

BUSINESS PRODUCTS MARKET

TRUCKMAGZ

APRIL
2019

E-COMMERCE MENEMBUS BATAS



IDR 50.000



Edisi 58 / V / 2019

**DEKLARASI
PENGEMUDI TRUK**



APLIKASI OLI DAN GREASE UNTUK BEARING

OPTIMALISASI MUATAN TRUK

DIPREDIKSI TURUN, APM OPTIMIS

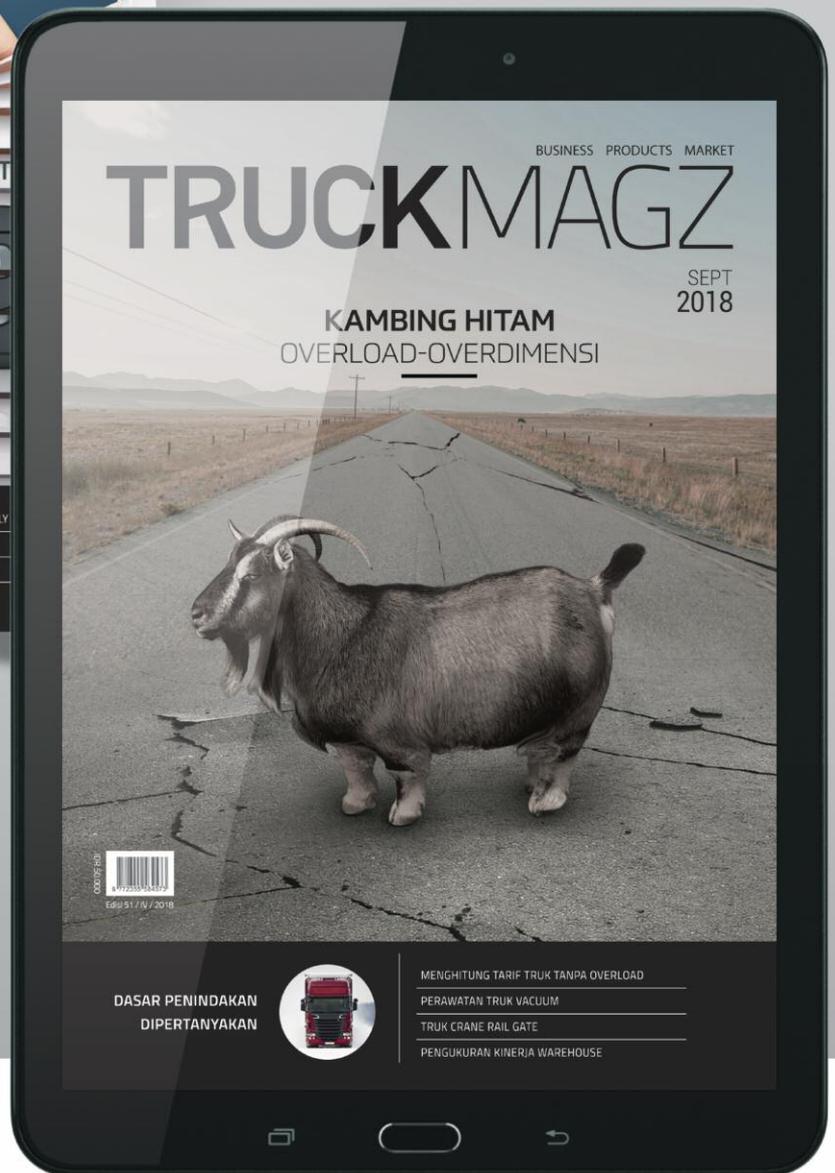
PERAWATAN TRUK BERBAHAN BAKAR B20

GO DIGITAL!



SUBSCRIBE NOW!

<https://ebooks.gramedia.com/id/majalah/truck-magz>



**READ TRUCKMAGZ
ON YOUR GADGET**

www.truckmagz.com

PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

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

Mobil Delvac™ MX 15W-40 membantu Richland Logistik memperpanjang jangka penggantian pelumas hingga 2X.



Rekomendasi

Dari hasil tinjauan armada oleh ahli pelumas PT Sari Sarana Kimiatama – Distributor Oli Mobil™, Richland Logistik memahami akan potensi penghematan dengan cara memperpanjang jangka waktu penggantian pelumas.

Dengan menggunakan **Mobil Serv™ Lubricants Analysis** untuk menganalisa kondisi peralatan, PT Sari Sarana Kimiatama dapat menunjukan kepada Richland Logistik bahwa armada yang menggunakan **Mobil Delvac™ MX 15W-40** dapat mencapai 30.000 km jangka waktu pergantian pelumas tanpa ada peningkatan level keausan mesin dan **Mobil Delvac™ MX 15W-40** dapat memberikan kontrol maksimal atas penebalan akibat penumpukan jelaga.

Hasil

Dengan menggunakan **Mobil Delvac™ MX 15W-40**, Richland Logistik dapat meningkatkan produktivitas tahunan dan mengurangi biaya operasional. Richland Logistik memiliki kesempatan mengurangi penggantian pelumas sebanyak 105 kali, hal ini setara dengan *downtime* selama 6 jam dan pengurangan oli yang dibutuhkan untuk perawatan armada sebanyak 40%.

Meningkatkan Produktivitas

Solusi pelumas berperforma tinggi kami didukung dengan aplikasi dan perawatan ahli yang dibuat untuk membantu melakukan operasi yang maksimal.

Keselamatan

Pelumas berumur panjang dapat membantu meminimalisir perawatan dan resiko dari interaksi antara pegawai dan mesin.

Peduli Lingkungan

Pelumas berumur panjang dapat membantu mengurangi limbah.

Produktivitas

Mobil Delvac™ MX 15W-40 dapat membantu meningkatkan masa pakai peralatan, meningkatkan produktivitas tanpa mengurangi perlindungan mesin yang bekerja di kondisi yang menantang.

Potensi penghematan tahunan hingga

Rp 323 Juta



Untuk informasi lebih lanjut tentang Mobil Delvac™ MX dan pelumas Mobil Delvac™ lainnya. Hubungi distributor ExxonMobil, atau scan QR code berikut.

* Untuk setiap peralatan yang bergaransi, ExxonMobil merekomendasikan mengikuti rekomendasi OEM.

** Hak Cipta © 2018 ExxonMobil Corporation. Mobil Delvac™ dan Delvac™ 1 adalah merek dagang atau merek dagang terdaftar dari ExxonMobil Corporation atau salah satu anak perusahaannya kecuali dinyatakan lain. Untuk keperluan dokumen ini, ExxonMobil akan termasuk ExxonMobil Corporation dan afliasinya. Bukti kinerja ini berdasarkan pada pengalaman satu pelanggan. Hasil aktual dapat bervariasi tergantung pada jenis peralatan dan pemeliharannya, kondisi operasi dan lingkungan, dan pelumas yang digunakan sebelumnya.



Mengambil Kue Besar e-Commerce

E-commerce telah melakukan revolusi dalam kegiatan transaksi jual beli barang, yang mengubah perilaku konsumen dengan beralih dari toko fisik ke belanja online. Google dan Temasek memperkirakan, pertumbuhan nilai barang dagangan bruto atau *gross merchandise value* (GMV) dari e-commerce di Asia Tenggara sebesar USD 72 miliar pada tahun 2018. Sementara tingkat pertumbuhan tahunan majemuk atau *compounded annual growth rate* (CAGR) pasar Indonesia diperkirakan mencapai 94 persen atau setara USD 12 miliar pada tahun 2018. Sedangkan *market size* e-commerce Indonesia diperkirakan mencapai USD 53 miliar pada tahun 2025.

Kondisi ini secara signifikan memberi dampak perubahan terutama dalam sistem logistiknya, seperti jasa *fulfillment* yang akan jadi tren baru ke depan sebagai dampak langsung pertumbuhan e-commerce saat ini. Bahkan PT Pos Indonesia yang ditunjuk Pemerintah Indonesia sebagai *backbone* e-commerce, sedang merancang konsep depo e-commerce untuk ikut serta mengambil kue besar e-commerce ini. Nantinya, sepertiga dari fasilitas hub milik Pos Indonesia akan digunakan sebagai *fulfillment center* khususnya untuk produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Perubahan konsep perdagangan dari sistem konvensional ke digital melalui e-commerce pun tidak mungkin terhindar dari gesekan antar-kepentingan di dalamnya. Satu sisi, pelaku *freight forwarding* menganggap kehadiran e-commerce akan memakan kue dari pasar pengiriman barang yang menjadi lahan bisnisnya selama ini. Di sisi lain, perlunya proteksi bagi produk-produk dalam negeri dari gempuran barang impor yang lebih mudah masuk melalui jalur e-commerce.

Paling tidak pemerintah harus lebih memerhatikan dan mendukung produk-produk dalam negeri, terutama produk UMKM agar lebih kompetitif di *marketplace*. Salah satunya dengan penerapan PLB untuk menunda pembayaran bea masuk impor bahan baku yang dibutuhkan UMKM agar *cashflow* mereka lebih terjamin. Terkait pengiriman barang e-commerce yang sebagian besar masih mengandalkan logistik milik *marketplace*-nya sendiri, pemerintah diharapkan dapat menjadi mediator untuk melakukan kesepakatan tarif pengiriman barang-barang e-commerce yang dinilai jauh di bawah harga *publish* dari pemain *freight forwarding* lokal.

REDAKSI

Pemimpin Umum
Ratna Hidayati

Penanggung Jawab
/Pemimpin Redaksi
Ratna Hidayati

Pemimpin Perusahaan
Felix Soesanto

Redaksi
Sigit Andriyono
Abdul Wachid
Antonius Sulisty

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
031 85 58 16 99
www.truckmagz.com



Cover
**E-COMMERCE
MENEMBUS BATAS / 58**

Ilustrasi: TruckMagz

DAFTAR ISI TRUCKMAGZ #58

Laporan Utama	06	DIPREDIKSI TUMBUH DI ATAS 20 %
	10	TEKNOLOGI ANTISIPASI KECURANGAN IMPOR
	14	LOGISTIK E-COMMERCE
	18	FULLFILLMENT AKAN JADI TREN
	22	KENAIKAN TARIF KARGO UDARA
	26	PROTEKSI PRODUK LOKAL
Liputan Khusus	30	DAERAH BEBAS OVER-DIMENSION & OVER-LOAD
	34	PERUSAHAAN KAROSERI DIUNTUNGAN
Market Review	38	PASAR DIPREDIKSI TURUN
Rantai Pasok	42	OPTIMALISASI MUATAN TRUK
Leader interview	46	NUGROHO TJANDRAKUSUMA
Fokus Diler	50	CABANG CIKARANG CETAK REKOR PENJUALAN
Data Gaikindo	54	UPDATE JANUARI 2019
ATPM Update	56	TIGA PAKET LAYANAN SUKU CADANG DARI HINO
Info Produk	58	ZEHNTNER ZRS 6060
Bursa Truk	60	INDEX HARGA TRUK BEKAS
Tips & Trik	64	PERAWATAN TRUK BAHAN BAKAR B20
	68	APLIKASI OLI & GREASE UNTUK BEARING
Event	72	DEKLARASI PENGEMUDI TRUK 2019
	76	INDONESIA TRUCKERS CLUB TALKBIZ PALEMBANG
	80	BUSWORLD SOUTH EAST ASIA JAKARTA 2019
Variasi	84	WAJIB TAHU ATURAN MUATAN
Komunitas	88	PERKUMPULAN PENGEMUDI DAN PENGUSAHA JEPARA

Penerbit
PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Percetakan
PT UNIGROW KREATIFINDO

Ruko Niaga Sentosa Kav. 3
Jln. Letjend Sutoyo 140 A Medaeng, Waru, Sidoarjo
Tlp. 031-85581699 Email. info@truckmagz.com

Jalan Kutilang No. 23 Sidoarjo
Tlp. 031-8077561



Logistik *e-Commerce* Diprediksi Tumbuh di Atas 20 Persen

Teks: Antonius Sulistyo / Foto: Giovanni Versandi

Pertumbuhan perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia diprediksi akan mencapai nilai fantastis dalam beberapa tahun ke depan. Google dan Temasek Singapura memperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi digital Asia Tenggara telah mencapai USD 72 miliar secara *gross merchandise value* (GMV) atau nilai barang dagangan bruto dari *e-commerce* pada tahun 2018, nilai ini tumbuh sebesar 37 persen dari tahun sebelumnya. Sementara tingkat pertumbuhan tahunan majemuk atau *compounded annual growth rate* (CAGR) tercatat telah meningkat lebih cepat 32 persen dari 2015 hingga 2018, dan CAGR pasar Indonesia mencapai 94 persen atau setara USD 12 miliar pada tahun 2018. Pertumbuhan ekonomi digital Asia Tenggara juga diperkirakan melebihi USD 240 miliar pada 2025, dan *market size e-commerce* Indonesia diperkirakan mencapai USD 53 miliar pada tahun 2025.

SEA E-Commerce market size (GMV,\$B)



Sumber: Google & Temasek

Kondisi yang melatarbelakangi pertumbuhan ini, menurut analisis Google dan Temasek, dipicu dari meningkatnya ketersediaan *smartphone* dengan harga terjangkau serta akses layanan telekomunikasi seluler yang semakin dapat diandalkan. Dengan demikian, basis pengguna internet di Asia Tenggara terus tumbuh pada tahun 2018. Ada lebih dari 350 juta pengguna internet di seluruh Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam pada Juni 2018. Indonesia yang diistilahkan dengan 'Kepulauan Digital' dalam industri *e-commerce* saat ini sedang mengarah pada pertumbuhan ekonomi digital, didukung oleh basis pengguna internet terbesar mencapai 150 juta pengguna pada 2018 dengan pertumbuhan CAGR 2015-2018 tercepat 49 persen yang mencapai nilai USD 27 miliar pada tahun 2018. Indonesia dengan pasar yang sangat besar di semua sektor, pasarnya diperkirakan siap untuk tumbuh hingga USD 100 miliar pada tahun 2025.

Direktur Informatika dan Komunikasi Perekonomian dan kemaritiman, Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Septriana Tangkary mengatakan bahwa pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia sejauh ini telah mencapai 78 persen, tertinggi di dunia. "Indonesia merupakan 10 negara terbesar dalam pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat pertama. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua dengan nilai pertumbuhan 59 persen," kata Septriana.

Negosiasi Ongkos Kirim

Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo), M. Feriadi mengatakan, pihaknya memperkirakan *e-commerce* tumbuh lebih kurang 50 persen dan secara agregat telah meningkatkan pertumbuhan logistik menjadi di atas 20 persen. "Kenapa ada *gap* pertumbuhannya, hal ini disebabkan karena *market* logistik tidak hanya berasal dari *e-commerce*. *Market e-commerce* dari segmen *non-e-commerce* juga tumbuh namun tidak setinggi segmen *e-commerce*," ujar Feriadi. Ia menjelaskan bahwa di era *e-commerce* ini terjadi perubahan perilaku dan cara beli dan jual. Perilaku pembeli telah terjadi *shifting* dari pembelian langsung, dan penjual telah mengubah pola penjualannya dari *ritel channel* ke penjualan secara digital. "Di sinilah secara langsung meningkatkan *demand* pada industri logistik untuk jual beli barang. Disrupsi proses jual beli di era digital telah membawa berkah, dan pada saat yang sama telah memberikan tantangan para pelaku logistik. *Demand* permintaan pengiriman barang yang dulunya hanya tersentral di perkotaan, menjadi tersebar ke atau dari seluruh desa atau kecamatan di Indonesia bahkan internasional," katanya.

Pemerintah Indonesia, kata Feriadi, telah memproyeksikan nilai perdagangan *e-commerce* di Indonesia. Menurutnya, diperkirakan pada tahun 2020 nilai perdagangan dari *e-commerce* mencapai USD 130 miliar dan diperkirakan 10 persen sampai 13 persen digunakan untuk belanja logistik. "Kontribusi dari segmen *e-commerce* ini yang secara keseluruhan masih mampu mendorong pertumbuhan *size* industri logistik di atas 20 persen," sebut Presiden Direktur JNE ini.

Sementara itu, menurut Wakil Ketua Asosiasi Logistik Indonesia (ALI), Mahendra Rianto, perusahaan kurir besar seperti JNE, Tiki dan lainnya yang paling menikmati adanya *e-commerce*. "Pertumbuhan kiriman mereka dari *e-commerce* bisa mencapai dua digit setiap tahunnya. Saking besarnya pertumbuhan, mereka sekarang sudah mulai melirik *mild mile delivery* juga, tidak sekadar mengandalkan *last mile delivery*. Momentum baik ini menurut saya harus dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku logistik lokal agar tak didahului pemain asing. Sebab biasanya pemain asing masuk ke Indonesia melalui *brand e-commerce*-nya, dengan cara membiayai proses logistiknya dengan memberi promo gratis ongkos kirim," kata Mahendra.

Terkait promo ongkos kirim (ongkir) yang disinggung oleh Mahendra, Wakil Ketua Umum DPP Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) Bidang Supply Chain, Digital Logistics dan *E-commerce*, Trismawan Sanjaya menegaskan bahwa kontribusi dari sisi logistiknya kecil sekali jika bicara *e-commerce*. "Sebab kalau kita lihat transaksi *e-commerce*, ketika kita belanja barang melalui *e-commerce* seperti *online shop* itu, barang impor yang kita belanjakan itu nilai barangnya sudah *fixed*, yang ada tinggal ongkos kirim dan yang menjadi *cost logistics* adalah ongkos kirim itu. Misalkan Rp 9 ribu sampai sekian rupiah untuk ongkos kirimnya, itulah yang dibayar ke kurir. Padahal kalau melihat transaksi barangnya cukup besar, ada yang senilai Rp 100 ribu tetapi ongkos kirimnya hanya Rp 9 ribu, kecil sekali. Ongkos kirim ini mencakup dari mulai barang itu tiba di Indonesia sampai ke tujuan akhir atau tempat konsumen," kata Trismawan.

Trismawan menambahkan, biasanya untuk barang-barang *e-commerce* yang mayoritas produk impor ini juga menerapkan sistem *free* ongkir. “*Free* ongkir ini sangat kecil karena mereka dibayar berdasarkan volume. Artinya, para pelaku *e-commerce* luar negeri ini punya perjanjian dengan pelaku logistik nasional terutama yang terkait dengan *fulfillment* dan kurir, dan biasanya itu sudah satu paket ketika saat *fulfillment* terima barang sampai dia *delivery* barangnya. Itu biaya pengirimannya tidak besar juga, hanya memang volumenya besar,” ujar Trismawan.

Sedangkan menurut Kepala Divisi Konsultasi Supply Chain Indonesia (SCI), Zaroni Samadi, bisa jadi ketika barang-barang *e-commerce* masuk ke Indonesia tidak menggunakan jasa *freight forwarding* lokal. “Sehingga ketika volume pengirimannya itu besar, pihak *forwarding* Indonesia masih belum bisa meraihnya. Begitu barang impor tadi masuk ke Indonesia, tarifnya di bawah harga *publish* dari jasa kurir Indonesia, atau bahkan ada sistem *free* ongkir yang memang menjadi tantangan lagi bagi perusahaan kurir Indonesia,” ujar Zaroni. Menurutnya, dalam hal ongkir ini terjadi proses negosiasi secara *bundling*. “Jadi harga barang sudah dimasukkan dalam komponen ongkos kurir atau jasa pos. Sehingga mereka melakukan negosiasi langsung dengan *marketplace*-nya, seperti Shopee atau Lazada. Sama halnya kalau kita pesan barang melalui layanan *on demand*, seperti GoJek atau Grab, sebenarnya harga barang yang dikirimkan sudah meng-cover tarif antaranya meskipun sistemnya mereka pisah. Jadi mereka sudah mengalokasikan sebagian keuntungan yang diperoleh oleh providernya, kemudian dialokasikan untuk mengurangi ongkos kirimnya,” katanya.

Menyikapi persaingan biaya logistik *e-commerce* ini, Zaroni menyarankan untuk melakukan negosiasi antara pihak *freight forwarding* dengan pihak *marketplace*. “Memang hal ini harus dibicarakan dengan pengelola *marketplace*-nya. Kalau dapatnya dari *non-marketplace*, pasti sudah bersaing harganya dengan tarif dari perusahaan-perusahaan pos dan kurir ini karena harganya di bawah harga *publish*. Mungkin dalam konteks ini diperlukan satu cara negosiasi, dengan siapa kita bekerja samanya,” ujarnya.



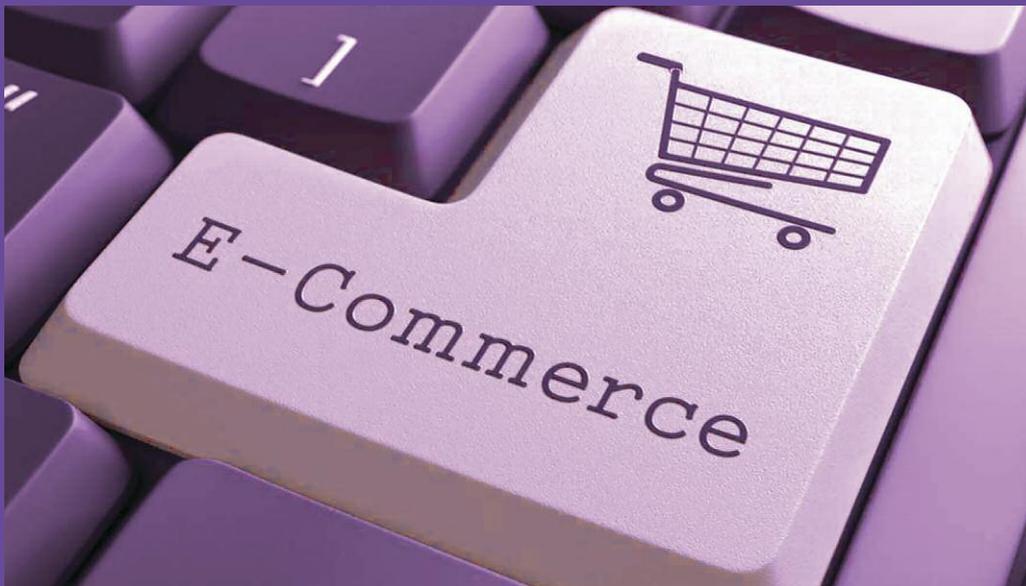
Septriana Tangkary

Direktur Informatika dan Komunikasi
Perekonomian dan kemaritiman,
Direktur Jenderal Informasi dan
Komunikasi Publik, Kementerian
Komunikasi dan Informatika (Kominfo)



Bea Cukai Kembangkan Teknologi Antisipasi Kecurangan Impor

Teks: Antonius Sulistyو / Foto: Giovanni Versandi



E-commerce telah melakukan revolusi dalam manajemen operasi dengan biaya lebih efektif seperti meningkatkan efisiensi pertemuan antara pembeli dan penjual, memudahkan pertukaran informasi, barang, dan jasa, serta kenyamanan karena gudang elektronik yang murah dibangun dalam sistem *e-commerce*. *E-commerce* sedang memindahkan ekonomi dunia mendekati apa yang disebut sebagai pasar yang sempurna.

Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo), M. Feriadi mengatakan, dengan keberadaan *e-commerce* saat ini telah terjadi disrupsi cara beli dan jual. "Perilaku pembelian, penjualan, proses bisnis dan ekspektasi pelanggan telah berubah. Yang tampak nyata adalah pelanggan menginginkan kecepatan layanan. Lebih cepat, lebih cepat, lebih cepat. Baru mengirim sudah minta detik itu juga kiriman sudah diterima. Bisnis model sudah berubah. Perusahaan logistik sudah harus jemput bola, tidak bisa menunggu. Semua kurir *pick up* dan *delivery* saat ini juga sudah dilengkapi dengan *device* yang tidak saja untuk status data tapi juga *image*," kata Feriadi.

Peluangnya, lanjut Feriadi, adalah permintaan pasar yang meningkat pesat. Namun tantangannya juga perlu direspons cepat, tidak saja perbaikan dan peningkatan kapasitas secara fisik seperti *physical network*, tetapi juga dibutuhkan inovasi teknologi di era digital yang akan memengaruhi *input*, proses dan *output* pelayanan atau *virtual network*. "Hal lain lagi, kemampuan dan keahlian yang tidak merata menjadi tantangan bagi para pelaku usaha, maupun pemerintah dan pihak terkait. Ini menjadi persoalan lain yang muncul karena regulasi sering tertinggal," ujarnya.

Tantangan dalam *e-commerce* yang kini jadi sorotan terutama dari kalangan pelaku *freight forwarding* Indonesia adalah ongkos logistik *e-commerce*, yang dianggap masih didominasi pemain dari luar negeri. "E-commerce saat ini perlu dibenahi karena barang-barang *e-commerce* saat ini mayoritas produk impor. Komoditas impor di sini artinya, ada penetrasi produk asing terhadap produk lokal. Kemudian pembayaran dalam *e-commerce* itu apakah melalui *payment gateway* milik lembaga keuangan Indonesia? Karena kebanyakan untuk transaksi pembayaran barang-barang dari luar negeri itu tidak lewat *payment gateway*-nya kita. Akhirnya yang diperoleh oleh Indonesia tidak terlalu banyak dari transaksi *e-commerce*, paling hanya dari transaksi yang terkait dengan keterlibatan *delivery* barang, itu pun kalau sudah masuk ke Indonesia," kata Trismawan Sanjaya, Wakil Ketua Umum DPP Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) Bidang *Supply Chain*, *Digital Logistics*, dan *E-commerce*.



M. Feriadi. Ketua Umum Asperindo

Namun bagi Asperindo, secara umum melihat bahwa *market size* logistik di Indonesia bertumbuh pesat. Jika dikaitkan dengan tarif pengiriman logistik *e-commerce* yang lebih murah, terminologi murah tentang tarif ini sangat subjektif karena harus jelas parameter pembandingnya. "Menurut kami yang jelas tarif layanan harus terjangkau dan akan terbentuk sesuai mekanisme pasar. Mekanisme pasar sangat ditentukan oleh pelayanan jasa logistik yang harus prima, yaitu cepat, tepat, dan aman. Jadi murah atau mahal itu relatif," ujar Feriadi. Tarif jasa logistik, menurut Feriadi, sebenarnya telah diatur sesuai dengan UU No.38 Tahun 2009 tentang Pos, dan secara teknis diatur melalui PP 15 tahun 2013 tentang Pos dan Peraturan Menteri Kominfo No.1 Tahun 2012 tentang Formula Tarif Layanan Komersial.

Penghindaran Bea Masuk

Kementerian Keuangan per 10 September 2018 telah resmi mengundang PMK No. 112/PMK.04/2018 tentang Perubahan PMK No.182/PMK.04/2016 tentang Ketentuan Impor Barang Kiriman. PMK 112/2018 tersebut mengurangi batas bebas bea masuk untuk barang impor yang tadinya USD 100 diturunkan menjadi USD 75 per satu orang per harinya. Dalam hal ini Ditjen Bea Cukai menyatakan bahwa aturan batasan USD 75 efektif berlaku pada 10 Oktober 2018. Artinya, tak peduli berapa kali pengiriman barang dilakukan dalam satu hari, bila harga total barang yang dikirim itu lewat dari batasan USD 75 per orang maka dia harus bayar pajak dan bea masuknya. Misal, untuk barang kiriman dengan harga USD 80 sekali kirim maka bea masuknya 7,5 persen, dan PPN (pajak pertambahan nilai) 10 persen dari harga barang.

Namun ALFI menyoroti tentang dasarnya produk-produk impor yang masuk ke Indonesia dengan adanya perdagangan elektronik (*e-commerce*) ini. "Memang saat ini sudah ada aturan yang menetapkan nilai barang impor di bawah USD 75 tidak dikenakan bea masuk, tetapi yang terjadi sekarang ini tidak ada pengawasannya juga terhadap barang-barang impor tersebut terkait barang kiriman *e-commerce*. Sehingga orang yang belanja barang senilai USD 500 pun dengan mudah men-*split* masing-masing menjadi senilai USD 75, siapa yang mau men-*trace*," ujar Trismawan.

Kepala Seksi Humas Ditjen Bea Cukai, Devid Yohannis Muhammad mengakui bila selama ini sering kali terungkap modus memecah (*split*) pengiriman barang impor supaya tak dikenakan bea masuk, cukai, dan pajak. Misalnya, agar tak mencapai limit USD 100, penerima memecah pengiriman barang yang totalnya USD 120 menjadi dua kali pengiriman. Pengiriman pertama senilai USD 60 dan kedua USD 60, sehingga bisa terbebas dari bea masuk dan pajak. "Modus seperti ini jika diketahui akan dikenakan biaya pembayaran sesungguhnya, sanksinya tidak akan mendapatkan fasilitas pembebasan itu dan harus bayar pajaknya *full*," kata Devid.

"Memang dalam hal pengawasan barang-barang impor ini menjadi ranah Ditjen Bea Cukai, tetapi ini kan agak sulit karena transaksi di *e-commerce* itu lebih sulit dilacak dibandingkan dengan transaksi *off-line* atau umum. Kalau di transaksi umum, perusahaan importir yang memasukkan barang pasti harus mendeklarasi barang yang masuk dan itu kan jelas. Kalau *e-commerce* ini kan kebanyakan individu-individu yang mengimpor barang, sehingga sulit dilakukannya. Misal pembelinya namanya Anton, kemudian dia beli lagi lewat *e-commerce* namanya diubah jadi Anto atau siapa, sehingga sulit dilacak karena tidak teregistrasi karena sifatnya individu. Beda dengan importir umum yang teregistrasi, mereka akan sulit sekali untuk *cheating*," ujar Trismawan.

Melihat potensi kecurangan impor tersebut, Devid mengaku bahwa Ditjen Bea Cukai telah mengembangkan sistem teknologi melalui unit informasi kepabeanan cukai untuk mengecek penerima barang, jenis barang, jumlah barang, tipe barang, dan sebagainya. Sehingga kemungkinan terbebasnya pelaku pemecah pengiriman barang dapat diperkecil. "Misalnya nama saya *kan* Devid, terus ada pengiriman Devid Yoh, Devid Yenis dan Devid Mohamad, modus-modus begini akan terdeteksi oleh sistem kami. Jadi dia mau mengelabui sistem tidak bisa," katanya.

Sementara itu, Ketua Umum Indonesian E-Commerce Association (idEA), Ignatius Untung mengatakan, menghindari bea masuk dan pajak dengan cara memecah pengiriman barangnya tidak akan menyelesaikan masalah. "Justru ketika pembeli memecah pengiriman dua kali misalnya, maka dia juga akan dibebankan ongkos kirim dua kali lipat. Otomatis biaya yang dikeluarkan akan tetap mahal," ujar Untung. Ia justru menyarankan pengiriman dilakukan melalui *platform* yang menawarkan layanan *free* ongkos kirim (ongkir). Selain bisa membebaskan dari bea masuk dan pajak, lanjutnya, pembeli juga tak perlu khawatir menanggung ongkir yang mahal. "Celah pelanggaran pasti ada saja, tapi orang yang mau melakukan itu pasti berpikir dua kali *lah*. Masa sampai segitunya repot-repot *ngakalin* memecah-mecah pengiriman? Iya kalau lolos, kalau tak lolos kan repot urusannya," tukas Ignatius.

Pajak e-Commerce

Pajak *e-commerce* resmi diberlakukan mulai 1 April 2019. Hal ini tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No.210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Misi Pemerintah Indonesia mengeluarkan aturan ini semata-mata untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan bagi para pelaku *e-commerce*, demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional. Pokok-pokok pengaturan dalam PMK-210 ini adalah sebagai berikut.

1 Bagi pedagang dan penyedia jasa yang berjualan melalui *platform marketplace*

- a Memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada pihak penyedia *platform marketplace*;
- b Apabila belum memiliki NPWP, dapat memilih untuk (1) mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, atau (2) memberitahukan Nomor Induk Kependudukan kepada penyedia *platform marketplace*;
- c Melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti membayar pajak final dengan tarif 0,5 persen dari omset dalam hal omset tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun;
- d Dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam hal omset melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun, dan melaksanakan kewajiban terkait PPN sesuai ketentuan yang berlaku.

2 Kewajiban penyedia *platform marketplace*

- a Memiliki NPWP, dan dikukuhkan sebagai PKP;
- b Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penyediaan layanan *platform marketplace* kepada pedagang dan penyedia jasa;
- c Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penjualan barang dagangan milik penyedia *platform marketplace* sendiri;
- d Melaporkan rekapitulasi transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengguna *platform*.

Menanggapi aturan perpajakan *e-commerce* ini, Untung melihatnya masih sulit untuk diterapkan. Ia mengatakan, bila penjual di *marketplace* langsung dikenai pajak dikhawatirkan para pedagang ini akan beralih lapak ke media sosial. Sebab menurutnya, baru sekitar 19 persen pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berjualan di *marketplace* dan sisanya masih mengandalkan media sosial untuk berjualan. Apalagi, belum ada kajian konkret mengenai tata cara memajaki penjual yang berdagang di media sosial. Selain itu, di Indonesia belum banyak warga termasuk pelaku UMKM yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). "Kami meminta agar Ditjen Pajak menunda implementasi PMK 210 Tahun 2018 tersebut hingga ada kajian lebih lanjut," ujarnya. Per 29 Maret, PMK 210 Tahun 2018 itu diputuskan dibatalkan oleh Sri Mulyani, karena dianggap berita yang beredar simpang siur dan pemerintah berpandangan perlu ada sosialisasi lebih terhadap seluruh pemangku kepentingan, masyarakat, perusahaan agar memahami seluruhnya.



Logistik *e-Commerce*

Last Mile Delivery Bagian paling Mendasar

Sejauh ini *platform e-commerce* juga membuat logistiknya sendiri dan ada anggapan bahwa posisi pemain *freight forwarding* Indonesia akan terancam. “Konteks terancam di sini kalau memang pemainnya tidak mau berubah dan itu sudah jadi cerita lama. Tetapi kalau pemainnya mau berubah dengan berkolaborasi, para personelnnya mau mengadopsi teknologi, saya rasa proses himpitannya itu tidak akan mengancam bahkan membunuh pemain logistik Indonesia karena sebetulnya pemain *e-commerce* itu fokusnya bukan di logistik,” ujar Yan Hendry Jauwena, CEO Iruna e-Logistics.

Meskipun penyedia *platform e-commerce* ini tidak fokus di logistik, mereka berani membuat logistik sendiri. Menurut Yan, keputusan membuat divisi logistik sendiri karena mereka melihat para pemain logistik di Indonesia tidak siap dan tidak mau berubah, sementara industri *e-commerce* menuntut pemain logistik yang memang sudah mempunyai teknologi dan mengerti sistem *e-commerce* dengan kecepatan pengiriman yang tinggi. “Tentu kebutuhan pemain *e-commerce* global itu tidak bisa dilakukan dalam sekejap mata oleh pemain logistik kita. Sehingga yang dilakukan oleh para pemain *e-commerce* tadi dengan membuat logistiknya sendiri,” ujarnya.

Saat ini, layanan pengiriman barang hingga ke tangan konsumen sudah menjadi *mandatory* dari penyedia logistik *e-commerce*. “Kebutuhan pelanggan atas penyampaian kiriman dalam kota saat ini ekspektasinya sudah harus sampai dalam beberapa jam ke depan, setelah barang itu dikirimkan melalui jasa pengiriman kurir. Saat ini telah terbentuk ekosistem baru di industri logistik, salah satu pendatang baru adalah perusahaan transportasi *online* yang sering kita sebut layanan *on-demand service*. Sementara layanan *sameday* sudah menjadi nomor dua, karena tren kebutuhan akan waktu penyampaian kiriman dalam kota saat ini sudah *time definite*,” kata M. Feriadi, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo).

Terkait dengan logistik *e-commerce*, *last mile delivery* masih menjadi bagian paling mendasar karena dengan layanan ini barang bisa sampai ke tangan *customer*. Sedangkan dalam *platform e-commerce*, siapa pun yang berdagang selalu berlomba-lomba menaikkan *customer satisfaction* dengan mengirim barang lebih cepat, biaya pengirimannya lebih murah, *traceability*-nya tinggi saat proses pengirimannya. Namun semua itu bukanlah hal yang mudah untuk bisa dilakukan secara bersamaan oleh pelaku logistik lokal.

Memang untuk terjun ke dalam bisnis logistik *e-commerce*, kata Yan, terpenting adalah dari sisi perizinannya. Namun, izin untuk usaha logistik biasa sebenarnya bisa digunakan. “Yang harus disiapkan secara serius adalah SDM-nya, teknologi, dan investasinya. Karena untuk ini bisa berjalan, teknologi tanpa SDM yang tepat juga tidak ada gunanya. Sementara teknologi dengan SDM yang tepat dalam menjalankannya, ketika ini akan ditingkatkan atau mau ekspansi tentu mau tidak mau perlu *capital* atau investasi untuk bisa diceburkan ke situ. Saya rasa tiga hal itu menjadi *key matrices* utamanya baru kemudian bicara mengenai bagaimana teknologinya bisa berintegrasi dengan semua teknologi yang lain, baik dari depan ke belakang, maupun dari satu ke satu, satu ke banyak-banyak, banyak ke banyak,” ujar Yan.

Yan menjelaskan, jika pemain logistik Indonesia mau merambah dari nasional ke internasional atau hanya di regional ASEAN terlebih dulu, tentu kembali lagi ke sisi *capital*-nya harus mendukung karena kalau tidak bagaimana itu bisa dilakukan dengan waktu yang dituntut relatif singkat oleh *market e-commerce* ini. “Saya sudah mengangkat isu ini mungkin sejak tahun 2013 lalu, ketika saat itu kami membahas bagaimana pemain logistik nasional berubah atau beradaptasi untuk mendapatkan kue di *e-commerce*, yakni dengan SDM, teknologi, dan investasi. Tiga hal utama itu yang perlu dipersiapkan,” ujarnya.



Platform Konsolidator

Saat ini Iruna mempunyai dasbor yang dapat memonitor kinerja dari perusahaan kurir yang terkoneksi dengan platform Iruna Intelligent Business Dashboard. “Melalui dasbor ini kelihatan semua skornya, mau di-zoom *by courier* juga bisa terlihat detail di dasbor ini. Saat ini sudah ada lima perusahaan kurir nasional yang bergabung di platform Iruna ini. Segmentasi pasar kami ini sebenarnya membidik pasar *brand, small-medium enterprise* bahkan UMKM. UMKM yang bisa menggunakan *tool* ini adalah mereka yang punya order pengiriman minimum 150-200 order per hari, karena kalau mereka mengurusinya sendiri akan pusing untuk meng-*handle* sendiri,” ujar Yan.

Bagi penyedia layanan kurir, lanjut Yan, tinggal memastikan proses *delivery*-nya dapat dieksekusi sesuai dengan kualitas bisa mendatangkan bonus ke perusahaan kurir tersebut. Ia mencontohkan, bagaimana konsumen bisa tahu perusahaan kurir A itu bagus jika tidak ada datanya. “Kemudian perusahaan kurir A ini meminta orderan lebih ke saya dengan iming-iming

memberi diskon lebih *lah*. Permasalahannya bukan soal harga tetapi *performance*, sementara saya tidak tahu performa servis dari perusahaan kurir A ini seperti apa. Tetapi kalau dibikin sebaliknya, dia terkoneksi dengan *platform* Iruna dan *performance*-nya bisa dimonitor secara transparan, dengan harga yang sama aja tanpa bikin dia pusing harus melakukan *price war*, saya berani kasih *delivery volume* lebih per hari ke perusahaan itu karena terbukti *performance*-nya bagus," jelasnya. Kalau dalam melakukan eksekusinya turun, kata Yan, perusahaan itu akan kehilangan kesempatan mendapatkan bonus *delivery*-nya itu. "Sehingga di sini kami menjadi *aggregator performance* yang objektif. Kalau perusahaan kurir A buruk ya dapatnya sedikit, kalau hasilnya bagus dapatnya juga banyak dan itu tidak bisa sama setiap harinya. Sehingga ada parameternya," imbuhnya.

Menurut Caesandro A. Destarata, *e-Logistics Solution Manager* Lodi sebagai salah satu perusahaan logistik berbasis teknologi di Indonesia, parameter performa yang dilakukan Iruna tadi tujuan sebenarnya adalah solusi logistik. "Si *customer* sebenarnya maunya apa sih? Seberapa bagus perusahaan kurir itu di wilayah Aceh misalnya. Dalam konteks ini sebetulnya sistem itu melawan sisi konvensionalnya, karena dulu kita mendapatkan data yang terinfo biasanya menggunakan Excel. Kalau kita pakai lima kurir misalnya, maka setiap hari mesti mendapatkan info dari lima Excel dan itu tidak dalam satu *page*. Kalau saya sebagai *user* lebih dimudahkan jika melihat seluruh informasi dalam satu *page*, dengan performa yang sudah dihitung oleh penyedia *platform* tersebut. Itu bahasa sederhananya," ujar Cae sapaan karibnya.

Cae menambahkan, jika *customer* menggunakan platform konsolidator, *customer* bisa lebih dimudahkan karena seluruh data yang dibutuhkannya sudah dikumpulkan dan disediakan dalam satu *page* oleh penyedia *platform* tersebut dan lebih mudah memantaunya. "Singkatnya, daripada punya lima kurir dan harus mengakses lima sumber yang berbeda, lebih memudahkan pakai satu *platform* konsolidator dengan tetap menggunakan lima kurirnya itu, atau lewat satu pintu tapi tetap bisa mengetahui informasi terkait performa dari masing-masing perusahaan kurir yang digunakannya tadi. Bahkan kalau terjadi masalah dalam pengiriman atau masalah teknis lainnya, pihak *platform* konsolidator yang akan mengomunikasikannya ke pihak kurirnya atau ke *customer*-nya langsung," katanya.



Yan Hendry Jauwena

CEO Iruna e-Logistics

Data Capture

Secara keseluruhan, *e-commerce* tumbuh dengan sangat baik dan semakin menjanjikan, karena semakin ke sini pertumbuhannya semakin meningkat karena para pemain lokal pun juga sudah mulai nyemplung ke area *e-commerce*. Hampir semua *brand* sudah menjadikan semua *platform e-commerce* sebagai *channel*-nya. "Size of potential dari market *e-commerce at least* yang bisa kita *mapping* sekarang berdasarkan data dari Google Temasek, itu mencapai USD 10 miliar dalam rentang waktu sekitar lima sampai enam tahun dari sekarang. Berarti ini kan ada bisnis sebesar sekitar hampir USD dua miliaran per tahun," kata Yan Hendry Jauwena. Yan menambahkan, tentu dalam hal ini pemain logistik lokal tidak bisa melakukannya secara *single player* dalam mengambil kue *e-commerce* ini. "Kalau dibedah lagi secara spesifik siapa saja pemain logistiknya, mereka adalah pemain di pergudangan untuk *fulfillment center*-nya dan pemain kurir untuk layanan *last mile delivery*-nya," ujar Yan.

Business model yang diterapkan Iruna saat ini adalah mengangkat tema kolaborasi, dalam hal ini Iruna bisa mengajak seluruh komunitas logistik seperti anggota asosiasi untuk bisa bergabung di dalamnya. "Pemain Asperindo sebagai pemain kurirnya bisa kami gandeng dan perlu diberdayakan juga, dan pemain gudang yang kami gandeng sebagai penyedia *fulfillment*-nya kami adalah para anggotanya ALFI. Secara *business model*, Iruna sangat memosisikan diri sebagai pihak yang netral karena tidak berpihak pada satu asosiasi atau condong ke asosiasi tertentu. Dalam hal ini kami menggandeng Asperindo karena membutuhkan layanan *last mile delivery*-nya mereka sebagai asosiasi jasa pengiriman kurir. Buat kami yang terpenting adalah menyediakan solusi logistik di *e-commerce* ini, dan kami sebetulnya punya mimpi ingin menjadi seperti Cainiao sebagai penyedia logistiknya Alibaba Group," urai Yan.

Cainiao ini mempunyai *light asset, high-tech*, namun menggunakan infrastruktur milik para pemain logistik yang lain baik gudang, *fleet* termasuk *rider/driver*-nya, untuk bisa melakukan eksekusi *fulfillment* dan *last mile delivery*-nya Alibaba. Bedanya Cainiao dengan Iruna, lanjut Yan, Cainiao berdiri sudah langsung ter-*inject* dari volumenya Alibaba. "Sementara Iruna ketika berdiri di posisi ini harus mengedukasi *market* terlebih dulu untuk memahami apa itu *fulfillment*, apa itu *last mile delivery* integrator sehingga kami tidak punya *luxury situation* yang terinjeksi langsung oleh order dari *e-commerce* layaknya Cainiao," katanya.

Yan berharap dengan mengedukasi kepada pelaku logistik Tanah Air dapat mengambil volume dari mereka, agar dapat melakukan eksekusi sehingga bisa memberikan bisnis kepada para pemain logistik dan pemain kurir Indonesia. "Kami hanya bertindak sebagai *platform* sebenarnya. Iruna sejatinya sebagai sebuah *platform* yang dapat mengagregat seluruh pemain logistik dan kurir di Tanah Air untuk melakukan *fulfillment* dan *last mile delivery*. Itulah jati diri Iruna sekarang dan ke depannya," ungkap Yan.

Di balik strategi baru dari Iruna tadi, Yan mengakui bahwa tujuan utamanya adalah untuk bisa meng-*capture big data* dari *e-commerce*. "Karena isu utamanya adalah ketika logistik ingin melakukan improvisasi tanpa adanya kekuatan data. Pertanyaannya, lantas pakai apa dasar informasinya? Jawabannya memang harus pakai data sehingga data itu harus bisa kami *capture*. Bagaimana cara meng-*capture* data? Semua aktivitasnya didigitalisasi, semua aktivitasnya di-*capture* melalui aplikasi, semua *business process*-nya disesuaikan untuk bisa mengadopsi *digital tools* atau aplikasi tersebut. Begitu nanti datanya terkumpul dengan ukuran data yang besar itu, para pemain yang ada dalam ekosistem ini akan diuntungkan, bukan Iruna yang diuntungkan," kata Yan.



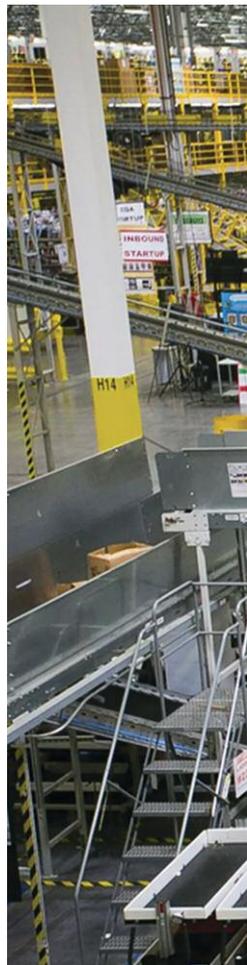
Teks: Antonius Sulistyó / Foto: Amazon

Kecenderungan perilaku beli konsumen yang beralih dari toko fisik ke belanja *online* memberi dampak perubahan terutama dalam sistem logistiknya. Diprediksi bisnis jasa *fulfillment* akan menjanjikan ke depan, mengingat perilaku konsumen saat ini terhadap belanja *online* selalu meningkat setiap tahunnya. Bukti yang semakin menjanjikan akan permintaan jasa *fulfillment* ini, ketika *platform e-commerce business to business* (B2B) terbesar di dunia, Alibaba.com, masuk ke Indonesia melalui PT Global Jet Express yang menaungi merek J&T Express yang merupakan perusahaan jasa kurir lokal berbasis teknologi. Karena itu, mustahil pemain besar *e-commerce* skala dunia berani masuk Indonesia jika tidak memiliki perhitungan pasar secara mendalam.

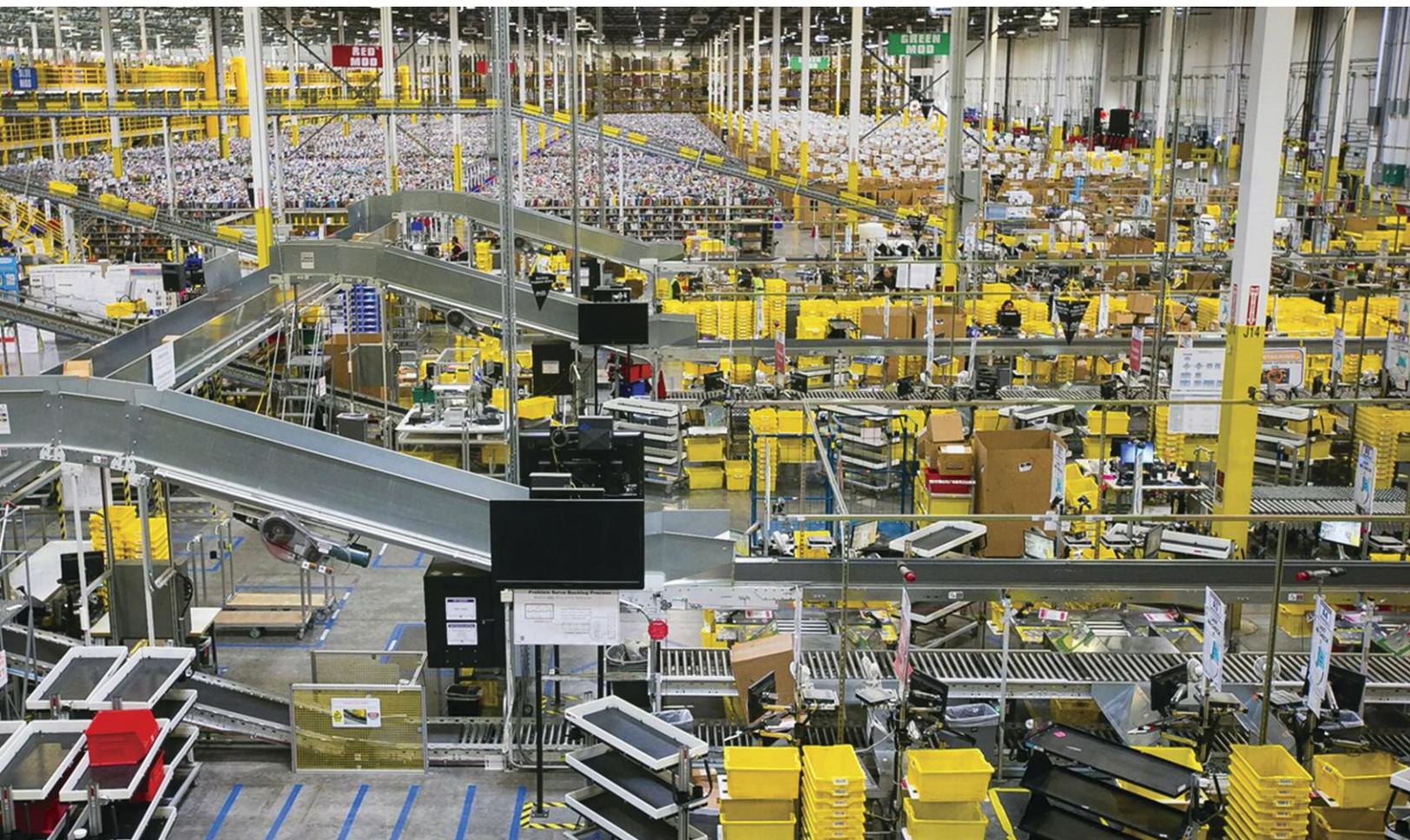
Sementara itu, pernyataan bernada satire muncul terkait tren investasi *fulfillment* di industri *e-commerce* Tanah Air. "Ini cuma alasan atau strategi saja dari perusahaan asing yang berlindung di balik *brand e-commerce*. Kalau mereka bilang perusahaan lokal belum mampu mengelola *fulfillment*, harusnya mereka mengajari dengan mengajak kerja sama pemain lokal. Apalagi tidak ada larangan atau pembatasan kalau perusahaan *e-commerce* diperbolehkan menangani kegiatan logistiknya sendiri, termasuk dengan memperbolehkan membangun *fulfillment*. Ini juga yang membuat beberapa *startup* lokal yang memfokuskan diri terhadap *fulfillment* belum bisa berkembang," ujar Mahendra Rianto, Wakil Ketua Asosiasi Logistik Indonesia.

Sejauh ini memang pengguna jasa *fulfillment* merupakan pemain *e-commerce* skala kecil dari kalangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), *retailer* yang beralih ke *online*, serta perusahaan asing yang tertarik dengan pasar *e-commerce* di Indonesia. *Finance and Human Capital Director* PT Pos Logistik Indonesia (Pos Logistics), Zaroni Samadi mengatakan, Pos Logistics (Poslog) sejatinya ingin mendukung *e-commerce* yang sejauh ini masih ditangani oleh induk perusahaannya, yakni PT Pos Indonesia. "Namun Poslog punya suatu rencana terkait dengan IPO (*Initial Public Offering*) tahun 2020 nanti, sehingga kami akan memperkuat di *fulfillment*-nya. Jadi ketika UMKM ini ingin produknya *go e-commerce*, tidak hanya ke luar negeri namun domestik juga, kami akan menyiapkan depo-depo *e-commerce* dalam bentuk *fulfillment center*," kata Zaroni.

Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo), M. Feriadi menegaskan bahwa *fulfillment* akan menjadi tren di industri *e-commerce*. "Ini menjadi tren baru *e-logistic* sebagai dampak langsung tumbuhnya *e-commerce* yang pesat," ujar Feriadi. Menurutnya, sistem pergudangan konvensional akan berevolusi ke sana yang beralih fungsi menjadi *fulfillment center*.



FULLFILLMENT AKAN JADI TREN DI INDUSTRI E-COMMERCE



Turn Over Tinggi

Perbedaan paling mencolok antara pergudangan konvensional dengan *fulfillment* adalah dari sisi *turn over* barangnya, jika *fulfillment* punya *turn over* tinggi dan bisa dilakukan secara retail namun gudang biasa tidak demikian. "Sederhananya, kalau gudang, yang punya peran memerintah untuk mengambil barang di gudang hanya satu, yaitu pemilik barang. Tapi kalau *fulfillment*, yang memerintah untuk mengambil barang itu banyak sesuai dengan transaksi dalam *marketplace* di *e-commerce*," kata Zaroni. Ia mengilustrasikannya dengan pedagang pempek yang dikelola di Jakarta, yang setiap kali ada order pempek yang ditangkap oleh *marketplace* maka itulah yang harus dia penuhi. "Jadi pemenuhannya secara retail dan mungkin sehari ada 10 transaksi dengan jumlah 20 pak. Sementara gudang dalam bentuk lebih besar, misal dua kontainer langsung keluar dari gudang karena tidak ada sistem retail (eceran), dan pengirimannya langsung ke distributor. Sedangkan *fulfillment* mengirim barangnya secara *last mile*, langsung ke orang per orang," tuturnya.

Perbedaan lainnya adalah terkait teknologi. *fulfillment center* lebih banyak menggunakan teknologi secara masif, sedangkan pergudangan biasa cukup menggunakan teknologi yang sederhana. Sebab dalam *fulfillment center* terdapat kegiatan *packing* atau pengepakan, kemudian ada kegiatan *sorting* (penyortiran), dan *picking* (pengambilan) sesuai order sehingga dalam satu pak pengirimannya bisa berisi beragam jenis barang. Terakhir adalah pengiriman sesuai area dengan kebutuhan armada yang berbeda-beda, alhasil peran teknologi di sini sangat dibutuhkan untuk mengakomodasi itu semua.

"*Fulfillment* memang punya tingkat *turn over*-nya lebih tinggi daripada gudang biasa, sehingga *effort* yang dibutuhkan lebih besar dalam pengelolaan *fulfillment center*. Sebab sistem *warehousing* konvensional tujuannya tertentu dan sudah pasti, yaitu distributor atau retailer, tergantung gudangnya itu untuk kebutuhan apa. Kalau gudang grosir dia melayani beberapa toko, kalau gudang *mega hub* untuk melayani DC (*distribution center*), jadi sudah terdata. Sehingga nilai bisnis yang diangkut dihitung berdasarkan trip karena dia tidak mengenal perhitungan per kilogram, bahkan per *piece* itu tidak ada," ujar Zaroni. Misal trip Jakarta-Surabaya atau sebaliknya, menurutnya itu dihitung berdasarkan satu trip dan biasanya *rate*-nya murah, kalau kapasitas angkutannya 30 ton yang dibayar adalah berdasarkan trip bukan bobot angkutannya.

Sedangkan *fulfillment* di *e-commerce*, lanjut Zaroni, tarifnya dihitung berdasarkan per *piece* karena pengirimannya secara *last mile*. "Secara nilai *catchy*-nya lebih tinggi karena pengirimannya retail dengan *turn over* tinggi. Misal satu muatan 30 ton pakai kontainer, tarif angkutan di sistem pergudangan biasa dihitung berapa kilometer jarak untuk mengangkut 30 ton itu, katakanlah Rp 5 juta dalam satu trip itu. Tapi kalau barang-barang *e-commerce* dihitungnya per kilogram, tapi tujuannya tersebar dan tidak hanya satu titik. Sehingga jatuhnya lebih tinggi nilai angkutannya," katanya. Karena tarif angkutannya lebih mahal, lanjutnya, maka pengiriman barang *e-commerce* bermain skala ekonomis, yaitu pada volume transaksi tertentu baru bisa meraih keuntungan mengingat *fulfillment* ini padat modal. "Makanya seperti JD.id atau JNE menerapkan transaksi kurirnya berdasarkan kuota supaya masuk skala ekonomis angkutannya," ujarnya.



Zaroni Samadi. Finance & Human Capital Director Pos Logistics

Depo e-Commerce

Terkait peran PT Pos Indonesia yang ditunjuk Pemerintah Indonesia sebagai *backbone e-commerce*, PT Pos Logistik Indonesia (Pos Logistics) sedang merancang konsep depo *e-commerce*. "Di sini UMKM cukup berkreasi di produknya sementara *marketing, packaging, storage*, maupun mengangkat ke *marketplace*, semuanya dilakukan oleh depo *e-commerce* yang akan bekerja sama dengan salah satu BUMN. Dalam hal ini posisi Pos Logistics sebagai pengelola atau operator di *fulfillment*-nya termasuk untuk pendistribusiannya secara *last mile*," kata Zaroni Samadi, *Finance and Human Capital Director* Pos Logistics. Terkait pengiriman barang untuk *fulfillment* ini, menurut Zaroni, Pos Logistics telah menyiapkan perusahaan kurir sebagai anak perusahaannya, dengan fokus servisnya di bidang *commercial courier* utamanya untuk *e-commerce courier* khususnya bagi UMKM.

Zaroni menjelaskan, fasilitas *fulfillment* yang akan dikelola Pos Logistics ini memang bakal men-*setup* ulang fasilitas yang

sudah ada, mengingat PT Pos Indonesia selaku induk perusahaannya memiliki 11 *hub* yang namanya SPP (Sentral Pengolahan Pos) mulai dari Medan, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Balikpapan, Banjarmasin, dan Denpasar.

"Saat ini dari *holding* kami sudah ada kebijakan inbreng (penyetoran modal dalam bentuk aset sesuai Pasal 34 UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas) dari induk perusahaan ke anak usahanya. Kebijakan ini juga dalam rangka memperkuat struktur aset milik Pos Logistics. Jadi bisa dicatat dalam pembukuannya Pos Logistics dan bisa digunakan, tetapi servisnya Pos Indonesia juga tetap berjalan," ujarnya. Sentral Pengolahan Pos (SPP) selama ini hanya digunakan oleh kantor pos untuk pengolahan *parcel delivery*, seperti penyortiran paket kemudian diangkut dengan truk untuk dikirim melalui udara. "Nantinya, sepertiga dari fasilitas *hub* milik Pos Indonesia itu akan digunakan sebagai *fulfillment center*. Itu konsepnya," kata Zaroni.



BERSIASAT KARENA KENAIKAN TARIF KARGO UDARA

Pertumbuhan kenaikan tarif kargo udara membuat sejumlah pengusaha angkutan logistik merasa keberatan. Sektor yang juga sama terbebani dengan kenaikan tersebut adalah industri *e-commerce*. Industri yang sangat terikat sekali dengan pengiriman barang ini bisa berdampak pada menurunnya minat konsumen untuk belanja.

Menurut Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo), M. Feriadi, kenaikan tarif kargo udara akan berdampak menurunnya konsumen jasa pengiriman ekspres dan *e-commerce*. Oleh karena itu, Asperindo menyiapkan solusinya. "Yang pertama pastilah kami harus menyesuaikan tarif *publish*. Karena kita tidak bisa bertahan pada harga yang ada. Perusahaan jasa pengiriman sebagai *network companies* dalam penyusunan tarif sangat rigid dan kompleks. Bila ingin melihat formulanya bisa membaca Peraturan Menteri No1 1 Tahun 2012 tersebut. Yang kedua, kami ingin memaksimalkan pengiriman melalui darat dengan tidak memengaruhi SLA (*Service Level Agreement*) dengan pelanggan. Rute-rute darat akan kami efektifkan bisa mengangkut dengan lebih cepat. Yang ketiga, kami mendorong bisa dioperasikannya pesawat kargo berjadwal yang tentunya biayanya lebih kompetitif daripada *airlines* komersial," jelas Feriadi mengenai langkah awal yang dilakukan untuk mengatasi kenaikan biaya kargo udara.

Sementara itu, Mahendra Rianto Wakil Ketua Asosiasi Logistik Indonesia berpendapat dampak kenaikan kargo udara akan kontraproduktif dengan upaya pemerintah untuk mendorong industri *e-commerce*. "Kenaikan kargo udara oleh pihak maskapai sangat kontraproduktif dengan kemauan pemerintah memajukan *e-commerce* dan mengefisienkan biaya logistiknya. Di dalam *channel distribution*, setiap satu titik menaikkan biaya itu akan berdampak efek domino terhadap proses berikutnya. Pemerintah harus melihat semua ini dan harus dijaga agar ujungnya masyarakat tidak dirugikan," jelas Mahendra.

Ia melanjutkan, *e-commerce* sudah sangat ketergantungan dengan maskapai udara agar bisa menjangkau seluruh titik distribusi di Indonesia. Pemerintah harus memanggil pihak maskapai dan memberi teguran bahwa kenaikan kargo udara merugikan. Walaupun ternyata ada banyak faktor yang memaksa pihak maskapai menaikkan kargo udara, pemerintah wajib membantunya. "Kalau memang perlu diperlukan subsidi untuk maskapai udara, pemerintah wajib memfasilitasi," saran Mahendra untuk pemerintah.

Hapus Biaya yang Memberatkan

Pemerintah tengah mendorong industri *e-commerce* untuk lebih maju dan berkembang. Kenaikan tarif kargo udara seperti memadamkan semangat perusahaan *e-commerce*. Mahendra menilai pemerintah perlu waspada akan hal ini. "Masing-masing *e-commerce* berbeda kemampuan dalam menanggung biaya logistik *customer*, tergantung jumlah kapital yang mereka miliki. Mereka membakar uang di promo ongkir karena mereka masih pada tahap mengedukasi konsumen beralih dari be-

lanja *off-line* ke belanja *on-line*. Sekarang mereka berlomba-lomba memperbanyak trafik dan nilai transaksi. Semakin besar transaksi akan berdampak pada *revenue* yang kemudian hari *e-commerce* mulai mendapatkan profit. Ini yang perlu diwaspadai pemerintah, jangan terlalu euforia dengan maraknya *e-commerce* atau label *unicorn*. Pemerintah harus menjaga ekosistemnya juga, jangan sampai mereka gampang masuk Indonesia tapi keluarnya juga cepat," katanya.

Guna memperkuat pendapatnya, Mahendra coba menggambarkan hitungan biaya logistik di *e-commerce*. "Dari semua komponen biaya, biaya dari maskapai udara penyumbang terbesar sekitar 40 persen apalagi sekarang dinaikkan sampai 300 persen. Bicara bisnis kurir secara struktural tarif ada beberapa biaya, seperti biaya *origin-destination* atau biaya ketika kurir menjemput barang *customer* dikirim ke *hub*. Baru ditambah *carrier* atau biaya pengangkut utama dalam hal ini lewat pesawat udara. Semisal perusahaan kurir hanya menaikkan tarif 20 persen sebenarnya belum menutupi kenaikan kargo udara. Besaran kenaikan yang tidak sepadan itu cuma cara perusahaan kurir untuk bertahan agar *customer* masih bisa menggunakan jasa mereka. Atas kondisi tersebut, bisa saja perusahaan kurir mengorbankan level pelayanan mereka dengan cara tidak mengandalkan maskapai udara. Belum lagi ditambah biaya *regulated agent* yang pengenaannya per kilogram. Kalau pemerintah betul-betul ingin meringankan, hapus salah satu komponen biaya yang memberatkan," tuturnya.



Mahendra Rianto. Wakil Ketua Asosiasi Logistik Indonesia

Dalam penjelasannya, Feriadi menyinggung formula tarif layanan pos komersial yang terdapat pada PM Kominfo No. 1 Tahun 2012. Pada Bab II Layanan Pos Komersial di Pasal 2 menyebutkan jenis layanan pos komersial mencakup layanan komunikasi tertulis dan/atau elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan dan layanan keagenan pos. Dilanjutkan pada pasal 3 mengenai perhitungan dan penetapan tarif komponennya terdiri atas biaya tetap dan biaya tidak tetap. Sedangkan kelompok biaya komponen perhitungan tarif dijabarkan atas kelompok biaya produksi

yang termasuk biaya risiko, kelompok biaya pemasaran, kelompok biaya administrasi, kelompok biaya umum, dan biaya yang tidak bersinggungan langsung dengan proses produksi atau disebut *overhead cost*.

Pada pasal 4 disebutkan formula tarif layanan pos komersial dihitung dari seluruh komponen biaya ditambah margin untuk penyelenggaraan layanan pos komersial. Dilanjutkan pada pasal 5, besaran tarif layanan pos komersial setelah dikurangi margin adalah harga pokok produksi. Untuk besaran tarif tidak boleh lebih rendah daripada harga pokok produksi.



LAPORAN UTAMA

PEMERINTAH MESTI BERI PROTEKSI PRODUK LOKAL

Pemerintah mesti Beri Proteksi Produk Lokal



Penetrasi pasar *e-commerce* sudah tidak bisa diantisipasi lagi di era digital, dan kita ketahui bersama bahwa jumlah pembelian *online* melalui transaksi elektronik begitu masif saat ini. “Kalau belajar dari negara-negara lain, mereka membuka peluang dengan mengambil alih *payment gateway* oleh pemerintahnya dengan catatan barang itu diberikan suatu kesetaraan. Artinya, barang yang berstatus *e-commerce* karena publik yang berbelanja ini adalah individu maka digeneralisir pajaknya. Kalau di Singapura menerapkan GST untuk jenis barang apa pun yang masuk ke sana, kecuali untuk barang-barang yang terlarang seperti yang terkait narkoba dan senjata api,” kata Trismawan Sanjaya, Wakil Ketua Umum DPP Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) Bidang *Supply Chain, Digital Logistics, dan E-commerce*.

Pajak Layanan dan Barang atau *Goods and Service Tax* (GST) di Singapura berlaku sejak 1994 dengan nilai awal sebesar tiga persen. Nilai pajak ini mengalami beberapa kali kenaikan dan terakhir pada Juli 2007 berlaku GST baru sebesar tujuh persen. Rencananya, Pemerintah Singapura akan menaikkan GST-nya dari tujuh persen menjadi sembilan persen pada tahun 2021-2025. “Beberapa negara juga menerapkan hal yang sama seperti yang dilakukan Singapura, namun dengan persentase yang berbeda-beda. Sementara aturan perpajakan barang impor yang umum berlaku di Indonesia akan sulit, karena setiap barang punya HS yang berbeda untuk bea masuknya,” ujar Trismawan.

Berdasarkan informasi resmi Ditjen Bea dan Cukai, *Harmonized System* (HS) yang termuat dalam Buku Tarif Kepabeanan Indonesia (BTKI) adalah nomenklatur klasifikasi barang yang digunakan secara seragam di seluruh dunia berdasarkan *International Convention on The Harmonized Commodity Description and Coding System* dan digunakan untuk keperluan tarif, statistik, *rules of origin*, pengawasan komoditi impor/ekspor dan keperluan lainnya. Sistem klasifikasi barang yang berlaku di Indonesia mulai berlaku sejak 1 Maret 2017. Besaran tarif bea masuk dan pos tarif yang ada dalam BTKI ditetapkan oleh Menteri Keuangan dan disusun berdasarkan masukan dari Kementerian dan Instansi terkait, antara lain Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pertanian, Badan POM, dan instansi pemerintah terkait lainnya.

Menurut Trismawan, barang-barang impor yang masuk ke Indonesia secara *common* melewati pabean pun tak bisa bersaing lantaran harganya jadi melambung. “Belum lagi kena PPN (pajak pertambahan nilai) 10 persen dari harga barang, belum PPh (Pajak Penghasilan) 2,5 persen. Kalau pajak bea masuk barang misalnya lima persen ditambah PPN dan PPh, totalnya sudah 17,5 persen dan ini tidak ada daya saingnya juga akhirnya. Jadi orang ingin jualan ke kita, tapi karena tarif pajaknya mahal akhirnya cari cara lain agar bisa masuk ke Indonesia. Kalau memang dikasih tarif yang *average* juga harus dengan satu daya tawar. Barang Anda bisa masuk Indonesia dengan tarif bea masuk tertentu, tetapi Anda juga harus menyerap produk lokal kami agar bisa dijual di pasar Anda,” tuturnya.

Trismawan menegaskan harus ada timbal balik sehingga komoditas ekspor Indonesia melalui *e-commerce* juga punya pasar. "Kalau masif dengan barang impor maka komoditas ekspor Indonesia tidak bisa punya pasar di *e-commerce*, kemudian barang ekspor kita juga akan terkendala prosedur yang lebih sulit untuk masuk ke pasar mereka. Sebab *e-commerce* di Indonesia belum ditata dan diakomodir agar punya daya saing global," ujarnya. Mungkin saat ini, lanjutnya, Indonesia belum bisa melakukan *cost efficiency* lantaran dari sisi volume masih kalah jauh dengan Cina, yang produknya secara masif sudah dijual ke seluruh dunia sehingga harga per unitnya lebih murah. "Indonesia tidak bisa seperti Cina, jadi harus ada suatu *power* untuk membuat satu kesepakatan agar barang kita juga bisa diterima di *marketplace* dunia. Paling tidak barang impor yang masuk melalui *e-commerce* ini harus disejajarkan dengan produk lokal yang sejenis. Jangan sampai produk impor harganya bisa lebih murah, bisa habis produk lokal kita nanti. Atau barang sejenis dari luar negeri yang dimiliki oleh produk lokal kita tidak boleh masuk dengan harga lebih murah, harus lebih mahal karena paling tidak produk kita yang tidak bisa masuk pasar luar negeri itu dikonsumsi oleh pasar lokal," urainya.

DPP ALFI, kata Trismawan, mengusulkan beberapa gagasan kepada pemerintah. "Pertama, mempunyai sistem yang mampu mendeteksi transaksi *e-commerce* buat pemasukan negara. Sehingga negara bisa mengamankan kerugian dari kasus-kasus *splitting* dengan modus memecah kiriman barang impor supaya nilainya di bawah USD 75 biar terbebas dari bea masuk dan pajak. Kedua, bagaimana negara bisa mengidentifikasi berapa banyak transaksi di *e-commerce* yang dilakukan oleh penduduk Indonesia karena sekarang masih blur. Ketiga, bagaimana kita punya kekuatan untuk proteksi barang yang masuk ke sini, artinya di sini barang yang mematikan produk lokal bisa diidentifikasi di awal terutama untuk produk-produk UMKM," katanya.



Trismawan Sanjaya

Wakil Ketua Umum DPP ALFI
Bidang Supply Chain, Digital Logistics
& E-commerce

Saat ini setiap orang dapat melakukan transaksi untuk membeli barang apapun di *e-commerce* tanpa terawasi oleh pihak yang berwenang di negeri ini. "Begitu ada satu filter di negara ini, maka setiap kali orang mau belanja produk yang asalnya dari luar negeri tetapi produk itu juga diproduksi oleh UMKM atau produsen di sini maka otomatis terlindungi. Prinsipnya sama seperti situs-situs terlarang yang tidak bisa diakses melalui Google. Sehingga orang tidak bisa melakukan transaksi apa pun karena produk yang ingin dibelinya ada di dalam negeri. Setelah itu, kita punya daya tawar, produk dari luar negeri bisa masuk dengan catatan barang produksi Indonesia juga harus dipasarkan di pasar mereka," ujar Trismawan.

Produk dengan *Unique Positioning*

Guna meningkatkan pasar dari produk-produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam negeri agar lebih kompetitif di *marketplace*, Kepala Divisi Konsultasi Supply Chain Indonesia (SCI) Zaroni Samadi mengatakan, hal utama yang mesti diperhatikan adalah harus mencari keunikannya. "Artinya, produk UMKM kita ini adalah produk yang tidak bisa disaingi atau mempunyai *unique positioning*. Produk-produk yang mempunyai nilai seni, seperti produk kuliner karena di dalamnya terkandung resep tradisional, produk-produk kreatif entah itu karya kriya atau *fashion* yang tidak bisa dibuat secara mesin tapi lebih *handmade* yang melibatkan banyak pekerja di dalamnya. Itu untuk domestik masih tinggi permintaannya apalagi untuk ekspor," ujar Zaroni.

Zaroni menjelaskan, persoalannya yang terjadi saat ini adalah, begitu masuk *e-commerce* yang dibutuhkan sebetulnya kontinuitasnya terkait produksi dan pemasarannya. Kemudian kemasannya karena pengirimannya melalui ekspres atau pakai logistik sehingga butuh kemasan yang kuat, tidak merusak, dan kualitasnya juga bisa awet. "Contohnya bumbu pecel dari Nganjuk, dia punya kemasan sederhana meskipun pemasarannya masih sebatas menggunakan media sosial. Tetapi produk ini sudah bisa menjangkau pasar di luar Nganjuk dengan keunikan tersendiri yang punya nilai jual," katanya.

Sementara itu, Trismawan melihat peran pemerintah sangat diperlukan di sini. Salah satu upaya untuk perbaikan *e-commerce* Indonesia, Trismawan berharap dengan pemberlakuan PLB *e-commerce*. "Ini yang sedang kami bicarakan dengan Pos Indonesia karena Pos Indonesia jadi *backbone*-nya *e-commerce* Indonesia. Dalam hal ini kami mendorong Pos Indonesia sebagai wakil Pemerintah Indonesia untuk menjadi filter terkait derasnya produk-produk impor yang masuk ke Indonesia melalui *e-commerce*," ujarnya.

"Sesungguhnya fungsi dari PLB itu salah satunya juga untuk mendukung UMKM, untuk paling tidak menunda pembayaran bea masuknya. Jadi bea masuk dibayarkan manakala produk sudah dijual, bukan pada saat bahan baku yang dibutuhkan tadi masuk ke Indonesia supaya *cashflow*-nya terjamin. Belum lagi terkait tarif bea masuknya, mungkin tarif bea masuk impor bahan baku untuk UMKM bisa diberikan insentif pajak supaya harga kita bisa bersaing. Ini menurut saya salah satu cara untuk mendukung potensi produk UMKM kita di *e-commerce*," kata Zaroni menambahkan.

Produk-produk UMKM yang memiliki *unique positioning* tadi, menurut Zaroni, sebetulnya bisa didukung oleh Pemerintah di ajang pameran atau ekshibisi di luar negeri, dengan mengikutsertakan produk-produk UMKM tanpa membebani para pelakunya. "Kalau itu tidak memungkinkan bisa juga dengan konsolidator, jadi ada semacam pengepul atau *broker* tetapi yang *fair*. Jangan sampai harga jual dari produsen itu jadi rendah sementara barang itu dijual ke pasar dengan margin tinggi. Jadi margin keuntungannya harus adil tentukannya. Selain itu, sebetulnya untuk barang ekspor itu *tax*-nya rendah bahkan nol, kecuali bahan bakunya yang masih impor. Sebab bisa saja barangnya dibuat di Indonesia tetapi hampir semua bahan bakunya itu masih impor. Misalnya cangkir, bahan bakunya memang masih banyak yang impor tetapi dari sisi seninya dan desainnya itu *kan* dari pengrajin kita. Saya rasa kalau barang itu produk dari UMKM bisa diberikan insentif pajak," ujar Zaroni.



Riau Jadi Percontohan Daerah Bebas *Over-dimension & Over-load*

Teks: Abdul Wachid / **Foto:** Giovanni Versandi

Pengadilan Negeri Pekanbaru pada 7 Februari 2019 menjatuhkan pidana denda kepada terdakwa Iswandi, pelanggar overdimensi kendaraan barang dengan membayar Rp 12 juta atau subsider dua bulan kurungan penjara. Iswandi sebagai Direktur PT Alam Citra Usaha Abadi juga diharuskan mengembalikan dua kendaraan miliknya kembali ke bentuk aslinya sesuai aturan.

Bersamaan dengan Iswandi, pengadilan juga menghukum Edi pemilik bengkel Cahaya Saudara Mandiri sebagai pelaku yang memodifikasi kendaraan. Keduanya didakwa secara bersama-sama telah melakukan pelanggaran Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Dalam hal ini melaksanakan rancang bangun dua unit truk tidak sesuai dengan ketentuan yang ada.

Pemidanaan Iswandi dan Edi bermula dari Badan Pengelola Transportasi Darat (BPTD) Wilayah IV Riau & Kepulauan Riau (Kepri) yang menggelar razia di Simpang Koran, Kecamatan Muara Lembu, Kabupaten Singini beberapa waktu lalu. Dalam kegiatannya tersebut, petugas berhasil mengamankan dua truk tronton bernomor polisi BM 8555 AO dan BM 8512 AO. BPTD Wilayah IV Riau-Kepri kemudian menindaklanjuti kasus tersebut sampai ke proses pengadilan.

“Aprindo Riau mungkin menjadi satu-satunya DPD (Dewan Pimpinan Daerah) yang paling agresif menyuarakan penertiban truk *over-dimension* dan *over-load*. Sampai hari ini Riau masih dijadikan *pilot project* pemberantasan truk *over-dimension* dan *over-load* di Indonesia. Kami konsisten mendukung kebijakan ini,” ujar Robin Eduar Ketua Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo) DPD Riau.

Sejauh ini, pihak Aprindo DPD Riau mengklaim telah melakukan normalisasi 200 kendaraan. Untuk setiap truknya, pengusaha angkutan harus mengeluarkan biaya Rp 20 juta untuk mengembalikan truk sesuai spesifikasi aslinya. Sementara, pengerjaan normalisasi setiap unitnya bisa memakan waktu empat minggu atau sebulan lebih.

Bekerja sama otoritas setempat, Robin mengaku telah meregistrasi sekitar 1.672 kendaraan untuk dilakukan normalisasi. Namun, angka tersebut masih teramat kecil jika dibandingkan dengan temuan BPTD Wilayah IV Riau-Kepri bahwa sebanyak 30.000 truk angkutan kelapa sawit dan kayu di wilayah Riau diduga menyalahi aturan dengan menyambung sumbu atau sasis. Jenis kendaraan yang dimodifikasi dominan truk bak terbuka dan tangki.

Modus pelanggarannya ialah dengan menambah ukuran panjang, lebar, dan tinggi bak truk. Guna mengatasi keseimbangan akibat dimensi yang berubah sumbu truk kemudian ditarik ke belakang sepanjang dua meter. Ada pula beberapa truk yang menambah sumbu truk menjadi tiga sampai empat sumbu dari semula hanya dua.

Dampak dari perubahan dimensi tersebut menambah kapasitas muatan yang sebenarnya tidak sepadan dengan kemampuan mesin kendaraan. Kondisi tersebut kemudian menjadi salah satu penyebab sering terjadinya kecelakaan akibat truk tidak kuat menahan. Sementara dari sisi infrastruktur jalan menjadi cepat rusak karena tidak mampu menahan muatan berlebihan.



Budi Karya Sumadi

Menteri Perhubungan RI



Budi Setiyadi

Direktur Jenderal Perhubungan Darat
Kemenhub



Bebas Over-dimension dan Over-load Tahun 2021

Pemerintah menargetkan tahun 2021 sudah tidak ada lagi pelanggaran modifikasi mengubah bentuk kendaraan agar bisa memuat berlebih. "Kini banyak Kepala BPTD di Indonesia bisa belajar dari Riau, untuk belajar menangani kasus *over-dimension* dan *over-load* membawanya ke proses hukum," ujar Budi Setiyadi, Direktur Jenderal Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan RI.

Ia memastikan, pemerintah dalam menyelesaikan masalah truk *over-dimension* dan *over-load* tidak dari hulu saja, tapi juga menasar masalah sampai hilirnya. Oleh sebab itu, pihaknya secara kesinambungan telah berkomunikasi dengan beragam asosiasi terutama dari pihak pemilik barang guna mencari jalan tengah. Hasilnya, rata-rata mereka meminta toleransi ke pemerintah agar diberi waktu untuk menyesuaikan aturan yang ada.

"Ada yang minta waktu enam bulan, ada yang satu tahun. Bahkan untuk Riau pada waktu melakukan pertemuan dengan pelaku usaha, para pengusaha angkutan kayu, mereka meminta waktu penyesuaian 1,5 tahun. Terlepas dari itu, yang penting ada perkembangan dan mereka benar-benar punya itikad baik. Jangan sampai masa toleransi waktu selesai, kemudian tidak ada perubahan," katanya.

Budi mengatakan, sebelum ada penindakan tegas BPTD Wilayah IV Riau-Kepri, praktik truk *over-dimension* dan *over-load* marak terjadi. Truk yang semula hanya boleh mengangkut 21 ton banyak melanggar dengan mengangkut hingga 40 ton. Ketika dilakukan penindakan, selama ini pelanggar hanya ditilang dengan denda kecil dan masih menasar pengemudi.

Namun sejak awal tahun ini, di wilayah Riau tidak lagi mengutamakan sistem tilang kepada para pelanggar. Pihak BPTD Wilayah IV Riau-Kepri tak segan langsung melakukan pemberkasan proses pidana agar pelaku segera mendapatkan hukuman. Faktanya, efek dari pemidanaan pelanggar *over-dimension* dan *over-load*, membuat beberapa pemilik truk secara sadar menormalisasi ukuran kendaraannya ke bentuk aslinya. Sedangkan, dari pihak karoseri beberapa bengkel sekarang menolak order modifikasi dimensi truk.

Sayangnya mulai patuhnya beberapa pengusaha angkutan dengan melakukan normalisasi tidak selalu berbuah positif. Menteri Perhubungan RI, Budi Karya Sumadi menaruh perhatian kepada para pengusaha yang patuh tapi kemudian order muatannya sepi.

"Kami dapat laporan, bahwa mereka yang patuh dan melakukan normalisasi malah tidak dapat kerjaan. Karena tarif sekarang jatuhnya kena mahal, tadinya bisa angkut 20 ton sekarang cuma bisa 15 ton. Itu perlu diberi insentif. Kan aneh, yang melanggar saja sekarang masih saya kasih toleransi," ucapnya.

Terhadap kondisi tersebut, pihaknya berjanji akan melakukan evaluasi. Terutama dalam penanganan dan penindakan pemerintah akan mulai upayakan selalu lunak, lebih mengutamakan dialog dan selalu didahului sosialisasi. Pemerintah akan mulai berhati-hati dalam menindak secara hukum terlebih menghindari asal tangkap.

Mengaktifkan Tiga Jembatan Timbang

Pengamatan Aprindo DPD Riau, ada beberapa faktor yang membuat pengusaha angkutan memodifikasi bentuk muatan truk. Faktor utamanya ialah harga memodifikasi truk jauh lebih murah dibanding membeli truk baru. Sebagai contoh, untuk membeli unit baru pengusaha harus mengeluarkan uang Rp 600 juta hingga Rp 800 juta per unitnya. Sedangkan, bermodal truk lama hanya butuh Rp 20 juta hingga Rp 24 juta untuk modifikasi.

Robin mengaku, sejak dimulainya penindakan *over-dimension* dan *over-load* per 1 Agustus 2018 serentak secara nasional oleh pemerintah pusat, Aprindo DPD Riau bersama pemilik truk lainnya pada 2 Agustus 2018 melakukan deklarasi tertib angkutan barang dengan target bebas *over-dimension* dan *over-load* di Provinsi Riau.

Tak berselang seminggu, pihaknya pada 8 Agustus 2018 menginisiasi digelarnya diskusi tentang permasalahan *over-dimension* dan *over-load* dengan mengundang BTPD Wilayah IV Riau-Kepri dan Dinas Perhubungan Provinsi Riau sebagai narasumber. Hal ini kemudian, secara tidak langsung menggerakkan otoritas setempat untuk bergerak cepat dalam penindakan.

Pada 7 Februari 2019, Sigit Irfansyah, Direktur Sarana Ditjen Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan pun menyempatkan diri melakukan pemotongan badan truk tangki CPO (*Crude Palm Oil*) secara langsung terhadap pelanggar overdimensi. Kesempatan itu dilakukan oleh Sigit ketika melakukan kunjungan ke Terminal Penumpang Bandar Raya Payung Sekaki, Pekanbaru, Riau.

“Kegiatan pemotongan truk tangki waktu itu sebagai peringatan bagi para pengusaha kendaraan angkutan agar segera lakukan normalisasi kendaraan,” ujarnya. Menurutnya, pemerintah pusat tergerak untuk turun langsung, sebab berdasarkan data Pemerintah Provinsi Riau, terdapat 20 persen jalan provinsi dalam kondisi baik, sedangkan 55 persen mengalami rusak parah.

Jalan Provinsi Riau memiliki panjang 2.799 kilometer dan membutuhkan alokasi pemeliharaan sekitar Rp 300 miliar per tahunnya. Jumlah tersebut relatif lebih kecil jika dibandingkan klaim Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) bahwa negara rugi Rp 43 triliun karena kerusakan jalan akibat praktik truk *over-dimension* dan *over-load*.

Oleh sebab itu, kata Sigit, penindakan terhadap truk *over-dimension* dan *over-load* juga dilaksanakan di tiga jembatan timbang, yakni di Balai Raja, Berangan, dan Terantang di Riau. Dari hasil operasi diketahui bahwa sekitar 97 persen yang melewati jembatan timbang melanggar tonase.



Robin Eduar
Ketua Aprindo DPD Riau



PERUSAHAAN KAROSERI DIUNTUNGAN

Pada 7 Februari 2019 PT Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) berserta pengusaha angkutan kayu di wilayah Riau bersepakat melakukan normalisasi truk overdimensi dan overload. Kesepakatan itu bersamaan dengan penandatanganan komitmen bersama tertib angkutan barang bertajuk 'Zero Overdimensi dan Overloading' yang dihadiri Budi Setiyadi, Direktur Jenderal Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan (Kemenhub).

Sigit Irfansyah, Direktur Sarana Perhubungan Darat Kemenhub mengatakan, dalam pertemuan tersebut juga disepakati pemilik truk dan pemilik barang akan menghitung ulang struktur tarif setelah dilakukan normalisasi. Langkah ini diambil karena efek dari normalisasi membuat kapasitas angkut berkurang sehingga tidak sepadan dengan tarif angkut yang ada.

Dalam proses normalisasi diperkirakan tidak bisa dilakukan serempak, sebab kapasitas bengkel atau perusahaan karoseri terbatas. Selain itu, pemerintah mempertimbangkan ekosistem bisnis terkait yakni pemilik truk dan pemilik barang agar bisa tetap berjalan.

“Setelah dilakukan normalisasi, kendaraan mereka akan diuji ulang dan akan keluar buku uji baru. Selanjutnya, kembali dilakukan penindakan lagi guna memastikan bebas overdimensi dan overload. Sekarang pihak BPTD Riau sedang mendata perusahaan mana saja yang akan melakukan normalisasi,” ucapnya.



Penindakan pelanggaran overdimensi dan overload masih terus berlangsung hingga kini, terakhir pada akhir Maret 2019 Badan Pengelola Transportasi Darat (BPTD) Wilayah IV Riau & Kepulauan Riau (Kepri) melakukan sidak ke beberapa perusahaan pengangkut CPO (*Crude Palm Oil*). Hasilnya 11 truk yang diduga melanggar overdimensi berhasil diamankan. Semua kendaraan berjenis truk tangki tersebut mampu mengangkut CPO sampai 32 ribu liter, padahal seharusnya hanya diizinkan sampai 19 liter.

Upaya penindakan lain yang dilakukan Ditjen Hubdat dengan memperketat pengawasan di industri karoseri. Caranya fisik kendaraan akan dicek dan harus sesuai dengan Surat Keputusan Rancang Bangun (SKRB). Jika tidak sesuai maka Surat Registrasi Uji Tipe (SRUT) tak akan bisa diterbitkan, yang otomatis Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) tidak keluar.

Diketahui, SKRB dibutuhkan para pelaku usaha karoseri perlu untuk membuat rancang bangun sebuah kendaraan. Selain itu, Ditjen Hubdat akan mengawasi pelanggaran overdimensi dan overload melalui uji KIR atau pengujian kendaraan bermotor. Jika kemudian ada salah satu lokasi uji KIR meloloskan kendaraan overdimensi akan mendapatkan sanksi ditutup.

Sementara itu, Asosiasi Karoseri Indonesia (Askarindo) menilai penegakan hukum terhadap pelanggar overdimensi dan overload justru berdampak positif terhadap permintaan pesanan ke pelaku usaha karoseri. Walau pun, sebenarnya hingga kini permintaan terhadap karoseri tak sesuai rancang bangun masih berlangsung. "Pada prinsipnya kami setuju kemauan pemerintah. Kami tidak ada masalah untuk membuat produk yang sesuai aturan," ujar Subagiyo, Sekretaris Jenderal Asosiasi Karoseri Indonesia.

Aprindo Usulkan Penghargaan Bagi yang Tertib



Mustadjab Susilo Basuki
Ketua Aprindo DKI Jakarta

Temuan Aprindo DKI Jakarta, khusus di wilayah Jabodetabek umumnya selain memanjangkan sumbu kendaraan, pemilik truk juga meninggikan boks dari batas minimal. Semisal, boks tronton seharusnya memiliki tinggi 2.850 mm ditinggikan menjadi 3.200 mm. Pemerintah perlu segera melakukan penindakan mengingat truk overdimensi dan overload rawan menimbulkan kecelakaan.

Berdasarkan data PT Jasa Marga Tbk. sekitar 110.000 unit kendaraan angkutan melintas di ruas jalan Tol Jakarta-Cikampek setiap hari. Sekitar 63% kecelakaan yang terjadi sepanjang tahun 2017 melibatkan kendaraan angkutan barang. Mustadjab Susilo Basuki, Ketua Aprindo DKI Jakarta menjelaskan, tantangan berikutnya dalam penindakan adalah melakukan sosialisasi dan pendekatan lebih masif lagi ke banyak daerah yang masih tinggi pelanggaran overdimensi dan overload.

Terutama menasar pemilik truk yang tidak bergabung dengan asosiasi mana pun. Sebab karakter yang cenderung eksklusif membuat mereka acuh terhadap aturan. "Di Jawa memang belum semaksimal di Riau. Walaupun ada beberapa penindakan di Jawa Timur, tapi belum semasif di sana. Karena setahu saya kasus overdimensi dan overload yang sampai pengadilan baru Riau," terangnya.

Senada dengan pendapat sebelumnya, Sigit mengaku wilayah Riau memang lebih cepat dalam merespons penindakan overdimensi dan overload. Walaupun demikian, pihaknya meyakini semua daerah melalui BPTD masing-masing juga melakukan hal yang sama. "Di Riau ini unik muatannya. Misal, truk yang memuat tiga stik kayu memanjang, yang panjang setiap stik kayu itu empat meter. Panjang bak saja 12 meter, ditambah panjang kabin 2,5 meter. Total 14,5 meter. Itu kelebihan 2,5 meter dari yang seharusnya maksimal panjang 12 meter," kata Sigit.



Sigit Irfansyah
Direktur Sarana
Perhubungan Darat
Kemenhub



Pengamatan Aprindo, sebenarnya pengusaha angkutan pada posisi dilematis. Mereka terpaksa melakukan pelanggaran karena tuntutan pemilik barang. Di sisi lain, pengusaha angkutan tak bisa menolak karena takut pemilik barang mengalihkan muatannya ke pengusaha angkutan lain. Kondisi ini kemudian memberi efek berantai, perusahaan karoseri pun terpaksa memenuhi keinginan pemilik truk untuk memodifikasi bentuk kendaraannya.

“Sebenarnya ada tiga rangkaian yang terlibat, semacam kolusi berjamaah. Bermula dari karoseri yang terima order modifikasi dari pemilik truk. Kemudian itu atas tuntutan pemilik barang yang mengharuskan memuat lebih. Ini yang belum tersentuh, jangan sampai hukum cuma tajam ke bawah tapi tumpul ke atas. Harus dibabat semua yang terlibat, supaya jera,” kata Mustadjab.

Sebab, jika tidak ditindak tegas pemilik barang akan selalu diuntungkan. Selain terhindar dari jeratan hukum, diketahui pemilik barang bisa menghemat ongkos angkut hingga 40 persen jika menggunakan truk overdimensi dan overload ketimbang harus menggunakan dua unit truk.

Di sisi lain, bagi pemilik truk yang tertib pemerintah perlu memberi perhatian dalam bentuk penghargaan. “Ini yang kemudian mendasari Aprindo mengusulkan ke pihak Ditjen Hubdat untuk memberi penghargaan kepada perusahaan yang tertib. Kami sudah seleksi dari sekitar 60 perusahaan, ada 18 perusahaan layak dapat penghargaan,” tutup Mustadjab



Subagio
Sekretaris Jenderal
Askarindo



Teks & Foto: Antonius Sulistyo

Pasar Diprediksi Turun APM Truk tetap Optimis





Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) memprediksi penjualan kendaraan komersial akan mengalami penurunan pada tahun 2019, meskipun target yang ditetapkan Gaikindo untuk penjualan kendaraan dari seluruh *brand* yang dinaunginya akan mencapai angka 1,1 juta unit sepanjang tahun ini, dan target itu pun tidak mengalami perubahan dibandingkan tahun sebelumnya. Menurut Ketua Umum Gaikindo, Yohannes Nangoi, ada beberapa faktor yang dapat memicu tren penurunan permintaan pasar kendaraan komersial pada tahun ini. "Sepertinya tahun ini pasar kendaraan komersial akan sedikit turun, pertumbuhannya tidak akan secepat tahun lalu. Karena kami melihatnya tahun ini merupakan tahun politik, dan kondisi ekonomi juga belum stabil," kata Nangoi.

Menanggapi prediksi Ketua Umum Gaikindo tersebut, pihak agen pemegang merek (APM) truk terutama bagi para pemimpin pasar di kelasnya, yakni Hino sebagai *market leader* kategori *medium-duty truck* (MDT) dengan pangsa pasar 47,7 persen dan pemimpin pasar *heavy-duty truck* (HDT) yang menguasai 64,5 persen pangsa pasar pada 2018, serta Mitsubishi Fuso sebagai *absolute market leader* sepanjang tahun 2018 untuk kategori *light-duty truck* (LDT) dengan *market share* 57,53 persen, tetap menyatakan optimismenya menjalani tahun 2019.

"Kami optimis pada tahun politik ini pasar kendaraan komersial masih terus tumbuh. Karena itu, dengan kualitas produk yang tidak diragukan lagi dan aktivitas Total Support yang mengutamakan kemajuan bagi bisnis pelanggan, Hino dapat mengulang prestasi pada 2018 dengan penjualan yang melebihi target pada tahun ini. Hal paling utama bagi kami adalah menjadi mitra bisnis sejati bagi perusahaan di sini," kata Hiroo Kayanoki, Presiden Direktur PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI).

Optimisme HMSI dalam menghadapi tahun 2019 yang bertepatan dengan hajatan pemilihan umum, lantaran didasarkan atas keberhasilannya melewati target penjualan pada tahun 2018 yang berhasil menjual truk Hino secara nasional sebanyak 40.072 unit kendaraan. Tak mengherankan jika Hino Indonesia menaikkan target penjualannya sebesar 12 persen pada tahun 2019 menjadi 45.000 unit, dengan komposisi 20.000 unit untuk LDT dan 25.000 unit MDT. Porsi MDT memang terbilang lebih besar dibandingkan porsi LDT, mengingat proyek infrastruktur nasional masih banyak berjalan hingga saat ini dan diperkirakan selama 2019 masih akan terus berjalan. Selain itu, sektor logistik atau kargo masih cukup baik mengingat konsumsi atau daya beli masyarakat yang stabil, didukung dengan adanya Tol Trans Jawa yang sudah terhubung dari Merak hingga Surabaya juga membantu arus percepatan distribusi barang.

Hino Indonesia menargetkan *market share* pada tahun ini menjadi 65 persen, setelah berhasil menguasai pangsa pasar kategori MDT dengan varian New Generation Ranger sebesar 64 persen pada tahun 2018. Sama halnya untuk kategori LDT, Hino menambah target penjualan varian New Dutro agar dapat mencapai *market share* 25 persen dari sebelumnya sebesar 21 persen pada tahun 2018.

Sementara itu, PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku APM sekaligus distributor resmi truk Mitsubishi Fuso dari Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corporation (MFTBC) di Indonesia, juga menyatakan optimismenya menghadapi kondisi pasar sepanjang tahun ini meski diakui tidak akan sebagus tahun lalu. "Target yang kami tetapkan pada tahun 2019 ini berdasarkan prediksi kami, bahwa pada tahun ini memang tidak lebih besar daripada tahun 2018 tetapi tetap tumbuh. Prediksi kami adalah *in the range* lima persen sampai 10 persen. Kalau pasar diprediksi pertumbuhannya lima persen, maka *demand market*-nya ketemunya di angka 122.200 unit kendaraan secara total. Jika pertumbuhannya mencapai 10 persen maka *demand market*-nya menjadi 128.100 unit kendaraan secara total," ujar Duljatmono, *Sales and Marketing Director* KTB.

Menurut Duljatmono, berdasarkan prediksi perusahaan maka pihaknya tetap ingin mengambil porsi dari pertumbuhan pasar tadi sebagai *market leader*. Pencapaian Mitsubishi Fuso sendiri sebesar 43,9 persen dengan total penjualan 51.132 unit kendaraan pada tahun 2018. Pada tahun 2019 KTB menetapkan target *market share* menjadi 45 persen dengan target penjualan total sebanyak 55.000 unit sepanjang tahun ini, yang terdiri dari 47.000 unit LDT dan 7.000 unit MDT dan HDT. "Angka 55.000 unit ini khususnya kalau pertumbuhannya sekitar lima persen, jadi kami ingin ambil porsi 55.000 unit yang paling minimum sesuai pertumbuhan pasar," kata Momon sapaan karibnya.



Duljatmono

Sales and Marketing Director KTB

Sektor Pertambangan

Atas dasar pertimbangan kondisi yang dialami sepanjang tahun 2018, membuat Hino Indonesia optimis dan percaya dapat mencapai target yang ditetapkan pada tahun ini. Pasalnya, sektor logistik dan infrastruktur masih menjadi andalan Hino untuk menopang penjualannya sepanjang tahun 2019. Sektor lainnya yang masih dianggap potensial dan dibidik pada tahun ini, seperti komoditas dan pertambangan. "Sektor *mining* (pertambangan) kami anggap potensial meskipun saat ini harganya (komoditas batu bara) naik-turun dan tahun ini agaknya sedikit turun. Tetapi kami anggap sektor ini potensial meski belum terlalu menjanjikan seperti tahun-tahun sebelumnya," ujar Santiko Wardoyo, *Sales and Promotion Director* HMSI. Komoditas batu bara, menurut Santiko, saat ini cukup menjanjikan untuk digarap lebih serius. "Karena sekarang bisa dipakai untuk kebutuhan domestik dan menurut saya saat ini masih mending jika dibandingkan tahun 2014, karena saat itu 100 persen untuk kebutuhan ekspor. Tetapi kalau sekarang kan *enggak*, sekitar 30 persen kalau tidak salah dipakai untuk domestik karena *power plant* milik PLN sudah mulai jadi saat ini," ujar Santiko.

Sebagai informasi, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) telah menerapkan aturan terkait peningkatan pemanfaatan batu bara domestik. Peningkatan pemanfaatan ini merupakan manifestasi dari kebijakan pemerintah sejak Maret 2018 lalu, yang memberlakukan alokasi penjualan batu bara untuk kebutuhan domestik (*domestic market obligation/dmo*) sebesar 25 persen dari produksi perusahaan batu bara. Hal inilah yang membuat Hino Indonesia tetap optimistis menggarap pasar mining khususnya segmen batu bara. "Karena tidak terlalu *drop banget* dan kendaraan untuk kebutuhan di sektor *mining* masih terpakai untuk memenuhi kebutuhan domestik dan potensinya cukup baik," kata Santiko.

Terkait dengan sektor apa saja yang akan dibidik, KTB menyesuaikan dengan kondisi pasar. "Itu tergantung kondisi ekonominya sebenarnya, mana yang pada tahun ini memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan kendaraan niaga. Dalam hal ini KTB dan semua APM memberi kontribusi mana yang dibutuhkan oleh pasar. Oleh sebab itu, varian yang dimiliki Mitsubishi Fuso baik di kelas LDT maupun MDT kami lakukan antisipasi," kata Duljatmono. Khusus di kelas MDT, kata Duljatmono, pertumbuhannya cukup tinggi pada tahun 2018 sekitar 37 persen secara keseluruhan merek. "Kontribusinya meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Periode sebelumnya memang kontribusi kelas MDT terhadap *market* kendaraan niaga Indonesia hanya di bawah 20 persen. Sebaliknya, untuk kelas LDT kontribusinya menurun menjadi 67 persen pada tahun 2018 dari 70 persen pada tahun sebelumnya," ujarnya.

Dari seluruh sektor yang memberikan kontribusi untuk kedua kategori truk tadi, KTB berupaya memberikan kontribusi terbaik untuk ke keduanya. Menurut Duljatmono, pada tahun lalu, sektor yang memberikan kontribusi besar secara pertumbuhan adalah infrastruktur, kemudian CPO atau perkebunan kelapa sawit, serta dorongan cukup signifikan dari pertambangan khususnya batu bara. Namun secara keseluruhan, lanjutnya, sektor logistik termasuk angkutan ekspedisi yang bersumber dari angkutan *consumer goods* yang memberikan kontribusi terbesar, "Tapi bukan dari sisi pertumbuhannya karena pendorong pertumbuhan adalah dari tiga sektor tadi. Kondisi sektor-sektor tadi sampai dengan Februari 2019 masih memberi indikasi yang sama dengan tahun lalu, masih tumbuh. Artinya, sampai dengan awal tahun ini sektor logistik masih menunjukkan pertumbuhan. Sehingga kami siap untuk berkontribusi ke semua sektor tadi baik logistik, infrastruktur, CPO, batu bara dengan seluruh varian kendaraan yang kami miliki," urainya.



Hiroo Kayanoki

Presiden Direktur HMSI



Yohannes Nangoi

Ketua Umum Gaikindo



OPTIMALISASI MUATAN TRUK

Fenomena muatan truk yang tidak optimal telah lama menjadi isu penting dalam logistik nasional. Implikasi dari muatan truk yang tidak optimal adalah biaya logistik yang tinggi. Banyak truk dioperasikan dengan muatan yang tidak optimal. Bahkan, beberapa truk dijalankan dengan muatan kosong (*empty running*) karena tidak mendapatkan kiriman *balen* (*return load*).

Berbeda dengan transportasi penumpang yang cenderung dua arah yang seimbang antara pergi dan pulang, transportasi barang umumnya hanya satu arah. Sayangnya, tidak ada data utilisasi truk di Indonesia yang cukup akurat dan dipublikasikan secara berkala, baik oleh pemerintah maupun asosiasi.

Dalam dunia yang ideal, semua truk seharusnya dijalankan dengan muatan optimal. Jika ini dicapai, pemborosan sumber daya dan pencemaran lingkungan yang diakibatkan dari pengoperasian truk akan dapat dikurangi. Masyarakat, perusahaan, dan konsumen akan mendapatkan manfaat ekonomi yang besar bila upaya perbaikan utilisasi kapasitas truk dilakukan.

Truk merupakan moda transportasi yang paling banyak digunakan terutama untuk angkutan barang di Jawa, Sumatera, Bali, Kalimantan, dan Sulawesi. Fleksibilitas truk dalam moda transportasi menjadikan truk sebagai pilihan banyak perusahaan logistik. Truk berperan penting dalam menghubungkan antarmoda transportasi seperti kapal, pesawat, dan kereta api.

Truk menghubungkan antarfasilitas rantai pasokan perusahaan seperti gudang pemasok material, gudang pabrik, gudang distributor, gudang grosir, dan toko pengecer. Nilai ekonomi transportasi truk tidak kurang dari 70 persen dari biaya transportasi barang. Oleh karena itu, peningkatan utilisasi muatan truk penting untuk dilakukan.

Pengukuran Utilisasi Truk

Beberapa indikator pengukuran utilisasi truk telah banyak dikembangkan, seperti ton-kilometer per truk per tahun (*tonne-kilometres per vehicle per annum*), faktor muatan-ton (*weight-based loading factor*), dan utilisasi volume (*space-utilization*).

Pengukuran utilisasi truk dengan menggunakan indikator pengukuran ton-kilometer per truk per tahun dilakukan dengan membandingkan antara aktual ton-km dan maksimal ton-km. Tabel berikut menyajikan contoh penghitungan utilisasi ton-km truk.

GROSS WEIGHT	MAX PAYLOAD (TONNES)	ANNUAL DISTANCE TRAVELLED (KM)	AVERAGE LOAD TONNES	PRODUCTIVITY TONNE-KM/TRUCK/YEAR	% CAPACITY UTILIZATION (ACTUAL T-KM/MAX T-KM)
32 tonnes	20	100,000	16	1,600,000	80%
40 tonnes	26	100,000	18	1,800,000	69%

Utilisasi truk juga dapat diukur dengan menggunakan *weight-based loading factor* dan ukuran tersebut paling banyak diterapkan. *Weight-based loading factor* mengukur utilisasi truk dengan cara membandingkan aktual berat muatan barang yang diangkut dengan kapasitas maksimum muatan truk untuk setiap tripnya.

Umumnya produk-produk *low-density* memenuhi *space* kapasitas truk sebelum berat maksimum muatan truk dicapai. Utilisasi truk yang mengangkut *low-density product* menggunakan indikator pengukuran utilisasi volume kubik truk.

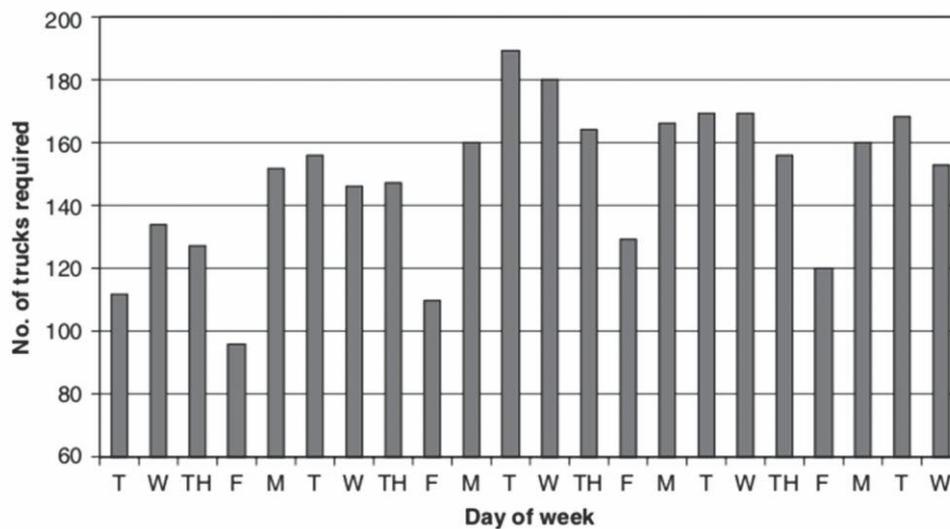


Zaroni

Head of Consulting Division
Supply Chain Indonesia

Faktor Penyebab

Mengapa muatan truk tidak optimal dan ada beberapa faktor utama penyebabnya (McKinnon, 2010). Pertama, **fluktuasi permintaan**. Permintaan distributor terhadap suatu produk dalam harian, mingguan, bulanan, dan siklus musiman seringkali berfluktuasi. Akibatnya, permintaan kebutuhan truk sangat bervariasi. Ilustrasi berikut menggambarkan fluktuasi permintaan truk untuk mengangkut produk metal.



Rata-rata permintaan truk harian sebanyak 150 truk, namun kebutuhan truk harian aktual berkisar antara 96 sampai dengan 190 truk. Dalam kasus ini, di beberapa hari ada truk yang tidak optimal karena *undercapacity*, sementara di hari-hari yang lain muatan truk *overcapacity*.

Faktor penyebab kedua adalah **penerapan just-in-time delivery**

Beberapa sektor industri telah menerapkan *just-in-time delivery* dalam memenuhi order. Perusahaan yang menerapkan *just-in-time delivery* akan melakukan pengiriman barang dalam kuantitas lebih kecil, namun dengan frekuensi yang lebih sering. Akibatnya, kapasitas truk tidak digunakan secara maksimal. Ada *trade-off* antara biaya angkutan dengan biaya penyimpanan barang. Pada perusahaan yang menerapkan *just-in-time delivery* cenderung tidak menyimpan banyak *inventory* di gudang. Pemenuhan order sebisa mungkin dipenuhi dari produksi dan langsung diantarkan.

Penyebab ketiga adalah **jadwal transportasi yang tidak andal**. Penyebab ketidakandalan jadwal transportasi karena banyak faktor, utamanya kemacetan di jalan, proses bongkar-muat di pabrik, sehingga mengakibatkan jadwal keberangkatan dan kedatangan truk mengalami keterlambatan. Manakala jadwal transportasi tidak andal, manajer transportasi cenderung untuk tidak mencari muatan *balen (backhaul)* atau tidak melakukan konsolidasi muatan untuk mencapai pemakaian kapasitas truk secara optimal. Manajer transportasi akan mengutamakan pengiriman barang ke pelanggan (*outbound distribution*) untuk memenuhi *lead time* yang ditentukan.

KETIGA, penggunaan material handling tertentu. Beberapa perusahaan memilih menggunakan *roll-cages* dibandingkan dengan palet kayu dengan pertimbangan mengurangi waktu *handling* dan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh toko. Namun, penggunaan *roll-cages* akan memenuhi *space* sehingga utilisasi truk tidak optimal.

KEEMPAT, ketidaksesuaian spesifikasi kendaraan dengan produk. Produk-produk tertentu seperti farmasi, garmen, pupuk, dan lain-lain memerlukan persyaratan spesifikasi transportasi khusus. Akibatnya, tidak bisa dikonsolidasi dengan produk-produk lain. Demikian pula, bila ada kiriman *balen* dari jenis produk-produk tersebut tidak dapat diangkut.

KELIMA, persyaratan kesehatan dan regulasi. Untuk pertimbangan keselamatan dan keamanan pekerja dan lingkungan, pemerintah mengatur pembatasan muatan dan dimensi truk. Peraturan yang sangat ketat terhadap pembatasan muatan dan dimensi truk ini memengaruhi tingkat utilisasi truk.

Faktor-faktor lainnya yang menyebabkan utilisasi truk rendah, yaitu keterbatasan pengetahuan mengenai teknik konsolidasi dan informasi peluang kiriman balen dan koordinasi yang buruk antara divisi logistik dengan divisi pembelian dan divisi penjualan.

Inisiatif Perbaikan

Beberapa inisiatif perbaikan dapat dilakukan untuk meningkatkan utilisasi muatan truk, baik secara individu perusahaan, sektor industri, maupun ekosistem.

PERTAMA, meningkatkan kiriman balen. Muatan kiriman balen menjadi solusi efektif untuk meningkatkan utilisasi muatan truk. Beberapa inisiatif dapat dilakukan, antara lain skema "*supplier consolidation*", penerapan sistem *tracking* untuk menginformasikan posisi truk dan estimasi kedatangan truk yang akan diisi muatan balen, dan pengangkutan *reverse logistics*. Pada skema "*supplier consolidation*", pada saat truk balik, mencari muatan barang-barang dari *supplier* untuk dikonsolidasi dan diangkut ke *distribution center*.

KEDUA, memaksimalkan kapasitas truk dengan cara: (1) memaksimalkan penggunaan berat truk dengan tetap mengacu regulasi, keselamatan dan keamanan, dan lingkungan, (2) rekayasa desain dan ukuran truk agar mampu mengangkut muatan secara optimal, dan (3) penggunaan truk dengan kapasitas besar agar mampu mengangkut muatan konsolidasi dalam jumlah besar untuk jarak perjalanan yang relatif jauh.

Efisiensi muatan truk dapat dihitung dengan rumus:

$$E = \text{tonne-km} / [(\text{vehicle tare weight} + \text{load weight}) \times \text{distance travelled}]$$

Semakin besar nilai "E", maka utilisasi truk semakin optimal. Untuk truk kapasitas sedang, nilai "E" optimal dicapai bila $E = 0,725$. Sementara untuk truk kapasitas besar, nilai "E" optimal bila mencapai 0,56 (McKinnon, 2010).

KETIGA, penggunaan handling dan packaging yang efisien. Peralatan *handling* dan *packaging* menentukan efisiensi muatan. Beberapa contoh berikut ini dapat dilakukan untuk meningkatkan utilisasi muatan truk melalui pemilihan metode *handling* dan *packaging* yang efisien:

- penggunaan *box* dibandingkan dengan penggunaan kantong (*bag*) untuk perusahaan pos dalam *handling* kiriman pos;
- standarisasi ukuran dan bentuk palet;
- pengoptimalan tinggi penumpukan barang di truk;
- muatan atau *packaging* modular; dan
- pengoptimalan ukuran dan bentuk *packaging*.

KEEMPAT, penggunaan computer-based planning tools untuk perencanaan *routing* dan *scedulling* transportasi truk.

KELIMA, mengadopsi transport-efficient order cycles, dengan cara memberitahukan ke pelanggan jadwal pengiriman barang (*nomi-nated day delivery system*), sehingga jadwal transportasi pengiriman barang dapat dioptimalkan.

KEENAM, kolaborasi dengan transporter lainnya untuk konsolidasi muatan dan penanganan muatan balen. Kolaborasi dilakukan secara horizontal dan vertikal. Kolaborasi horizontal untuk sektor industri yang sama, seperti konsolidasi muatan produk dari perusahaan manufaktur FMCG. Sementara kolaborasi vertikal untuk pihak-pihak dalam rantai pasokan dengan mengintegrasikan logistik mulai dari pemasok, pabrikan, distributor, dan pengecer. Kolaborasi vertikal untuk menimalkan fluktuasi permintaan dan pengaturan pengiriman pemenuhan order dalam sistem *just-in-time delivery*.

Referensi :

Alan McKinnon, *Optimizing the Road Freight Transport System*, Global Logistics, New Directions in Supply Chain Management (Edited by Donald Waters), 6th Edition, Kogan Page, 2010



Nugroho Tjandrakusuma

TOL TRANS JAWA RANGSANG KEBUTUHAN TRUK BESAR

Teks: Abdul Wachid / Foto: Giovanni Versandi

Pada akhir Januari 2019, Sinotruk melalui PT Sentra Kreasi Niaga memperkenalkan Sitrak C7 H-40.390 6x4, truk *heavy duty* hasil kolaborasi Sinotruk dengan pabrikan truk asal Jerman, MAN. Diproduksi di China, secara teknologi dan komponen Sitrak C7 H-40.390 6x4 hampir sama dengan MAN TGS 40.400. Artinya, biaya produksi dari varian ini dapat ditekan lebih besar sekitar 30 persen-40 persen daripada produk MAN.

Sebagai pemain baru, Sun Motor Group yang membawahi anak perusahaannya PT Sentra Kreasi Niaga optimis produknya dapat bersaing di pasar truk Indonesia. Terlebih didukung jaringan lima diler milik MAN dan 60 jaringan diler Sun Motor Group yang tersebar di seluruh Nusantara. Perlu diketahui, Sun Motor Group lebih dikenal sebagai distributor kendaraan penumpang dengan beragam *brand*, seperti Mitsubishi, Nissan, Chevrolet, Toyota, dan Suzuki.

Sementara untuk kendaraan beratnya, terutama distribusi kendaraan MAN Truck & Bus ditangani PT Duta Putera Sumatera sejak tahun 2008. Bagaimana kiat Sun Motor Group membangun citra kualitas Eropa lewat Sitrak, serta produk apa saja yang disiapkan agar bisa bersaing? Berikut wawancara *TruckMagz* dengan Nugroho Tjandrakusuma, Direktur Sun Motor Group.

Bagaimana strategi Sitrak agar bisa bersaing dengan produk prabikan Jepang yang sekarang telah menguasai pasar?

Jadi Sitrak ini sebetulnya bagian dari produk MAN yang diproduksi oleh Sinotruk. Sebab MAN mempunyai saham sebesar 25 persen di Sinotruk. Jadi dilihat dari spesifikasi Sitrak, komponen-komponennya hampir semua sama dengan MAN yang diproduksi di Jerman. Tapi karena Sitrak diproduksi di China dengan volume yang lebih besar harganya lebih murah 30 persen sampai 40 persen.

Kita harapkan produk ini lebih menjangkau untuk *customer-customer* yang membutuhkan produk kualitas Eropa dengan *horsepower* besar dan memiliki daya tahan jarak jauh. Tapi memiliki nilai investasi yang lebih ekonomis, returnnya lebih cepat. Sitrak secara produk sudah teruji, sebab di China sendiri telah diproduksi sejak tahun 2011. Jadi sudah melewati lebih dari tujuh tahun dan sudah banyak dioperasikan. Dan tahun lalu sudah ada unit yang menempuh jarak hingga 4 juta kilometer.

Apa tantangan memasarkan Sitrak di Indonesia?

Mungkin karena produk baru, akan makan waktu untuk memperkenalkan. Tapi kita yakin secara produk, apalagi sudah berpengalaman menangani produk MAN. Pelan-pelan Sitrak akan diterima konsumen dalam negeri. Soal *after sales*, nanti didukung jaringan diler milik MAN yang tersebar di seluruh Indonesia.

Terbangunnya infrastruktur jalan Tol Trans Jawa apa berpengaruh terhadap lanskap penggunaan truk ke depan?

Dengan adanya jalan tol yang telah tersambung dari Jakarta hingga Surabaya, ke depannya truk-truk yang dibutuhkan adalah yang memiliki *horsepower* besar. Karena truk tersebut harus bisa jalan 10 jam sampai 12 jam, jadi truk China ini bisa menjadi alternatif. Ketimbang memaksakan untuk membeli produk Eropa dengan harga yang mahal akan susah untuk balik modal, terlebih jumlah ritase yang tak pasti. Terbukti salah satu *customer* kita terutama pengguna bus MAN, mereka dengan menggunakan unit *horsepower* besar bisa menggunakan kendaraan lebih produktif dari sebelumnya.

Product lineup apa saja yang Sun Motor Group siapkan?

Secara *product line up* Sitrak memiliki beberapa pilihan *horsepower*, mulai dari 390, 430, 480 dan 540. Untuk jenis kendaraannya bisa menyesuaikan kebutuhan, mulai dari *tractor head* atau kendaraan *rigid*. Beberapa produk kita sudah *ready stock*, tapi ada beberapa *line up* yang masih harus dipesan dulu.

Berapa target penjualan dan bagaimana cara mencapainya?

Tahun ini tidak terlalu besar, kita menargetkan bisa menjual sekitar 60 sampai 70 unit. Beberapa perusahaan tambang sudah menyatakan berminat untuk mencoba di dua lokasi yang berbeda, masing-masing memesan lima unit.

Target utama penjualan Sitrak masih fokus untuk *off road*, seperti *fleet* di tambang dan sejenisnya. Sampai hari ini fokus untuk pasar *heavy duty*, sebab keunggulan Sitrak pada segmen pasar ini. Dan sebagai *after sales*, nanti kita tempatkan mekanik disana. Ke depannya pasti akan menasar *on road*, karena sudah ada beberapa *customer* dari segmen kargo juga berminat.

Kita pun optimis mampu mencapai itu, karena produk kita ini lebih fleksibel ketimbang pabrikan Jepang, sebab kita bisa sesuaikan kebutuhan konsumen. Misalnya, konsumen butuh untuk angkut semen kita bisa rekomendasikan unit yang memiliki torsi lebih besar. Atau konsumen butuh truk yang cuma muat funitur, barang-barang ringan kita juga bisa *adjust*.

Secara teknologi pun, Sitrak juga mengembangkan fitur yang bisa mengawasi perilaku berkendara pengemudi. Ini juga menjadi suatu keuntungan bagi customer untuk mengevaluasi kinerja para pengemudinya. Dan datanya nyata bisa diunduh oleh pemilik armada. Termasuk dapat mengetahui konsumsi bahan bakar selama perjalanan.

Secara spesifik, apa keunggulan Sitrak dengan produk pabrikan Jepang?

Dengan pabrikan Jepang, kita mungkin sedikit di bawah mereka secara harga. Katakanlah dengan produk Sitrak yang tractor head dengan 340 horsepower dengan harga Rp 900 jutaan. Sedangkan produk pabrikan Jepang dengan kelas yang sama harganya bisa mencapai Rp 1,1 miliar. Sementara produk kita yang 390 hp harganya Rp 1,3 miliar setara dengan produk Jepang yang harganya pun masih lebih mahal.

Sedikit demi sedikit kita yakin menggerus pasar truk yang sekarang masih didominasi pabrikan Jepang. Karena banyak *benefit* yang kita tawarkan, seperti garansi dua tahun dengan *unlimited* kilometer. Intinya kita tidak akan jual lepas begitu saja. Setelah unit dikirim, pasti akan kami fasilitasi untuk *training* pengemudi berikut mekaniknya. Paling tidak lewat training, pengemudi akan bisa mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar. Sementara untuk mekanik, akan bisa membantu kesinambungan *maintenance* kendaraan dari mekanik kita ke mekanik customer. Soal konsumsi bahan bakar, kita menjamin Sitrak lebih hemat karena teknologi yang digunakan lebih baru ketimbang produk Jepang.



Sebenarnya citra merek yang seperti apa yang ingin dibangun Sitrak?

Secara teknologi dan komponen, persentase kemiripan Sitrak dengan MAN antara 80 persen sampai 90 persen. Karena itu kita tidak khawatir, semisal nanti Sitrak terkendala suku cadang masih bisa menggunakan suku cadang milik MAN. Jadi sebenarnya ini versi ekonomis dari produk MAN. *Success story* produk ini sebagian konsumen Indonesia sudah paham, contohnya MAN seri TGS 6x6 produksi 2010 kini harga bekasnya masih tinggi. Walaupun sudah digunakan delapan tahun lebih di area tambang, harga jual kembalinya hanya turun 30 persen.

Proyeksi pasar tambang pada tahun ini dan pengaruhnya bagi Sun Motor Group ?

Memang harga komoditas batu bara sedang turun, tapi produksinya untuk tambang-tambang besar masih stabil. Karena pemerintah sekarang sudah lebih ketat membatasi usaha tambang, sudah tidak bisa seenaknya lagi untuk main tambang. Pemain-pemainnya sudah mulai teratur dan modalnya lebih besar. Jadi secara *market* masih ada. Apalagi di area tambang beberapa masih menggunakan unit Jepang, ini merupakan peluang.

Sitrak yakin, karena kita mengetahui sendiri kebutuhan di lapangan. Contoh kasus, di area tambang ada yang menggunakan produk Jepang sekitar 60 unit. Baru digunakan setahun, yang masih dioperasikan cuma tersisa 28 unit saja. Sementara di lokasi yang sama, kon-

traktor lain menggunakan produk MAN bekas produksi 2012 sejumlah 12 unit. Bedanya, khusus unit MAN ini hampir setiap hari sembilan sampai 11 unit sampai sekarang masih bisa digunakan. Makanya, pelaku tambang masih ngejar unit Eropa itu karena performa dan durabilitasnya lebih baik. Kita harapkan Sitrak ini bisa menyamai atau minimal mendekati unit Eropa.

Jenis muatan yang cocok diangkut Sitrak di segmen *on road*?

Customer kami yang penggunaan *on road* biasanya untuk muatan *heavy loading* dan *sensitive material*. Dan memang cocok untuk muatan tersebut, sebab dari sisi keamanan kendaraan, unit kita dilengkapi rem ABS. Bahkan untuk muatan seperti *oil and gas* dilengkapi perlengkapan. ADR *fire rescue*. Jadi untuk muatan atau barang-barang yang lebih sensitif dan membutuhkan *security* lebih

Harapan dan proyeksi pasar truk segmen *on road* ke depan ?

Ke depannya pelaku logistik pasti akan menggunakan truk dengan *horsepower* besar. Mereka sediakan dua pengemudi sekaligus untuk rute Jakarta – Surabaya, jalan non stop. Kalau truk lebih kecil tidak mungkin bisa, *engine* nggak tahan dipaksa jalan terus dengan kecepatan tinggi.

Sayangnya, sekarang kebutuhan akan kecepatan belum ada. Sopir sampai hari ini masih bisa lebih santai untuk mengangkut barang, terpenting bisa menjamin waktu tibanya tidak kurang dari tiga hari. Kalau masih begitu, pasti pengemudi tidak mau rugi buang uang jalannya hanya untuk bayar tol.

Tapi kita yakin, ke depan pemilik truk akan semakin sadar. Semisal mereka investasi truk *horsepower* besar dengan hanya keluar uang Rp 1,2 miliar sampai Rp 2 miliar. Memungkinkan mereka untuk mendapatkan jumlah ritase lebih banyak, karena waktu tempuh bisa lebih cepat dua kali dari sebelumnya. Atau bisa tiga kali lipat lebih banyak, yang sebulan biasanya cuma dapat 10 kali angkutan kemudian meningkat menjadi 30 kali angkutan. Jadi, biar pun mereka bayar sopir lebih mahal tetap akan untung.

Memang semuanya membutuhkan waktu. Namun kami yakin, kondisi tersebut ke depan memungkinkan untuk bisa terjadi. Karena tren penggunaan truk besar untuk *long haul* atau lintas kota di negara-negara lain pun demikian. Seperti di Thailand dan Malaysia, karena rumus sederhananya semakin jauh jarak maka semakin banyak barang yang diangkut. Pasti jauh lebih efisien kalau pakai kendaraan lebih besar. Kalau pakai trailer dengan *axle* yang lebih banyak, muatan yang bisa diangkut bisa sampai 50 ton.





Diler Baru PT Astra International Cabang Cikarang Cetak Rekor Penjualan

Teks : Citra / Foto : PT Astra International Cabang Cikarang

PT Astra International Cabang Cikarang adalah salah satu diler yang menjual truk merek UD Trucks yang menangani penjualan di wilayah timur Jakarta, khususnya di wilayah Cikarang dan Bekasi. Diler yang dibangun sejak 2013 silam ini memiliki fasilitas 3S (*sales, service, and spare part*). Meski diler ini terbilang cukup baru, diler ini memiliki fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan dengan diler lainnya. Bahkan, pada tahun 2018 diler Cikarang ini mencetak rekor baru dalam hal penjualan unit. Guna meningkatkan penjualan PT Astra UD Trucks bakal membuka diler baru cabang Bitung, Tangerang. Untuk mengetahui seperti apa diler baru cabang Cikarang, berikut petikan wawancara tim *TruckMagz* dengan *Regional Head* IBB PT Astra International UD Trucks Hendro Priyo Purnomo.

Apa yang menarik dari diler UD Trucks cabang Cikarang?

Diler yang berlokasi di Bekasi ini juga mencakup wilayah Jakarta, karena pasar di Jakarta memang cukup besar. Upaya kami membangun di Cikarang, itu juga sebagai bentuk upaya mendekatkan ke konsumen. Karena untuk truk kategori 3-5, pemain Jakarta itu persebarannya ke arah timur dan barat. Kalau di arah timur, itu ada di Cikarang dan Karawang. Sedangkan ke arah barat itu pasti ke Tangerang, Balaraja, sehingga kami bangun di Bitung. Pusat memang di Jakarta, kalau konsumen kami ada aktivitas yang membutuhkan pembenahan di wilayah timur dan barat kami sudah siap.

Diler ini terbilang baru, karena memang baru tahun 2013. Tapi, yang menarik dari diler ini dibandingkan dengan Jakarta yang relatif lebih lama, diler Cikarang memiliki keunggulan dalam hal kelengkapan fasilitas atau sarana prasarana. Ruang tunggu di diler Cikarang lebih nyaman untuk konsumen, fasilitas lengkap, seperti televisi, serta dilengkapi dengan berbagai hiburan seperti *play station*.

Fasilitas apa saja yang dimiliki?

PT Astra International UD Truck cabang Cikarang beroperasi sejak 2013. Diler ini memiliki fasilitas 3S (*sales, service, spare part*). Kami memiliki delapan *stall*, mulai dari perbaikan ringan dan berat. Kami juga memiliki fasilitas *body repair* yang bekerja sama dengan berbagai perusahaan asuransi. Untuk *spare part*, kami juga punya gudang yang cukup besar untuk menangani kegiatan bengkel dan penjualan ke *end user* dan toko *spare part*. Untuk perbaikan, diler ini memiliki 10 tenaga mekanik berpengalaman dan terlatih untuk membenahi masalah-masalah kendaraan yang dialami konsumen. Sedangkan untuk mekaniknya, terdiri dari 10 orang. Sedangkan untuk tim *sales*, terdiri dari delapan orang.

Dalam hal *service*, sudah berapa kendaraan dilayani di diler ini?

Pada 2018, ada 3.000 kendaraan masuk, dari target 2.500 kendaraan yang masuk. Sampai bulan Januari 2019. Per bulan unit yang masuk untuk *service* sebanyak 400 unit. Ini terdiri dari perawatan ringan sampai perbaikan berat. Per tahun, ada 3.600 unit kendaraan yang masuk untuk *service*. Kalau dirata-rata ada 300 unit, kalau kami per bulan bisa sampai 400 kendaraan yang masuk, itu artinya kami melebihi target. Di fasilitas *service*, kami memiliki UD *on side service* yang terdiri dari dua armada. Semua unit yang masuk ditangani dengan baik oleh tim kami yang berpengalaman dan bersertifikasi.

Bagaimana dengan *spare part*?

Kalau bicara *spare part*, kami ada dua jenis. Pertama adalah *spare part* yang dikonsumsi di bengkel dan *spare part* yang dijual di luar dan dipasang sendiri. Selama 2018, untuk *spare part* yang dikonsumsi di bengkel, kami berada di angka Rp 8,5 miliar dari target Rp 7 miliar. Sedangkan untuk *spare part* yang dijual di luar, kami mencapai angka Rp 4 miliar dari target Rp 3 miliar. Jumlah *spare part* yang digunakan di bengkel lebih besar dibandingkan dengan *spare part* yang beli putus.

Bagaimana penjualan unit di diler Cikarang, segmen apa yang paling diminati? Kabarnya hadirnya *light truck* baru UD Trucks juga mendongkrak penjualan?

Wilayah Cikarang yang paling diminati adalah segmen *general cargo*. Pada tahun 2018, diler kami mencetak rekor sejak tahun 2013. Diler kami menjual terbanyak di angka 175 unit. Sehingga rata-rata per bulan, kami menjual di angka 14-15 unit. Tahun ini, diler kami menargetkan di angka 200 unit. Hal menarik di tahun ini untuk semua diler Astra UD Trucks adalah kami mulai menjual *light truck*, sehingga targetnya lebih menantang. Target menjual 200 unit kendaraan itu pada segmen 3-5, sedangkan untuk *light truck* Kuzer kami menjual 50 unit.

Hadirnya produk *light truck*, kami akan memberikan alternatif pilihan tersendiri di pasar kendaraan niaga. Kuzer kami memiliki kabin hingga 2,2 meter dan lebih lebar dibandingkan merek lain di tipe yang sama. Selain itu, PS kami mencapai 150 lebih besar dibanding produk lainnya dan berdampak pada payload 25 persen-30 persen dibandingkan kompetitor. Ditambah lagi, *top speed* kami lebih tinggi. Keunggulan dari sisi *top speed* ini akan diminati karena untuk truk kategori dua, juga membutuhkan kelincahan dalam berkendara. Berdasarkan data teknis, Kuzer dapat melaju hingga 130-140 kilometer per jam. Sopir *light truck* yang kami temui, mengaku membutuhkan kendaraan yang memiliki kecepatan dan juga *power* yang besar. Hal-hal inilah yang kemudian menjadi dasar penjualan *light truck* diharapkan dapat memenuhi target.

Bagaimana strategi menjual *light truck* baru UD Trucks ini?

Meski *light truck* tergolong baru, tapi kami akan fokus pada konsumen yang telah menggunakan Quester karena tidak menutup kemungkinan perusahaan angkutan membutuhkan *light truck* meski jumlahnya tidak banyak. Pada tahun ini, kami menargetkan secara nasional dapat menjual 1.000 unit *light truck*.

Respons *customer* untuk produk Kuzer terbilang cukup bagus. Konsumen kami antusias dengan produk ini. Namun, kami tidak bisa jual langsung banyak karena segmen ini berbeda dengan segmen lainnya. Jaringan penjualan memang harus kami perbanyak. Hari ini memang kami masih pilih-pilih penjualannya.

Mengapa harus beli di Cikarang?

Semua pengusaha angkutan pasti akan berhitung uang jalan. Kalau dalam hal kegiatan distribusi paling banyak di Cikarang atau wilayah timur, saya sarankan untuk membeli di Cikarang. Hal ini dilakukan untuk menghemat uang jalan. Jadi pada saat pengusaha angkutan dapat order dan sebelum ambil barang di pabrik, truk bisa diservis dulu karena satu arah. Tapi kalau misal aktivitas banyak di Jakarta, itu sedikit mubazir karena harus dua kali bolak-balik. Sedangkan dari sisi paket khusus itu datangnya dari pusat, dua bulan sekali pasti ada paket *service* dan *spare part*.

Apa saja inovasi dari segi penjualan?

Kami memiliki inovasi seperti mengembangkan *winning team* atau spesialisasi. Hal ini kami lakukan karena semua pelaku usaha truk punya segmentasi yang berbeda-beda seperti muatan kapal laut, general kargo, konstruksi, *mining*. Kami harapkan tim kami menguasai bisnis konsumen dan mata rantai bisnis konsumen. Hal ini akan membuat penjualan jadi lebih baik karena tahu mata rantainya.

Dari segi layanan purnajual, kami selalu memberikan paket satu tahun *free service* atau dua tahun. Hal ini mungkin sama dengan semua merek. Tapi, kami memberikan inovasi untuk jualan *service* tahun ke dua. Konsumen kami sejak awal membeli unit, kami tawarkan *service* pada tahun ke dua. Kami juga bisa menawarkan pada tahun berikutnya dengan harga yang lebih murah. *Service* ke dua itu jauh lebih murah dibandingkan harus bayar *by order maintenance*, selisih harga bisa 30 persen-35 persen. Layanan UD Trust ini kami buat agar konsumen lebih pasti pengeluaran yang dikeluarkan dalam waktu per tahun. Kami harapkan dengan *maintenance* yang baik, akan mengurangi risiko kerusakan kendaraan. Dibandingkan dengan menggunakan mekanik sendiri, itu bergantung dari armada yang dimiliki konsumen. Kalau punya armada di bawah 30 unit, paket ini memang lebih murah.

Tapi, kami pernah menghitung ulang biaya antara menggunakan mekanik sendiri atau menyerahkan kepada kami dan hasilnya lebih murah di kami. Misalkan ada konsumen yang punya truk dalam jumlah besar dan kemudian mereka membajak mekanik kami, itu bisa menyelesaikan masalah di awal saja. Tapi, lima tahun ke depan belum tentu karena perkembangan teknologi karena tidak diberikan pelatihan terus.

Kami juga menawarkan UD Ultimate atau mengcover semua hal di luar *maintenance*, baik dari perbaikan ringan dan perbaikan berat. Ini bergantung dari aktivitas bisnis konsumen. Kami pelajari dulu muatannya berat atau ringan, jarak tempuh per hari berapa waktu kerjanya sehingga bisa kami dapatkan biaya per kilometer. Layanan ini memungkinkan untuk mengcover semua perbaikan dan *maintenance* kecuali ban. Layanan ini sekilas memang seperti asuransi, tapi untuk perusahaan yang tidak memiliki mekanik, ini sangat menguntungkan untuk mencegah biaya yang tidak terduga.

Bagaimana prediksi pasar pada 2019?

Kami melihat secara *market*, kami prediksi sama dengan tahun sebelumnya. Kalau misal akan ada pertumbuhan, kami prediksi sekitar 20 persen.



Data Gaikindo

Diolah oleh: Antonius Sulistyo

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

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	SUZUKI	6,465	45.90%
2	MITSUBISHI MOTORS	3,670	26.05%
3	DAIHATSU	3,227	22.91%
4	ISUZU	521	3.70%
5	TOYOTA	198	1.41%
6	HYUNDAI	5	0.04%
7	CHEVROLET	-	0.00%
TOTAL PENJUALAN		14,086	100.00%

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

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI MOTORS	761	69.56%
2	TOYOTA	270	24.68%
3	NISSAN	63	5.76%
4	ISUZU	-	0.00%
TOTAL PENJUALAN		1,094	100.00%

Wholesales Light-Duty Truck / GVW 5-10 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	3,825	59.03%
2	ISUZU	1,374	21.20%
3	HINO	1,171	18.07%
4	TOYOTA	110	1.70%
5	FAW	-	0.00%
TOTAL PENJUALAN		6,480	100.00%

Wholesales Medium-Duty Truck / GVW 10-24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	375	46.0%
2	ISUZU	267	32.7%
3	HINO	173	21.2%
4	FAW	1	0.1%
5	SCANIA	-	0.0%
6	UD TRUCKS	-	0.0%
TOTAL PENJUALAN		816	100.00%

Wholesales Heavy-Duty Truck / GVW >24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	1,176	69.6%
2	UD TRUCKS	180	10.7%
3	MITSUBISHI FUSO	147	8.7%
4	ISUZU	124	7.3%
5	SCANIA	40	2.4%
6	FAW	15	0.9%
7	MAN TRUCK	8	0.5%
8	HYUNDAI KOMERSIAL	-	0.0%
TOTAL PENJUALAN		1,690	100.00%

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

NO	KATEGORI	BULAN				TOTAL PRODUKSI
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	12,665				12,665
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	-	-	-	-	-
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	7,126				7,126
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	675				675
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	2,533				2,533
	TOTAL PRODUKSI	22,999	-	-	-	22,999

WHOLESALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI 2019	JANUARI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	14,086	13,011	1,075	8%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	1,094	1,366	(272)	-20%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	6,480	5,878	602	10%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	816	476	340	71%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	1,690	1,966	(276)	-14%

RETAIL SALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI 2019	JANUARI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	11,270	10,989	281	3%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	1,154	1,007	147	15%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	6,148	5,373	775	14%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	666	568	98	17%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	1,762	2,112	(350)	-17%

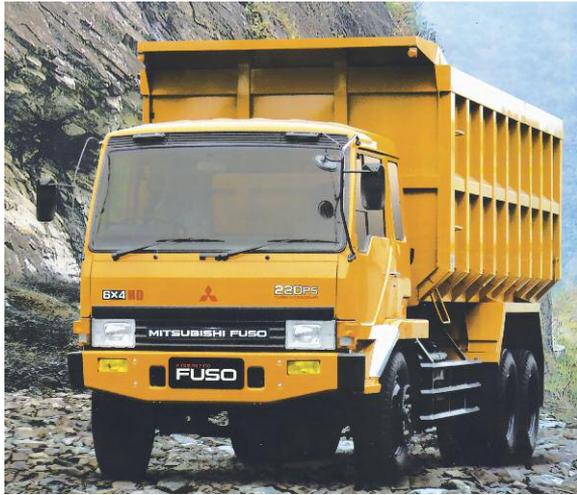
PRODUKSI BERDASARKAN KATEGORI JANUARI 2019

NO	KATEGORI	JANUARI 2019	JANUARI 2018	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	12,665	15,735	(3,070)	-20%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	-	-	-	0%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	7,126	6,950	176	3%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	675	729	(54)	-7%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	2,533	1,724	809	47%



KTB Lakukan Penyegaran Produk terkait ODOL

Teks & Foto: Antonius Sulistyio



Sesuai PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi truk Mitsubishi Fuso di Indonesia, pada tahun ini menghadirkan alternatif produk kendaraan komersial yang sesuai dengan regulasi pemerintah terkait dimensi dan muatan (*payload*). Alternatif produk kendaraan ini merupakan salah satu dari beberapa strategi penjualan yang dilakukan KTB selama tahun 2019, dengan melakukan penyegaran dan penyempurnaan untuk produk *existing* Colt Diesel dan Fuso di antaranya dengan memanjangkan *rear*

overhang (ROH), serta menaikkan bobot total kendaraan atau *gross vehicle weight* (GVW). Hal ini terkait upaya mendukung regulasi pemerintah terkait *overdimension* dan *overload* (ODOL).

"*Improvement*-nya tentu dengan meningkatkan beberapa spek (spesifikasi) berkaitan dengan regulasi pemerintah mengenai *overdimension* dan *overload*. Sebenarnya ini lebih kepada menyesuaikan varian, seperti GVW yang ditambahkan atau dimensi yang dipanjangkan. Lebih kepada penambahan varianlah," kata Budiman Sayuti, *Deputy Group Head Field Group, Sales and Marketing Division* KTB. Menurut Budiman, dengan adanya regulasi ODOL tentu beberapa kebutuhan pasar akan bergeser, dan KTB mencoba untuk menjawab kebutuhan pasar ini dengan menambah varian untuk menyesuaikan kondisi tersebut. "Sebab begini, dengan spek A terkadang *customer* suka melakukan ODOL. Artinya, ada permintaan pasar yang di-spek tertentu, itu yang kami lengkapi. Jadi dengan varian Mitsubishi Fuso yang lebih bervariasi otomatis bisa mengikuti regulasi pemerintah tersebut," ujar Budiman.

Selain melakukan penyegaran dan penyempurnaan untuk produk *existing*, KTB juga menambah tujuh varian Fighter sebagai produk terbarunya di kelas *medium-duty truck*. Tujuh varian Fighter yang akan segera diluncurkan dalam waktu dekat ini terdiri dari model 4x2, 6x2, dan 6x4. Sedangkan sembilan varian sudah diluncurkan pada Januari 2019, sehingga totalnya ada 16 varian pada tahun 2019 sesuai pernyataan *President Director* KTB, Atsushi Kurita saat diperkenalkan secara eksklusif di Gaikindo Indonesia International Commercial Vehicle (GI-ICOMVEC) 2018.

Tiga Paket Layanan Suku Cadang dari Hino

Teks: Antonius Sulistyio / Foto: HMSI

PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI) selaku agen pemegang merek (APM) truk dan bus Hino, menawarkan tiga paket layanan purnajual terkait suku cadang asli Hino kepada konsumen di seluruh Indonesia. Dalam hal ini, Hino memiliki Hino Genuine Part (HGP) yang merupakan suku cadang asli dari Jepang, serta HMSI Original Parts (HOP) sebagai suku cadang lokal yang dibuat dengan kualitas standar Hino di bawah pengawasan Hino Motors Jepang.

Tiga paket layanan purnajual terkait suku cadang asli Hino ini, pertama adalah Konsinyasi, yakni diler menempatkan spare part di gudang pelanggan dengan tujuan memenuhi kebutuhan suku cadang dalam jangka waktu tertentu. Kedua, National Parts Price Contract (NPPC), yaitu kontrak pengadaan suku cadang melalui diler Hino dengan harga dan diskon yang tetap dan mengikat untuk pelanggan yang mempunyai beberapa cabang di seluruh Indonesia.



Angsuran Ringan Pembelian UD Trucks Kuzer

Teks & Foto: Antonius Sulistyو



Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), volume penjualan truk pada tahun 2018 mencapai 58.300 unit yang 80 persennya didominasi truk kategori dua model enam ban. Melihat kondisi tersebut, UD Trucks Indonesia selaku agen pemegang merek (APM) UD Trucks di Tanah Air telah mengeluarkan varian Kuzer, produk di kelas *light-duty truck* dengan model enam ban yang mampu mengangkut beban lebih besar daripada produk sekelasnya.

Melalui Astra UD Trucks sebagai distributor resmi UD Trucks di segmen *on-road*, saat ini Kuzer telah dipasarkan dalam dua pilihan model, yaitu RKE 150 WB3350 yang dipasarkan sejak pertengahan 2018, dan terbaru tipe RKE 150 WB3850 yang mulai dipasarkan pada Januari 2019.

UD Trucks Kuzer ditawarkan dengan spesifikasi sesuai kebutuhan pasar yang tentunya disertai dengan beberapa program menarik, seperti program angsuran dengan bunga ringan, program DP murah, serta penjualan unit termasuk karoserinya yang dapat dipilih sesuai kebutuhan bisnis pelanggan. Program-program tersebut dihadirkan mulai Maret sampai Juni 2019 selama persediaan masih ada, berlaku di seluruh cabang dan diler Astra UD Trucks.

Bagi Astra UD Trucks, program-program tersebut merupakan titik awal untuk memulai perjalanan kemitraan yang saling menguntungkan dengan para pelanggannya. Dalam hal ini para pelanggan dapat mulai merasakan pengalaman pelanggan yang didesain oleh Astra UD Trucks selama para pelanggan memiliki dan mengoperasikan UD Trucks Kuzer. Dimulai saat proses pembelian, kemudian dilanjutkan dengan proses pengoperasian dan perawatan, hingga proses penanganan keluhan teknis yang semuanya dihadirkan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan yang lebih bermanfaat bagi kelangsungan bisnis para pelanggan.

"Diharapkan program-program ini dapat dilanjutkan serta dikembangkan sesuai kebutuhan para pelanggan Astra UD Trucks," ujar Budi Rudianto, *Brand Manager* Kuzer, Astra UD Trucks.



Paket ketiga adalah Parts Price Contract (PPC), yaitu kontrak pengadaan suku cadang dalam jangka waktu tertentu (berdasarkan *forecast*) dengan harga dan diskon yang tetap dan mengikat antara pelanggan dengan diler Hino. Seluruh layanan purnajual ini, Hino berikan sebagai bentuk Total Support kepada customer setia, sehingga kendaraan dapat terus beroperasi dan bisnis berjalan dengan maksimal. Pelanggan bisa mendapatkan layanan ini di seluruh jaringan bengkel resmi Hino.

Supply Suku Cadang Hino



MNTech RV-5000 Series

LEBIH EKONOMIS DAN GARANSI LIMA TAHUN

Teks: Abdul Wachid / MNTech

Pengamatan PT Milenial Baja Abadi, distributor utama stiker pemantul cahaya merek MNTech, beragam penyebab terjadinya kecelakaan kendaraan barang pada malam hari. Beberapa di antaranya, akibat kurangnya penerangan lampu jalan dan tingginya emisi yang dikeluarkan oleh kendaraan. Terlebih kurangnya visibilitas dari kendaraan angkut, sebab hanya lima persen informasi yang dapat dilihat malam hari dari pada siang hari.

"Ada survei sekitar 51,6 persen kejadian tabrak belakang dan tabrak samping akibat kurangnya penerangan dari truk itu sendiri. Jadi lampu yang ada minim sekali, bahkan temuan lain menyebutkan banyak yang redup. Lewat stiker pemantul cahaya bisa membantu meminimalkan risiko," terang Andrae Natanael, Sales Director PT Milenial Baja Abadi.

Andrae mengatakan, produknya, yakni MNTech RV-5000 Series memiliki standar yang sesuai dengan regulasi United Nations Economic Commission for Europe Regulation No.104 (UN-ECE R104). Suatu standar produk yang telah dijadikan acuan oleh Direktur Jenderal Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan dalam mewajibkan pemasangan stiker pemantul cahaya tahun lalu.

Selain itu, produk ini dilengkapi *edge sealing*, berguna menghindari kotoran masuk ke dalam stiker. Saat dipasang, stiker MNTech diklaim memiliki daya rekat yang kuat sehingga bisa menempel di permukaan metal secara merata. Ditambah memiliki daya pantul reflektif hingga jarak 200 meter.

"Kami ingin memperkenalkan produk Korea ini dengan keunggulan harga lebih



ekonomis 20 persen ketimbang kompetitor. Untuk satu truk bisa habis Rp 350 ribu saja, itu sudah terpasang semua baik belakang dan samping. Itu pun masih ditambah garansi lima tahun untuk masa reflektifitasnya stikernya," katanya.

Zehntner ZRS 6060

MENGUKUR DAYA PANTUL CAHAYA ALAT KESELAMATAN

Teks: Abdul Wachid / PT Bangun Cipta Marga



Sesuai Peraturan Direktorat Jenderal Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan No. SK.5311/AJ 410/DRDJ/2018 tentang keharusan pemasangan alat pemantul cahaya pada kendaraan barang. Di dalamnya disebutkan jenis material stiker yang dipasang wajib memiliki koefisien minimum retro reflektif dan kordinat warna yang direkomendasikan sesuai *United Nations Economic Commission for Europe Regulation Nomor 104 (UNECE R104)*.

Koefisien retro reflektif adalah satuan pengukuran untuk mengukur nilai reflektif pada suatu material retro reflektif. Sedangkan, retro reflektif merupakan sifat material yang dapat memantulkan kembali cahaya ke arah sumber cahaya sehingga material tersebut terlihat. Bentuknya tidak selalu stiker pemantul cahaya, tetapi juga bisa tanda-tanda lalu lintas, pakaian keselamatan dan lainnya.

Sayangnya tidak banyak produk pemantul cahaya atau alat keselamatan lainnya memiliki standar koefisien retro reflektif yang ditentukan. Guna mendeteksinya, terdapat alat retroreflektometer dengan *brand* Zehntner lewat produknya ZRS 6060. "Produk kami berasal dari Swiss memiliki kemampuan untuk penentuan visibilitas malam. Dengan pengukuran tiga sudut pengamatan berbeda pada saat yang sama," jelas Henry Siregar, *President Director* PT Bangun Cipta Marga, sebagai distributor Zehntner.

ZRS 6060 menggunakan sistem pencahayaan LED dan dengan layar sentuh berwarna resolusi 3,5 inci dengan kemiringan layar yang dapat diatur. Agar bisa mendapatkan visibilitas yang baik pada semua kondisi cahaya gelap atau terang, dilengkapi kamera lima megapiksel terintegrasi, unit GPS WASS, holster dan pegangan.

Henry menambahkan, produknya dapat digunakan untuk semua jenis bahan retro reflektif dan warna dengan indikasi warna otomatis. Saat melakukan pengukuran, dapat dievaluasi dengan pemetaan yang disertakan dan perangkat lunak analisis data 'Mapping Tools'. Ditambah, mudah dioperasikan dengan navigasi menu polyglot.

Tera Logistics

MUDAH DIAKSES PEMILIK BARANG

Teks: Abdul Wachid/ Foto: Tera Logistics

Industri logistik makin riuh dengan beragam perusahaan *marketplace* yang mencoba peruntungan menjajal sektor logistik. Salah satunya di antaranya Tera Logistics, merupakan *marketplace* yang memfokuskan diri pada perusahaan logistik seperti ekspedisi dan pergudangan. Tercatat lebih dari 260 perusahaan ekspedisi ditambah 16 operator pergudangan telah bermitra dengan Tera Logistics. Dari semua mitra yang dimiliki *marketplace* ini mengklaim mampu memfasilitasi pengiriman ke hampir 180 negara.

"Kami ini *marketplace*, berbeda dengan *logistics commerce* yang menjual langsung ke *customer*, misalnya slot pergudangan. Yang kami jual itu *company profile* para mitra kami. Target utama kami sebenarnya perusahaan kecil atau menengah logistik yang tidak memiliki *website* dan mereka belum bisa diakses oleh calon pelanggan lewat internet," kata Handoyo Prasutiyo, CEO Tera Logistics.

Dalam proses rekrutmen mitra, Tera Logistics melakukannya secara selektif dengan mendatangi langsung lokasi mitra perusahaan untuk divalidasi. Setelahnya, pihak mitra akan dibuatkan



company profile secara lengkap dan detail untuk ditayangkan dalam *website*. Nantinya calon *customer* bisa langsung mengontak pihak perusahaan ekspedisi atau operator pergudangan yang dikehendaki tanpa perlu melalui Tera Logistics.

"Kami tidak ambil komisi dari setiap transaksi antara mitra dengan *customer*. Jadi kami memberi kesempatan kepada mitra untuk berinteraksi langsung dengan para *customer*. Kalau untuk *customer*, keuntungannya mereka akan langsung berhubungan pihak pertama tanpa melalui broker. Dengan begitu mereka bisa mendapatkan harga bagus," ucapnya.

Blackvue DR750S Series

KAMERA GPS KHUSUS TRUK

Teks: Abdul Wachid / Foto: Blackvue



Penggunaan teknologi informasi untuk kepentingan *fleet management* menjadi keharusan agar lebih efisien dan efektif. Lewat teknologi informasi, pengawasan hingga pelacakan posisi kendaraan barang berikut pengemudinya akan mudah terawasi. Maraknya kebutuhan akan teknologi tersebut, membuat beragam produk perangkat teknologi GPS (*Global Positioning System*) bermunculan dengan keunggulannya masing-masing.

Namun berbeda dengan Blackvue DR750S Series, sebuah kamera *dashboard* yang dipasang di dalam kabin truk dan sekaligus memiliki teknologi GPS di dalamnya. Kamera ini memiliki kualitas gambar *full HD* dilengkapi *micro SD card*. Selain mengandalkan penyimpanan *micro SD card*, data juga dapat tersimpan pada *server cloud* selama sembilan puluh hari.

"Alat ini memungkinkan pengemudi untuk tidak macam-macam ketika dalam perjalanan. Misalkan, menaikkan penumpang secara diam-diam. Atau pengemudi suka bermain *handphone* ketika sedang menyetir, mengantuk tapi tidak mau istirahat dulu. Itulah kenapa ada kamera di dalam kabin, karena kebutuhan untuk mengawasi gerak-gerik pengemudi," jelas Rudy Ham, Direktur Pemasaran PT Whiteeast Indonesia, distributor Blackvue.

Selain dipasang di bagian depan kendaraan atau kabin, terdapat satu kamera lagi dipasang di bak kendaraan mengarah ke belakang. Fungsinya mengawasi kondisi belakang kendaraan saat sedang berjalan sekaligus mengawasi saat sedang bongkar muat barang. Sekalipun dipasang di luar kendaraan, kamera ini tahan terhadap air karena telah dilengkapi fitur *water resist*.

Secara operasional, pemilik barang bisa memonitoring kendaraannya dengan menggunakan *apps world* pada *smartphone* dengan semua platform baik Android atau iOS bahkan lewat laptop. Produk asal Korea ini bisa dipasang menggunakan tenaga bersumber dari *port lighter* atau arus starter, sehingga kamera bisa langsung merekam saat kendaraan start. Blackvue DR750S Series dihargai Rp 6 juta dengan garansi satu tahun pemakaian.

"Ada banyak fungsi tambahan lain. Alat ini mempunyai kemampuan *report* tentang pengemudi, termasuk mengetahui jarak tempuh yang sudah dilalui kendaraan. Jadi bisa tahu dalam sehari truk ini jalannya berapa jauh, dia *idle* atau berhenti berapa lama pun bisa diketahui. Dari situ bisa jadi bahan evaluasi bagi pemilik armada tentang perilaku pengemudinya," ucap Rudy.



Indeks Harga Truk Bekas

MEREK	TIPE	TAHUN	RENTANG HARGA
Hino 300	Dutro 130 MD	2009	Rp 100 juta-105 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2009	Rp 170 juta-180 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2010	Rp 120 juta-125 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2011	Rp 130 juta-135 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2011	Rp 140 juta-145 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2011	Rp 150 juta-160 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2011	Rp 160 juta-170 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2012	Rp 155 juta-165 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2013	Rp 165 juta-170 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2013	Rp 170 juta-175 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2013	Rp 165 juta-170 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2013	Rp 225 juta-230 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2014	Rp 155 juta-160 juta
Hino 300	Dutro 130 MDL	2014	Rp 185 juta-195juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2015	Rp 155 juta-165 juta
Hino 300	Dutro 110 LD	2016	Rp 180 juta-185 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2017	Rp 185 juta-190 juta
Hino 300	Dutro 110 SD	2017	Rp 175 juta-180 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2017	Rp 205 juta-210 juta
Hino 300	Dutro 130 MD	2017	Rp 215 juta-230 juta
Hino 500	SG 260 TI	2005	Rp 200 juta-210 juta
Hino 500	FM320TI	2007	Rp 315 juta-330 juta
Hino 500	FM260JM	2007	Rp 375 juta-385 juta
Hino 500	SG260J	2008	Rp 315 juta-320 juta
Hino 500	SG260J	2009	Rp 320 juta-330 juta
Hino 500	FG235TI	2009	Rp 310 juta-320 juta
Hino 500	FL235TI	2009	Rp 360 juta-375 juta
Hino 500	SG260TI	2010	Rp 325 juta-390 juta
Hino 500	FM320TI	2010	Rp 375 juta-450 juta
Hino 500	FM260TI	2011	Rp 400 juta-425 juta
Hino 500	FG235TI	2011	Rp 415 juta-430 juta
Hino 500	FG235J	2011	Rp 360 juta-370 juta
Hino 500	FL235TI	2012	Rp 410 juta-430 juta
Hino 500	FM320TI	2012	Rp 370 juta-380 juta
Hino 500	FG235JP	2012	Rp 305 juta-315 juta
Hino 500	FL235JW	2012	Rp 425 juta-480 juta
Hino 500	SG260TI	2012	Rp 490 juta-500 juta
Hino 500	FL235TI	2012	Rp 500 juta-515 juta
Hino 500	FM260TI	2013	Rp 420 juta-465 juta
Hino 500	FM260JW	2013	Rp 680 juta-690 juta
Hino 500	FL235JW	2013	Rp 480 juta-500 juta
Hino 500	FG235JP	2014	Rp 465 juta-475 juta
Hino 500	FM320TI	2014	Rp 750 juta-800 juta
Hino 500	FL235TI	2014	Rp 450 juta-460 juta

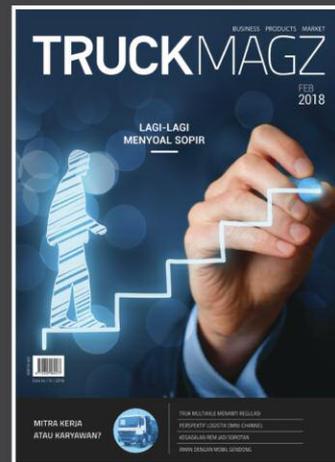
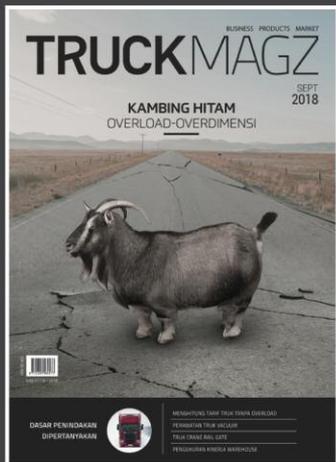
Hino 500	FM260JM	2014	Rp 720 juta-730 juta
Hino 500	FM220TI	2014	Rp 460 juta-475 juta
Hino 500	FL235JW	2014	Rp 500 juta-535 juta
Hino 500	FJ190TI	2014	Rp 325 juta-350 juta
Hino 500	FM320TI	2014	Rp 750 juta-800 juta
Hino 500	FG235TI	2015	Rp 410 juta-430 juta
Hino 500	FC190TI	2015	Rp 325 juta-350 juta
Hino 500	SG260TI	2015	Rp 525 juta-545 juta
Hino 500	FM285JD	2016	Rp 800 juta-830 juta
Hino 500	SG260TI	2017	Rp 590 juta-610 juta
Hino 500	FG235TI	2017	Rp 500 juta-525 juta
Hino 500	SG260TH	2018	Rp 750 juta-770 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2000	Rp 55 juta-60 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2012	Rp 155 juta-165 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2012	Rp 110 juta-115 juta
Isuzu Elf	NKR71	2013	Rp 170 juta-175 juta
Isuzu Elf	NKR71HD	2013	Rp 180 juta-190 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2014	Rp 150 juta-155 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2015	Rp 165 juta-170 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2015	Rp 185 juta-190 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2016	Rp. 165 juta-170 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2016	Rp 155 juta-160 juta
Isuzu Giga	FVZ34P 285PS	2012	Rp 380 juta-390 juta
Isuzu Giga	FVM240 240PS	2012	Rp 330 juta-355 juta
Isuzu Giga	FVM240W 240PS	2012	Rp 350 juta-360 juta
Isuzu Giga	FTR90S 210PS	2014	Rp 300 juta-315 juta
Isuzu Giga	FVM34Q 240PS	2014	Rp 395 juta-415 juta
Isuzu Giga	FVM34W 240PS	2015	Rp 440 juta-450 juta
Isuzu Giga	FVR34P 240PS	2016	Rp 445 juta-460 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 100PS	2002	Rp 85 juta-90 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 100PS	2004	Rp 125 juta-130 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2007	Rp 145 juta-150 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2008	Rp 150 juta-155 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2009	Rp 155 juta-160 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2010	Rp 160 juta-165 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2011	Rp 165 juta-170 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2011	Rp 215 juta-225 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2012	Rp 170 juta-175 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2013	Rp 180 juta-190 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125PS	2013	Rp 195 juta-200 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125PS HD	2013	Rp 210 juta-215 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 136PS HD-L	2013	Rp 225 juta-235 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2014	Rp 160 juta-215 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 Super HD	2014	Rp 235 juta-245 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125PS	2015	Rp 220 juta-230 juta

Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2016	Rp 215 juta-225 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125PS HD	2016	Rp 290 juta-298 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2017	Rp 265 juta-275 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125PS	2017	Rp 270 juta-280 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 Super HD	2017	Rp 310 juta-315 juta
Mitsubishi Fuso	FN517	1986	Rp 120 juta-130 juta
Mitsubishi Fuso	190PS HD	2005	Rp 225 juta-230 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2005	Rp 320 juta-330 juta
Mitsubishi Fuso	190PS	2005	Rp 180 juta-190 juta
Mitsubishi Fuso	220 PS HD	2008	Rp 360 juta-370 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2009	Rp 350 juta-390 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2011	Rp 378 juta-385 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2012	Rp 335 juta-340 juta
Mitsubishi Fuso	FM517 220PS	2012	Rp 335 juta-340 juta
Mitsubishi Fuso	FN517	2012	Rp 400 juta-405 juta
Mitsubishi Fuso	FN 627	2012	Rp 850 juta-875 juta
Mitsubishi Fuso	FM517HL 220PS	2012	Rp 300 juta-310 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2013	Rp 340 juta-600 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2014	Rp 460 juta-470 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2015	Rp 490 juta-500 juta
Mitsubishi Fuso	220PS	2015	Rp 620 juta-630 juta
Mitsubishi Fuso	FJ2523 230PS	2017	Rp 630 juta-645 juta
Scania	R580LA tractor head 6x4	2008	Rp 380 juta-390 juta
Toyota Dyna	115 ET	2005	Rp 65 juta-70 juta
Toyota Dyna	110 ST	2010	Rp 115 juta-120 juta
Toyota Dyna	110 ST	2011	Rp 145 juta-150 juta
Toyota Dyna	110 FT	2012	Rp 145 juta-160 juta
Toyota Dyna	110 ST	2012	Rp 125 juta-130 juta
Toyota Dyna	130 HT	2012	Rp 160 juta-165 juta
Toyota Dyna	130 XT	2012	Rp 165 juta-175 juta
Toyota Dyna	130 HT	2013	Rp 185 juta-190 juta
Toyota Dyna	110 FT	2013	Rp 160 juta-175 juta
UD Trucks	CWA 260	2007	Rp 310 juta-325 juta
UD Trucks	CDA 260	2007	Rp 315 juta-320 juta
UD Trucks	CWM 330	2008	Rp 285 juta-295 juta
UD Trucks	CWM 330	2010	Rp 300 juta-310 juta
UD Trucks	PK 215	2010	Rp 335 juta-350 juta
UD Trucks	CWA260HT	2013	Rp 420 juta-480 juta
UD Trucks	PK260CT	2013	Rp 420 juta-430 juta
UD Trucks	PK260CT	2014	Rp 475 juta-490 juta
Volvo	FH12 tractor head 6x4	2005	Rp 170 juta-180 juta
Volvo	FMX 440 8x4	2012	Rp 540 juta-550 juta
Volvo	FM 440 8x4	2012	Rp 350 juta-355 juta

CATATAN : Daftar harga disusun berdasarkan data yang terkumpul sampai dengan 19 Maret 2019. Data merupakan harga pasaran truk bekas dalam kondisi laik jalan dari pedagang truk bekas dan pemilik unit di wilayah Jabotabek, Jateng, Jatim, Sumatra, dan Kalimantan. Harga tidak mengikat dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan lebih dahulu.

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)



Kotoran mengendap berupa sludge di elemen filter solar rentan memicu gejala awal clogging

Perawatan Truk Berbahan Bakar B20

Teks & Foto : Antonius Sulistyo

Bahan bakar B20 adalah program pemerintah yang mewajibkan pencampuran bahan bakar untuk mesin diesel menggunakan komposisi 20 persen biodiesel dan 80 persen bahan bakar minyak (BBM) jenis solar. Penggunaan bahan bakar B20 sebagai *mandatory* dari Pemerintah Indonesia diatur dalam Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) No.12 tahun 2015 tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Menteri ESDM No.32 tahun 2008 tentang Penyediaan, Pemanfaatan, dan Tata Niaga Bahan Bakar Nabati (Biofuel) sebagai Bahan Bakar Lain.

Biodiesel merupakan bahan bakar nabati untuk aplikasi mesin atau motor diesel, berupa ester metil asam lemak atau *fatty acid methyl ester* (FAME) yang terbuat dari minyak nabati atau lemak hewani melalui proses esterifikasi atau transesterifikasi. Untuk saat ini, bahan baku biodiesel di Indonesia berasal dari minyak sawit atau *Crude Palm Oil* (CPO). Selain dari CPO, tanaman lain yang berpotensi untuk bahan baku biodiesel antara lain tanaman jarak, jarak pagar, kemirisan, kemiri cina, dan nyamplung. Biodiesel siap digunakan di mesin diesel konvensional maupun *common rail* dengan sedikit atau tanpa penyesuaian. Penyesuaian di sini dibutuhkan jika penyimpanan atau wadah biodiesel terbuat dari bahan yang sensitif dengan biodiesel, seperti *seal*, *gasket*, perekat terutama untuk kendaraan lama, serta wadah yang terbuat dari karet alam dan karet nitril.

Fleet Operation Support PT Astra International UD Trucks Sales Operation (Astra UD Trucks) Topo Suntoro mengatakan, bicara B20 sebetulnya tidak perlu menjadi kekhawatiran bagi pemilik kendaraan termasuk sopir. Menurut Topo, sesuai dengan kondisi kendaraan yang ada saat ini di Indonesia, sebenarnya untuk produk-produk truk dengan teknologi modern sudah mengacu standar Euro III dengan sistem *common rail* yang notabene posisi pembakaran tidak boleh terlambat. "Ketika temperatur yang lebih mudah terbakar, mesin dengan karakteristik memiliki *noise* (tingkat kebisingan) yang agak keras akan jauh lebih baik *noise*-nya dengan penggunaan B20, karena dapat meminimalkan efek *noise* dari ledakan yang ada di dalam ruang bakar. Prinsipnya, ketika bahan bakar itu cepat terbakar maka *noise* yang ditimbulkan dari proses pembakaran di ruang bakar akan berkurang," katanya.



Primary filter dengan tingkat kerapatan elemen penyaring antara tujuh sampai delapan mikron



Primary dan secondary filter harus diganti bersamaan setiap 10.000 km

Secara teknis, menurut Topo, B20 dengan kualitas yang baik dapat memberikan dampak positif pada mesin diesel modern. Faktor utamanya karena biodiesel memiliki *Cetane Number* (bilangan setana) lebih tinggi dibandingkan dengan *petroleum diesel* alias solar dari minyak bumi. *Cetane Number* menunjukkan kualitas pembakaran dalam ruang bakar. Semakin tinggi angka *Cetane Number*, maka semakin bagus bahan bakar diesel tersebut. Sehingga pembakaran yang terjadi di mesin menjadi lebih sempurna dan efisien. Hal tersebut terjadi karena pada biodiesel tidak terdapat kandungan sulfur. Sementara kandungan sulfur yang terdapat pada *petroleum diesel* sangat memengaruhi emisi yang dihasilkan dan kesehatan sistem *common rail* di mesin diesel modern. Semakin rendah kandungan sulfurnya maka semakin baik emisi gas buang yang dihasilkan. Sehingga secara performa, B20 sudah sangat baik untuk penggunaan harian.

Durasi Penggantian Filter Solar

Memang masih ada anggapan di kalangan awam bahwa biodiesel dapat menyebabkan kerak pada tangki bahan bakar. Biodiesel merupakan senyawa ester yang banyak digunakan sebagai pelarut atau pembersih. Pemanfaatan biodiesel justru dapat membersihkan kerak dan kotoran yang tertinggal pada mesin, saluran bahan bakar dan tangki bahan bakar karena sifatnya sebagai *solvent* atau pelarut.

“Dari sisi yang lain, benefit menggunakan B20 sebetulnya juga punya efek pembersih, mulai dari tangki hingga ke saluran-saluran bahan bakar. Jadi sebetulnya justru membuat proses pembakarannya jauh lebih baik karena saluran-saluran yang tadinya mungkin terdapat kerak atau kotoran, itu bisa dibersihkan dengan kondisi pemakaian B20 untuk tahap awal. Selanjutnya pasti akan lebih baik lagi,” ujar Topo. Ia menambahkan bila kekhawatiran yang muncul di kalangan awam sebetulnya juga dari efek pembersih yang dimiliki B20 tadi. “Tentunya hal ini akan membuat kotoran-kotoran mudah larut sehingga filter solar lebih cepat kotor. Boleh dikatakan masa pakai filter solar yang tadinya durasinya bisa sampai 20 ribu kilometer (km), dengan kondisi pemakaian B20 durasi pemakaiannya hanya bisa sampai 10.000 km atau dua bulanan sudah harus melakukan penggantian,” ucapnya menambahkan.

Topo sangat menyarankan untuk menggunakan filter atau saringan bahan bakar orisinal dari pabrikan kendaraan dalam hal ini agen pemegang merek (APM). “Karena secara performa jauh lebih optimal untuk penggunaan di kendaraan. Hal ini terkait dengan tingkat kerapatan elemen filter solar, antara dua mikron sampai delapan mikron. Diharapkan dengan penggunaan filter solar orisinal, paling tidak bahan bakar itu bisa tersaring dengan maksimal,” katanya. Bicara B20, yang menentukan kualitasnya adalah terkait pengolahan dan wadahnya seperti apa. Jika pengolahannya maksimal dan bagus, kata Topo, paling tidak kontaminasi air terhadap bahan bakar B20 dapat diminimalkan. Namun jika kualitasnya kurang bagus paling tidak dengan kondisi filter solar yang orisinal, untuk menyaring kontaminasi air tadi bisa lebih maksimal.

“Kandungan air dalam solar ini memang tidak bisa dipisahkan karena itu proses alamiah, sebab proses pengolahan fame dari minyak sawit atau CPO itu tidak tertutup kemungkinan terdapat kandungan airnya. Kemudian dari wadahnya atau tangki penyimpanan bahan bakar yang ada di masing-masing SPBU, kita tidak dapat menjamin bahwa tangki tersebut terhindar dari kontaminasi air. Sebetulnya pada produk kami sudah terdapat separator air untuk memisahkan air dengan solar ketika digunakan,” ujarnya.

Head of Product and Engineering Astra UD Trucks, Eddy Subagio menambahkan, untukantisipasi sekaligus *maintenance* agar bahan bakar yang masuk ke ruang bakar tidak mengandung air, harus sering di-*drain* atau menguras air dari separatornya. “Airnya itu dikeluarkan melalui lubang pembuangan yang ada di bawah tangki bahan bakar. Sebenarnya kandungan air ini bukan hanya ada di B20, bahan bakar solar biasa juga ada kandungan airnya. Karena di dalam tangki kendaraannya meskipun didiamkan saja pasti ada kandungan airnya,” kata Eddy.

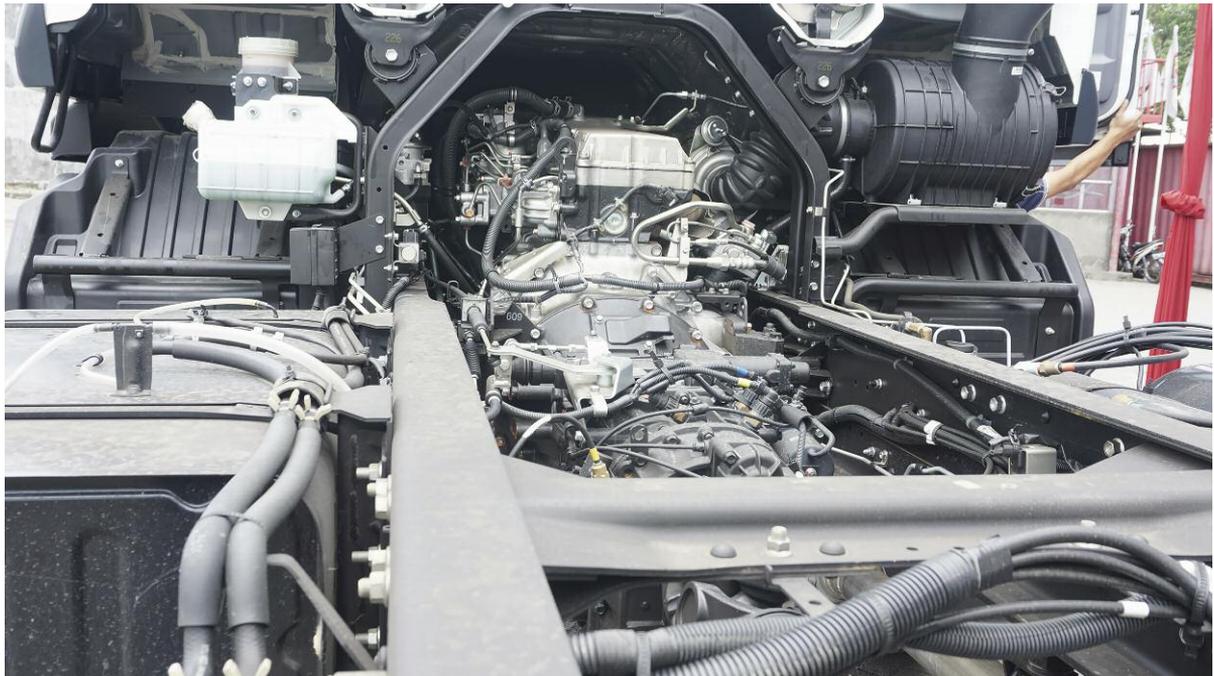
Waspada Gejala *Clogging*

Truk modern umumnya dibekali dua saringan atau filter solar, *primary* dan *secondary*. Keduanya harus diganti bersamaan jika sudah masuk periode penggantian filter bahan bakarnya, dalam hal ini setiap 10.000 km untuk pemakaian B20. “Tidak bisa diganti per satuan, *primary* atau *secondary filter*-nya saja yang diganti. Karena *primary* dan *secondary* memiliki kerapatan elemen filter yang sangat berbeda. Sebab alur bahan bakar dari tangki harus melewati *primary filter* terlebih dulu dengan kerapatan tujuh mikron, baru kemudian dialirkan melalui *secondary filter* dengan kerapatan lebih tinggi lagi sekitar dua mikron sebelum masuk ke *common rail*. Sehingga penggantian harus dilakukan bersamaan. Hal ini untuk memastikan agar bahan bakar sebelum masuk ke sistem *common rail* benar-benar bersih dari kotoran dan air yang terdapat dalam B20 tadi,” urai Topo.

Jika sampai terlupa mengganti filter-filter solar tadi atau melewati waktu penggantian setiap 10.000 km, dapat menimbulkan gejala *clogging* atau penyumbatan di mesin yang membuat *loss power* atau kehilangan tenaga. “Hal ini karena isapan bahan bakar dari sistem *common rail* yang dibutuhkan ruang bakar menjadi berkurang, karena efek penyumbatan akibat kotoran yang tidak dapat tersaring lagi oleh filter-filter. Ketika isapannya berkurang sudah pasti *pressure*-nya juga berkurang yang membuat *power* mesin jadi *drop*,” kata Topo. Memang gejala awal *clogging*, menurut Topo, umumnya tidak membuat mesin mati mendadak. Mesin masih bisa *running* dan kendaraan masih bisa jalan, hanya rpm-nya sudah tidak bisa tinggi lagi atau performanya tidak bisa maksimum.

Meski demikian, menurut Topo, disarankan untuk tidak memaksakan kendaraan tetap berjalan jika sudah terasa gejala *clogging* di awal. “Kalau sudah benar-benar *clogging* bisa membuat mesin mati. Dalam kondisi darurat di tengah perjalanan, jika terjadi gejala *clogging* maka langkah awal yang bisa dilakukan dengan membersihkan filter solar. Pada kondisi 10.000 km boleh dikatakan kotoran yang menempel di filter-filter solar biasanya berupa *sludge*,” ucapnya.

Sludge atau endapan seperti lumpur muncul akibat kontaminasi air pada biodiesel. Selama penanganan/*handling* biodiesel baik dan sesuai dengan tata cara penanganan yang disarankan, maka *sludge* pada biodiesel tidak akan timbul. Cara membersihkan filter solar dalam kondisi darurat saat di tengah perjalanan, cukup dikocok-kocok dengan solar untuk melepaskan kotoran yang menempel di bagian elemen filter solar. “Jadi saat kondisi darurat itu masih bisa dibersihkan, tetapi sifatnya hanya sementara sampai kendaraan bisa mencapai bengkel terdekat. Kecuali kalau filternya sudah hancur maka harus diganti baru. Biasanya kalau menggunakan *nongenuine parts* itu bisa hancur elemen filternya, dan bisa membuat sirkulasi yang ada di dalamnya menjadi buntu,” kata Topo.)



Aplikasi Oli dan *Grease* untuk *Bearing*

Teks : Sigit Andriyono / **Foto :** Giovanni Versandi

Bearing adalah salah satu komponen yang memiliki peran cukup penting dalam rangkaian kendaraan. Di sejumlah aplikasi yang berhubungan dengan putaran periodik, *bearing* memegang peranan menjaga putaran tetap stabil dan konstan. *Grease* menjadi pilihan pelumas untuk sebagian besar *bearing* karena mudah digunakan, mampu bertahan terhadap kebocoran dan relatif murah. "Kondisi operasional yang kompleks dari mesin seperti suhu tinggi, kecepatan tinggi atau kontaminasi berat dapat menimbulkan tantangan serius untuk *grease*. Di sinilah letak oli sebagai pelumas. Misalnya suhu yang sangat tinggi pada kompresor sistem pengereman. Itu dapat melelehkan *bearing*. Suhu tinggi yang tidak mampu didinginkan menyebabkan hilangnya viskositas pelumas yang mengakibatkan kontak logam dengan logam dan timbul panas yang berlebihan," jelas Hadi Akmanul Kepala Bengkel Langkah Sejati Ban Gresik.

"Dalam aplikasi kipas, peningkatan kecepatan baling-baling dapat menghasilkan suhu operasional *bearing* yang lebih tinggi. Dalam aplikasi tersebut disarankan untuk mempertimbangkan pelumasan dari *grease* ke oli," tambah Hadi.

Mungkin beberapa orang melihat oli sebagai teknologi kuno yang direkayasa dalam bentuk modern, seperti menambahkan zat aditif. Faktanya, tujuan awal diciptakan oli adalah mengurangi gesekan, kini fungsi itu berkembang yaitu:

- Menciptakan pelindung antara permukaan logam

- Melindungi permukaan dari korosi

- Melindungi logam dari kontaminan

- Menjadi penghantar panas

Pelumas bisa berbentuk oli atau *grease*. Fungsi utama oli paling umum pada aplikasi suhu tinggi dan kecepatan tinggi yaitu memindahkan panas dari permukaan *bearing*. Oli untuk *bearing* menggunakan oli mineral alami dengan tambahan zat aditif untuk mencegah karat dan oksidasi.

"Karakteristik yang paling penting ketika menentukan oli untuk *bearing* adalah viskositas. Viskositas adalah ukuran internal. Cairan yang memiliki viskositas tinggi akan lebih kental seperti madu; cairan dengan viskositas rendah artinya lebih encer seperti air. Viskositas oli ini dihubungkan dengan ketebalan lapisan film yang dihasilkan. Ketebalan ini sangat penting untuk pemisahan elemen yang bergerak dalam mesin," kata Hadi.

Bearing dalam beberapa aplikasi memerlukan oli, tetapi *grease* adalah pelumas pilihan untuk hampir 80 persen *bearing* yang ada pada kendaraan. Material *grease* terdiri dari sekitar 85 persen mineral atau oli sintetis dengan pengental yang melengkapi sisa volumenya.

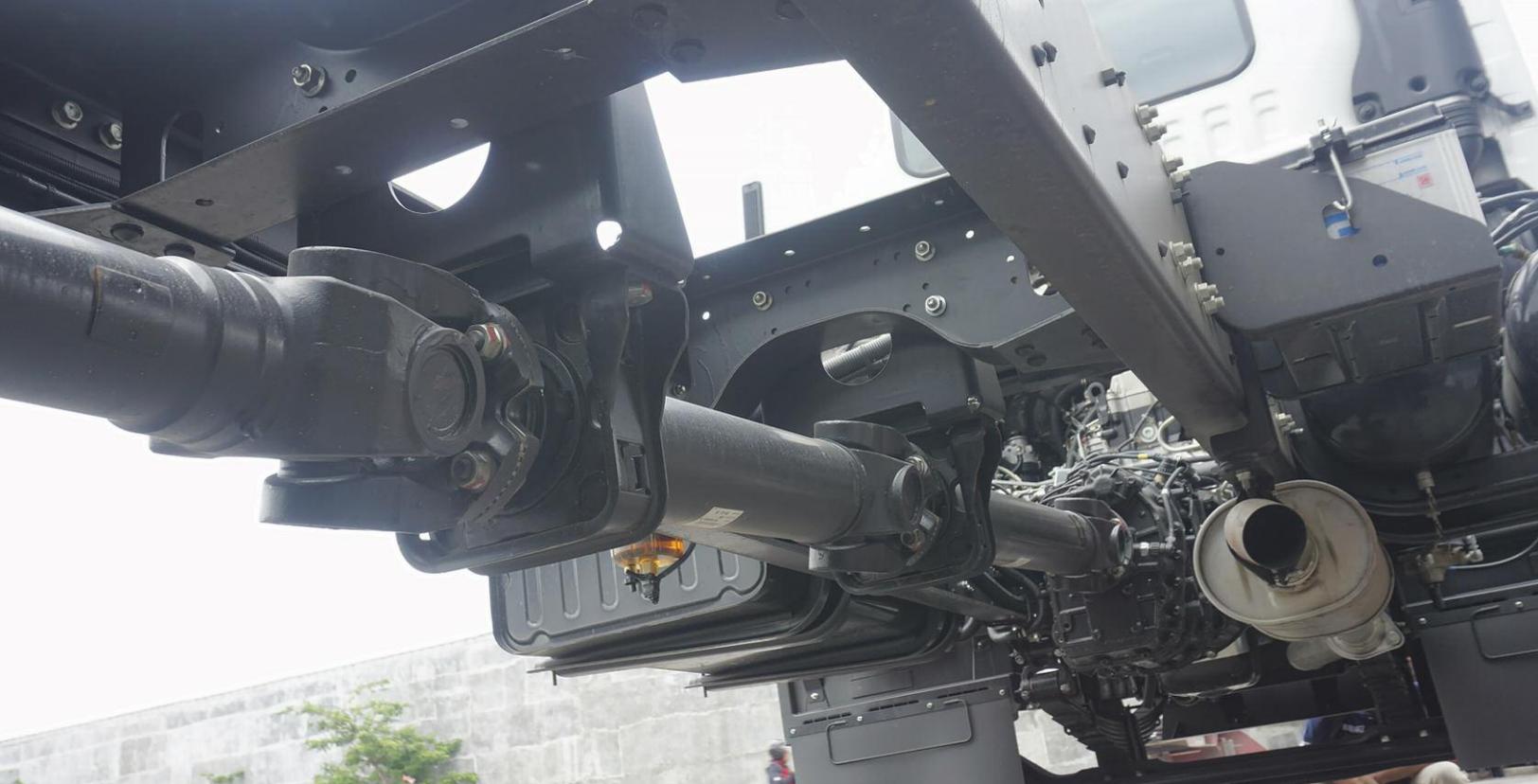
"Pengental biasanya terdiri dari senyawa sabun dan tambahan mineral lain. Viskositas *grease* yang lebih tinggi membantu mempertahankannya di dalam selubung *bearing*. Pertimbangan terpenting saat memilih pelumas adalah viskositas *base oil*, kemampuan menghambat karat, interval suhu pengoperasian, dan kemampuan terhadap beban. Ini bisa tergantung pada fungsi *grease* untuk komponen apa di kendaraan," ujar Hadi.



Antara oli dan *grease* memiliki keistimewaan masing-masing, berikut fakta-faktanya :

- 1 *Grease* memiliki kinerja *stop-start* yang andal. Ketika mesin dimatikan, oli akan mengalir kembali ke bak tampung tetapi *grease* tetap berada di komponen di mana dibutuhkan. Ini penting untuk menurunkan risiko awal yang kekeringan. Sedangkan oli meskipun mengalir dan tidak menetap, kebanyakan formulasinya memiliki kemampuan membilas dan dapat melumasi segera setelah mesin dihidupkan. Volume oli yang lebih banyak berarti pasokan aditif yang lebih besar untuk masa pakai yang lebih lama dan kemampuan untuk mencuci kontaminan dari area gesekan.
- 2 *Grease* dapat melindungi dan mempertahankan *seal* dan konektor yang aus lebih baik daripada oli. Yang artinya menurunkan risiko kebocoran. Tetapi jika dibiarkan lebih lama tanpa inspeksi, kebocoran adalah tanda mesin yang terpapar dan perlu perbaikan. *Seal* yang aus tanpa disadari akan menjadi masalah besar di kemudian hari.
- 3 *Grease* yang menutup rapat di sekitar *seal* dan konektor berfungsi sebagai *sealant*, yaitu mencegah masuknya kotoran dan air. Pengolesan *grease* berkala dapat membersihkan kontaminan dan menjaga permukaan logam.
- 4 Tidak seperti *grease*, oli mampu mengalir dengan bebas, memungkinkannya membawa panas yang tidak diinginkan. Ini sama halnya menjaga viskositas *base oil* stabil dan mengurangi risiko oksidasi dan penipisan aditif yang disebabkan oleh panas.
- 5 Ketika *grease* dipilih dengan tepat untuk aplikasi yang diberikan, temperatur *grease* akan tetap rendah dan aman dari risiko oksidasi dini. Banyak aplikasi *grease* yang mampu bertahan tahunan di dalam komponen.
- 6 Ketika *bearing* dilumasi dengan baik dengan sejumlah *grease* yang tepat dan memiliki konsistensi yang benar, perawatan rutin pada komponen tersebut bisa diperpanjang.
- 7 Karena oli tidak menggunakan pengental, tidak ada risiko kontraindikasi pengental yang tidak kompatibel, yang menyebabkan perubahan sifat dasar oli dan masalah lainnya.
- 8 Oli tidak menggunakan pengental tetapi masih ada risiko *base oil* dan ketidakcocokan aditif pada pencampuran yang tidak disengaja. Karena mungkin saja mekanik menambahkan *grease* yang berbeda merek ketika melakukan inspeksi. Dan tidak seperti oli, aditif *grease* tidak akan mengendap selama disimpan atau saat mesin dalam keadaan diam.
- 9 Oli memungkinkan kontaminan tertentu seperti air dan kotoran diangkut secara singkat ke filter. Oli yang bersirkulasi membawa kontaminan berbahaya jauh ke dalam sistem. Ini berisiko aus dan korosi pada banyak permukaan pada saat yang bersamaan. Sedangkan *grease* menahan jenis kontaminan secara permanen. *Grease* membuat sebagian besar kontaminan terlokalisasi dan tidak dapat bergerak bahkan tidak berpindah ke sistem lain.
- 10 Mesin yang dilumasi oli lebih mudah untuk sampel analisis laboratorium dari keausan logam, kontaminan, dan sifat senyawa oli. Sedangkan *grease* hampir tidak mungkin mendapatkan sampelnya. Karena sekitar 90 persen *bearing* dan komponen yang memerlukan pelumasan dengan *grease* tidak memerlukan pengambilan sampel dan analisis rutin.
- 11 Oli bekas dapat dengan mudah ditangani dan dibuang dengan minim risiko terhadap lingkungan daripada *grease*.

Keputusan menggunakan oli atau *grease* untuk melumasi harus dilakukan setelah mempertimbangkan beberapa faktor dengan hati-hati. Antara *grease* dan oli perlu melihat tujuan awal aplikasinya pada komponen. Berikut beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu.



Kapan harus Menggunakan Oli

"Secara umum dalam sistem yang beroperasi secara konsisten pada suhu tinggi, penggunaan oli lebih disarankan daripada *grease*, karena mekanik bisa menambahkan sistem sirkulasi untuk membantu mendinginkan. Selain itu, dalam beberapa kasus, pelumasan oli terbukti lebih unggul daripada *grease* sebagai akibat dari faktor mekanis, seperti aplikasi untuk melumasi bagian tertentu saja dari mesin," kata Hadi.

Sebagian besar sistem pelumasan untuk *bearing* membutuhkan sistem sirkulasi oli dalam jangka waktu lama. Sistem ini dapat terkontaminasi oleh kelembaban. Dalam kondisi seperti itu, oli yang dipilih harus:

- Menunjukkan stabilitas bahan kimia untuk menahan oksidasi dan pembentukan endapan
- Mampu melindungi dari karat dan korosi
- Mampu memisahkan air
- Bisa mempertahankan viskositas karena pengenceran dapat terjadi
- Tidak mudah berbusa

Kapan harus Menggunakan *Grease*

Grease umumnya lebih disarankan daripada oli dalam aplikasi *bearing* yang beroperasi pada kecepatan sedang di mana suhu tidak terlalu tinggi. Selain itu *grease* dapat memberikan perlindungan dari masuknya kontaminan, sehingga *grease* lebih sesuai untuk aplikasi yang membutuhkan perlindungan tambahan dari kotoran. *Grease* lebih cocok daripada oli untuk sistem yang membutuhkan operasional yang lama tanpa memerlukan *maintenance* jangka pendek.

Sama seperti ketika oli dipilih untuk pelumasan, karakteristik perangkat tertentu harus diingat ketika memilih *grease*. Saat melumasi *bearing*, *grease* harus:

- Memiliki viskositas yang cukup untuk pembentukan lapisan film pada komponen yang bergesekan, tetapi temperatur tidak terlalu tinggi.
- Memiliki sifat material yang tidak mudah panas, terutama jika *bearing* yang harus dilumasi memerlukan temperatur sekitar yang rendah.



Presiden berpesan untuk selalu utamakan keselamatan berkendara

Deklarasi Pengemudi Truk Pelopor Keselamatan 2019

Pengemudi Truk Profesi Mulia di Mata Presiden

Foto : Giovanni Versandi

Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo) kembali menggelar kegiatan untuk meningkatkan kesadaran dalam berlalu lintas terutama bagi pengemudi truk, dalam acara Deklarasi Pengemudi Truk Sebagai Pelopor Keselamatan di Jakarta International Container Terminal (JICT) Pelabuhan Tanjung Priok, Jakarta Utara, Minggu (17/03/2019). Pada kesempatan ini, Sekjen Asosiasi Pengemudi Nasional, Djarkasih HT Damanik selaku perwakilan pengemudi truk membacakan lima poin pernyataan sikap sebagai berikut;



Presiden Joko Widodo
bersama Asosiasi Pengusaha
Truk Indonesia



Kami Pengemudi Angkutan Jalan Indonesia mendeklarasikan:

1. Siap mematuhi peraturan lalu lintas;
.....
2. Siap setop ODOL (Over Dimension Over Load);
.....
3. Siap memenuhi standar kompetensi pengemudi;
.....
4. Siap melayani pengguna jasa sampai tujuan dengan selamat dan aman;
.....
5. Siap menempatkan keselamatan sebagai prioritas utama.

Perwakilan pengemudi truk yang ikut serta dalam deklarasi ini adalah Ketua Lampung Truck Community, Suhendra; pengemudi dari PT Citra Transpor Lancar, Lamidi; pengemudi dari PT Lookman Djaja, Sutrisno; Ketua Lamongan Truck Mania Community, Erik Lukman Hadi; Pengurus Perkumpulan Pengemudi dan Pengusaha Jepara, Muhammad Zamroni; Sekjen Asosiasi Pengemudi Nasional, Djarkasih HT Damanik; Anggota Asosiasi Pengemudi Nasional, Agus Yudha; pengemudi dari PT Erlon Huga, Husni; pengemudi dari PT Dunia Ekspres, Nasir; dan pengemudi dari PT Bahtera Anugerah Perkasa, Imron.

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo sebagai tamu VIP di acara deklarasi ini pun mengingatkan kepada seluruh pengemudi truk, untuk selalu mengutamakan keselamatan dalam berkendara. "Tadi sudah disampaikan dalam deklarasi agar tetap utamakan keselamatan, patuhi rambu lalu lintas yang ada, bila mengantuk jangan mengemudi dan saya berpesan juga agar tidak mengendarai kendaraan secara ugal-ugalan," kata Presiden Joko Widodo. Ia juga mengatakan bahwa pengemudi truk adalah profesi yang mulia, karena berkat jasa pengemudi truk masyarakat dapat menikmati barang-barang kebutuhannya

sehari-hari. "Pengemudi itu profesi mulia karena mereka membawa barang dari satu tempat ke tempat lain untuk kebutuhan masyarakat. Kalau misalnya pengemudi tidak mau mengangkut beras, mau makan apa orang Jakarta? Ini baru satu contoh, belum produk lainnya," ujar mantan Gubernur DKI Jakarta ini.

Presiden Joko Widodo pun berkisah masa lalunya yang dekat dengan sosok pengemudi truk. "Silakan tanya warga Solo, almarhum bapak saya dulu juga seorang pengemudi truk dan bus. Kenapa saya katakan pengemudi truk sebagai profesi mulia, karena berkat dia saya bisa sekolah. Dari profesi pengemudi ini bisa memberikan kehidupan keluarga yang lebih baik," katanya. Presiden menambahkan, peran para pengemudi truk sangat penting dalam menjaga stabilitas harga, karena ketepatan waktu distribusi sangat berpengaruh dalam menentukan harga suatu barang. "Banyak orang salah kaprah tentang peran penting para pengemudi truk. Para pengemudi truk juga menjaga stabilitas harga-harga yang ada dimasyarakat. Untuk itu saya titip jangan ada pengemudi truk yang mogok bekerja, itu nanti akan menjadikan stabilitas harga menjadi mahal dan kacau balau," ujar Presiden.





Antusiasme para pengemudi truk yang datang dari wilayah Sumatera dan Jawa di acara deklarasi ini.



Peserta



Gading Marten sebagai MC acara



Dewi Persik memeriahkan acara Deklarasi Pengemudi Truk



Indonesia Truckers Club TalkBiz Palembang

Bisnis Logistik Lancar dengan Dukungan Kebijakan Daerah

Teks : Sigit A / Foto : Giovanni V



Indonesia Truckers Club Talkbiz by TruckMagz yang selalu mengupas isu terhangat di di bidang transportasi dan logistik kembali digelar di tahun 2019 ini. Gelaran perdana diadakan di Kota Palembang yang berlokasi di Aston Palembang Hotel mengangkat tema 'Mencermati Peraturan Pro-Logistik'. Acara ini menghadirkan narasumber Alexander T. Pardede Kepala Seksi Sarana dan Prasarana Transportasi Jalan Balai Pengelola Transportasi Darat Wil. VII Sumsel-Babel, Kurniawan Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Dinas Perhubungan Provinsi Sumatera Selatan, Indra Suryadi Kepala Seksi Angkutan Dinas Perhubungan Kota Palembang, Iptu Bambang Kanit Laka Satlantas Polresta Palembang dan Gemilang Tarigan Ketua Umum DPP Aprindo. *Indonesia Truckers Club Talkbiz* Palembang 2019 didukung sepenuhnya oleh Mobil Delvac by Exxonmobil, PT Chakra Jawara, Sailun Tyre, Evalube Lubricants, Astra Isuzu Palembang, PT Dipo Star Finance, PT Tata Motor Distribusi Indonesia, PT Gaya Makmur Mobil agen tunggal pemegang merek truk FAW dan PT Dwi Multi Makmur agen tunggal pemegang merek HJ Bridge.

Dalam paparannya Alex menjelaskan mengenai wewenang BPTD untuk melakukan manajemen dan rekayasa lalu lintas di Kota Palembang sesuai dengan kewenangannya. "Manajemen dan rekayasa lalu lintas ini, wewenang BPTD ada di jalan nasional. Untuk Kota Palembang 80 persen status jalannya sebagai jalan nasional. Kami yang sudah mendapat instruksi dari Kemenhub diberikan tugas untuk perekayasaannya hanya di jalan nasional termasuk hal ini Kemenhub melalui Ditjen Perhubungan Darat sedang mengonsep lalu lintas kendaraan angkutan barang untuk khusus jalan nasional di Provinsi Sumatera Selatan. Khususnya sekarang dibuat rancangannya untuk angkutan batu bara dan kayu log," kata Alex.

Selain melakukan rekayasa lalu lintas, BPTD juga bertugas dalam pengawasan kendaraan angkutan barang. "Salah satu fungsi BPTD adalah melakukan pemeriksaan fisik kendaraan bermotor terhadap ran-



Indra Suryadi, Kasi Angkutan Dishub Kota Palembang menyampaikan paparannya



Penyerahan kenang-kenangan oleh Ratna Hidayati Pemimpin Redaksi



Foto bersama seluruh narasumber

cang bangunnya. Kami mengawasi bagaimana setiap kendaraan yang diproduksi dengan landasan penetapan SRUT untuk karoseri terdaftar. Tugas BPTD ini memeriksa bengkel dan karoseri dengan memastikan kesesuaian produk dengan SKRB yang dimiliki. Mengenai fungsi pengawasan, khusus di Provinsi Sumatera Selatan, kami menempatkan lima Unit Pelaksana Penimbangan Kendaraan Bermotor (UPPKB), yakni UPPKB Senawar Jaya, UPPKB Pematang Panggang, UPPKB Kota Baru, UPPKB Merapi, UPPKB Simpang Nibung," jelas Alex.

Pada kesempatan yang sama, Kurniawan menjelaskan kondisi jalan-jalan di Sumatera Selatan. "Ruas jalan yang berada di wilayah kerja

Dishub Sumsel lebih banyak jalan kelas 3. Kami percaya truk yang merusak jalan ini truk yang memiliki sumbu lebih sedikit daripada truk *multi-axle*. Sedangkan, kondisi operasional angkutan barang di Sumsel yakni banyak truk tua, penggunaan truk yang bukan peruntukannya, perilaku menyesuaikan angkutan dengan muatan, banyak armada truk yang tidak memiliki dan membawa buku uji KIR, banyak truk overload, banyak pergudangan di tengah kota dan perusahaan membiarkan pengemudi membawa truk ke lingkungan tempat tinggalnya. Hal seperti ini yang menjadi *concern* kami. Kami berharap perusahaan angkutan bisa mematuhi aturan berkendara di jalan. Sehingga jika nanti jika Trans Su-

matera ini tersambung bisa memperlancar jalur logistik," jelasnya.

Sebagai perwakilan dari Kadishub Kota Palembang, Indra menyampaikan pesan kepada pengusaha angkutan barang yang hadir untuk selalu memperhatikan keselamatan di jalan. "Kota Palembang memiliki wilayah yang diatur oleh Pemkot memprioritaskan pelayanan transportasi untuk keselamatan pengguna jalan. Dishub Kota memiliki wewenang untuk mengatur jalan-jalan di Kota Palembang yang dalam hal ini berhubungan dengan kendaraan angkutan barang. Kami sampaikan juga bahwa saat ini sedang menunggu putusan Ditjen Perhubungan Darat mengenai revisi Peraturan Walikota

Palembang No. 59 Tahun 2011 tentang Pengaturan Rute Jaringan Lintas Mobil Barang Dalam Kota Palembang. Revisi yang kami sampaikan mengenai penambahan atau perubahan rute jaringan lintas kendaraan barang, penambahan batas kecepatan paling tinggi, perubahan waktu operasional angkutan barang, dan kriteria dimensi angkutan barang yang diperbolehkan," jelas Indra.

"Sebelum revisi diputuskan saat ini berlaku aturan yang lama untuk truk angkutan barang. Regulasi yang kami susun ini jangan sampai disalahartikan. Kami pro-logistik di Kota Palembang. Dengan asas pertimbangan dan keseimbangan, kami juga wajib memikirkan keselamatan pengguna jalan lain. Karena yang utama itu keselamatan pengguna jalan. Selama ini banyak keluhan mengenai truk kontainer. Untuk itu, kami berharap DPD Aprindo Sumsel punya *call center* atau tim tanggap *rescue* yang bisa langsung mengatasi masalah pengangkutan barang di Kota Palembang," tambah Indra.

Sementara itu, Bambang dari Satlantas Polresta Palembang mengingatkan kepada pengusaha angkutan barang agar senantiasa memberikan arahan kepada pengemudinya untuk mematuhi aturan lalu lintas. "Saya sampaikan juga agar bisa memberikan arahan berlalu lintas yang benar kepada pengemudi angkutan barang. Karena kecelakaan bisa terjadi kepada siapa saja. Untuk itu kami sampaikan faktor penyebab kecelakaan. Pertama dari sisi pengemudi, yaitu kurang disiplin, sering melanggar peraturan lalu lintas, kurang terampil, dan kurang bisa mengendalikan emosi. Lalu penyebab kecelakaan dari faktor kendaraan, yakni kondisi kendaraan kurang memenuhi prasyarat teknis kelaikan jalan, faktor keselamatan dan keamanan dari karoseri, desain, stabilitas, kondisi mekanis kendaraan bermotor yang kurang sempurna dan kendaraan tua. Sedangkan penyebab kecelakaan dari faktor jalan adalah jalan rusak dan tidak memadai serta bekas pembangunan pipa gas dan galian yang tidak dikembalikan seperti semula. Terakhir faktor lingkungan seperti jarak pandang yang terhalang kabut, hujan lebat, dan bencana alam," kata Bambang.

Tarigan berpesan kepada pengusaha angkutan barang yang hadir untuk terus mendukung kebijakan pemerintah. "Kami sampaikan bahwa kami Aprindo adalah pengusaha angkutan yang sudah benar jelas usahanya. Dengan ini kami berharap pemerintah juga lebih terbuka kepada kami. Jika dulu angkutan barang hanya tahunya



Sponsor pendukung acara di lobi ballroom Aston Hotel Palembang

truk saja yang lalu lalang di jalan. Sekarang dengan adanya asosiasi, pemerintah bisa langsung bertemu dengan kami pemilik truk. Aturan-aturan dari Kemenhub bisa langsung sampai ke pengusaha angkutan di daerah. Pada usia Aprindo yang masih empat tahun ini kami terus berbenah, mempersiapkan diri ke era perdagangan global. Untuk itu, kami harus melengkapi armada kami dengan truk yang berstandar keamanan. Kami dukung 100 persen tindakan pemerintah untuk pemberantasan truk ODOL (Over Dimension Over Load). Truk ODOL ini adalah masalah yang puluhan tahun tidak teratasi. Sekarang saatnya menuju arah yang lebih baik. Sekarang semakin kecil daya angkut, ongkos semakin mahal. Sebenarnya tarif yang paling murah adalah yang memiliki daya angkut besar," katanya.

Dalam sesi diskusi Eddy Resdianto Ketua DPD Aprindo Sumatera Selatan menanyakan mengenai revisi Perwali No. 59 tahun 2011 jika sepenuhnya diberlakukan bagaimana pengaturan untuk kendaraan barang yang melewati jalan nasional. Kerena menurutnya ini hanya mengalihkan kemacetan ke jalan lain.



Suasana diskusi ITC Palembang 2019

Indra menjawab, "Aturan Kemenhub, memang jalan nasional ini wewenang pemerintah dalam hal ini Kemenhub dan 80 persen jalan arteri di Kota Palembang adalah kewenangan pemerintah pusat. Perwali No. 59 Tahun 2011 sudah direvisi dan disampaikan ke Wali Kota. Kini sedang disampaikan ke Ditjen Perhubungan Darat untuk meminta pengesahan. Seperti diketahui, Pemkot punya wilayah administrasi dan budaya. Masyarakat Kota Palembang adalah tanggung jawab kepala daerah. Kami punya kewenangan dalam melindungi masyarakat dengan meminimalisir tingkat macet dan kecelakaan dengan berkoordinasi instansi terkait. Bicara keselamatan, kami tidak bicara di satu sudut pandang saja. Kami ingin pengusaha truk juga usahanya lancar dan lalu lintas lancar serta aman. Kami paparkan bahwa banyak keluhan mengenai kecelakaan yang disebabkan truk angkutan kontainer. Jika bicara teknis kendaraan banyak kriteria yang tidak dipenuhi. Seperti kondisi kendaraan tidak laik jalan," jelas Indra.

Kurniawan mendukung jawaban Indra, "Memang Kota Palembang ini memiliki pelabuhan yang terlalu menjorok ke kota. Sehingga tidak ada jalan lain lagi, ruas jalan mana pun bisa menimbulkan kemacetan di jalan yang memang sudah padat. Maka dari itu intansi terkait berkoordinasi mengenai hal ini," ujarnya.

Sebagai penutup sesi tanya jawab Indra menegaskan, "Kami dari Pemkot sudah berkoordinasi dengan Pemprov Sumsel dan Gubernur juga. Dengan ada pengaturan lalu lintas yang sudah disetujui oleh Ditjen nanti, mohon untuk pengusaha melakukan penjadwalan ulang dan pengaturan bongkar muat. Kami juga sudah mengomunikasikan ke Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional untuk meningkatkan kapasitas dengan pelebaran jalan dan penambahan sarana lain. Regulasi aturan saat ini sudah kami bahas," pungkas Indra.

Acara ditutup dengan pemberian kenang-kenangan dari *TruckMagz* dan foto bersama seluruh narasumber *Indonesia Truckers Club Talkbiz Palembang 2019*.

BUSWORLD SOUTH EAST ASIA JAKARTA 2019

UPAYA MEMBUAT SISTEM TRANSPORTASI LEBIH BAIK DI INDONESIA

Busworld sebagai salah satu acuan dalam industri bus dan karoseri dunia untuk pertama kalinya menggelar pameran di Indonesia mewakili region Asia Tenggara. Pameran dengan konsep *business to business* (B2B) bernama Busworld South East Asia Jakarta ini diadakan selama tiga hari (20-22 Maret 2019), bertempat di Hall B3 JIExpo Kemayoran, Jakarta Pusat. Pameran Busworld sendiri pertama kali digelar pada tahun 1971 di Kota Kortrijk, Belgia. Sejauh ini Busworld telah diselenggarakan di tujuh negara yaitu Belgia mewakili Eropa, Rusia mewakili Eurasia, Kolombia mewakili Amerika Latin, China mewakili Asia Timur, India mewakili Asia Selatan, Mesir mewakili Afrika, dan Kazakhstan mewakili Asia Tengah.

"Indonesia adalah negara kedelapan yang mewakili wilayah Asia Tenggara. Pameran Busworld ini merupakan satu kebanggaan bagi Indonesia karena kita yang ditunjuk sebagai tuan rumah Busworld Asia Tenggara 2019," kata Baki Lee, Direktur PT Global Expo Management (GEM Indonesia) selaku *local partner* Busworld di Jakarta. Ia menambahkan, Busworld South East Asia bertujuan memperluas hubungan bisnis di industri bus, *coach* (bus wisata), karoseri serta komponen pendukungnya terutama untuk wilayah ASEAN. Selain itu, kata Baki Lee, pameran ini juga dijadikan ajang berkumpulnya *stakeholders* di industri bus dan karoseri Indonesia untuk saling bertukar ide, dalam rangka mewujudkan transportasi massal menggunakan bus di Indonesia ke arah yang lebih baik.

Sementara itu, Ketua Umum Asosiasi Karoseri Indonesia (Askarindo) Sommy Lumadjeng menegaskan bahwa Askarindo menyambut baik pameran Busworld di Tanah Air. "Ini merupakan kesempatan buat kami pelaku industri bus dan karoseri untuk bisa berkembang. Kami berharap kegiatan ini bisa terus berlangsung di Indonesia, karena melalui *event* ini memberi peluang bagi kami untuk masuk ke pasar global," ujar Sommy.

Misi dari Busworld South East Asia adalah membuat sistem transportasi bus lebih menarik, efisien dan terjangkau di kawasan Asia Tenggara. Pada kesempatan ini juga ditampilkan konsep bus listrik yang ramah lingkungan, serta angkutan massal yang ramah bagi kalangan disabilitas. Salah satu bus listrik yang juga ramah bagi kalangan disabilitas, yakni bus buatan Mobil Anak Bangsa (MAB). Bus dengan kode seri MD12 E ini akan difungsikan sebagai salah satu line-up armada Jak Lingko dalam sistem transportasi terintegrasi di Jakarta dan sekitarnya.



Jan Deman. Direktur Busworld Academy



Pembukaan Busworld South East Asia Jakarta dilakukan oleh Direktur GEM Indonesia, Baki Lee (kedua dari kiri); Presiden Busworld International, Didier Ramoudt (ketiga dari kiri); Ketua Ipomi, Kurnia Lesani Adnan (kedua dari kanan); serta Ketua Umum Askarindo, Sommy Lumadjeng (paling kanan)

Presiden Busworld International, Didier Ramoudt mengatakan, Indonesia dengan populasi terbesar di Asia Tenggara memiliki potensi pengembangan transportasi yang menjanjikan di masa depan. Ia sangat mengapresiasi keberadaan bus listrik garapan anak bangsa, seperti bus listrik yang juga ramah bagi kalangan disabilitas buatan Mobil Anak Bangsa (MAB) dengan kode seri MD12 E. "Bagus sekali, teknologinya sama dengan yang ada di kebanyakan negara-negara di Eropa. Saya sangat mengapresiasi bus listrik buatan Indonesia ini," ujar Didier.

Dalam Busworld South East Asia Jakarta juga menghadirkan Busworld Academy, yakni forum komunikasi dan diskusi yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan di industri transportasi bus Indonesia. Direktur Busworld Academy, Jan Deman mengatakan, melalui forum ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menciptakan gagasan-gagasan untuk membuat sistem transportasi yang lebih baik dan dibutuhkan di kawasan Asia Tenggara khususnya di Indonesia.

Ketua Ikatan Pengusaha Otobus Muda Indonesia (Ipomi) Kurnia Lesani Adnan mengatakan, pihaknya berharap dengan adanya forum Busworld Academy akan bermanfaat untuk edukasi bagi para *stakeholder*. "Baik dari sisi regulator atau pemerintah maupun dari sisi kami sebagai operator bersama *body builder* dan pemasok suku cadang, supaya kami semua para pelaku di industri ini bisa berkomunikasi dan berdiskusi. Tentu harapannya bisa menghasilkan satu kesepakatan atau ide-ide buat ke depan, supaya kita bisa saling mendukung untuk tumbuh bersama," ujarnya.

Ekspor Bus



Ekspor perdana Karoseri Laksana ke Bangladesh

Bersamaan dengan pameran Bus-world South East Asia Jakarta, Pemerintah Indonesia juga melepas ekspor empat bus wisata terbaru buatan Karoseri Laksana (CV Laksana) ke Bangladesh. Serah terima bus berlabel New Laksana SR2 XHD Prime Legacy yang akan dioperasikan oleh Ena Transport di Bangladesh ini dilakukan secara simbolis oleh Menteri Luar Negeri (Menlu) Retno L.P. Marsudi bersama Duta Besar untuk Bangladesh di Indonesia, H.E. Azmal Kabir.

Menteri Retno menyatakan dukungannya bagi para pelaku usaha nasional yang mampu menembus pasar global. "Saya mengucapkan selamat kepada CV Laksana yang akan melakukan ekspor ke Bangladesh. Sudah 200 bus yang dikirim ke Fiji, dilanjutkan dengan empat bus lagi yang diekspor ke Bangladesh dan akan menyusul 10 bus *double decker*. Ini merupakan implementasi dari kerja sama yang baik antara Indonesia dengan negara tujuan ekspor," katanya. Menlu juga

menjelaskan bahwa ekspor empat unit bus New Laksana SR2 XHD Prime Legacy ini merupakan hasil langsung dari misi perdagangan Indonesia tahun 2018 yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo.

Karoseri Laksana yang berbasis di Ungaran, Jawa Tengah selama ini telah melakukan ekspor bus bikinannya ke Fiji, dan berharap dapat memperluas pasar ekspornya ke negara lainnya seperti India dan Timur Tengah. Ekspor kali ini juga merupakan order pertama Laksana ke Bangladesh. "Bangladesh merupakan negara ketiga untuk pasar ekspor Laksana yang sebelumnya mengeksport lebih dari 200 unit ke Fiji dan Timor Leste," ujar Stefan Arman, Direktur Teknik CV Laksana. Stefan menambahkan bahwa karoseri Indonesia mampu bersaing di pasar internasional dan CV Laksana telah membuktikannya. "Kami berharap bus buatan Laksana dapat bermanfaat di Bangladesh dan bisa membanggakan Indonesia," ucapnya.



Bus listrik buatan Mobil Anak Bangsa (MAB) yang akan menjadi salah satu line-up armada Jak Lingko di Jakarta

Ajang *Launching* Varian Baru

Busworld South East Asia Jakarta juga dijadikan ajang *launching* varian baru oleh pihak pabrikan bus di Tanah Air yang ikut serta di pameran ini, yakni Mercedes-Benz dan Volvo Bus. PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia (DCVI), agen tunggal penjualan resmi kendaraan komersial Mercedes-Benz di Indonesia, meluncurkan varian OF 917 sebagai generasi baru sasis bus Mercedes-Benz yang tetap mempertahankan karakteristiknya yang kuat sebagai jawara di kelasnya.

Vice President MB CV Sales & Customer Services, Daimler Commercial Vehicles South East Asia, Christoph Kemmer mengatakan, sasis ini dibangun untuk melayani sektor transportasi dan pariwisata dengan standar dan kualitas Mercedes-Benz. "Sebagai satu-satunya brand premium dengan pengalaman dan nilai yang kuat dalam mengembangkan kendaraan pribadi, vans, bus, dan truk, Mercedes-Benz telah menggunakan seluruh kemampuan untuk terus menciptakan benchmark baru bagi solusi transportasi yang terkait dengan bus, untuk menjawab kebutuhan pelanggan dan para penumpang. Dengan kemajuan infrastruktur jalan raya di Indonesia, kami sangat bangga melihat bus Mercedes-Benz bisa dapat beroperasi maksimal, tidak hanya sebagai moda transportasi, melainkan solusi bagi konektivitas dan mobilitas masyarakat," ujar Christoph.

Sementara Volvo Bus juga meluncurkan dua varian sekaligus, yaitu Volvo B11R dan B8RLE. Volvo B11R tersedia dalam dua model, Ultra High Coach dan Double Decker Coach, yang dibekali mesin 11 liter Euro III dengan power 430 daya kuda (dk) untuk memenuhi berbagai kebutuhan transportasi jarak jauh dan antarkota. Sementara Volvo B8RLE mengusung mesin 8 liter Euro III dengan power 330 dk. Keduanya sama-sama menasar aplikasi *city bus* dan sudah ready B30. Volvo B8RLE merupakan model *low-entry* yang ideal untuk kota-kota berkembang, dirancang guna memenuhi permintaan aplikasi lalu lintas perkotaan dan transportasi antarkota.

PT Indotruck Utama sebagai *subsidiary* dari grup Indomobil memiliki kemitraan yang sangat kuat dalam penjualan bus Volvo dengan Volvo Group sejak 35 tahun lalu. "Kami semakin memperkuat kemitraan kami dengan Volvo Group, karena kami telah secara resmi memilih Volvo Bus ke dalam portofolio kami sejak tahun lalu dan kami telah berhasil mengirimkan seratus dua puluh unit Volvo Bus B11R untuk TransJakarta yang sekarang beroperasi di Kota Jakarta," kata Bambang Prijono, Presiden Direktur PT Indotruck Utama.



Peluncuran varian Mercedes-Benz OF 917 yang dirancang untuk melayani transportasi jarak menengah dan industri pariwisata



Volvo B8RLE, model *low-entry* dari Volvo Bus yang ideal untuk transportasi di kota-kota berkembang



Temuan Himpunan Profesi Pengemudi Indonesia (HPPI), sejumlah pengemudi angkutan barang hingga kini masih minim pengetahuannya tentang informasi yang tercantum di buku uji KIR maupun stiker yang menempel di samping kendaraannya. Paling menonjol adalah pengemudi masih belum bisa membedakan antara Jumlah Berat yang Diperbolehkan (JBB) dengan Jumlah Berat yang Diizinkan (JBI).

“Sebagian para pengemudi kurang begitu memahami makna catatan yang tertuang di tanda samping kendaran maupun di buku uji KIR. Bahkan ketika ditanya, apa itu JBI, apa itu JBB, rata-rata mereka tidak memahaminya padahal sehari-hari kendaraan itu dioperasikan,” jelas Eddy Suzendi, Ketua Umum HPPI.

Perlu diketahui, dalam buku uji KIR dan stiker yang tertempel di kendaraan, tercantum informasi berat total kendaraan atau *Gross Vehicle Weight* (GVW). Terdapat dua versi yang dikenal, yaitu versi Agen Pemegang Merek (APM) atau pabrikan kendaraan, dan versi pemerintah yang diawasi oleh Unit Pengujian Kendaraan Bermotor, Dinas Perhubungan di daerah.

Berat total kendaraan versi APM, sebatas berat total kendaraan bermotor berikut muatannya yang diperbolehkan menurut rancangan APM, atau dikenal dengan Jumlah Berat yang Diperbolehkan (JBB). Sementara versi pemerintah, berat total kendaraan yang diizinkan untuk melewati kelas jalan tertentu berdasarkan kekuatan jalan serta dimensi, dan kekuatan sumbu roda atau dikenal dengan Jumlah Berat yang Diizinkan (JBI).

Pengemudi Wajib Tahu Aturan Muatan

Teks: Abdul Wachid
Foto: Giovanni Versandi

Lebih lanjut, kata Eddy, satu hal lagi informasi yang wajib diketahui di dalam isi buku uji KIR adalah tentang Muatan Sumbu Terberat (MST). MST merupakan jumlah tekanan maksimum roda terhadap jalan dan telah diatur oleh pemerintah lewat Kelas Jalan I dan II (10 ton) serta Kelas Jalan III (delapan ton). Mengacu ketentuan JBI, maka jumlah berat yang diizinkan semakin besar kalau jumlah sumbu kendaraan semakin banyak.

Kelas jalan sendiri merupakan pengelompokan suatu ruas jalan berdasarkan atas muatan sumbu terberat dan dimensi kendaraan bermotor yang diijinkan melintas. Pengelompokan jalan telah diatur detail dalam UU No.22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Pasal 19 Ayat 12, berikut ketentuannya:

Jalan Kelas I, yaitu jalan arteri dan kolektor yang dapat dilalui kendaraan bermotor dengan ukuran lebar tidak melebihi 2.500 mm, ukuran panjang tidak melebihi 18.000 mm, ukuran paling tinggi 4.200 mm, dan muatan sumbu terberat 10 ton.

Jalan Kelas II, yaitu jalan arteri, kolektor, lokal dan lingkungan yang dapat dilalui kendaraan bermotor dengan ukuran bak tidak melebihi 2.500 mm, ukuran panjang tidak melebihi 12.000 mm, ukuran paling tinggi 4.200 mm, dan muatan sumbu terberat 8 ton.

Jalan Kelas III, yaitu jalan arteri, kolektor, lokal dan lingkungan yang dapat dilalui kendaraan bermotor dengan ukuran lebar tidak melebihi 2.100 mm, ukuran panjang tidak melebihi 9.000 mm, ukuran paling tinggi 3.500 mm dan muatan sumbu terberat 8 ton.



Pahami Aturan Teknis dan Sanksinya

Merujuk aturan di atas, pelanggaran terhadap dimensi mengakibatkan pengangkutan barang dalam jumlah berlebihan atau melebihi JBI. Selama ini, terjadi anggapan bahwa tinggi bak muatan untuk mengangkut barang curah bisa lebih tinggi dari bak muatan. Sementara untuk kargo umum, terutama mobil barang bak muatan terbuka yang terbuat dari kayu biasanya ditambah teralis agar bisa muat lebih banyak.

"Padahal, kita tahu dampak muatan lebih dan overdimensi membuat kerusakan jalan semakin meningkat. Terjadinya kecelakaan yang diakibatkan dari muatan lebih sehingga menimbulkan kemacetan di jalan raya. Ditambah umur kendaraan baran jadi lebih pendek dikarenakan muatan yang melebihi dari kemampuannya," ujar Eddy. Meski begitu, Eddy meyakinkan berdasarkan ketentuan yang ada, pengemudi perlu memahami bahwa batasan kelas jalan bukanlah tonase atau beban kendaraan, melainkan Muatan Sumbu Terberat (MST). Misalnya, truk dengan berat total 40 ton masih bisa menggunakan jalan berkonfigurasi MST 10 ton atau delapan ton.

Selain itu, pengemudi juga perlu memahami beberapa regulasi penunjang tentang muatan kendaraan. Seperti yang tercantum dalam PP No.55 tahun 2012 tentang Kendaraan. Terdapat dua pasal sekaligus yang membahas muatan kendaraan, yakni Pasal 55 ayat 3a dan Pasal 57 ayat 1. Termasuk, perihal tanggung jawab permasalahan muatan berlebih pun wajib diketahui pengemudi, seperti yang tertuang pada Peraturan Pemerintah Nomor 74 tahun 2014 Pasal 60. Disebutkan bahwa, selain pengemudi, terkait tata cara pemuatan, daya angkut dan dimensi kendaraan pihak yang bertanggung jawab adalah perusahaan angkutan.

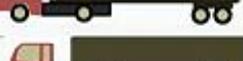
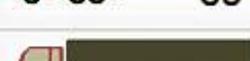
Dari berbagai hal aturan muatan angkutan barang, satu hal ketentuan yang wajib pengemudi adalah sanksi pelanggar muatan berlebih. Sebab, segala bentuk pelanggaran muatan kendaraan telah ada sanksinya dan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 22 tahun 2009 Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Disebutkan pada Pasal 287 ayat (1); Setiap orang yang mengemudikan kendaraan bermotor di jalan yang melanggar aturan perintah atau larangan yang dinyatakan dengan rambu lalu-lintas atau marka jalan dipidana kurungan paling lama 2 (dua) bulan atau denda paling banyak Rp 500.000 (lima ratus ribu rupiah).



Eddy Suzendi

Ketua HPPI

JUMLAH SUMBUH	JENIS	JBI KELAS II	JBI KELAS III	GAMBAR
2	Truk Engkel	12 ton	12 ton	
2	Truk Besar	16 ton	14 ton	
3	Truk Tronton	22 ton	20 ton	
3	Truk Gandeng	36 ton	30 ton	
4	Truk 4 Sumbu	30 ton	26 ton	
4	Truk Tempel	34 ton	28 ton	
5	Truk Tempel	40 ton	32 ton	
6	Truk Tempel	43 ton	40 ton	

Sedangkan di Pasal 307 dinyatakan; Setiap orang yang mengemudikan kendaraan bermotor angkutan umum barang yang tidak mematuhi ketentuan mengenai tata cara pemuatan, daya angkut, dimensi kendaraan dipidana dengan pidana kurungan paling lama 2 (dua) bulan atau denda paling banyak Rp 500.000 (lima ratus ribu rupiah).

“Semua itu harus dipahami oleh para pengemudi. Agar mereka bisa tahu berapa daya angkut maksimum kendaraan yang dioperasikan dan bagaimana akibatnya kalau ketentuan yang sudah ditetapkan tersebut terhadap daya dukung jalan. Terhadap kekuatan komponen dari kendaraan, dampak fatalitas yang bisa terjadi karena memaksakan kendaraan yang sarat muatan berlebih,” imbuhnya.



Perkumpulan Pengemudi dan Pengusaha Jepara **Giat Sosialisasi Regulasi Angkutan Barang**

T e k s : A b d u l W a c h i d / F o t o : P P P J



Kabupaten Jepara di Provinsi Jawa Tengah merupakan daerah yang terkenal sebagai penghasil produk mebel terbesar di Indonesia. Industri mebel Jepara tak sebatas menjangkau pasar Pulau Jawa tapi juga merambah Sumatra, Bali hingga daerah lainnya. Tumbuhnya industri ini memengaruhi kebutuhan akan jasa angkutan untuk mengirimkan produk-produk mebel ke berbagai daerah. Se jauh ini tidak ada catatan persis terkait jumlah pengusaha angkutan barang yang mengganggu bisnis pada industri mebel. Perkumpulan Pengemudi dan Pengusaha Jepara (PPPJ) memperkirakan jumlah pengusaha angkutan khusus mebel yang ada di Jepara hampir separuh dari jumlah industri mebel.

PPPJ sendiri berdiri pada September 2017 dan telah memiliki 100 anggota yang terdiri dari pengemudi dan pengusaha. Perkumpulan ini sejak dua tahun terakhir aktif menjaring pengusaha angkutan dan pengemudinya di sekitar Jepara. Lahirnya perkumpulan ini tak lepas dari inisiatif pendirinya, Amin Yusuf. Berawal dari kegemarannya terhadap mobil pribadi dan bergabung di komunitas Kijang Club Indonesia, pria yang telah menjalani pekerjaan sebagai sopir truk selama 20 tahun terakhir ini lantas berpikir untuk mendirikan komunitas pengemudi dengan pengusaha truk.

“Saya lantas punya inisiatif, ini mobil Kijang saja bisa berkumpul, kenapa truk tidak? Akhirnya saya kumpulkan dan sampai sekarang setelah hampir dua tahun berdiri telah bergabung 100 anggota. Dominan lebih banyak pengemudinya ketimbang pengusahanya,” ujar Amin. Kategori pengusaha yang dimaksud Amin bukan seperti perusahaan angkutan barang pada umumnya dengan armada hingga puluhan bahkan ribuan unit. Pengusaha yang tergabung di PPPJ merupakan perusahaan perorangan yang hanya memiliki satu atau dua unit kendaraan. Rata-rata jenis kendaraan yang digunakan adalah truk kategori ringan yang biasa disebut truk engkel.

Muatan yang diangkut didominasi produk hasil industri mebel Jepara dengan rute hingga Sumatra, Bali, dan Nusa Tenggara Timur. Rute terbanyak dari para anggota PPPJ adalah trayek Jepara-Jakarta. “Muatan mebel sebenarnya bebannya tergolong ringan, cuma gitu kadang tinggi barang yang diangkut lebih tinggi dari bak truknya. Jadi di jalan anggota kita sering terkena razia dan kena tilang petugas. Beberapa anggota sebenarnya tidak perlu kena tilang kalau mereka paham aturannya dan bisa berargumentasi ke petugas,” kata Amin.



Minimnya pengetahuan pengemudi terhadap peraturan angkutan barang, menurut Amin, memang masih menjadi pekerjaan rumah PPPJ agar sering melakukan kegiatan sosialisasi terkait regulasi angkutan barang di jalan. Oleh karena itu, pihaknya dalam sebulan melakukan pertemuan dua kali bergiliran di kediaman masing-masing anggota. Beragam isu terkini dibahas saat pertemuan terutama mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara. PPPJ juga beberapa kali ikut terlibat dalam kegiatan *safety driving* yang diselenggarakan pihak Kepolisian setempat. Hasilnya, sampai saat ini para anggota belum satu pun pernah mengalami insiden kecelakaan.

Minta Pemerintah Atur Tarif Angkut



Keresahaan PPPJ saat ini justru datang dari banyaknya oknum petugas bermodus pemeriksaan atau razia di beberapa ruas jalan. Terutama di daerah Pemalang, Tegal, Semarang sampai beberapa ruas tol seperti di Tol Cipali. Modus operandinya selalu sama, memanfaatkan kurangnya pemahaman pengemudi tentang peraturan angkutan barang di jalan. Permasalahan ini juga sudah pernah disampaikan kepada Agus Yudha, pengemudi truk yang tahun lalu sempat bertemu langsung dengan Presiden Joko Widodo dan menyampaikan masalah pungutan liar (pungli) dan premanisme.

Amin menyampaikan kepada Agus, bahwa praktik pungli dan premanisme menurun namun hanya berlangsung sebulan pasca-pertemuannya dengan Presiden. Setelahnya, praktik yang mengarah ke tindak kriminal tersebut kembali marak dan terjadi hingga kini. "Ada sih perubahan sebulan dan dua bulan saja. Setelah itu pungli ada lagi, bahkan pelaku adalah oknum petugas. Susah kalau ketemu oknum, walaupun kita sudah benar dan surat-surat lengkap, tetap saja ada salahnya," ucapnya. Ia menilai masih maraknya tindakan pungli dan premanisme akibat kurang seriusnya pemerintah dalam menindak para pelaku. Selama ini pelaku yang tertangkap tidak mendapatkan sanksi yang bisa menimbulkan efek jera, sehingga membuat mereka tidak kapok melakukan tindak kriminal berulang kali. Termasuk terhadap oknum petugas, pemerintah dianggap kurang tegas bahkan cenderung menutupi oknum petugas jika ke-tahuan terlibat pungli.

Kondisi ini memaksa pengemudi untuk menyisihkan uang demi terhindar dari intimidasi bahkan tindak kekerasan. Temuan PPPJ, anggotanya pernah sekali terkena pungli dan harus merelakan Rp 300 ribu ke oknum petugas. Jumlah tersebut lebih besar dari biasanya, yakni sekitar Rp 50 ribu sampai Rp 100 ribu. Maka dari itu, hadirnya Tol Trans Jawa disambut positif oleh pengemudi yang ingin menghindari pungli dan premanisme. Keberadaan Tol Trans Jawa tidak sepenuhnya memberatkan PPPJ dari sisi biaya operasional. Amin mengatakan, isu jalan Tol mahal tak sepenuhnya benar, sebab anggota PPPJ sendiri diuntungkan karena bisa memangkas waktu dan terhindar dari macet. Pengalaman Amin, Jepara-Jakarta bisa ditempuh hanya dalam waktu tujuh jam dari yang sebelumnya dua kali lebih lama. “Kesannya memang mahal tapi kalau boleh pilih, pengemudi juga cenderung *ogah* lewat jalan nasional yang rusak dan macet. Intinya *conditional* juga, karena tidak semuanya rute yang dilewati menggunakan tol,” katanya.

PPPJ mengimbau agar pemilik truk berminat mengalihkan kendaraannya lewat jalan tol dan pemerintah diharapkan perlu terlibat dalam menangani tarif angkutan barang. Sebab selama ini, menurut Amin, ongkos angkutan yang berlaku tidak memiliki skema yang jelas dan cenderung dikendalikan oleh pemilik barang. Sementara pemilik truk seakan tak berdaya, ketika pemilik barang ‘mengancam’ akan mengalihkan muatannya ke pemilik truk lain jika tidak sepakat dengan tarif yang ditawarkan.



Amin Yusuf

Ketua PPPJ

Kondisi ini pun menimbulkan persaingan tidak sehat antar-pengusaha dengan adanya perang tarif. Imbasnya, menurut Amin, uang jalan pengemudi akan berkurang sehingga membuat kesejahteraan mereka kian terpuruk. Catatan PPPJ, tarif angkutan dengan muatan mebel rute Jepara-Jakarta jumlahnya variatif, mulai Rp 2,3 juta sampai Rp 3 juta. Hitungan Amin, batas minimal tarif angkut dengan rute tersebut adalah Rp 2,5 juta. Tarif tersebut menurutnya sudah menutupi biaya operasional selama perjalanan termasuk upah pengemudi. “Soal tarif angkut hanya sebagian, pekerjaan rumah kita masih banyak. Kita itu maunya harkat dan martabat rekan-rekan pengemudi bisa terangkat dan kesejahterannya meningkat. Semoga ke depan bisa terwujud, tidak menjadi hanya wacana semata,” ujarnya.

 <p>APTRINDO Perkantoran Yos Sudarso Megah Blok B 3, Jalan Yos Sudarso No. 1, Tanjung Priok, Jakarta 14320 021-43900464</p>	 <p>SUPPLY CHAIN INDONESIA Komplek Taman Melati B1/22 Pasir Impung, Bandung, Telp. 022- 7205375</p>	 <p>ALFI Kantor Taman E3 Unit D3, Lantai 2 Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung, Jakarta 12950 Telp. 021-5795-6601</p>	 <p>SINOTRUK SINOTRUK PT Sentra Kreasi Niaga Jl. Matraman Raya, No 140, Jakarta Telp. 021 – 851 5555</p>
 <p>ASOSIASI LOGISTIK INDONESIA Kementerian Perdagangan RI Lantai 7, Jalan M.I. Ridwan Rais No. 5, Gambir, Jakarta Telp. 021-386 3936</p>	 <p>TERA LOGISTICS Equity Tower 49th Floor, SCBD Sudirman Street Kav. 52-53, Jakarta, Telp. 021 – 2965 1172</p>	 <p>BLACKVUE PT Whiteeast Indonesia Jalan Paradise Raya 1 F24/20, Sunter Agung, Jakarta Utara, Telp. 021 – 2956 2048</p>	 <p>MN TECH PT Milenial Baja Abadi Talavera Office Park, Lt. 28, Suite M. 3106 Jl. TB. Simatupang Kav. 22 – 26, Cilandak Telp. 021 – 7599 7999</p>
 <p>ZEHNTNER TESTING INSTRUMENTS</p> <p>ZEHNTNER PT Bangun Cipta Marga Green Lake City, CBD Block M-08A, Cipondoh, Karang Tengah, Tangerang Telp. 021 – 54330658</p>	 <p>Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia The Association of Indonesia Automotive Industries</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>ASPERINDO Ruko Grand Bintaro Blok A No. 5 Jl. Bintaro Permai Raya, Kel. Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Jakarta Selatan, Telp. 021 – 735 1627</p>
 <p>POS LOGISTICS Gedung Pos Ibukota, Lantai 2 Jl. Lapangan Banteng Utara No. 1, Jakarta Pusat Telp. 021 – 3483 2552</p>	 <p>IRUNA ELOGISTICS PT Jasa Digital Nusantara Sona Topas Tower Lt. 12A Jl. Jenderal Sudirman No. 26, Karet, Setia Budi, Jakarta, Telp. 081 6810 107</p>	 <p>DITJEN INFORMASI & KOMUNIKASI PUBLIK, KOMINFO RI Jl. Medan Merdeka Barat No.9, Jakarta Telp. 021 – 3452 841</p>	 <p>DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN DARAT Jl. Medan Merdeka Barat No.8 Jakarta Telp. 021-3506138</p>
 <p>PT PUTRA RAJAWALI KENCANA Jln. Letjend Sutoyo Waru Ruko Niaga Sentosa, Waru, Indonesia T : (031) 3537939 F : (031) 3537531</p>	 <p>PT Rajawali Inti Memberikan yang terbaik</p> <p>RAJAWALI INTI Jl. Brantas Km 1, Probolinggo, Jawa Timur T : (0335) 423259</p>	 <p>PT. RAJAWALI DWI PUTRA INDONESIA Commitment to Excellence</p> <p>PT RAJAWALI DWI PUTRA INDONESIA Jln. Letjend Sutoyo 110-112 Waru, Sidoarjo, Jawa Timur Telp : 031-853166</p>	 <p>HJ BRIDGE AXLE Komp. Duta Harapan Indah (DHI) Blog 00/12 - Jakarta Utara 14450 T : +6221 66694881 - 82, F : +6221 66694883 Email : info@dwiultimaktur.com</p>

PAMERAN MOBIL TERBESAR HADIR DI SURABAYA

GIIAS **SURABAYA**



29 Maret - **7** April 2019
Grand City Convex

Media Partner :

TRUCKMAGZ

Hosted By :



Organized By :



Co Organized By :





SAILUN **STILL THE BEST**

***Serahkan masalah ban anda kepada kami.
Biar kami memberikan solusi terhemat untuk anda.***



S811 S711 S917

PT VERON INDONESIA (JAKARTA)

Komp. Pergudangan Prima Centre 1
Blok. D30 Jl. Pesing Poglar No. 11, Jakarta Barat.
Telp. (021) 29518999 (Hunting) Fax. (021) 29518991

PT VERON INDONESIA (SURABAYA)

Pergudangan Indoserena
Jl. Tambak Sawah blok A No. 38AB Waru-Sidoarjo, Jawa Timur.
Telp. (031) 9968 1388

