kecelakaan disebabkan ketika truk tangki membuat belokan tajam. Jadi perlu mengedukasi pengemudi untuk tidak ngebut.

Tidak mengenakan sabuk pengaman

Truk tangki yang dirancang dengan baik dengan pengemudi terlatih dapat melakukan perjalanan dengan kecepatan yang wajar, akan tetapi kecelakaan bisa terjadi karena pengemudi kendaraan lain memotong jalur tanpa memberi tanda terlebih dahulu. Pengemudi harus menggunakan sabuk pengaman selama di dalam kabin. Bisa itu dua titik atau sabuk pengaman baru untuk kendaraan komersial tiga titik.

Bekerja sendirian tanpa pendamping

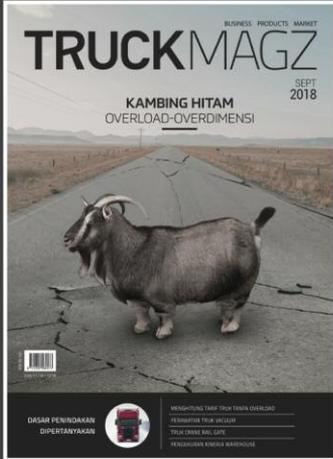
Dalam kondisi terdesak dan pengemudi bingung mencari lokasi parkir. Mereka kadang-kadang membuat keputusan sendiri tanpa ada seseorang di bawah yang memandu. "Jika mereka beruntung, tidak ada apa-apa yang terjadi. Jika tidak, bisa menabrak seseorang. Idealnya, semua pengemudi harus mempunyai pendamping atau kenek untuk membantu mengetahui kondisi di luar kabin," ujar Arik.

Tidak melakukan perawatan rutin

Memarkir truk tangki di belakang gudang dan mengabaikannya sampai ada pekerjaan selanjutnya adalah ide buruk. Truk tangki membutuhkan inspeksi dan perawatan berkala yang sama dengan truk lain. Paling tidak, truk tangki harus mendapat inspeksi harian atau mingguan sebagai bagian dari program perawatan preventif untuk mendeteksi dan mengatasi masalah. Beberapa poin yang harus diperiksa adalah ban, belt mesin, lampu hingga kebocoran tangki.

SUBSCRIBE NOW!

TRUCKMAGZ



BIAYA PAKET LANGGANAN

■ 1 TAHUN (12 EDISI) **Rp 400.000**

■ 6 BULAN (6 EDISI) **Rp 250.000**

Harga Belum Termasuk Ongkos Kirim Ongkos Kirim Berdasarkan Lokasi Menggunakan Jasa JNE

FORM BERLANGGANAN eMAGZ

MOHON ISI DATA DI BAWAH INI:

NAMA : _____

NAMA PERUSAHAAN : _____

JABATAN : _____

ALAMAT : _____

TELEPON / FAX / HP : _____

E-MAIL : _____

PILIHAN PAKET LANGGANAN : _____

MULAI LANGGANAN : EDISI : _____ / BULAN : _____

Tunai

Transfer

Tanggal Pembayaran _____

NOTE : MOHON BUKTI TRANSFER DILAMPIRKAN BESERTA FORMULIR YANG TELAH DI ISI KE EMAIL BERIKUT INI :
info@truckmagz.com atau rohman.arveo@gmail.com

No. Rek : 2626 288 288
BNI Cabang Tanjung Perak
a.n. PT Arveo Pionir Mediatama

PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Ruko Niaga Sentosa Kav. 5, Jalan Letjend Sutoyo 140 A Medaeng, Waru, Sidoarjo
Telp 031-85581699, 085 63666607 (Rohman)

A PAMERINDO INDONESIA TRADE EVENT

CONSTRUCTION INDONESIA



18 - 21 September 2019

Jakarta International Expo, Kemayoran
Indonesia

The 21st International Construction Structure, Engineering, Procurement, and Equipment Exhibition



Co-located with:

CONCRETE SHOW
SOUTH EAST ASIA | INDONESIA

Ready to join us?

Scan the barcode and register now! Get our 2019 Pocket Guide (worth IDR 250,000) by register before 13 September 2019.



For further information please contact your nearest office:

Organisers



Indonesia
Rachel Pardede
📧 rachel@pamerindo.com
☎ +62 21 2525 320

Informa Markets



Asia
Violet Lee
📧 build-isoa@ubm.com
☎ +65 6233 6688

Informa Markets



Worldwide
Leonie Brooker
📧 leonie.brooker@ubm.com
☎ +44 20 7560 4311

www.constructionindo.com



CARA KERJA FULFILLMENT CENTER

Teks: Abdul Wachid / Foto: Jet Commerce



Muhamad Irwan Prima

Head of Fulfillment Center
Jet Commerce

TruckMagz berkesempatan mengunjungi *fulfillment center* milik Jet Commerce di kawasan Daan Mogot, Tangerang. *Fulfillment center* seluas 3.700 m² ini didukung oleh *warehouse management system* (WMS) dan *order management system* (OMS) dan dilengkapi dengan peralatan modern seperti *belt conveyor*, *mobile scanner*, dan sebagainya.

Memiliki kapasitas mencapai 300.000 item barang dan menurut rencana akan terus ditambah seiring dengan luasnya area penyimpanan yang masih tersedia. Selain area penyimpanan biasa, juga terdapat area penyimpanan bertemperatur sejuk untuk barang-barang seperti produk kecantikan dan perawatan kulit, serta area penyimpanan khusus untuk barang-barang bernilai tinggi seperti produk elektronik.

Diketahui *fulfillment center* merupakan bagian yang sangat penting dari serangkaian aktivitas *e-commerce*. Layanan ini ditujukan kepada para penjual *online*, termasuk *SMEs*, *brand*, dan *platform e-commerce* guna membantu penanganan logistik. Mulai dari penerimaan produk, pemeriksaan, manajemen penyimpanan, pemenuhan pesanan, pengeemasan, pengiriman, dan pemenuhan retur pesanan.

Saat ini Jet Commerce mengoperasikan 95 *official store* aktif yang terdaftar di 11 *platform e-commerce* di Indonesia. Muhamad Irwan Prima, *Head of Fulfillment Center* Jet Commerce, mengatakan secara garis besar kegiatan di *fulfillment center* terdapat tiga rangkaian proses mulai dari *inbound*, *internal processing* sampai dengan *outbound*. Berikut merupakan alur operasional *fulfillment center* di Jet Commerce.

01. BEFORE INBOUND - Pendataan



02. INBOUND PROCESSING MERGE



02. INBOUND PROCESSING MERGE



03. STORAGE AREA - Bertemperatur Sejuk (AC)



ALUR OPERASIONAL FULFILLMENT CENTER

Inbound

Pada tahap ini, tim di *fulfillment center* akan berkoordinasi dengan tim di kantor pusat untuk mengetahui kapan waktu pengiriman. Dengan begitu, *fulfillment center* sudah benar-benar dikondisikan untuk melakukan *inbound* sebelum barang tiba. Beberapa hal yang harus diperhatikan di antaranya, jenis dan kuantitas barang, pengirim serta waktu pengiriman.

Ketika barang tiba, tim menurunkan muatan menggunakan peralatan seperti forklift, handpallet, dan alat handling lainnya. Setelah itu, pemeriksaan dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan proses pendataan barang ke dalam sistem Warehouse Management System (WMS) dan Order Management System (OMS) Jet Commerce.

"Mengacu pada surat jalan, kami cek pihak *brand* mengirim barang berapa banyak, nanti kami cocokkan aktualnya berapa yang datang. Selain jumlah, kami cek juga mutu barangnya. Apakah ada kerusakan baik itu barang, kemasan, atau segelnya. Jika memang ada yang rusak, nanti kami buat berita acara penolakan barang," kata Irwan.

Internal Processing

Setelah barang terdata di dalam sistem, maka tahap selanjutnya adalah mengelompokkan barang-barang tersebut berdasarkan jenisnya. Ada tiga jenis area penyimpanan. Pertama, area penyimpanan biasa untuk barang-barang seperti popok, *pet food*, mainan anak, dan seterusnya. Total terdapat 27 *brand* yang ditangani Jet Commerce secara *end to end*.

Kedua, area penyimpanan bertemperatur sejuk untuk produk kecantikan, makanan, dan minuman. "Suhu yang disetel maksimal 25 derajat Celcius. Kami selalu pantau suhunya pagi, siang, dan sore. Sebelum barang masuk ke ruang penyejuk, biasanya kami konsultasi ke pihak *brand* berapa suhu ideal yang mereka kehendaki. Kalau untuk tingkat kelembaban kami *nggak* atur," terangnya.

Ketiga, area penyimpanan khusus untuk barang-barang bernilai tinggi seperti produk elektronik. Area ini dijaga khusus oleh dua orang yang sekaligus bertanggung jawab atas keluar dan masuknya barang. Untuk menjaga keamanan barang di area penyimpanan, pengambil barang pun dipilih khusus. Rata-rata nilai barang yang tersimpan harga jualnya di atas Rp 1 juta ke atas, bahkan ada yang sampai belasan juta rupiah.

Irwan menjelaskan, ketika konsumen melakukan pesanan di *platform e-commerce*, pesanan itu akan muncul juga secara *real-time* di sistem WMS dan OMS Jet Commerce lantaran sudah terintegrasi. Pada tahap berikutnya, tim *picker* (pengambil barang) akan mengambil produk pesanan konsumen menggunakan bantuan *mobile scanner* dan troli.

"Selain disimpan area penyimpanan biasa. Produk-produk juga disimpan ditempatkan di *picking area*. Sebuah area khusus yang digunakan untuk barang-barang yang siap jual dan kirim. Kami sengaja pisahkan begini supaya mempercepat proses pengambilan barang," kata Irwan.

Setelah produk pesanan konsumen selesai dikumpulkan *picker*, produk-produk tersebut akan dikemas oleh tim *packer* (pengepak barang). Sebelum dilakukan pengemasan, barang akan diperiksa kembali oleh *packer* menggunakan *scanner*. Langkah ini untuk memastikan jika barang sudah sesuai dengan pesanan konsumen.

Mobile scanner tersebut juga terintegrasi oleh WMS dan OMS Jet Commerce dan menyimpan segala informasi seperti siapa yang *scan*, kapan, dan produknya apa. Setiap *picker* memiliki kata kunci masing-masing. Artinya sangat *trackable*.

Outbound

Setelah pengemasan selesai, paket diletakkan di atas *conveyor*. Staf akan mengambil paket tersebut untuk kemudian mengelompokkannya ke dalam keranjang sesuai layanan pengiriman yang dipilih oleh konsumen.

"Pada tahap ini tim *outbound* akan melakukan *scan* terakhir untuk pemotongan stok barang dan notifikasi posisi barang. Baru berikutnya, ketika barang siap dikirim akan dipisahkan berdasarkan kurir yang diminta konsumen pada keranjang berbeda. Ketika barang sudah terkirim, nantinya secara otomatis stok barang yang ada sistem kami berkurang."

Barang-barang yang hendak dikirim mendesak akan dipisahkan dan didahulukan. Biasanya untuk ekspedisi yang melayani dalam sehari barang telah sampai.

Sebelum diserahkan kepada layanan pengiriman, paket tersebut perlu didata untuk bukti serah terima kepada kurir layanan pengiriman tersebut, sehingga proses *handover* berlangsung dengan aman dan terdata.

Dalam kegiatan *fulfillment center* Jet Commerce memperkerjakan 63 orang. Penambahan staf biasanya terjadi pada saat *peak season* seperti Lebaran atau jelang Natal dan Tahun Baru. Penambahan staf dominan dikhususkan pada proses pengepakan barang bisa mencapai 30 orang. Penentuan jumlah staf tambahan didasarkan pada proyeksi penjualan barang yang sebelumnya telah diprediksi.

Proporsi penggunaan tenaga manusia dan teknologi atau mesin dalam kegiatan *fulfillment center* berkisar 50:50. Penggunaan tenaga manusia masih diperlukan untuk perpindahan barang dan pengepakan, sementara untuk sistem data dan sejenisnya sudah mengandalkan teknologi.

Menurut Irwan, penggunaan teknologi secara dominan dalam kegiatan *fulfillment center* di Indonesia belum dibutuhkan mengingat volume barang yang ditangani masih kecil. "*Niche*-nya belum sampai perlu *robotic* untuk penggunaan *fulfillment center* di Indonesia. Sebab volume barang yang ada sekarang masih bisa ditangani oleh tenaga manusia," tambahnya.



SINOTRUK HOWO

PENJUALAN, PENYEWAAN & LAYANAN PURNAJUAL



Sinotruk adalah perusahaan otomotif terbesar dari China yang berafiliasi dengan China National Heavy Duty Truck Group Corp., Ltd (CNHTC) sebagai perusahaan induknya. Sinotruk didirikan pada tahun 1956 sebagai produsen truk *heavy-duty* pertama dan tempat lahirnya industri truk *heavy-duty* di China. Sebagai produsen otomotif terbesar di China, Sinotruk juga menjadi satu-satunya pusat penelitian, rekayasa, dan teknologi truk *heavy-duty* nasional China. Pada tahun 1960, perusahaan otomotif ini pernah memproduksi truk tugas berat pertama China, yaitu JN150 dengan kapasitas *payload* 8 ton.

Saat ini, perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Hong Kong atau Hong Kong Stock Exchange (HKSE) pada 2007 itu telah memproduksi truk mulai kategori *heavy-duty* hingga *light-duty truck*. Produk *heavy-duty truck* dan *medium-duty truck* dari Sinotruk, seperti Howo, Sitrak, Hohan, dan STR. Sementara di segment *light-duty truck*, tersedia brand Howo, CDW, dan Homan. Selain itu, Sinotruk juga memproduksi bus dan truk untuk pertambangan, terminal, *oil and gas*, sanitasi, dan kendaraan tugas khusus.

Pada tahun 2001, Sinotruk mulai melakukan ekspor produk kendaraannya dengan volume ekspor hampir setengah dari total volume ekspor kendaraan dari China. Penjualan total Sinotruk pada 2018 sebesar 170.000 unit dan 35.000 unit di antaranya untuk kebutuhan ekspor. Khusus untuk Sinotruk Howo, ekspor untuk kategori

heavy-duty pada tahun 2018 mencapai 6.484 unit, dengan nilai RMB 1.674 miliar atau setara Rp 3.380 triliun lebih. Secara finansial, total penjualan Sinotruk pada 2016 mencapai CNY 32 miliar lebih, pada tahun 2017 senilai lebih dari CNY 55 miliar, dan sepanjang tahun 2018 mencapai CNY 61 miliar lebih atau lebih dari Rp 123 triliun (kurs dolar = Rp 14.000).

Perusahaan dengan volume ekspor di peringkat pertama dalam industri truk berat China dalam 14 tahun berturut-turut ini, telah menjangkau lebih dari 90 negara dengan hampir 300 distributor dan lebih dari 500 pusat layanan dan suku cadang di seluruh dunia. Untuk pasar Indonesia sendiri, Sinotruk telah merambah sejak tahun 2003, dan saat ini tengah memperluas jangkauan penetrasi pasarnya di Indonesia melalui PT TIM Motors Indonesia, sebagai diler resmi Sinotruk dengan catatan yang sangat sukses dalam bisnis penjualan, penyewaan, serta layanan purnajual yang kuat di Mozambik, Zambia, Nigeria dan negara-negara Afrika lainnya.

Secara spesifik, kehadiran PT TIM Motors Indonesia untuk melayani pelanggan Indonesia sebagai diler resmi Sinotruk yang sangat berpengalaman dalam penjualan truk, penyewaan peralatan, suku cadang, dan layanan pemeliharaan (after sales service). PT TIM Motors Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor cabang di Kendari, Medan, Surabaya, dan Balikpapan. "Kami menyediakan layanan bersama-sama dengan perusahaan leasing dan mitra kami. Kami dapat memberikan solusi keseluruhan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kami sebagai one-stop-shop untuk digunakan di pertambangan, konstruksi, dan transportasi (logistik) dengan menghadirkan kendaraan dan peralatan berkualitas tinggi yang memberikan pelanggan pengembalian investasi secara optimal," kata Yukki Nugrahawan Hanafi, Direktur Utama PT TIM Motors Indonesia.

PRODUK DAN LAYANAN

Dalam lima tahun terakhir, produk Sinotruk telah diandalkan di berbagai negara ASEAN, seperti Filipina, Thailand, dan Malaysia yang menjadikan potensi pasar di kawasan ini sangat menjanjikan bagi Sinotruk. Beranjak dari kondisi tersebut, PT TIM Motors Indonesia pun mempunyai misi utama untuk memberikan layanan produk dan purnajual terbaik di kelasnya kepada pelanggan.

Dalam hal penjualan produk, kami menawarkan serangkaian produk truk heavy-duty yang sesuai di Indonesia mulai dari dump truck, truk mixer, dan tractor head yang dirancang untuk bekerja secara maksimal di sektor konstruksi, pertambangan, kehutanan dan logistik. Varian truk yang kami tawarkan, yakni Homan 4x2 Tractor Head, Homan 6x4 Cargo Truck, Homan 6x2 Cargo Truck, Howo 6x4 Dump Truck, Howo 8x4 Dump Truck, dan Howo 6x4 Mixer untuk kebutuhan mobile concrete batching plant.

Produk unggulan kami saat ini antara lain, Homan 4x2 Tractor Head serta Homan 6x2 Cargo Truck untuk segmen logistik on road. Kedua truk ini mengusung mesin YC6A260 berkapasitas murni 7255 cc, yang mampu menghasilkan power maksimal 260 dk pada 2300 rpm dengan torsi maksimal 1000 Nm pada 1400 rpm. “Kelebihan dari model ini daripada merek lain sekelasnya, yakni harga kompetitif, konsumsi bahan bakar lebih rendah namun lebih bertenaga, serta desain kabin yang nyaman. Peningkatan kinerja mencapai 5 persen hingga 10 persen lebih tinggi dari merek-merek terkemuka di Indonesia, sehingga memiliki nilai investasi yang sangat baik. Kekurangannya adalah, pengemudi selalu menolak untuk pindah ke truk lain setelah mengoperasikan truk Howo atau Homan,” kata Lai Jinxi, Deputi Direktur PT TIM Motors Indonesia.

Terkait layanan purnajual (after sales service), kami memiliki tim purnajual yang kuat dan dapat menyediakan layanan pemeliharaan dan perbaikan di lapangan (on site). Teknisi kami memahami produk dengan sangat baik serta dapat memperbaiki dan melayani kebutuhan servis di lokasi Anda secara efisien. Sehingga meminimalkan waktu henti (downtime) sambil memastikan bahwa truk Anda beroperasi pada kinerja puncak. Dalam hal ini, kami juga menyediakan rangkaian lengkap suku cadang yang langsung didatangkan dari pabrik Sinotruk untuk setiap truk yang kami jual. Hal ini demi memastikan waktu kerja maksimum dan biaya perbaikan minimum untuk semua aplikasi kritis dan rutin. Dalam rangkaian produk kami, pelanggan akan menemukan segalanya mulai dari suku cadang kecil, seperti sekrup atau pegas, hingga suku cadang besar seperti perakitan mesin.

Sedangkan untuk layanan penyewaan truk (truck rental) dari PT TIM Motors Indonesia dengan menawarkan rangkaian lengkap truk tugas berat untuk disewakan. Seperti dump truck, truk mixer, tractor head berikut trailernya dengan jangka waktu sewa minimum enam bulan. Melalui opsi ini, konsumen dapat menyewa kendaraan sesuai kebutuhan bisnisnya dengan waktu yang dapat dipastikan serta biaya sewa bulanan secara *fixed*. Informasi selengkapnya mengenai produk dan layanan kami, silakan kunjungi *website* resmi PT TIM Motors Indonesia, <http://timmotors.co.id/>. **ADV**



Lai Jinxi

Deputi Direktur
PT TIM Motors Indonesia



**Yukki Nugrahawan
Hanafi**

Direktur Utama
PT TIM Motors Indonesia

Truk Box Catering Bandara Tercanggih di Kelas Light Truck

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Kendaraan *airline catering services* (ACS) masuk dalam golongan truk *hi-loader*. Di Indonesia lebih familiar dengan truk *box catering*. Tugas utama dari kendaraan ini untuk mengangkut *snack* atau makanan yang akan dimasukkan ke pesawat atau pun kapal pesiar. "Ini seperti halnya layanan makanan untuk maskapai. Setiap maskapai punya *vendor catering* untuk suplai makanan di pesawat," kata Setyo Udjang Kepala Produk Khusus Karoseri Antika Raya.

Distribusi makanan ke dalam pesawat dilakukan menggunakan truk *box catering* dengan *loader* khusus yang memungkinkan makanan aman dan terlindung dari cuaca di luar ruangan hingga jadwal *catering* diperbolehkan masuk ke dalam pesawat. Setiap bandara memiliki aturan berapa lama bongkar muat seluruh makanan hingga selesai dimasukkan dan *catering box* kembali ke sisi lintasan.

Udjang menambahkan, "Kendaraan ini sudah mengalami pengembangan sejak produk kami yang terakhir. Ini masuk dalam kategori *light truck*. Lama operasional kendaraan ini tergantung aturan yang ditetapkan dari bandara. Normalnya lebih kurang 15 menit. Lama tidaknya mengikuti petunjuk dari maskapai. Kalau pesawat kecil waktunya lebih pendek. Kalau pesawat besar bisa lebih lama. ACS ini ada petugas tersendiri. Biasanya tiga orang di dalam *box* dan satu orang pengemudi. Waktu kerja *catering* bisa lebih pendek lagi jika pesawat delay."

Sebagai bagian dari prosedur layanan di bandara, ACS menggunakan material khusus yang berguna untuk menjaga kondisi makanan mudah basi seperti nasi, mi, sayuran, dan ikan. Sebelum dimasukkan dalam boks, makanan didinginkan terlebih dahulu di dapur perusahaan *catering* sampai minus 3 derajat Celcius. Sebelum masuk ke kendaraan, boks harus dingin dulu pada suhu 10 derajat Celcius. "Meskipun ada perbedaan suhu

tetapi temperatur di dalam boks tidak akan mengubah kondisi makanan. Setelah makanan dimasukkan ke pesawat, petugas kabin pesawat akan menyimpan dulu di lemari pendingin hingga makanan siap disajikan ke penumpang," terang Udjang yang pernah mengikuti *briefing* mengenai prosedur ACS di bandara.

Catering box sudah dirancang untuk mampu menjaga suhu tetap dingin meskipun keadaan di luar sangat panas. Bahan utama untuk *catering box* adalah *polystyrene*. Material dibangun dari bahan kimia yang dipadatkan dengan tekanan sangat tinggi. Insulasi dari *extruded polystyrene foam* (XPS) berbentuk lembaran yang mampu menjaga suhu dan tidak mudah terkikis sehingga makanan tidak terpapar panas dari luar boks.

"Material *polystyrene* ini kami masih impor. Untuk kebutuhan truk seperti apa ketika di lapangan mengikuti permintaan konsumen. Jika konsumen memerlukan boks yang lebih tinggi artinya memerlukan sasis truk yang lebih panjang. Ini berhubungan dengan tonase dan distribusi beban. Setelah menemukan sasis yang sesuai, baru karoseri mengerjakan boksnya. Rangka boks ini menggunakan pipa holo. Setelah ujung-ujungnya disambung lalu digerinda. Antara lantai, dinding atas juga disambung dengan bahan utama tadi," kata Udjang.





Stabilizer scissor lift



Batang penyangga maintenance dan service



Tuas kontrol



Panel kontrol PLC



Jembatan menuju badan pesawat



Pengaman troli di dalam box

BERIKUT BEBERAPA BAGIAN DARI CATERING BOX

PLC

Seluruh fungsi dari *catering box* diatur oleh *Programmable Logic Controller* (PLC). Sebuah komputer kecil dengan *built-in* sistem operasi khusus dan dioptimalkan untuk menangani rangkaian *task* masuk secara *real time*. PLC memiliki jalur *input* yang terhubung dengan sensor yang dipasang di beberapa titik di kendaraan dan perintah *output* terhubung ke efek atau reaksi sinyal untuk menjalankan tugas selanjutnya.

Control panel landing jack

Control landing jack ada di belakang kabin. "Perlu diperhatikan, untuk menurunkan kaki perlu melihat situasi sekitar kendaraan terlebih dahulu. Karena ketika pesawat parkir, pasti ada jasa layanan lain yang bekerja di sekitar pesawat seperti ekspedisi dan bagasi penumpang. Jadi perlu diperhatikan dulu apakah ada orang yang berlalu-lalang di sekitar boks. Kalau kondisi hujan bisa *landing jack* bisa dikontrol dari kabin," jelasnya.

Setelah semua *landing jack* turun dan menapak, operator di kabin tanda petugas di dalam boks. Setelah itu, petugas mulai mengarahkan teras untuk maju mendekati pintu pesawat. Setelah mendapatkan posisi yang pas dengan pintu, lalu jembatan dipanjangkan. Petugas mulai membawa masuk troli berisi makanan dan membawa troli kosong atau troli dari penerbangan sebelumnya. Jadi mereka kerjanya efisien keluar-masuk tetap membawa.

PTO

Gaya gerak dari PTO langsung terhubung dengan *propeller shaft*. PTO menggerakkan *gear pump*. Lalu oli dialirkan ke *valve*. Untuk tipe pergerakan oli pada kendaraan ini menggunakan jenis *hydro power*. Jadi pergerakan oli bisa menggunakan sistem manual dan elektrik. Bisa pakai manual dengan *handle* atau tombol elektrik. Ini sebagai cadangan karena elektrik ada risiko bermasalah.



Pintu depan & belakang box dengan mekanisme geser

Power pack

Sebagai daya cadangan jika penggunaan PTO gagal memberikan daya ke perangkat hidrolis. *Power pack* bisa digunakan dalam keadaan darurat untuk menaikkan kaki. *Power pack* untuk mensuplai oli dengan daya elektrik dari aki. Perangkat ini memiliki fungsi yang sama dengan pompa oli yang digerakkan secara elektrik tetapi dalam skala kecil.

Counter balance hidrolis

Perangkat digunakan dalam sistem hidrolis yang bekerja dengan *running-away* atau beban yang ditanggihkan. Perangkat dirancang untuk membuat tekanan balik ke aktuator untuk mencegah tenaga yang berlebihan. *Counter balance* akan mengontrol aliran oli pada *pipeline* sehingga pergerakan hidrolis tetap *smooth*.

Ball valve control

Kran oli hidrolis untuk mengalirkan oli ke *hand pump* atau *power pack* jika memang perangkat *emergency* dipilih.

Sekring pengaman

Sekring pengaman berada di kotak PLC. Ini untuk mengamankan sirkuit dan pengabelan elektrik pada ACS.

Pressure switch

Perangkat ini untuk mengatur tekanan hidrolis yang diperbolehkan ketika beroperasi. Ada batas tekanan oli untuk gerakan boks naik dan turun.

Batang stabilizer

Batang pengaman yang berada di belakang *scissor box catering*, berguna untuk menstabilkan pergerakan boks naik turun dan kekokohan boks ketika posisi di atas.

Perangkat emergency

"Kendaraan ini menggunakan sistem cadangan berlipat. Jika ada masalah pada tombol elektrik bisa gunakan *relay*. Jika *relay* bermasalah, bisa gunakan sistem manual. Jika manual tetap tidak bisa, gunakan *powerpack*. Jika masih bermasalah, paling terakhir bisa gunakan *handpump*. Jadi penanganan ketika *emergency* ada beberapa tahap. *Powerpack* ini digunakan kalau ada masalah elektrikal saja. Sedangkan *handpump* ini untuk menaikkan *landing jack*. Dalam sistem normal, menaikkan *landing jack* perlu PTO. Jika PTO bermasalah, kaki dinaikkan dengan cara manual. Dengan kaki sudah naik, truk *box catering* bisa ke pinggir lintasan pesawat," terang Ujang.

Jika truk *box catering* ada masalah, sistem cadangan harus siap dengan tindakan pencegahan. "Karena jika boks masih menempel pada badan pesawat hingga melebihi waktu operasionalnya, akan mengganggu jadwal pesawat. Keterlambatan ini artinya denda, bisa sampai puluhan juta rupiah. *Training* ketika serah-terima unit penting sekali. *Training* untuk operator dan staf *catering*. Untuk *maintenance*, perangkat *emergency* harus dijalankan minimal seminggu sekali. Di samping untuk mengetahui fungsionalitas truk, juga agar operator tidak lupa SOP," katanya.

Tangki oli hidrolis

Kapasitas tangki oli hidrolis 60 liter. Terdapat indikator pada tangki oli untuk melaporkan kondisi kekentalan oli. Warna hijau artinya masih normal, warna kuning peringatan untuk ganti oli. Jarum menunjuk warna merah harus ganti oli dan filter. "Jika waktu penggantian oli terus ditunda maka kerusakan pertama akan menimpa empat *seal* hidrolis *landing jack* dan dua *seal* pada boks. Enam *seal* ini sangat berpengaruh pada silinder hidrolis. Jika tidak diganti, silinder akan baret. Selain itu, tenaga pergerakan akan berkurang karena oli menjadi encer. *Gear pump* perlu oli yang kental optimal.



LAMONGAN TRUCK MANIA COMMUNITY

WADAH PENGGIAT & PENGEMUDI TRUK DI LAMONGAN

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Dokumentasi LTMC



Lamongan Truck Mania Community (LTMC) adalah komunitas pecinta truk dari Kabupaten Lamongan. Latar belakang berdirinya komunitas truk yang belum berumur satu tahun ini adalah tidak adanya wadah yang bisa menampung semua penggiat, pengemudi, pecinta hingga pemilik truk dari berbagai merek di Lamongan.

LTMC bukan komunitas truk pertama yang ada di Lamongan. Erik Lukman Hadi Penasihat LTMC menuturkan, "Sebelumnya sudah komunitas truk, tapi masih mengikat pada nama *brand* kendaraan. Kita semua mungkin sudah mengetahui banyak nama komunitas yang mengikuti nama *brand* di setiap daerah atau kota besar. Itu adalah salah dasar berdirinya LTMC. Untuk keanggotaan di komunitas ini, terbuka bagi siapa pun yang ingin gabung. Dari pemilik truk, pengemudi, penggiat truk seperti CCTV, yang suka videokan aktivitas truk di jalan, semua boleh gabung," bukannya.



Meskipun ada kata Lamongan, komunitas yang diketuai oleh Gaguk prayitno ini tidak membatasi daerah asal anggota yang ingin gabung. "Untuk daerah asal, sementara ini kami masih bebas saja. Kami tidak membatasi asal daerah meskipun dari luar Lamongan boleh gabung, yang penting orangnya bisa aktif waktu ada acara dan ikut kopdar rutin sebulan sekali. Sebagian besar anggota LTMC adalah pengemudi dari Lamongan, sebagian yang lain dari daerah sekitar seperti Gresik, Bojonegoro, dan Mojokerto. Sekali lagi kami terbuka, asalkan yang bersangkutan tidak keberatan dengan nama komunitas kami, yaitu Lamongan," tambah Erik.

Ada dua tingkat keanggotaan LTMC, pertama anggota resmi adalah anggota yang hadir untuk ikut kegiatan atau aktivitas LTMC. Kedua, untuk anggota yang sekadar ingin ikut gabung saja di LTMC namanya Sahabat LTMC. "Pemba-

gian keanggotaan ini, atas pertimbangan aktif tidaknya anggota mengikuti acara dan aktivitas LTMC, selain itu ada prasyarat untuk jadi anggota resmi," jelas Erik.

Anggota resmi LTMC berjumlah 60-an. Sedangkan Sahabat LTMC, sekitar seribuan orang. Anggota resmi memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA). LTMC mengadakan kopdar sebulan sekali untuk bertemu dan silaturahmi antara anggota resmi dan Sahabat LTMC yang ingin naik level menjadi anggota resmi. Syarat menjadi anggota resmi adalah cukup harus hadir dua atau tiga kali kopdar rutin.

"Dari data, masih banyak Sahabat yang mau masuk ke anggota resmi dan belum terealisasi. Sampai sekarang kami masih terus sosialisasi tentang LTMC, karena belum banyak orang tahu. Sekarang ini, kami masih data ulang anggota yang pasti. Kami buat aturan antara anggota resmi dan dan sahabat, karena nanti jika tidak ada pembeda orang bisa gampang keluar masuk LTMC dan tidak ada tanggung jawabnya. Dengan anggota resmi ada aturan dan prasyarat yang harus dipenuhi, jadi lebih nyaman dan tegas," kata Erik.

"Untuk kopdar LTMC belakangan masih membahas mengenai keanggotaan. Di acara kopdar, kami tidak ada arisan, berdasarkan pengalaman di komunitas lain, setelah anggota mendapat arisan, dia tidak hadir, jadi anggota lain yang belum dapat ini kasihan. Kami berencana, walaupun ada agenda arisan, nantinya akan bersifat dadakan saat kopdar itu. Seperti ini misalnya, setelah uang dikumpulkan dari anggota yang hadir, arisan diundi dari nama peserta yang hadir, dan uang langsung diberikan ke nama yang beruntung. Jadi yang tidak hadir kopdar, jelas tidak ikut arisan," ujar Erik.

"Berbicara muatan, ini tergantung dari spesialisasi pengemudinya biasa muat ke arah mana, kalau dia biasa muat ke arah timur ya ada kenalan pemilik barang sendiri. Untuk yang biasa muat dalam kota juga ada. Muatan dalam kota umumnya material, pasir, dan batu putih. Untuk luar kota misalnya buah, cabai, sayur dan paket. Anggota LTMC muat paling jauh ke arah Barat sampai kota Metro Lampung, sedangkan ke Timur paling jauh Bali dan Lombok," katanya.

"Teman-teman LTMC paling banyak bawa muatan ke Jakarta. Komunitas ini bebas *sharing* jika memang ada kelebihan muatan. Jika ada yang bisa muat silakan, jika tidak ada, ya kami *share* ke komunitas lain. Berbicara prioritas, sebenarnya muatan kan lebih mudah di-*share* ke komunitas sendiri. Karena *share* muatan ini ada tanggung jawabnya, kalau kami *share* muatan ke orang-orang di komunitas sendiri, akan lebih nyaman. Selain sudah kenal juga, kami percaya karena terjamin dari keanggotaannya di komunitas. Muatan ini kan ada nilainya, ini bisa berisiko muatan dijual atau dibawa kabur oleh pengemudinya. Untuk ongkosan adalah harga pasaran yang dipakai, sesama pengemudi sudah saling mengetahui. Jika teman satu pengemudi yang *share*, biasanya bentuk ucapan terima kasihnya adalah uang pulsa," terangnya.

Perihal muatan kontrak, ini ada semacam nilai kekeluargaan di dalamnya. "Kalau muat kontrak, biasanya pemilik barang memprioritaskan pengemudi langganan mendapat jatah muatan dulu, meskipun muatan sedang sepi. Kan ada pengemudi yang pilih-pilih pemilik barang. Dia datang ke pemilik barang lain kalau pas kerjanya sepi. Kalau pengemudi yang setia dengan penyewa, sepi atau ramai muatan pasti diutamakan. Jadi loyalitas ini diperlukan," tambah Erik.

Sebagai bentuk dari kegiatan kopdar rutin, pada momen Lebaran 2019 lalu, LTMC menggelar bagi takjil. Dana untuk takjil dikumpulkan dari sumbangan anggota. "Setelah itu dibelanjakan, Kami bagi takjil di dua titik berselang satu minggu. Semoga tahun depan bisa bagi takjil di banyak titik di Kota Lamongan," cerita Erik.



LTMC berusaha menjalin hubungan baik dengan komunitas lain. Misalnya momen deklarasi bersamaan dengan bencana tsunami di Lampung dan Banten. "Kami sampaikan ke anggota untuk mengumpulkan donasi. Kami turun ke jalan di beberapa titik. Lalu untuk penyerahan dana bantuan, kami minta bantuan Lampung Truck Community. Karena jika kami sendiri yang ke sana, kami tidak memahami titik mana yang membutuhkan bantuan. Sementara komunitas setempat kan lebih mengetahui area mana yang membutuhkan bantuan," ujarnya.

Terkadang penyelenggaraan acara kopdar bersamaan dengan acara komunitas lain. Saat itu LTMC membagi anggota-anggota untuk memenuhi undangan. Di dalam komunitas yang berisi orang-orang dengan berbagai macam sifat dan pemikiran, harus bijak menyikapi masalah yang ada. "Pernah ada anggota yang berikan kritik mengenai anggota lain yang tidak bisa hadir dan mewakili LTMC memenuhi undangan komunitas. Anggota tersebut mengusulkan denda. Tapi, kami pengurus belum berpikir kearah situ. Kami juga sadar orang ada kepentingan sendiri-sendiri. Usul denda boleh saja, asalkan nominalnya tidak besar, karena kasihan anggota lain kan. Jika semua anggota harus hadir, misal tiap minggu ada undangan kopdar lalu bagaimana? Jadi biarkan saja kalau memang ada anggota yang tidak bisa hadir, karena mungkin anggota tersebut bisa hadir di kopdar yang lain. Jika ingin semua hadir di acara kopdar, apakah orang tersebut juga siap untuk hadir terus setiap ada acara kopdar dan undangan dari komunitas lain?" cerita Erik.

LTMC sekarang sedang proses untuk status legal komunitas. Erik menceritakan, "Prosesnya mudah saja. Kalau mau legal harus ada data anggota. Kami juga bentuk keanggotaan resmi, kami juga buat kemeja dan KTA dan ada tanda pengenalan di truk anggota. Untuk pembeda kami sengaja tidak buat itu dalam bentuk stiker. Ini untuk menjaga perasaan Sahabat LTMC. Jadi kami buat semacam tempelan di kaca yang bisa dilepas. Jika pengemudi ganti truk, itu bisa dilepas. Karena jika sudah tergabung di anggota resmi LTMC, statusnya harus bisa dipertanggung jawabkan," kata Erik.

PROMO COLT DIESEL

PILIH PAKET SESUKAMU !

TEBAR HADIAH
RAMADHAN
(PAKET THR)



PAKET 1:

FREE 2 TAHUN
INSURANCE

ALL VARIANT
COLT DIESEL

ATAU

PAKET 2:

TDP 17 JUTA-AN*
RINGAN
MULAI DARI

ALL VARIANT
COLT DIESEL



Paket
MERAH
PUTIH

Terdaftar & Diawasi oleh:



*KESEMPATAN HANYA SAMPAI AGUSTUS 2019

 <p>APTRINDO Perkantoran Yos Sudarso Megah Blok B 3, Jalan Yos Sudarso No. 1, Tanjung Priok, Jakarta 14320 021-43900464</p>	 <p>ADICITRA PT Adicitra Bhirawa Jalan Agung Karya V No.14, Jakarta Telp. 021 – 29461493</p>	 <p>PT. ANTIKA RAYA JL Demak NO 153, Surabaya 6017 Telp (031) 5322662 FAX. (031) 5312088</p>	 <p>HINO PT HINO SALES MOTOR INDONESIA Wisma Indomobil 2, Jl. MT. Haryono Kav.9, Jakarta Telp. 021 8564570</p>
 <p>DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN DARAT Jl. Medan Merdeka Barat No.8 Jakarta Telp. 021-3506138</p>	 <p>ASKARINDO Gedung Sentra Bisnis Graha Jatibaru Blok E1/11 Jl. Taman Jati Baru Timur No.56, Jakarta Telp. 021 – 34835443</p>	 <p>BG INDONESIA Ruko Golden Boulevard Blok R-45 Jl. Pahlawan Seribu, BSD City, Serpong, Tangerang Selatan</p>	 <p>CASTROL PT Castrol Indonesia Perkantoran Hijau Arkadia, Tower B Lt. 9 Jl. TB Simatupang Kav.88, Jakarta Telp. 021 – 78843878</p>
 <p>Jet Commerce JET COMMERCE PT Global Jet Commerce Landmark Pluit Tower B2, 7th Floor, Jakarta Telp. 021 – 80823118</p>	 <p>GAIKINDO Jl Teuku Cik Ditiro I No 11 D-E-F, Jakarta Pusat. Telp.: 021 315 7178.</p>	 <p>UD TRUCKS UD TRUCKS PT Volvo Indonesia Sentral Senayan III 12th floor Jl. Asia Afrika No.8, Jakarta Telp. 021-29354200</p>	 <p>LOGAN PT LoGan Ahwaya Nusantara Jl. DR. Ide Anak Agung Gede Agung, Jakarta Telp. 021 – 50166699</p>
 <p>LOGISLY PT Logistik Pintar Indonesia Jl. Birah II No.14, Jakarta Selatan Telp. 081703734008</p>	 <p>FAW FAW PT Gaya Makmur Mobil Jl. Lingkar Luar No.9, RT.14, Rw. Buaya, Cengkareng, Kota Jakarta Barat, 11740 021-58300788</p>	 <p>ISUZU ASTRA MOTOR INDONESIA Jl. Danau Sunter Utara Blok 0-3 Kav. 30, Sunter II, Jakarta Utara 021 – 650 1000</p>	 <p>MITSUBISHI FUSO PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors Jl. Jend A. Yani, Proyek Pulo Mas, Jakarta Telp. 021 – 489 1608</p>
 <p>PT PUTRA RAJAWALI KENCANA Jln. Letjend Sutoyo Waru Ruko Niaga Sentosa, Waru, Indonesia T : (031) 3537939 F : (031) 3537531</p>	 <p>RAJAWALI INTI Jl. Brantas Km 1, Probolinggo, Jawa Timur T : (0335) 423259</p>	 <p>PT RAJAWALI DWI PUTRA INDONESIA Jln. Letjend Sutoyo 110-112 Waru, Sidoarjo, Jawa Timur Telp : 031-853166</p>	 <p>PT. TATA MOTORS INDONESIA Pondok Indah Office Tower 3 Floor 8 Suite 801A-B Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V-TA, Pondok Pinang Jakarta Selatan 12310 Telp.021-2932 8041</p>

PAMERAN MOBIL TERBESAR HADIR DI MEDAN

GIIAS MEDAN



AUTOVAGANZA

23 - 27 OCT 2019

SANTIKA CONVENTION CENTER - MEDAN

Driven with Passion by:

Media Partner

Host:

Organizer:



TRUCKMAGZ

 [gias_medan](#)

 www.indonesiaautoshow.com/gias-the-series

Organised by  **Reed Panorama**
Exhibitions

Event Partner **TRUCKMAGZ**

Indonesia Trucks & Commercial Vehicles

In-Conjunction with  **Indonesia Transport
Supply Chain & Logistics** 

CREATE. BUILD. INNOVATE.

16-18 OCTOBER 2019
HALL D JAKARTA INTERNATIONAL EXPO

CONTACT US!

 +62 21 2556 5032/33

Howu Zebua
Assistant Accounts Manager
T +62 21 2556 5033
Email: howu.zebua@reedpanorama.com

Astri Ratnasari
International Sales Manager
T +62 21 2556 5019
E astri.ratnasari@reedpanorama.com

Adityo Nugroho
Assistant Marketing Manager
T +62 21 2556 5032
E adityo.nugroho@reedpanorama.com

Ratna Hidayati
Official Event Partner (TruckMagz)
T +62 812 3663 0313
E ratna.hidayati@truckmagz.com

SEE US AT    

www.transport-supplychain-logistics.co.id