

TRUCKMAGZ

JUNE
2018

COLD CHAIN LOGISTICS PERLU DUKUNGAN



IDR 50.000



Edisi 48 / IV / 2018

**PEMERINTAH DORONG SNI
TEKNOLOGI COLD CHAIN**



TREN HIJAB: PERSPEKTIF SUPPLY CHAIN

VELG BESI DAN ALUMINIUM

TIPS PILIH BOX PENDINGIN

DRIVER TERBAIK TRUCKMAGZ SCHOOL SURABAYA



PILIHAN PROFESIONAL UNTUK SEMUA BISNIS



Colt Diesel
Mixer Kit*

FE 71 L Bus Chassis
Non-Cabin

MITSUBISHI FUSO authorized distributor

 PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors
www.ktbfuso.co.id  Mitsubishi Fuso Indonesia

Integrated with:



*Syarat & Ketentuan Berlaku



Cold Chain Tumbuh tapi Terhambat

Kebutuhan teknologi pendingin di Indonesia masih cukup besar. Bertambahnya pemain di industri *cold chain* tiap tahun menunjukkan besarnya pangsa pasar dan peluang di bisnis ini. Namun, keterlibatan Indonesia dalam ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) membuat peluang di sektor ini tidak hanya menjadi milik industri manufaktur teknologi pendingin dalam negeri, tapi juga negara-negara lain seperti Cina.

Tidak tanggung-tanggung, serbuan impor teknologi pendingin dari Cina yang berbentuk bahan jadi dengan kualitas di bawah standar membuat industri lokal tidak berkutik. Oleh karena itu, Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia, industri manufaktur lokal, dan Kementerian Perindustrian mengambil langkah kongkret membuat SNI produk pendingin. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menunjukkan bila kualitas komponen teknologi pendingin lokal juga memiliki daya saing. Selain itu, SNI teknologi pendingin juga dibuat untuk memproteksi banjir teknologi berkualitas rendah dari luar negeri yang merugikan konsumen.

Selain mendorong adanya Total Kandungan Dalam Negeri (TKDN) dan SNI, tampaknya ada banyak aspek yang perlu dibenahi, seperti pembangunan infrastruktur *cold chain* dan meningkatkan kualitas SDM. Pembangunan infrastruktur *cold chain* tidak bisa disepelekan karena terbukti tidak tersedianya laboratorium uji kualitas produk komponen teknologi *cold chain* menjadi salah satu faktor penghambat SNI. Sedangkan dari sisi SDM, juga menjadi sangat penting ditingkatkan keterampilannya agar dapat mengoperasikan teknologi *cold chain*.

Kemajuan industri *cold chain* dalam negeri secara otomatis akan berdampak di sektor lain, seperti industri makanan dan minuman yang sedang berkembang cukup pesat namun tidak dibarengi dengan ketersediaan teknologi *cold chain* yang memadai. Karena itu, pemerintah diharapkan lebih aktif dalam mendorong perkembangan industri *cold chain* dalam negeri agar dapat merebut pangsa pasar di Indonesia. Selain itu, upaya memajukan industri *cold chain* yang dimulai dengan membuat SNI juga akan berguna dalam mendorong industri *cold chain* di sektor halal.

REDAKSI

Pemimpin Umum
Ratna Hidayati

Penanggung Jawab
/Pemimpin Redaksi
Ratna Hidayati

Pemimpin Perusahaan
Felix Soesanto

Redaksi
Sigit Andriyono
Abdul Wachid
Citra D. Vresti Trisna
Antonius Sulisty

Fotografer
Giovanni Versandi

Iklan
Maria Imaculata Jessica M.

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 (WA)
www.truckmagz.com



Cover

COLD CHAIN LOGISTICS PERLU DUKUNGAN / 48

Ilustrasi: TruckMagz

DAFTAR ISI TRUCKMAGZ #48

Laporan Utama	06 PEMERINTAH DORONG SNI TEKNOLOGI COLD CHAIN
	12 TEKNOLOGI PENDINGIN MASIH LAMBAT
	14 SUPLAI INDUSTRI BARU 30 PERSEN
	18 PRODUK ASING & SDM PENGARUHI INDUSTRI COLD CHAIN DALAM NEGERI
	24 MENGELOLA BISNIS ANGKUTAN TRUK BERPENDINGIN
	28 PANGSA PASAR HALAL COLD CHAIN LOGISTICS TERBUKA LEBAR
Liputan khusus	32 KECELAKAAN TRUK MULAI KELALAIAN SOPIR SAMPAI LOLOS UJI KIR TANPA DATANG
	36 KESADARAN KESELAMATAN PENGUSAHA RENDAH
Market Review	40 LAYANAN TELEMATIK APM DALAM BISNIS TRUCKING
Rantai Pasok	44 TREN HIJAB
Dunia Ban	48 VELG BESI & ALUMINIUM
Leader interview	54 PT KRAMA YUDHA TIGA BERLIAN MOTORS
Fokus Diler	58 JUAL TRUK READY STOCK MAMPU DONGKRAK PENJUALAN
Data Gaikindo	62 UPDATE DATA GAIKINDO UPDATE (JAN-MARCH 2018)
ATPM Update	64 MITSUBISHI FUSO BUKA DILER KE-229
Info Produk	66 AUTO2000 PASARKAN DYNA FOOD TRUCK
Bursa Truk	68 INDEKS HARGA TRUK BEKAS
Event	70 TRUCKMAGZ SCHOOL SURABAYA
	76 INDOBUILDTECH 2018
Tips & Trik	78 MEMILIH BOX PENDINGIN YANG IDEAL
Truk Special	82 TRUK SELFLOADER SLIDING LEBIH PRAKTIS
Otobus	87 DEFENSIVE DRIVING TRAINING UNTUK PENGEMUDI BUS

Penerbit
PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Percetakan
PT UNIGROW KREATIFINDO

Ruko Niaga Sentosa Kav. 5
Jln. Letjend Sutoyo 140 A Medaeng, Waru, Sidoarjo
Tlp. 031-85581699 Email. redaksi@arveo.co.id

Jalan Kutilang No. 23 Sidoarjo
Tlp. 031-8077561



PROTEKSI PEMAIN LOKAL

Pemerintah Dorong SNI Teknologi *Cold Chain*

Teks : Citra / Foto : Citra



Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (Arpi) Hasanudin Yasni mengapresiasi langkah yang diambil Kementerian Perindustrian terkait mendorong SNI teknologi *cold chain* di Indonesia. Banyaknya teknologi pendingin yang yang perlu untuk di SNI, yakni panel, dinding *cold storage*, teknologi mesin pendingin, dan SNI pengoperasian logistik berpendingin yang baik.

Hasanudin berharap agar pemerintah merevisi SNI di industri rantai pendingin karena berkaitan langsung dengan keamanan pangan nasional. Menurutnya, SNI yang ada belum mencakup keseluruhan *critical points cold chain system* serta belum dapat diterapkan sepenuhnya oleh pelaku industri non-anggota ARPI. Akibatnya saat ini masih terdapat produk mesin-mesin pendingin serta produk penunjang lainnya yang berkualitas murahan dipakai oleh *end-user*.



Zakiudin

Direktur Industri Permesinan dan Alat Mesin Pertanian, Kementerian Perindustrian

Selain karena ketidaktahuan mereka tentang kualitas mesin dan memilih harga murah, menyebabkan sistem keamanan pangan nasional terganggu dan biaya distribusinya menjadi lebih mahal karena adanya penyusutan produk 35%-50% sejak pasca-panen hingga ke konsumen. Menurutnya, adanya SNI akan sangat membantu membuat *cold chain system* yang tepat guna.

”Kami sudah mengusulkan SNI panel agar memiliki standar. Karena tidak ada SNI, kami terkendala dengan perjanjian ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) yang membuat Cina dapat memasukkan produk ke Indonesia teknologi pendingin dalam bentuk barang jadi yang kualitasnya di bawah standar dengan 0% bea masuk. Sedangkan *polyurethane* masih kena pajak 12,5%. Industri lokal akan dilemahkan oleh importir barang jadi teknologi pendingin. Kalau ada SNI, produk Cina yang kualitasnya di bawah SNI akan dikenakan pajak, kecuali memang produk itu di atas SNI atau minimal sama maka bisa diberikan 0% bea masuk dan industri lokal bisa bersaing,” kata Hasanudin.

Ia juga menuturkan pemberlakuan ACFTA di negara-negara anggota, termasuk Indonesia, membuat persaingan *cold chain* semakin ketat. Namun, di sisi lain, industri manufaktur lokal membutuhkan insentif pajak dari pemerintah yang berwenang melalui program Total Kandungan Dalam Negeri (TKDN).

Menurut Hasanudin, industri pendingin lokal di Indonesia sudah cukup maju. Namun, kesadaran pelaku usaha *cold chain* di Indonesia untuk menggunakan produk dalam negeri masih rendah. Meski begitu, ia mengakui bila saat ini Indonesia baru bisa membuat karoseri untuk truk berpendingin. Sedangkan untuk mesin pendingin masih harus impor. **”Kalau untuk perakitan dan *assembly* Indonesia sudah bisa merakit. Inilah yang didorong oleh Kemenperin agar terus dikembangkan. Kami meminta agar TKDN 15% untuk *cold storage* agar industri lokal tetap hidup,”** ujarnya.

Selain SNI untuk teknologi pendingin, Hasanudin mengaku bila pihaknya juga telah mengupayakan SNI resi gudang. Adanya SNI ini diharapkan agar gudang-gudang pendingin harus teregistrasi dan tersertifikasi teknologi yang digunakan dan area gudang. Di area gudang pendingin nantinya diharapkan agar aman dari segala permasalahan, baik dari segi lingkungan dan pasokan listrik. Kemudian disertifikasi manajemennya, apakah manajemen sudah dikelola dengan baik atau tidak.

Direktur Industri Permesinan dan Alat Mesin Pertanian Kementerian Perindustrian Zakiudin mengatakan pertumbuhan permintaan industri *cold chain* yang meningkat hingga 10%-15% karena berbagai faktor harus didukung oleh SNI. Namun, menurutnya *supply* dari industri manufaktur lokal hanya mendukung sekitar 4%-6% saja karena keterbatasan finansial dan kondisi pertumbuhan ekonomi yang tidak merata.

”Saat ini telah tersedia SNI mesin pendingin (*cold storage*), namun untuk panel dan komponen belum memiliki SNI serta ada beberapa SNI yang ada belum mengikuti perkembangan teknologi. Pemerintah akan membantu Asosiasi ARPI dari sisi daya saing industri serta menyeragamkan kualitas *cold storage*. Pemerintah juga akan mengoptimalkan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) dan itu terkait kualitas dan melalui standar,” kata Zakiudin.

Zakiudin membenarkan bila pihaknya akan mengatur SNI untuk panel-panel di teknologi *cold chain* yang TKDN sudah mencapai 20% di mana sudah bisa dibuat di dalam negeri. Sedangkan untuk *chemical* seperti *polyurethan* masih harus impor dari luar negeri. Saat ini yang sudah dimulai diupayakan oleh Kementerian Perindustrian adalah perakitan dan *assembling* harus dilakukan di dalam negeri. Setelah perakitan dan *assembling* berjalan, baru kebijakan berikutnya adalah dengan kebijakan *local content* kemudian baru dibuat *roadmap*-nya.

Untuk mendukung produk dalam negeri, Kementerian Perindustrian sudah bekerja sama dengan Bulog, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), dan Kementerian Pertanian untuk membeli produk *assembling* teknologi *cold chain* dalam negeri. Kalau kementerian yang berkepentingan dengan teknologi *cold chain* sudah mau membeli, berarti kualitas dari produk dalam negeri sudah teruji dan dapat bersaing.

”Saya rasa kualitas dalam negeri tidak kalah. Produk Cina inilah yang harus dibendung dengan adanya SNI. Tujuan dari SNI adalah untuk menunjukkan kualitas dari produk lokal sehingga barang Cina murah yang tidak memenuhi standar tidak akan bisa masuk ke Indonesia. Kami perlu menetapkan standar dan spesifikasinya. Kami akan bertanya kepada industri dalam negeri apakah sudah siap menyusun standar sendiri. Kalau sudah siap, akan dirumuskan bersama-sama. Rencananya dalam satu sampai dua tahun akan kami rumuskan,” katanya.



Hasanudin Yasni

Ketua Umum ARPI

Belum Ada Laboratorium Uji

Kebutuhan SNI untuk teknologi pendingin dinilai Zakiudin sudah cukup mendesak. Karena, menurutnya, adanya SNI dapat meningkatkan kepastian dan efisiensi transaksi perdagangan dan menjadi acuan bagi pelaku usaha dan membentuk persaingan pasar yang transparan. Kemudian, yang tidak kalah penting dari SNI adalah melindungi kepentingan konsumen dalam aspek kesehatan, keselamatan, dan keamanan masyarakat, serta perlindungan kelestarian fungsi lingkungan. Selain itu, SNI diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pasar dan kelancaran perdagangan internasional sehingga produk-produk yang di bawah standar tidak mengganggu pasar dalam negeri.

Meski demikian, Hasanudin menilai urgensi SNI untuk teknologi *cold chain* harus dibarengi dengan adanya sarana dan prasarana serta infrastruktur yang memadai. Di samping itu, biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk menunjang infrastruktur *cold chain* juga tidak sedikit. "SNI masih terkendala karena saat ini belum ada laboratorium uji untuk mengecek setiap bahan baku seperti *polyurethane*, ketebalan dinding pendingin, sambungan antar-komponen. Semua komponen tersebut harus diuji di laboratorium terkait kualitasnya. Saat ini pihak swasta sudah ada yang memiliki laboratorium uji tapi untuk internal. Biaya yang harus dikeluarkan untuk membuat laboratorium uji itu sekitar Rp 50 miliar," terangnya.

Terkait dengan kebijakan alih teknologi, Zakiudin mengaku bila kebijakan itu sulit dilakukan apabila tidak ada tenaga untuk menyerap teknologi baru. Untuk menuju ke alih teknologi, pihaknya menyiasati agar di tiap proyek pemerintah yang butuh rantai pendingin

dalam dokumen kontrak akan dipersyaratkan adanya alih teknologi dalam bentuk pelatihan tenaga operator di negara tempat produk tersebut kami beli.

Ia juga menambahkan, sampai saat ini kemampuan SDM di Indonesia sudah tumbuh, hanya saja perlu ada sertifikasi untuk keahlian untuk menjalankan dan merawat peralatan rantai pendingin. "Inilah yang sedang kami perjuangkan melalui SKKNI. Saat ini kami sedang menyusun SKKNI bersama ARPI. Kemudian kami bisa menunjuk LSP yang menangani dan tempat uji kompetensi," ujarnya.

Selain itu, Kementerian Perindustrian berharap agar suplai dan investasi dan industri *cold chain* bisa ditingkatkan sehingga dapat mengurangi impor dengan mengupayakan untuk menarik investor dari luar agar mau berinvestasi di Indonesia. Hal ini bukan perkara yang mudah, karena investasinya sangat tinggi. Biasanya investor akan melihat apakah pasar di Indonesia sudah tumbuh atau belum. Sedangkan di Indonesia, potensi pasar cukup besar sehingga sangat menjanjikan untuk berinvestasi di Indonesia.

"Kami juga mengundang investor agar mau menanamkan modalnya di dalam negeri dengan beberapa insentif. Kami harapkan kesempatan membuka pabrik di Indonesia, pelaku usaha *cold chain* mendapatkan teknologi dengan harga murah. Adanya TKDN ini sangat baik karena akan memaksa industri di luar negeri membuka pabrik di Indonesia. Di sisi lain, kami ingin agar *cold storage* segera dicukupi tapi kami juga ingin industri dalam negeri tumbuh. Kami juga tidak bisa terlalu saklek dengan TKDN agar bisnis tidak macet. Karena kebutuhan teknologi *cold chain* itu sudah mendesak," paparnya.



Industri Pangan Meningkatkan Pesat Teknologi Pendingin masih Lambat

Teks : Citra / Foto : Citra

Ketidakseimbangan antara industri pangan dan teknologi pendingin di Indonesia membawa dampak pada impor bahan baku industri pangan. Ketidakseimbangan antara industri pendingin dan produksi pangan menjadi salah satu penyebab jumlah *food lost* dan *food waste* makanan di Indonesia masih tinggi. Minimnya teknologi pendingin untuk menyimpan bahan makanan juga membuat ketimpangan antara industri makanan di hulu dan di hilir.

Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) Adhi S. Lukman mengatakan, ketergantungan Indonesia terhadap pangan impor masih besar. Impor bahan baku industri pangan mulai dari gandum, gula, garam, susu masih banyak yang harus diimpor. Menurutnya, hal ini karena ketersediaan di dalam negeri belum cukup. Untuk membenahi hal ini, kata Adhi, pemerintah harus membenahi dari hulu ke hilir dan perlu melakukan sinkronisasi.

"Saat ini sektor industri hilir lebih cepat pertumbuhannya dan tidak diikuti oleh industri hulu. Hal ini disebabkan karena teknologi pendingin untuk mengawetkan bahan baku makanan belum optimal sehingga masih timpang antara di hulu dan hilir. Ini adalah tugas pemerintah untuk mengurangi ketergantungan impor bahan baku pangan dan salah satu caranya adalah menyeimbangkan antara teknologi pangan dengan kebutuhan yang ada," kata Adhi.

Adhi memprediksi pertumbuhan industri pangan di Indonesia tumbuh sekitar 8% per tahun. Pertumbuhan yang cukup pesat ini, lanjut Adhi, disebabkan karena pertumbuhan jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat sudah berubah. Dampak pertumbuhan di sektor pangan yang cukup pesat juga memicu kebutuhan produk pangan olahan dan teknologi pendingin untuk mengawetkan bahan makanan agar kebutuhan masyarakat dapat terjaga. Karena itu, keberadaan teknologi pendingin sangat erat kaitannya dengan produk pangan.

Selain ikan dan daging, salah satu komoditi pangan yang memiliki ketergantungan yang cukup besar pada industri pendingin adalah cabai dan bawang. Menurutnya, antara komoditi dengan teknologi pendukung industri pangan, terutama teknologi pendingin, sangat penting untuk diseimbangkan agar tidak terjadi kelangkaan yang menyebabkan harga bahan baku meningkat.

"Teknologi pendingin dengan komoditi cabai dan bawang tidak dapat dipisahkan, karena komoditi ini cukup untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dalam negeri dalam satu tahun. Pada saat musim panen jumlah komoditi ini berlebih sehingga banyak yang terbuang dan pada saat tidak musim semuanya mengalami kekurangan. Padahal hal ini bisa disiasati dengan teknologi pendinginan atau penyimpanan agar bisa disimpan lebih lama sehingga bisa memenuhi kebutuhan pada saat tidak panen. Hal ini juga berlaku untuk komoditi yang lain. Sehingga butuh teknologi pendingin yang baik agar dapat menciptakan keseimbangan bahan pangan dan tidak sampai impor," terangnya.



Menurut Adhi, ketidakseimbangan antara industri pangan dan teknologi pendingin disebabkan karena industri pangan berjalan lebih cepat daripada keberadaan infrastruktur teknologi pendingin. Kebutuhan teknologi pendingin yang paling utama, kata Adhi, ada di sektor perikanan. Beberapa anggota Gapmmi yang bergerak di sektor perikanan sudah melakukan kerja sama dengan para nelayan dan sudah membantu diadakannya teknologi pendingin untuk memperpanjang masa simpan. Meski demikian jumlahnya masih tidak sebanding dengan teknologi pendingin yang ada.

Ia juga berharap agar pihak pemerintah terlibat lebih berfokus di sektor hulu, karena di sektor ini lebih banyak didominasi rakyat kecil, seperti petani dan nelayan. Menurutnya, perlu ada keterlibatan pemerintah untuk membantu memberikan solusi dan teknologi. "Apa yang dilakukan pemerintah sudah cukup baik, seperti halnya KKP yang memberikan bantuan teknologi pendingin untuk mengawetkan ikan laut, tapi lagi-lagi bantuan pemerintah juga belum cukup," harapnya.

Selain itu, Adhi berharap agar pemerintah kembali me-review kebijakan pangan di Indonesia yang menurutnya hanya fokus di industri pangan pokok seperti padi, jagung, dan kedelai. Meski program ini sudah ada yang berhasil, tapi pemerintah diharapkan agar dapat melihat secara menyeluruh dan tidak hanya bahan pangan pokok saja. Karena, menurutnya, bahan baku makanan yang lain yang diimpor juga membebani devisa. Maka seharusnya pengembangan industri pangan harus multi-sektoral dan tidak ditentukan oleh Kementerian Pertanian saja tapi semua kementerian terkait harus ambil bagian dalam menentukan perencanaan.

Jumlah Makanan Terbuang masih Tinggi

Ketidakseimbangan antara teknologi pendingin untuk mengelola hasil komoditi pascapanen mengakibatkan jumlah makanan yang terbuang atau rusak masih cukup tinggi. Sampai hari ini belum ada data resmi mengenai jumlah makanan yang terbuang. Meski demikian berdasarkan data FAO, sekitar 30% adalah *food lost* (saat panen) dan *food waste* (ketika dikonsumsi). Untuk menangani terbuangnya makanan ini yang harus dibenahi adalah sektor hulu atau kerusakan usai panen yang jumlahnya cukup besar, mulai dari sayuran, buah-buahan. Selain itu, kerusakan ini juga banyak terjadi pada saat pengiriman barang.

Tingginya jumlah makanan yang terbuang juga diakui oleh Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanudin. Menurutnya, salah satu masalah yang perlu diselesaikan dalam hal ketahanan pangan adalah penyusutan makanan akibat penggunaan teknologi murah dari Cina. Menurutnya, saat ini sudah banyak beredar mesin pendingin dari Cina dan beberapa negara di Asia yang bisa meniru prinsipal dari Eropa dan Amerika.

Pelaku usaha *cold storage* yang memiliki modal cukup besar lebih memilih menggunakan produk dari prinsipal Eropa karena alasan masa pakai yang lebih panjang. Komponen produk teknologi pendingin buatan prinsipal Eropa dirakit dengan baik sehingga tidak ada kebocoran dan bertahan lama. Sedangkan masa pakai teknologi pendingin dari Cina hanya bertahan tiga tahun dan setelah itu mesin pendingin itu banyak mengalami masalah sehingga tidak dapat melakukan efisiensi. Menurutnya, hal ini belum banyak disadari oleh pelaku usaha di Indonesia.

”Kalau saya hitung, kalau ada *cold storage* dengan kapasitas 50 ton, kalau pakai mesin pendingin buatan Cina dan buatan Eropa bisa selisih Rp 800 ribu dari biaya listrik dan produk Eropa lebih hemat. Belum lagi nantinya 3-4 tahun mendatang ada biaya tambahan. Sedangkan dari sisi produk yang disimpan atau *food safety* dari mesin pendingin buatan Cina pasti mengalami susut dari 5%-10%. Ini juga biaya dan ini juga tidak disadari oleh konsumen,” ungkapnya.

Untuk mengatasi penyusutan, Hasanudin mengatakan bila saat ini sudah ada teknologi *Controlled Atmosphere Storage* (CAS) yang dapat digunakan untuk mengurangi penyusutan produk seperti bawang. Fungsi dari teknologi ini adalah menahan tingkat kematangan produk buah dan sayur. Teknologi ini cukup mahal dibandingkan dengan *cold storage*. Teknologi ini memiliki peranan penting untuk menjaga ketersediaan stok di pasaran dan menjaga agar harga tetap stabil ketika musim paceklik karena kenaikan bawang dan cabai dapat memengaruhi harga makanan lainnya.

Terkait ketidakseimbangan antara produk pangan, Hasanudin juga mengakui hal tersebut. Menurutnya, pesatnya perkembangan industri makanan dan minuman tidak dapat dibarengi dengan teknologi mesin pendingin. Produsen produk makanan dan minuman sudah dapat membuat berbagai item pangan, tapi teknologi *cold chain* belum mampu membuat *food safety*. Untuk mengatasi hal ini, pihaknya telah mendorong pemerintah untuk memanfaatkan teknologi untuk dapat mengawetkan barang seperti bawang dan cabai.

"Pemerintah tidak perlu melakukan di skala besar dulu, cukup membuat percontohan saja agar yang lain mengikuti dengan sendirinya. Karena susutnya dua bahan baku makanan tersebut itu tergolong cepat dan penyusutannya hampir 50% sehingga banyak yang busuk dan tidak bisa diolah. Dorongan ke pemerintah perlu terus dilakukan karena fokus pemerintah saat ini hanya di budidayanya saja dan bukan mengelola pascapanen. Saya dengan Kementerian Pertanian membuat *pilot project* untuk mengeksport sayur dan buah ke Eropa," ujarnya.

Hasanudin juga menuturkan, program ketahanan pangan yang ada di Indonesia masih terdapat banyak kendala. Di sektor distribusi pangan dengan truk berpendingin terkendala oleh masalah pembiayaan. Sedangkan untuk sektor penyimpanan, terkendala pada dukungan teknologi yang efisien.

"Kendala distribusi adalah pasokan listrik, di mana pengangkutan makanan butuh listrik untuk menciptakan suhu dingin. Kemudian, infrastruktur jalan di Indonesia, terutama di kota sudah cukup padat dengan kemacetan. Kendala selanjutnya adalah pembiayaan yang menyangkut *food safety*. Jika kami dapat menjamin *food safety*, tentu kami akan mendapat *insurance* sehingga pengiriman lebih murah. Inilah yang menjadi prioritas *cold chain*, yakni agar distribusi menjadi murah dan penyimpanan dapat menjadi cadangan makanan di musim paceklik sehingga harga tidak terlalu tinggi," kata Hasanudin.



Adhi S Lukman, Ketua Umum Gabungan Industri Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI)

Peran E-commerce Menjaga Mutu Produk

Permasalahan ketidakseimbangan antara teknologi pendingin dan pertumbuhan industri makanan dan minuman yang mengakibatkan banyak makanan terbuang sudah terjadi dalam waktu yang cukup lama. Hadirnya tren *e-commerce* dinilai ARPI sebagai salah satu peluang untuk menunjang industri makanan dan minuman. Namun, peran yang paling penting dari *e-commerce*, kata Hasanudin, adalah memangkas *middle man* dalam rantai pasok.

Pemangkasan *middle man* itu penting dilakukan agar waktu pengiriman semakin singkat dan barang dapat terkirim dengan cepat sehingga mengurangi penyusutan yang ada. Menurut Hasanudin, saat ini sudah ada beberapa *e-commerce* yang mulai mengambil peran pemangkasan *middle man*, seperti Argo Pantes dan Fresh Mart. Keberadaan *e-commerce* tersebut itulah yang nantinya yang dapat menjadi jembatan antara produsen dan retailer.

Meski demikian, kehadiran *e-commerce* bukan tanpa masalah. Menurut Hasanudin, saat ini yang tidak mampu dilakukan *e-commerce*

adalah melakukan pembiayaan terlebih dahulu ke produsen sebesar 50% agar produsen bisa terus jalan. "Kami tidak ingin *e-commerce* hanya mengambil keuntungan saja dan tidak melakukan pembiayaan terlebih dulu. Seperti produk sayur, petani butuh biaya untuk menanam kembali. Sehingga sekali transaksi dua hari kemudian sudah dapat dilakukan pembayaran ke produsen paling tidak 50%," katanya.

Selain itu, untuk mengatasi masalah penyimpanan makanan, ARPI telah mengusulkan ke BPOM untuk mengategorikan masing-masing suhu yang ada di makanan seperti sayur, telur, daging dan berbagai makanan lainnya. Ia melihat tawaran ARPI tersebut membutuhkan dukungan berupa regulasi. "Sehingga yang mungkin kami tempuh saat ini adalah memberikan sertifikasi kepada distributor yang baik agar dicontoh distributor lainnya. Kemudian, dari Kementan dan KKP juga sudah punya ketentuan bila dalam pengiriman produk tidak boleh menggunakan es balok yang dipukul-pukul, tetapi harus menggunakan es curah yang bentuknya yang seperti pasir agar lebih bersih dan terkontrol sanitasi dan higienis produk," ujarnya.



Potensi Bisnis *Cold Chain* di Indonesia

SUPLAI INDUSTRI BARU 30 PERSEN

Teks : Citra, Sigit / Foto : Citra



Palet di gudang pendingin Adib Cold Logistic

Kiat Ananda merupakan salah satu pemain yang cukup lama bergerak di bisnis *cold chain*. Potensi pasar di bisnis truk berpendingin membuat perusahaan ini beralih bisnis dari bisnis kapal, penangkapan dan pengelolaan ikan menjadi bisnis angkutan berpendingin. "Pada tahun 1993 kami berbisnis kapal penangkapan dan pengelolaan ikan. Kami mengangkut ikan di Sumatera dan Jawa. Namun pada 1996, karena potensi bisnis truk berpendingin ini punya potensi cukup besar, akhirnya kami beralih ke bisnis angkutan berpendingin," kata Hamzah Priyantoro, *Operation Director* Kiat Ananda.

Perkembangan iklim bisnis *cold chain* yang kian membaik membuat Kiat Ananda terus mengembangkan bisnis ini dengan semakin profesional. Sejak memulai bisnis truk berpendingin pada tahun 1996, 15 tahun kemudian Kiat Ananda mulai membangun usaha baru di bisnis solusi pendingin *cold storage* dengan fasilitas 3.000 palet. Kemudian pada pertengahan 2012, mendirikan gudang dengan kapasitas 30.000 palet dengan per paletnya bisa diisi produk beku hingga 0,7-1 ton. "Pada tahun 2013, Kiat Ananda mendirikan PT Ananda Solusindo, perusahaan baru yang menawarkan solusi *cold chain*. Pada 2014, kami operasikan gudang kedua kami dengan kapasitas 40.000 palet posisi di Cileungsi dan merupakan *cold storage* terbesar di Indonesia," katanya.

Sektor *cold chain* yang terus tumbuh karena memiliki *demand* yang tinggi membuat persaingan di sektor ini juga meningkat cukup pesat. Peluang ini disambut oleh beberapa pemain di bisnis angkutan. Kalau awalnya pebisnis angkutan barang hanya melayani muatan kering, sekarang mereka mulai membuka jasa angkutan barang dengan truk berpendingin. Salah satu perusahaan angkutan yang ikut menyambut perkembangan di bisnis angkutan berpendingin adalah PT Dunia Express Transindo (Dunex).

”Kami sudah berdiri sudah lama dan pengiriman barang dengan truk berpendingin merupakan salah satu perluasan bidang usaha kami. Kami membuka perluasan bisnis ini karena memang permintaan di sektor ini sudah cukup banyak. Sampai hari ini pun, lima tahun mendatang saya pikir juga masih terbuka lebar,” kata Rusda Arita, *Senior Manager* PT Dunia Express Transindo (Dunex).

Menurut Rusda, kebutuhan dan permintaan di sektor truk berpendingin mengalami peningkatan cukup tajam sehingga melahirkan persaingan yang cukup besar. Bahkan persaingan di bisnis ini pun juga tidak lepas dari praktik banting harga antar-pemain. Menurutnya, pada umumnya persaingan dan banting harga di bisnis angkutan adalah hal yang biasa. Namun yang membuat berbeda dari bisnis angkutan berpendingin adalah praktik banting harga yang terjadi tidak menimbulkan overtonase.

Persaingan ketat di bisnis angkutan berpendingin membuat pihaknya memenangkan kompetisi dan mengikat konsumen dengan mengedepankan layanan. Menurutnya, bila sudah berkaitan dengan kompetisi hal terpenting di bisnis angkutan berpendingin bukan hanya agar truk cepat sampai ke tujuan dengan selamat, melainkan juga menjual kestabilan suhu dalam menjaga mutu barang. Selain itu, pihaknya juga akan terus melakukan berbagai inovasi baru agar dapat lebih efisien dan menguntungkan para pengguna jasa.

Hal senada juga dilakukan Jimmi Krismiardi, *Managing Director* Adib Cold Logistics. Menurutnya untuk memenangkan persaingan di bisnis *cold chain*, Adib Cold Logistics tidak hanya menawarkan jasa transportasi, tapi menyediakan 3PL dan 4PL. ”Kami tidak hanya mengandalkan jumlah truk, sistem kami dikembangkan agar terintegrasi dengan konsumen kami dan ini sudah terjadi dengan beberapa konsumen besar. Kemudian, kami juga siapkan SDM yang benar-benar dibutuhkan konsumen kami sehingga kami berikan mereka pelatihan mengemudi, sikap mereka ke konsumen kami, semua sudah kami *training*. Karena logistik itu tidak hanya perkara bersaing di jumlah truk, tapi kami menawarkan layanan,” kata Jimmi.



Bujung Eden, Wakil Ketua Aptrindo DPD Sumsel

Terkait persaingan, sebagai pemain yang cukup senior di bisnis *cold chain*, Kiat Ananda melihat persaingan dari dua sisi, yakni sebelum banyak pesaing dan juga setelah banyak pesaing. Sebelum banyak pesaing, keuntungan yang didapatkan oleh Kiat Ananda cukup besar karena belum banyak perusahaan yang menawarkan jasa serupa. Namun di sisi lain, tidak banyak pesaing membuat kompetisi layanan tidak terlalu tajam.

Kalau sekarang, ketika sudah banyak pesaing, konsumen mendapat banyak pilihan sehingga harga tidak bisa terlalu tinggi. Hal ini membuat perusahaan penyedia jasa angkutan berpendingin harus bisa maju selangkah lebih baik, baik dari sisi efisiensi, pelayanan, dan layanan. Tapi dengan banyak persaingan, banyak juga yang menawarkan harga di bawah ongkos. Ini perlu ada peraturan pemerintah untuk membuat aturan.

Untuk menghadapi persaingan, Kiat Ananda menyiasatinya dengan memberikan subsidi antarbagian, seperti contoh karyawan. Untuk mendapatkan efisiensi dari karyawan, Kiat Ananda menyiasatinya dengan membuat program yang dapat mengatur SDM. ”Kalau ada WMS itu mengatur barang, kalau kami ada program yang bisa mengatur orang sehingga jelas siapa melakukan apa, start jam berapa, selesai jam berapa, dan berapa hasilnya. Ini cara kami untuk selangkah lebih baik dengan cara yang lain. Apa yang kami lakukan bukan untuk memenangkan persaingan, tapi karena pada dasarnya kami ingin menjadi perusahaan *cold chain* terbaik,” jelasnya.



TERUS MENINGKAT

Perkembangan bisnis *cold chain* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Selain dilihat dari munculnya sejumlah pemain baru di Jabodetabek dan kota besar lainnya, peningkatan bisnis *cold chain* dapat dilihat dari suplai kebutuhan industri *cold chain* di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia, suplai kebutuhan untuk industri *cold chain* baru memenuhi 30% untuk pasar Indonesia.

Menurut Firdaus RM, CEO Prima Cold Chain, faktor pendukung pertumbuhan di sektor *cold chain* ada beberapa hal. Menurutnya, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup pesat membuat sektor ini terus berkembang. "Kemampuan beli masyarakat yang semakin meningkat memacu kebutuhan produk berkualitas, yang mana harus didukung oleh *cold chain*. Faktor lain adalah regulasi, kestabilan politik, dan perkembangan infrastruktur dan lain sebagainya," katanya.

Terkait pertumbuhan bisnis *cold chain*, Rusda juga melihat sektor ini akan terus meningkat seiring waktu. Menurutnya resto dan penjualan makanan di kota menunjukkan tingkat konsumsi masyarakat meningkat yang secara otomatis juga mendorong kebutuhan di sektor *cold chain*. Ia menilai banyaknya para pemain truk yang mengembangkan sayap bisnis untuk angkutan berpendingin juga salah satu indikator bila potensi bisnis *cold chain* sedang meningkat. "Lihat saja, sekarang ini di Jabodetabek, sudah ada ribuan kendaraan berpendingin yang beredar," ujarnya.

Terkait peningkatan sektor *cold chain*, Jimmi juga menuturkan hal yang sama. Menurutnya, dari tahun ke tahun hingga saat ini potensi bisnis *cold chain* terus meningkat karena paket kebijakan pemerintah untuk membebaskan investasi masuk. Meski menurutnya saat ini belum banyak pemain yang berkompetisi di sektor bisnis *cold chain*, namun ia mengaku bila sudah mulai banyak pemain dari luar yang masuk, tapi di Indonesia ketinggalan cukup jauh dengan negara lain.

"Total *cold storage* di Indonesia itu baru sekitar 5%, sedangkan di Amerika sudah di atas 30% sehingga peluang pasarnya akan sangat baik. Selain itu, potensi akan sangat baik karena konsumen sekarang sudah berubah.

Masyarakat sekarang itu hidupnya tidak punya banyak waktu, sehingga mereka suka makanan yang instan. Masyarakat sekarang juga punya kesadaran cukup tinggi pada kesehatan sehingga mereka butuh makanan yang segar dan tinggi protein seperti ikan, ayam, daging. Makanan ini sangat perlu *cold storage*. Selain itu, banyak masyarakat urban dengan pendapatan makin tinggi perilaku konsumsinya juga berubah. Kalau pada awalnya beberapa jenis makanan saja, sekarang sudah mulai beragam dan ini potensi besar," terangnya.

Jimmi memberikan gambaran, bila bisnis *cold chain* di luar negeri, seperti Amerika dan Jepang, yang sudah lebih maju ketimbang Indonesia masih punya potensi pasar yang baik, apalagi di Indonesia yang punya luas wilayah yang cukup besar. Terlebih lagi di Indonesia adalah negara kepulauan yang tingkat kompleksitas logistiknya sangat tinggi untuk pengiriman logistik *dry*, apalagi untuk *cold* logistik.

Menurutnya, bila perhatian pemerintah pada sektor *cold chain* sudah lebih besar, ke depannya pengiriman makanan kering seperti biskuit dan makanan lainnya tidak lagi diangkut dengan logistik *dry*. Karena, menurutnya, makanan seperti biskuit seharusnya diangkut dengan truk berpendingin. Akibat dari pengangkutan makanan kering dengan logistik *dry* membuat daya tahan makanan menurun karena suhu tinggi di kendaraan pada siang hari merusak kualitas makanan.

Jimmi juga menambahkan bila indikator potensi bisnis *cold chain* dapat dilihat dari tingginya jumlah sampah makanan yang ada di Indonesia. "Di Jepang dan Amerika sampah makanannya mencapai satu per tiga dari total makanan. Kalau di negara maju, sampah makanan berasal dari kebiasaan makan mereka yang tidak habis atau mubazir. Kalau negara berkembang, makanan itu banyak rusak di logistik proses, bukan karena cara mengonsumsinya. Hal ini dikarenakan perhatian pada *cold* logistik juga masih rendah," terangnya.

Meski potensi bisnis di sektor *cold chain* cukup baik, Jimmi menilai kesiapan pemain lokal untuk menyambut potensi pasar *cold chain* di Indonesia, belum cukup kuat. Selain itu, untuk menjalankan bisnis jasa angkutan berpendingin membutuhkan dana yang tidak sedikit. Tanpa modal yang kuat, kata Jimmi, pemain baru tidak akan dapat masuk meski potensi bisnisnya cukup tinggi.

Kendala Bisnis *Cold Chain* Beragam

Meski potensi bisnis *cold chain* terus tumbuh, tantangan yang dihadapi perusahaan untuk mendapatkan kue di pangsa pasar bisnis *cold chain* juga cukup beragam. Menurut Hamzah, untuk dapat menikmati pangsa pasar *cold chain* yang cukup besar, pelaku usaha harus memperhatikan letak fasilitas (*cold chain*) itu ada di mana. Kalau fasilitas bisa mencakup area distribusi, maka akan penuh atau maksimal fasilitas tersebut.

Selain itu, tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di bisnis *cold chain* adalah kemampuan membagi fasilitas untuk menangani *raw material*, *finished good*, dan khusus distribusi. Karena, menurut dia, rata-rata produsen makanan tidak ingin menggabung barang *raw material* dengan *finished good* dan begitu juga sebaliknya sehingga segregasi (pemisahan) menjadi sangat penting.

”Kami berikan opsi apakah barang mereka akan disimpan di *warehouse* yang berbeda atau dalam satu *warehouse*, tapi beda wadah. Kemudian yang cukup berkembang adalah *channel* distribusi, jadi kebanyakan yang tadinya distribusinya melalui distributor, sekarang mulai dipikirkan mulai mengandalkan 3PL langsung ke prinsipal untuk distribusi,” ujarnya.

Sedangkan kendala memperluas bisnis seperti yang dialami Dunex adalah mencari SDM yang kompeten untuk menjalankan bisnis angkutan. Menurut Rusda, kendala *driver* truk, baik untuk truk *dry* atau truk berpendingin adalah mencari sopir. Persoalan kelangkaan *driver* sudah terjadi sejak tahun 2007. “Kalau dulu, saudara-saudara *driver* bisa digunakan. Kalau sekarang sudah susah. Terkait menambah armada itu mudah, tapi untuk menambah sopir itu masih sangat susah,” keluhnya.

Kendala yang sama juga dihadapi oleh Prima Cold Chain. Selain masih terkendala SDM yang kompeten, Firdaus juga menuturkan bila pihaknya terkendala dalam hal keterbatasan teknologi pendingin. Persoalan keterbatasan teknologi, menurutnya juga telah terjadi lima tahun sebelumnya. ”Ketergantungan suplai teknologi pendingin masih terbatas sehingga harus tergantung dengan produk impor dan hal ini sangat bertentangan program Total Kandungan Dalam Negeri (TKDN) yang dicanangkan pemerintah,” jelasnya.



Rusda Arita

Senior Manager, PT Dunia Express
Transindo (Dunex)



Firdaus RM

CEO Prima ColdChain



Hamzah Priyantoro

Operation Director Kiat Ananda



Produk Asing & SDM

Pengaruh Industri *Cold Chain* Dalam Negeri

Penggunaan teknologi adalah landasan dari setiap bisnis yang sukses pada abad ke-21 termasuk industri *cold storage*. Banyak industri yang memerlukan pendinginan sebagai bagian dari operasional harian untuk mendapatkan solusi yang berkelanjutan, biasanya solusi ini memerlukan penggunaan teknologi canggih.

Industri seperti pengolahan makanan, manufaktur, dan restoran telah menggunakan teknologi yang sama sejak awal. Sekarang pun industri tersebut masih memiliki nilai dan kelebihan. Dengan tren dan kemajuan teknologi, permintaan bahwa bisnis dan industri beradaptasi dengan fitur baru dan pembangunan unit *cold storage* sedang meningkat.

Dengan konsumen yang terus mencari solusi terbaik dalam *supply chain*, banyak perusahaan harus merencanakan untuk meningkatkan teknologi *cold storage* mereka. Di beberapa kota besar sudah banyak perusahaan yang bergerak dari *cold storage* tradisional ke modern yang lebih efisien dan menjadikannya penting untuk menciptakan unit *cold storage* yang mampu memenuhi permintaan ini.

Seperti halnya Stephen Sen, Direktur PT Alpine Cool Utama menjelaskan bahwa pihaknya sudah mampu membuat panel. "Kami juga memproduksi dan perakitan mesin pendingin, instalasi dan sistem secara keseluruhan. Kebanyakan kami bekerja secara proyek. Konsumen biasanya hanya punya tanah kosong dan minta didesain

gudang berpendingin. Kami membantu konsumen sampai berfungsi dengan baik. Jadi kami memberikan *total solution* untuk teknologi pendingin dimulai dari dinding isolasi," katanya.

Bahan baku pembuatan dinding isolasi yang dikenal adalah *polyurethane* atau poliuretana. Sekarang sudah dibuat dinding isolasi yang tidak bisa terbakar. Teknologi pendingin sudah ada beberapa opsi. Kalau dulu orang hanya mengenal freon untuk pendingin, kalau sekarang sudah ada freon dan CO2. Kemudian amoniak juga bisa dikolaborasi dengan CO2. Sedangkan untuk CO2 saat ini masih belum banyak yang mau berinvestasi karena terlalu besar. "Sekarang ini masih banyak perusahaan kecil yang menggunakan freon. Bila perusahaan itu agak besar, sudah



Produk asing membuat industri lokal kalah saing di pasaran

mulai menggunakan amoniak, sedangkan untuk perusahaan besar sudah menggunakan CO2 dan jumlahnya sangat terbatas. Di Indonesia, yang menggunakan teknologi pendingin CO2 itu tidak lebih dari 10%. Sehingga produk makanan dan minuman yang dikelola secara profesional tidak lebih dari 10%," ungkapnya.

Stephen menambahkan, di Indonesia sudah ada beberapa pelaku bisnis yang mulai menggunakan teknologi CO2. Keuntungan dari penggunaan teknologi ini adalah pengurangan daya listrik yang cukup besar. Kemudian, sudah ada beberapa perusahaan sudah mulai

melirik untuk menggunakan otomatis sistem meski perusahaan tersebut butuh SDM yang mumpuni untuk menjalankan teknologi yang sudah maju.

“Teknologi lokal yang ada saat ini sudah cukup ideal karena pedoman standardisasi dalam produksi teknologi pendingin sudah kami ikuti. Kandungan lokal yang ada sudah cukup besar, yakni 30% meski bahan baku utamanya masih harus impor. Ditambah lagi dengan sertifikasi yang selalu kami lakukan. Seperti contoh, untuk panel, itu harus mempunyai sertifikasi an-

tibakar agar bangunan tersebut aman. Apa yang kami produksi sekarang sudah dapat digunakan untuk industri makanan, vaksin, dan produk olahan lainnya,” katanya.

Agar terus bisa bersaing secara sehat, Stephen juga mengikuti regulasi dari pemerintah. “Kami adalah salah satu perusahaan yang sangat mendukung teknologi ramah lingkungan. Ketika penggunaan bahan baku pendingin seperti freon sudah dilarang, kami yang memulai untuk memproduksi teknologi pendingin yang ramah lingkungan,” imbuhnya.

Persaingan Bisnis

Stephen merasa keberatan dengan masuknya produk impor Cina dengan harga murah. "Kami sebagai pemain lokal tidak didukung sepenuhnya oleh pemerintah sehingga kami banyak mengalami kendala. Persaingan bisnis dengan impor inilah yang jadi penghambat kami. Di sisi lain, bahan baku untuk teknologi pendingin yang kami gunakan masih dikenakan pajak yang cukup tinggi. Sehingga barang dari Cina ini sangat mengganggu usaha kami. Kami sudah berupaya menggandeng ARPI untuk menyuarkan masalah kami ke pemerintah. Selain itu, terkait teknologi belum dapat kami patenkan karena kebanyakan bahan bakunya dari luar. Hal ini berpengaruh dari segi harga jual produk kami. Ini juga menjadi kendala kami dalam persaingan harga. Tapi kami masih sangat optimis ke depan keadaan akan berubah," katanya.

Selain itu kesadaran dari pelaku usaha *cold chain* juga masih rendah dalam menggunakan teknologi dalam negeri. Selain itu, pelaku usaha dari Jepang juga banyak yang menggunakan teknologi asli Jepang ketimbang menggunakan produk mereka.

Mendukung pernyataan Stephen, Zakiudin, Direktur Industri Permesinan dan Alat Mesin Pertanian Kementerian Perindustrian mengatakan, "Sudah ada tiga industri lokal yang dapat membuat *insulated panel* dari PU & PIR serta dengan kualitas *food grade* dan *antibacterial* yang *steel*-nya diproduksi oleh Krakatau Steel dan Bluescope. Dengan bahan baku berkualitas termasuk *PU chemical*-nya, tentu saja kalah harga artinya tidak kompetitif dengan produk jadi dari Cina dengan pajak impor yang 0%. SNI *insulated panel* belum menyentuh tentang kualitas *food grade* dan *antibacterial*.

Menurut Stephen, kesadaran masyarakat masih rendah karena SDM di Indonesia masih diragukan meski secara kualitas produk mereka mampu bersaing. Selain itu, yang memperburuk citra produk pendingin dalam negeri adalah pelaku usaha lokal juga tidak mau menggunakan teknologi dalam negeri, sehingga tidak heran kalau ada pemain asing datang ke Indonesia akan berinvestasi di Indonesia. "Tentu mereka akan berpikir ulang untuk menggunakan teknologi kami karena orang lokal pun tidak menggunakan teknologi dalam negeri," keluh Stephen.

Dibandingkan dengan produk Cina, Stephen yakin dari segi kualitas, pihaknya lebih unggul. Saat ini apa yang dilakukan produsen teknologi pendingin dari Cina hanya berfokus di harga. "Mereka tidak ambil pusing soal kualitas produk mereka. Asalkan produk mereka terjual, mereka tidak ambil pusing soal kualitas," katanya.

Zakiudin paham dengan kondisi yang ada. Untuk itu pihaknya mencoba meyakinkan industri *cold chain* agar menggunakan teknologi dalam negeri. "Hal inilah yang perlu kami tingkatkan karena kapasitas investasi dalam negeri juga masih kurang," katanya. Belum semua kebutuhan teknologi *cold chain* dalam negeri bisa dipenuhi seluruhnya oleh industri lokal. Hal terpenting dalam membangun teknologi *cold chain* dalam negeri adalah bagaimana menangkap pasar pemerintah, karena mendukung industri *cold chain* lokal merupakan program pemerintah.

Kemudian di dalam aturan TKDN sudah ada kewajiban bagi pengguna uang APBN, harus menggunakan produk dalam negeri. Sedangkan untuk sektor swasta, baru pada tahap diimbau dan belum diharuskan menggunakan produk dalam negeri. "Strategi kami saat ini adalah bermain di pasar pemerintah sambil meningkatkan kualitas dan kapasitas produk *cold chain* dalam negeri. Kami juga mengundang investor agar mau menanamkan modalnya di dalam negeri dengan beberapa insentif. Kami harapkan kesempatan membuka pabrik di Indonesia, pelaku usaha *cold chain* mendapatkan teknologi dengan harga murah," terangnya.

Adanya TKDN ini sangat baik karena akan memaksa industri di luar negeri membuka pabrik di Indonesia. Di sisi lain, Kemenperin ingin agar *cold storage* segera dicukupi tapi mereka juga tidak bisa terlalu saklek dengan TKDN agar bisnis tidak macet. Apalagi kebutuhan teknologi *cold chain* itu sudah mendesak. Kalau sekarang, bea masuk untuk kompresor untuk kondensor itu 12,5%. Asosiasi sudah mengimbau untuk membebaskan bea masuk teknologi *cold chain* diturunkan menjadi 0% sehingga produknya bisa lebih murah tapi permintaan mereka akan dipertimbangkan. Sedangkan bea masuk ditetapkan agar ada investor mau masuk ke Indonesia dan memproduksi kompresor dan kon-



Stephen Sen, Direktur PT Alpine Cool Utama

densor. Pemerintah mendukung pengembangan industri *cold chain*, saat ini ada insentif yang dapat dimanfaatkan dalam rangka investasi dan daya saing industri, yaitu Bea Masuk Ditanggung Pemerintah (Peraturan Menteri Keuangan No. 273/PMK.010/2015), Tax allowance (PP No. 18 Tahun 2015 jo. PP No. 9 Tahun 2016) dan Masterlist BKPM yang mengacu ke Peraturan Menteri Perindustrian No. 31/M-IND/PER/8/2017. "Hasilnya, selama ini belum ada investor masuk, padahal kebutuhan untuk teknologi kompresor dan kondensator cukup besar di Indonesia. Sangat disayangkan industri *cold chain* lokal belum mampu membuat kompresor yang merupakan kompo-

nen utama dan masih harus impor, sehingga industri manufaktur lokal harus menggunakan prinsipal *brand* dan belum ada alih teknologi," ungkap Zakiudin.

"Saat ini *mindset* dari pelaku usaha *cold chain* masih menganggap produk yang digunakan di luar negeri itu pasti lebih baik. Padahal ada beberapa inovasi dari produk lokal yang terus maju dan bahkan bisa bersaing dengan produk dari luar. Tapi seiring waktu, *mindset* dari pelaku usaha *cold chain* akan berubah terkait produk dalam negeri. "Kami sudah banyak mengundang pelaku usaha untuk melihat langsung proses produksi kami dan merasakan langsung kualitas produk kami. Sehingga lambat

laun mereka juga akan berubah. Dari sisi internal, kami juga melakukan pembenahan diri dari berbagai sisi, seperti kualitas teknologi, layanan ke konsumen dan SDM yang kami miliki terus kami tingkatkan. Bahkan layanan purnajual kami sudah masuk standarisasi ISO," terang Stephen.

Stephen berpesan kepada semua pelaku logistik, "Pakailah produk dalam negeri, karena dengan begitu akan dapat memajukan bangsa. Kalau pelaku usaha dalam negeri sudah mulai menggunakan teknologi dalam negeri, lambat laun kepercayaan pelaku usaha dari luar juga akan naik dan mulai melirik produk pendingin lokal," katanya.

Pemerintah Kerja Sama, Swasta Genjot Pelatihan

"Untuk SDM, kami juga ada program *link and match* yang bekerja sama dengan SMK di seluruh Indonesia. Kami sudah mulai kerja sama dengan SMK di bawah Kemenperin. Sekarang kami juga kerja sama dengan lima menteri, yakni Kementerian Perindustrian, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian BUMN, Kementerian SDM dan Kementerian Riset dan Teknologi untuk kerja sama program vokasi. Semua kementerian ini, melakukan kerja sama dengan industri, di mana kurikulum SMK disusun bersama-sama dengan industri, jadi nantinya SMK ada kelas khusus sesuai kebutuhan industri. Hal ini juga menguntungkan industri karena mereka tidak kesulitan melatih tenaga kerja yang kurikulumnya sesuai dengan kebutuhan industri," kata Zakiudin mengenai dukungan pemerintah untuk mendorong SDM di industri *cold chain*.

Hasanudin Yasni, Ketua Umum ARPI mengatakan, "Kebutuhan SDM untuk operator *cold storage* sangat tinggi di Indonesia, namun sumber daya yang kompeten masih sangat terbatas. Kami sudah bekerja sama dengan Institut ALFI yang mampu mengoperasikan *cold warehouse*. Bulan depan akan kami realisasikan dan dengan didukung oleh pelaku dari luar negeri untuk mencetak operator yang andal dalam mengoperasikan *cold storage*. Selain itu, kami sudah bekerja sama dengan kampus-kampus besar untuk mencetak tenaga yang andal. Kami kerja sama dengan UI untuk permesinan *cold chain*, kemudian dengan IPB, UNPAD, Mulawarman, Hassanudin dan Sam Ratulangi, Brawijaya terkait *food safety*."

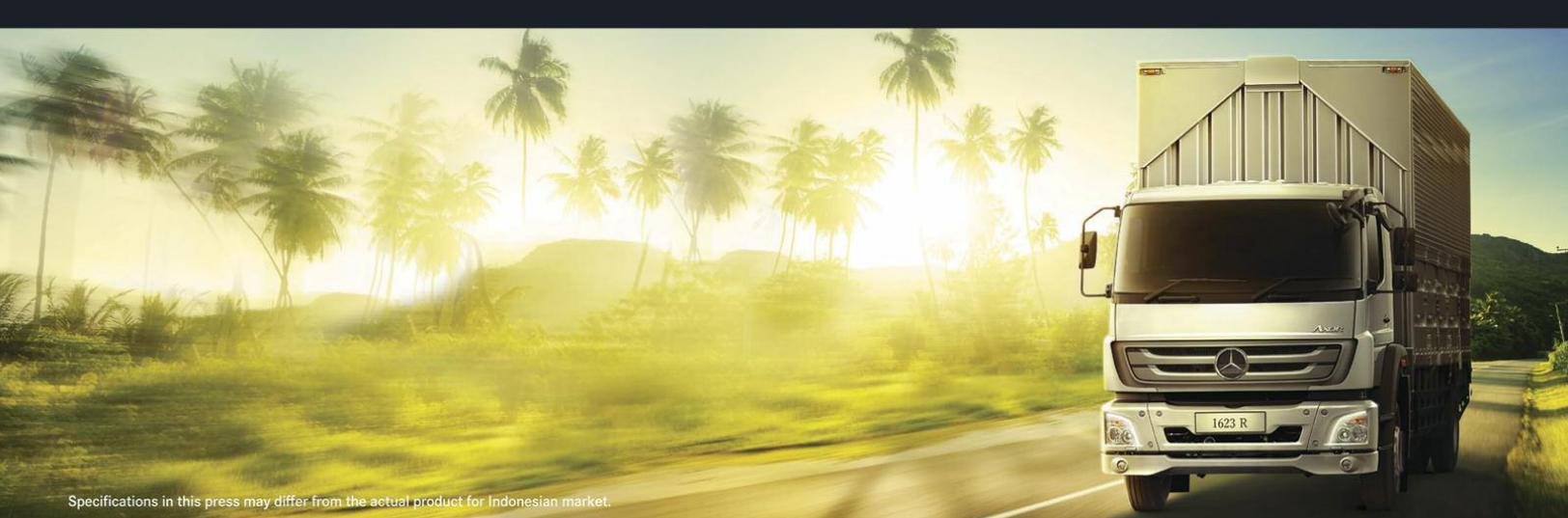
Hamzah Priyantoro, *Operation Director* Kiat Ananda membeberkan rencananya untuk 35.000 jam *training*. "Hal ini dibutuhkan karena kami merupakan 3PL atau solusi distribusi rantai dingin, sehingga yang paling utama adalah SDM. Kami targetkan untuk mencetak *checker*, operator *forklift*, operator *pallet mover*, *driver*, dan staf yang mendampingi *driver* karena yang paling banyak tantangan dan program di kami adalah SDM. Kami punya visi untuk memberikan kesempatan karyawan muda kami yang ingin berkarya, kami berikan kesempatan. Jadi kalau ada yang ingin *training*, ingin naik tingkat sampai ke tingkat supervisor itu kami buka lebar. Karena saat ini sulit untuk mendapatkan SDM yang kompeten di bidang ini," katanya.

Hamzah menambahkan, "Kalau untuk pengendara truk, mereka harus bisa mengendarai kendaraan dengan aman dan selamat sebagaimana perusahaan angkutan *dry*. Kalau kami, mereka harus paham mengoperasikan mesin pendingin dan segala permasalahan dan cara mengatasinya. Misalnya kalau ada temperatur yang tidak stabil, mereka harus bisa menanganinya sendiri atau harus menghubungi *emergency call*. Mereka juga harus mengerti jenis produk yang dibawa. Seperti contoh, daging dan ikan itu bisa sama suhunya tapi punya cara penanganan dan risiko yang berbeda. Sedangkan untuk sertifikasi, kami ada internal dan eksternal.

Kalau untuk internal, kami punya *checker*, operator *pallet mover*, operator *forklift*, teknisi semuanya ada *assessment*, dan jam terbang. Seperti contoh, operator *forklift* itu wajib masuk dua jam *class room* standar, tiga jam *class room safety*, kemudian *training* mengangkat palet tanpa produk selama 100 jam, kemudian mereka harus mencapai 500 jam terbang solo.

Setelah mereka melalui itu, kami akan *assessment* mereka dan bisa keluar sertifikasinya. Sertifikasi inilah yang kemudian membedakan penghasilan mereka. Dampak dari apa yang kami lakukan ke SDM adalah peningkatan produktivitas dan juga staf kami banyak dibajak oleh perusahaan lain. Ini juga menjadi masalah,” tambah Hamzah mengenai *training* SDM di perusahaannya.

Firdaus RM, CEO Prima ColdChain angkat bicara mengenai SDM. “Bahwa untuk skala bisnis kami saat ini sudah cukup mumpuni, namun demikian kami terus meningkatkan kemampuan SDM kami guna mengantisipasi kebutuhan SDM ke depannya serta pengembangan solusi pada teknologi pendingin,” katanya. Dengan standardisasi kemampuan dengan rutinitas *training* dan sistem kontrol, terutama dikaitkan antara pengetahuan, administrasi, dan keterampilan di lapangan. Pada saat bersamaan tentunya mereka terus mencari *training* dan sekolah terkait dengan *leadership*, *management*, *manufacture*, dan teknologi pendingin guna meningkatkan kemampuan SDM. Untuk keterampilan khusus, sesuai juga dengan peraturan pemerintah terkait dengan kompetensi SDM harus tersertifikasi.



Specifications in this press may differ from the actual product for Indonesian market.

Advancing business.

Mercedes-Benz Axor pelopor kendaraan niaga di kelasnya berkomitmen mewujudkan perkembangan bisnis Anda.

- **Torsi maksimum** untuk ketangguhan di segala medan.
- Sistem suplai bahan bakar **Direct Injection Unitized Pump** dan **indikator konsumsi bahan bakar** untuk efisiensi operasional.
- **ABS** dan **LED Daytime Running Light** untuk keamanan berkendara.

Mercedes-Benz
Trucks you can trust.





Mengelola Bisnis Angkutan Truk Berpendingin

Teks : Citra / Foto : Citra



Peningkatan industri makanan dan minuman beberapa tahun terakhir membawa dampak pada permintaan jasa pengiriman dengan menggunakan truk berpendingin. Mengelola truk berpendingin tidak jauh berbeda dengan truk kering pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah karoseri yang digunakan dan mesin pendingin. Mesin pendingin di karoseri kendaraan memiliki peranan penting dalam menjaga mutu barang agar tidak rusak selama masa pengiriman barang.

Senior Manager PT Dunia Express Transindo Rusda Arita mengatakan, untuk membuka jasa angkutan berpendingin dibutuhkan alat-alat yang mendukung. Karena, jasa pengiriman barang berpendingin pada umumnya sama dengan angkutan kering lainnya, namun yang membedakan hanya pada mesin pendingin yang terdapat pada karoseri kendaraan. Karoseri dan mesin pendingin yang digunakan di tempatnya bekerja saat ini merupakan produk impor yang dirakit di Indonesia.

”Teknologi yang kami gunakan saat ini sangat memungkinkan untuk mendapatkan suhu yang diinginkan dengan waktu yang relatif singkat. Untuk mendapatkan suhu minus 18 derajat Celcius hanya membutuhkan waktu 45 menit. Sedangkan alat pendukung lainnya adalah dua GPS untuk kendaraan dan satu lagi untuk mengontrol suhu dari jauh. Alat ini sangat penting digunakan karena mampu menjaga mutu barang yang kami angkut. Adanya GPS suhu sangat memudahkan kami dalam mengambil laporan suhu di karoseri mobil. Pada saat pengiriman, perjalanan, dan sampai ke tempat tujuan kami dapat terus memantau suhu di dalam kendaraan,” kata Rusda.

Rusda menilai alat yang ia gunakan untuk menjalankan semua kegiatan operasional pengiriman barang dengan truk berpendingin saat ini sudah cukup ideal dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Mesin pendingin yang baik, kata Rusda, harus mampu mencapai suhu tertentu dalam waktu singkat. Besaran suhu yang dicapai tersebut bergantung dari jenis barang yang diangkut. Semakin cepat alat pendingin di kendaraan mampu mencapai suhu yang diinginkan, maka akan semakin efektif dan efisien karena mampu memangkas biaya bahan bakar yang dikeluarkan untuk mesin pendingin.

Meski teknologi yang digunakan cukup ideal, Rusda mengaku pihaknya akan tetap melakukan pembenahan dan memberikan inovasi terbaru. Pengembangan inovasi tersebut perlu terus dilakukan karena persaingan di bisnis truk berpendingin di Indonesia sudah cukup ketat dan bahkan sampai terjadi praktik banting harga.

”Dalam hal inovasi, kami akan menggunakan hidrolik di belakang kendaraan untuk memudahkan proses *handling* barang di gudang pendingin. Selain itu, kami juga akan mengupayakan adanya *box* yang terbagi menjadi beberapa bagian, di mana *box* ini dapat diatur suhu yang berbeda-beda bergantung jenis muatan yang kami bawa. Adanya pembagian suhu yang berbeda ini memungkinkan kami dapat mengangkut muatan dalam sekali jalan sehingga lebih efektif,” ujarnya.

Selain alat, perusahaan angkutan berpendingin membutuhkan sopir yang profesional dan memiliki kemampuan khusus mengoperasikan mesin pendingin. Sebelum sopir dipercaya mengangkut barang, sopir harus dibekali dengan kemampuan membaca indikator pendingin yang ada di kabin. Sehingga apabila terjadi masalah atau ada panas di dalam *box*, mereka langsung tahu dan dapat mengambil tindakan. Kemudian yang tidak kalah penting dipahami oleh sopir adalah ketika menaikkan barang dan menurunkan barang dengan cepat agar suhu tidak naik. **”Sopir kami harus tahu mana barang yang didahulukan untuk dimuat dan barang yang dimuat di akhir. *Training* kami berikan ke sopir apabila ada teknologi baru,”** katanya.





Truk berpendingin PT Dunia Express Transindo

Tidak Ada Acuan Standar Baku

Ketika ditanya terkait penentuan acuan standar layanan, Rusda mengaku bila selama ini pihaknya tidak memiliki acuan standar baku dalam menjalankan perusahaan angkutan berpendingin. Apa yang ia kerjakan, kata Rusda, mengacu kepada permintaan konsumen. "Jika konsumen meminta barang diangkut dengan suhu minus 15 derajat Celcius, maka kami harus dapat menunjukkannya," katanya.

Meski begitu, Rusda berharap pemerintah dapat memberikan andil dalam membuat standar yang baik dalam menjalankan bisnis angkutan truk berpendingin. Pertimbangan untuk melibatkan pemerintah dalam membuat standar, kata Rusda, dikarenakan barang yang diangkut truk berpendingin kebanyakan merupakan barang-barang yang dikonsumsi manusia. Sehingga konsumen akhir tidak lagi ragu mengonsumsi makanan karena telah diproduksi, diolah, dikirim dan dijual dengan cara yang baik.

Menurut Rusda, pada dasarnya pengiriman *cold chain* sama dengan pengiriman barang *dry* pada umumnya. Selain kecepatan dan ketepatan hingga barang sampai ke tempat tujuan, hal penting yang harus diperhatikan dalam pengiriman barang dengan truk berpendingin adalah kecepatan dalam proses *loading* dan *unloading*. Hal itu karena kualitas barang pada akhirnya sangat ditentukan oleh proses bongkar muat.

"Proses bongkar-muat yang lama akan memperburuk kualitas barang yang diangkut. Kalau dari sisi kualitas, tolak ukur yang biasa kami lihat adalah dari sisi kemasan dan kualitas barang ketika dikonsumsi. Kalau dari sisi kemasan, kualitas produk bisa dikontrol, tapi yang tidak bisa kami lihat adalah kualitas produk ketika dikonsumsi. Misalnya es, yang rusak ketika dikonsumsi akan berbeda rasanya. Hal ini terjadi karena pada saat proses pengiriman barang terjadi kesalahan dan terkontaminasi suhu yang tidak seharusnya. Kesalahan yang terjadi ini bisa terjadi pada saat barang diangkut dari pabrik ke gudang *cold storage*, atau pada saat proses pengangkutan," terangnya.

Untuk menjaga produk sesuai, maka proses *handling* tidak boleh terlalu lama. Rusda mengaku bila pihaknya selalu memastikan bila suhu yang ada di dalam gudang pendingin sesuai dengan yang ada di truk. Jika suhu di dalam gudang minus 20 derajat Celcius, maka suhu di truk juga harus minus 20 derajat Celcius. Perbedaan suhu di gudang dan di kendaraan dapat merusak atau menurunkan kualitas barang. "Pada saat barang dipindahkan suhunya harus sama sampai barang diturunkan kembali. Jadi bukan di dalam kendaraan barang itu didinginkan. Di sinilah tingkat kesulitan pengiriman *cold chain*," katanya.

Selain itu, untuk menjaga kualitas produk, hal terpenting yang harus diperhatikan adalah proses pengecekan barang oleh konsumen dan sopir. Sebelum barang dinaikkan ke kendaraan, konsumen akan melakukan pengecekan suhu di dalam kendaraan. Konsumen tidak akan begitu saja menaikkan barang mereka sebelum suhu di dalam kendaraan sesuai dengan yang mereka harapkan dan sesuai dengan jenis barang yang akan dimuat. Sedangkan sopir juga tidak akan menerima barang yang kemasannya rusak dan tidak akan membuka pintu *box* sebelum barang benar-benar siap untuk dipindahkan.



Rusda Arita , Senior Manager, PT Dunia Express Transindo (Dunex)

Memastikan Kendaraan tidak Mogok di Jalan

Salah satu masalah yang harus dihadapi perusahaan angkutan berpendingin adalah mogok di jalan. Bagi kendaraan berpendingin, mogok adalah permasalahan yang cukup serius karena dapat mengancam muatan yang dibawa. Karena, barang yang dibawa oleh truk berpendingin adalah makanan yang peka suhu, seperti *ice cream*, daging, sayur, dan daging olahan serta obat-obatan. Terlebih bila kendaraan yang digunakan adalah truk kecil, yang mesin pendinginnya mengikuti mesin kendaraan. Sedangkan truk besar, *box* pendingin di karoseri memiliki mesin tersendiri dan tidak ikut mati apabila mesin kendaraan mati.

Rusda mengaku bila belum pernah mengalami masalah mogok di jalan, meski demikian ia berusaha melakukan antisipasi mogok dengan jalan melakukan servis rutin kendaraan yang akan digunakan agar tidak sampai mogok. Menurutnya, masalah yang tidak dapat dihindari adalah kemacetan. Karena akibat dari kemacetan ini tidak bisa prediksi. Kemacetan sangat berdampak pada kegiatan operasional pengiriman barang karena biasanya dalam sekali jalan truk akan mengangkut barang sampai ke tiga titik. Misalkan di titik satu dan titik dua sukses terkirim, tapi di titik tiga gudangnya sudah tutup.

Masalah semacam ini, kata Rusda, biasanya barang akan dibawa ke gudang awal. Namun, bila gudang awal pengiriman juga tutup, maka mau tidak mau kendaraan harus terus menghidupkan mesin pendingin sampai gudangnya kembali buka. "Kalau kesalahan semacam ini terjadi karena kesalahan kami, maka kami tidak bisa menagih ke konsumen. Kami bersyukur bila konsumen kami tidak mempermasalahkan dan pembengkakkan biaya mereka bersedia menanggung. Tapi kalau konsumen tidak mau menanggung, kami akan tetap menyalakan mesin sampai gudang kembali buka karena ini komitmen kami untuk menjaga mutu barang agar jangan sampai rusak," jelasnya.

Menurut Rusda, untuk menyiasati agar tidak mengalami banyak kerugian ketika gudang sudah tutup, pihaknya akan mendatangkan truk yang baru. Barang akan dipindahkan ke truk yang baru yang tidak banyak digunakan pada hari itu. Sedangkan bila kendaraan mogok maka pihaknya akan segera mendatangkan kendaraan yang baru. "Biasanya toleransi barang yang kami angkut tanpa pendingin itu hanya enam jam karena memang turunnya suhu itu perlahan. Namun, yang paling kami jaga adalah jangan sampai kontak dengan udara. Karena ketika sudah tercampur dengan udara, barang akan berbahaya," ujarnya.



PANGSA PASAR HALAL *COLD CHAIN LOGISTICS* Terbuka Lebar

Teks : Citra / Foto : Citra



Potensi dan pertumbuhan pasar produk halal dunia mencapai 1,9 triliun dolar AS pada tahun 2015. Jumlah ini diperkirakan terus meningkat hingga mencapai 2,54 triliun dolar AS pada tahun 2019 atau 21,2% dari total belanja global. Peningkatan jumlah produk halal itu menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk menjajaki logistik halal. Namun, ironisnya Indonesia yang merupakan konsumen terbesar dari produk makanan halal dunia justru menempati urutan ke-10 sebagai produsen produk halal. Upaya pembangunan logistik halal merupakan upaya mendukung program pemerintah dalam pelaksanaan UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada 2019.

”Peringkat Indonesia jauh di bawah Malaysia yang menempati urutan nomor satu. Hal ini sangat disayangkan, padahal jumlah penduduk muslim, jumlah industri, dan sumber daya banyak di Indonesia, tapi justru berada di peringkat sepuluh. Selain itu, Indonesia menempati urutan kedua wisata halal dunia dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dan pada 2019, Indonesia menargetkan untuk menjadi nomor satu. Ini perlu dukungan pemerintah terkait UU Nomor 33 Tahun 2014,” kata Suahyo, *General Manager Halal Logistic & Cold Storage* PT Multi Terminal Indonesia.

Dalam UU Nomor 33 disebutkan, bahwasanya kegiatan sertifikasi halal tidak hanya pada produk, tapi juga wajib dilakukan pemisahan antara tempat pembelian, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penyajian, dan penjualan.

Sedangkan pengertian dari logistik halal adalah proses mengelola aliran material dan arus informasi di seluruh rantai pasokan sesuai dengan standar halal. Aliran material meliputi transportasi, penyimpanan, dan operasi terminal. Aliran informasi mencakup pengelolaan data dalam rantai pasokan, seperti informasi produk, data permintaan, label, dan kode logistik halal. Logistik halal adalah sistem yang didasarkan pada segregasi (pemisahan) dan bukan pada deteksi sehingga produk halal dipisahkan dengan yang tidak halal.

Menurut Sucahyo, tujuan pemisahan produk halal adalah menghindari terjadinya kontaminasi (termasuk kontaminasi silang) atas barang-barang. Kemudian menghindari penanganan barang yang salah dan memastikan konsistensi penanganan halal sebagaimana diterapkan oleh umat muslim.

Besarnya jumlah umat muslim dunia yang mencapai 24%, sedangkan pengonsumsi produk halal terbesar adalah Indonesia. Hal ini sudah jelas pangsa pasar yang besar. Menurut Sucahyo, di luar negeri sedang berlomba-lomba untuk mencapai fasilitas halal. Di luar negeri, halal adalah *value* yang jadi tuntutan pasar karena mayoritas bukan muslim. Di Indonesia yang mayoritas muslim seharusnya menjadikan halal sebagai *value* yang didasari oleh upaya proteksi dari serbuan produk impor.

”Di provinsi muslim yang ada di Cina itu memproduksi baju koko, madu, tasbih yang target pasarnya adalah Arab. Sedangkan di Arab itu tidak percaya pada barang Cina dan hanya percaya ke negara muslim. Sehingga barang dari Cina itu transit dulu ke Malaysia untuk dilabel ulang dan disertifikasi dan berangkat ke Arab. Ini harusnya menjadi evaluasi bagi Indonesia yang mayoritas muslim. Inilah yang menjadi perhatian Kemenko Perekonomian karena negara non-muslim begitu peduli dengan produk halal,” terangnya.

Alasan pemilihan pendirian logistik halal di Indonesia lebih dikarenakan logistik halal belum ada di Indonesia. Bahkan, pemahaman mengenai logistik halal tersebut didapatkan ketika Sucahyo studi banding ke Malaysia. Ketertarikan pada potensi logistik halal inilah yang kemudian mendorong pihaknya mendirikan logistik halal. ”Karena tertarik, kami melakukan *sharing* ke LPPOM MUI terkait pendirian logistik halal. Apa yang kami lakukan adalah untuk menginspirasi teman-teman penyedia jasa logistik untuk melakukan hal yang sama agar konsumen terjaga dalam mengonsumsi produk,” ujar Sucahyo.

Sucahyo menuturkan, saat ini produk halal lebih komersial karena sehat dan higienis dan ini sudah jadi tren di berbagai negara di dunia seperti Prancis, Belgia, Belanda, dan negara Eropa lainnya. Upaya pendirian logistik halal merupakan hasil dari koordinasi dengan MUI di mana fokusnya adalah halal *cold chain* untuk produk yang menggunakan pendingin seperti daging, makanan olahan, kosmetik, dan obat yang rentan dengan kontaminasi barang yang tidak halal.

”Saat ini konsumen dan masyarakat masih bingung apa itu logistik halal. Kami sebagai anak perusahaan BUMN mencoba menjadi pionir mencoba untuk mendukung implementasi UU 33/2014 agar menjadi *trigger*. Kami tidak melihat pihak lain yang bergabung menjalankan UU 33/2014 hanya sebagai kompetitor, kami justru senang karena kami tidak akan sanggup menangani Indonesia sendirian. Oleh karena itu, semua pemangku kepentingan di pemerintahan (kementerian dari semua sektor), dari sisi praktisi kami akan melibatkan asosiasi logistik.

Ketika semua pihak berkumpul menjadi satu dan membicarakan persoalan halal *cold chain logistics* agar tidak terus digilas oleh Malaysia. Karena cita-cita kami adalah menjadikan Indonesia sebagai kiblat logistik halal di dunia,” kata Sucahyo.

Terkait peran dasar penentuan sertifikasi halal, *Food Biochemistry Division*, Institut Pertanian Bogor (IPB) Sedarnawati Yasni dari perwakilan MUI mengatakan, LPPOM MUI merupakan institusi eksternal yang perannya mengedukasi masyarakat maupun produsen agar memproduksi barang halal. Kehalalan suatu produk harus sesuai dengan ketentuan. Sedangkan untuk transportasi, pihaknya akan menanyakan apakah transportasi itu milik produsen atau milik konsumen.

”Kalau milik produsen sudah kami tentukan kebersehannya dan tidak boleh terkontaminasi dengan barang yang tidak tersertifikasi halal dan kami lihat paletnya. Sesampai di pelabuhan akan disegel dan terjamin dalam sistem jaminan halal. Tugas kami adalah meningkatkan kepedulian produsen terhadap konsumen. Karena komitmen menyediakan produk halal juga merupakan komitmen produsen kepada Tuhan. Kami juga mencegah masuknya barang yang tidak halal,” ujarnya.

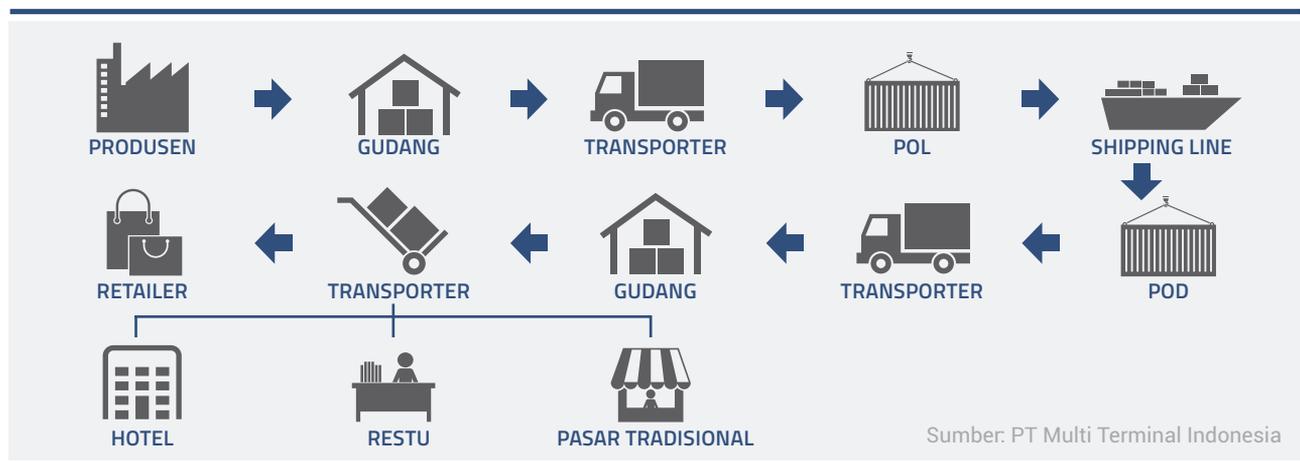
JAMINAN HALAL *COLD CHAIN LOGISTICS*

Sebagai pelaku logistik halal yang pertama di Indonesia, PT Multi Terminal Indonesia telah mendapat sertifikasi dari LPPOM MUI dengan nilai B yang berarti sudah dapat beroperasi. Nilai yang didapat tersebut, memacu Sucahyo agar dapat lebih baik lagi dalam memperbaiki standar kualitas penyedia jasa transportasi halal. Selain itu, penentuan standar halal di Indonesia mengacu pada Pedoman LPPOM MUI HAS23000 (Persyaratan Sertifikasi Halal), HAS 23103 (Pedoman Pemenuhan Kriteria Sistem Jaminan Halal di Rumah Potong Hewan) dan HAS 23201 (Persyaratan Bahan Pangan Halal). Selain itu, pihaknya juga mulai mengikuti International Halal Integrity Alliance Standard (IHAS 0100:2010). Mereka memiliki dua standar karena ingin lebih banyak referensi agar ketika dipersyaratkan di luar negeri perusahaannya sudah siap.

”Sebenarnya MUI sudah melihat adanya potensi bila produk halal itu juga harus diangkut oleh logistik halal. Tapi, permasalahannya MUI bukan pemerintah yang punya *power* sehingga butuh menggandeng *partner* karena berkaitan dengan pembangunan infrastruktur, manajemen untuk halal *cold chain logistics*. MUI berkoordinasi dengan kami karena mereka bukan dari pihak logistik. Sedangkan kami yang memiliki SOP atau ISO dikawinkan dengan dasar penentuan halal dari MUI,” jelas Sucahyo.

Sucahyo menuturkan, hal terpenting yang perlu dilakukan adalah memastikan proses pengiriman barang ke konsumen akhir harus dapat dipastikan kehalalannya. Menurutnya, saat ini kegiatan logistik yang terjadi adalah dari produsen, ada gudang, transporter, *port of loading*, *shipping line*, *port of discharge*, sampai ke konsumen (retail, hotel, restoran, dan pasar tradisional). Tapi, dari masing-masing proses tersebut, kata Sucahyo, belum ada jaminan halal.

Sebagai pionir halal *cold chain logistics*, Sucahyo hanya memfokuskan gudang untuk produk yang sudah dipastikan halal. Ia mengaku sudah banyak menolak tawaran untuk mengangkut produk yang belum dipastikan halal demi komitmen dan tanggung jawab pada masyarakat dan Tuhan.



Menurutnya, yang perlu dipertanyakan dari pengusaha angkutan saat ini adalah apakah pengusaha truk akan mengambil tawaran konsumen untuk memuat daging babi sedangkan di dalam truk tersebut sudah ada daging sapi? Ia juga menuturkan bila sudah ada konsep segregasi di dalam *supply chain* untuk memisahkan antara produk halal dan yang tidak halal.

”Kalau di luar negeri, boleh saja bir diangkut dengan minuman air mineral karena dalam kotak yang berbeda sehingga tidak terjadi kontaminasi. Tapi kalau dalam prinsip syariah, bir tidak boleh dikirim bersama barang yang halal. Keberadaan kami adalah menjamin produk yang sampai ke toko itu juga diangkut oleh transporter yang benar-benar halal. Bahkan ada gambar-gambar perempuan di bak truk itu tidak boleh kalau ikut aturan halal. Kami mencoba memulai dan melihat responsnya seperti apa. Dalam praktiknya kami hanya mengangkut produk yang memiliki sertifikasi halal. Misal kami akan menolak mengangkut daging impor, apabila daging tersebut tidak memiliki sertifikat halal dari negara asal akan kami tolak,” tegasnya.

ONGKOS LOGISTIK LEBIH MAHAL

Sebagai *trigger* untuk mendorong tumbuhnya logistik halal di Indonesia, Suchyo mengaku tidak dapat mematok harga terlalu tinggi untuk jasa pengiriman barang halal. Di sisi lain, ongkos yang dikeluarkan untuk menerapkan standar transportasi halal tidaklah murah. Hal ini membuat berbagai layanan, seperti mencuci kendaraan dengan air tanah liat sebanyak tujuh kali pada kendaraan yang telah digunakan mengirim barang tidak halal atau kendaraan yang diragukan (*subhat*) bersih, hanya menjadi bagian dari servis dan tidak dapat dimasukkan ke dalam *cost*.

Suchyo mengaku bila konsumen di Indonesia masih berfokus di harga. Kemudian, yang membuat pihaknya tidak terlalu

banyak menambahkan biaya pada standar layanan yang ia berikan juga karena masyarakat belum peduli pada pentingnya pengiriman halal. "Sekarang belum sampai di taraf kami lebih mahal atau murah. Kalau di negara lain, harga halal *cold chain logistics* memang lebih mahal dibandingkan dengan angkutan biasa. Saat ini sudah ada UU dan peraturan pemerintah masih dibuat. Kalau PP sudah ada dan BPJPH sudah punya panduan untuk disampaikan ke penyedia jasa logistik, pada saat itu semua pihak, baik konsumen, produsen, dan penyedia jasa logistik lainnya akan berpikir ulang," ujarnya.

Terkait harga layanan halal *cold chain logistics*, Suchyo mengaku tidak ingin mematok keuntungan terlalu besar terlebih dulu. Saat ini fokus utamanya adalah agar konsumennya mengenal terlebih dulu sambil pelan-pelan memberikan edukasi bila *cold chain halal* mendukung produk halal yang akan dikirim ke konsumen meski saat ini tidak ada yang mempersyaratkan.



MRF
TYRES

TELAH TERBUKTI!
IRIT, KUAT,
TAHAN LAMA

Hubungi kami:
EVERSEIKO
0800 1877 777 | www.everseiko.com.sg





Kecelakaan Truk

Mulai Kelalaian Sopir sampai Lolos Uji KIR tanpa Datang

Teks: Abdul Wachid

Foto: Abdul Wachid



Korlantas Polri mencatat sepanjang tahun 2017 terjadi kecelakaan sejumlah 13.702 kasus yang melibatkan angkutan barang. Dari angka tersebut diketahui kelalaian manusia berkontribusi terhadap terjadinya kecelakaan yakni sekitar 68%. Di lain sisi, secara spesifik PT Jasa Marga menyebutkan sebanyak 63% kecelakaan di ruas Tol Jakarta-Cikampek sepanjang tahun 2017 melibatkan angkutan barang. Kondisi tersebut tidak berubah selama empat tahun sebelumnya, kecelakaan tetap didominasi angkutan barang.

Terkait kecelakaan yang terjadi di jalan Tol, temuan Korlantas Polri menyatakan angkutan barang seringkali melanggar standar kecepatan minimal dengan melaju kendaraannya di bawah 20 kilometer per jam. Sehingga berimbas pada perlambatan kendaraan lain yang dampak berikutnya menimbulkan kemacetan. Kondisi semacam ini yang terkadang berkontribusi terhadap terjadinya kecelakaan.

Chrishnanda Dwilaksana, Dirkamsel Korlantas Polri mengatakan, potensi kecelakaan tidak hanya terjadi ketika jalan sedang lengang, tetapi juga saat terjadi kemacetan. "Misalnya, sering terjadinya tabrak belakang akibat pengendara tidak menjaga jarak aman. Truk yang parkir sembarangan di bahu atau badan jalan atau truk yang tak taat lajur. Semuanya dipengaruhi oleh pengemudi yang kurang konsentrasi, mengantuk, etika berkendara yang rendah bahkan mabuk," ujarnya.

Sementara itu, Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo) menilai rangkaian kecelakaan yang terjadi tidak bisa sepenuhnya diarahkan ke pengemudi truk sebagai penyebab utama. Sebab sebagian besar kecelakaan truk khususnya yang terjadi di jalan alteri mayoritas melibatkan pengendara motor. Beberapa kasus kecelakaan yang seperti sepeda motor masuk kolong, benturan samping atau lainnya justru berawal dari kelalaian pengendara motor.

Meski begitu, Kyakmaja Lookman, Wakil Ketua Bidang Distribusi dan Logistik Aprindo mengakui bahwa rata-rata kompetensi berkendara pengemudi truk saat ini masih rendah. Kompetensi berkendara yang dimaksud terdiri dari keterampilan, pengetahuan, dan etika berkendara. "Pengetahuan pengemudi yang kurang terhadap kendaraannya memberi kontribusi terhadap kecelakaan," ungkapnya.

Ia mencontohkan, dalam kecelakaan bus penumpang di tanjakan Emen, Subang Jawa Barat ditemukan fakta bahwa pengemudi tidak menggunakan beberapa alternatif pengereman yang lain. Saat itu diketahui pengemudi hanya mengandalkan rem utama tanpa menggunakan *engine brake* atau *exhaust brake*. Sehingga ketika rem utama mengalami kegagalan maka tabrakan tidak bisa terhindarkan.

Contoh lain, masih banyak pengemudi yang minim pengetahuan tentang *blind spot*, area yang tak terlihat saat mengemudi. “Dalam mengemudi truk, sopir tidak cukup hanya melihat spion. Kalau perlu dia harus menoleh ke arah belakang kendaraan. Ini perlu diwaspadai karena beberapa kejadian kecelakaan sopir truk malah tidak tahu telah bersenggolan dengan kendaraan lain,” kata Kyat.

Diketahui, truk memiliki banyak *blind spot* yang tidak terjangkau kaca spion. Selain itu, pandangan pada truk juga terbatas dan tidak mampu melihat dengan jelas kendaraan yang lebih kecil di sekitarnya. Dalam kasus tertentu penyebab kecelakaan salah satunya pengemudi motor memotong tiba-tiba di depan truk. Kondisi semacam ini sangat memungkinkan terjadi tabrakan sebab truk membutuhkan waktu yang lebih lama untuk pengereman.

Sayangnya, beberapa perusahaan *trucking* yang mengetahui potensi kecelakaan akibat *blind spot* tidak menambahkan alat khusus sebagai upaya pencegahan. “Harusnya perlengkapan *blind spot* dilengkapi perusahaan. Kalau tidak dilengkapi potensi kecelakaan akan terus terjadi. Dalam hal ini pengemudi yang tahu akan hal demikian mestinya meminta alat itu ke perusahaan,” tambahnya.



Soerjanto Tjahjono, Ketua KNKT

Kecelakaan Timbulkan Kebangkrutan

Kyatmaja mengatakan, perusahaan *trucking* saat ini perlu melakukan inventarisir biaya kecelakaan yang pernah dialami. Jika hal itu tidak dilakukan dan kejadian kecelakaan terus berulang dampak buruknya perusahaan bisa mengaami kebangkrutan. Menurutnya, idealnya jumlah kecelakaan yang terjadi di dalam perusahaan *trucking* masih dikatakan wajar jika persentase kejadian hanya tiga persen dari total armada.

Terkait kecelakaan akan menimbulkan kebangkrutan, Kyatmaja memberi gambaran singkat. Hitungannya, satu kali kejadian kecelakaan fatal bisa menghabiskan biaya sampai ratusan juta rupiah bahkan lebih. Biaya itu diperuntukkan untuk perbaikan kendaraan, ganti rugi kepada korban atau santunan bagi korban yang meninggal. Selain itu, perusahaan *trucking* akan terbebani dengan premi asuransi kecelakaan jika mengharuskan menggunakan asuransi komprehensif.

“Kalau asuransi TLO biaya preminya Rp 5 juta per tahun. Sedangkan untuk yang komprehensif bisa sampai Rp 25 juta per tahun. Misalnya pakai asuransi komprehensif pasti ada yang merasa keuntungannya tergerus,” ungkapnya.

Selama ini perusahaan *trucking* hanya mengandalkan asuransi sebagai instrumen antisipasi kecelakaan. “Upaya preventif yang dilakukan kebanyakan hanya mengadakan asuransi. Pengemudi diikutkan pelatihan *safety riding*, *boro-boro*. Kendaraan dibuat selalu layak jalan, *boro-boro*,” katanya.

Kyatmaja menilai beberapa perusahaan *trucking* bisa saja mengalami *zero accident*. Hal itu bisa dicapai oleh perusahaan *trucking* sepanjang perusahaan tersebut memiliki manajemen perawatan kendaraan yang baik. Ditambah perusahaan memfasilitasi pengemudi untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan etika berkendara lewat pelatihan.

Perusahaan tersebut juga memiliki komitmen untuk tidak melanggar aturan, tidak melakukan praktik overload atau overdimensi.



Ahmad Yani, Direktur Pembinaan Keselamatan Ditjen Perhubungan Darat

Potensi Kecelakaan di Jalan Tol

Sampai dengan tahun ini Tol Trans Jawa telah bisa digunakan dari Merak hingga Surabaya. Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) memberikan catatan kepada pihak Direktorat Jenderal Perhubungan Darat dan Korlantas Polri terkait potensi kecelakaan yang terjadi. Menurut Soerjanto Tjahjono, kedua lembaga tersebut perlu mengadakan *Hazard Identification Risk Analysis* (HIRA) atau identifikasi bahaya dan risiko kecelakaan.

“Salah satu antisipasi terjadinya kecelakaan melalui identifikasi *hazard* dan menumbuhkan *safety culture*. Tanpa ada keduanya sulit untuk mengurangi angka kecelakaan truk. Setelah terjadi berhasil dikenali perlu dilakukan upaya mitigasi guna mengurangi atau bahkan menghilangkan potensi kecelakaan,” ujarnya.

Kendaraan tidak Uji KIR

Beberapa kejadian kecelakaan terutama di jalan tanjakan penyebabnya diakibatkan rem blong yang sumber masalahnya adalah praktik *overloading* dan *ovedimensi*. Chrishnanda mengatakan, bentuk pelanggaran tersebut tidak bisa dijadikan hanya satu faktor utama penyebab kecelakaan. “Selalu kalau ada kecelakaan penyebabnya rem blong, ban meletus dan as patah. Jarang ditarik ke belakang apa sebenarnya penyebab utamanya. Bagaimana perawatan kendaraannya, *maintenance record* kendaraan seperti apa. Siapa yang paling tanggung jawab?” terangnya.

Terlebih jika melihat catatan Aprindo menunjukkan bahwa sekitar 46% angkutan barang di Jakarta tidak melakukan uji KIR. Menjawab fakta tersebut, Ahmad Yani, Direktur Pembinaan Keselamatan Ditjen Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan mengatakan, pihaknya mengakui bahwa pelaksanaan uji KIR saat ini belum berjalan optimal.

“Pelaksanaan uji KIR di kawasan Jakarta masih sesuai prosedur walaupun memang kapasitas sudah melampaui batas. Kami pun mengakui di beberapa daerah pelaksanaannya jauh lebih parah. Terkadang kendaraan tanpa perlu datang ke lokasi uji KIR sudah bisa lolos uji,” kata Yani.

Meski demikian, atas permasalahan itu lembaganya tidak tinggal diam. Sejak tahun lalu Menteri Perhubungan secara terbuka memberikan kesempatan terhadap pihak swasta untuk membuka uji KIR. Sejauh ini telah ada sekitar 105 perusahaan yang mengajukan untuk menyelenggarakan uji KIR swasta.



Chrishnanda Dwilaksana

Dirkamsel Korlantas Polri

Soerjanto meyakini upaya tersebut harus dilakukan mengingat potensi kecelakaan di jalan tol tetap ada, sebab umumnya mengendarai di jalan tol memicu pengemudi untuk melajukan kendaraannya lebih cepat. Hal semacam itu juga memiliki potensi kecelakaan ketika pengemudi memacu kendaraan lebih dari batas maksimum.

Ia menambahkan, dengan nantinya telah beroperasi Tol Trans Jawa potensi kecelakaan juga bisa berasal dari *fatigue* atau kelelahan berkendara jarak jauh. "Jalannya memang bagus. Permasalahannya tempat istirahat ketika sudah masuk di tol ada *nggak*? Memadai jumlah dan fasilitasnya? Ini yang perlu diperhatikan dampaknya," katanya.

Menanggapi hal itu, Yani mengklaim telah berupaya mendorong penyelenggara jalan tol agar memperbanyak *rest area*. Ia pun mengakui bahwa pengemudi truk harus istirahat setiap empat sekali dengan durasi istirahat minimal setengah jam.

"Harus dihitung benar-benar sampai berapa kilometer penyediaan *rest area* dan titik mana saja yang ideal dibutuhkan untuk dibangun. Misalnya, perjalanan dari Jakarta ke Surabaya pasti ada titik lelahnya, atau rute Jakarta ke Sumatera. Titik lelahnya di mana? Harus dihitung betul," tutupnya.



Mesin yang selalu bekerja, menandakan bisnis Anda selalu berjalan. Jika ada kendala pada mesin kendaraan Anda, akan berpengaruh terhadap bisnis dan nama baik Anda. Mobil Delvac™ pelumas mesin diesel untuk tugas berat tak hanya melindungi mesin kendaraan Anda, tapi juga diformulasikan agar mesin tetap awet. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.mobildelvac.com

Mobil Delvac
Performa oleh ExxonMobil

90 years

Mobil Delvac
MAX
15W-40
18.5 Liter (4.0 Gallon)

Menjaga Kendaraan dan Bisnis Anda selalu berjalan.

Lebih lanjut <http://mobil.com>
untuk informasi distributor kunjungi www.exxonmobil.com/distributorlocator atau hubungi pelumas@exxonmobil.com

© 2017 Exxon Mobil Corporation. Seluruh merek yang digunakan adalah merek dagang atau merek dagang terdaftar milik Exxon Mobil Corporation atau salah satu anak perusahaannya.



Kesadaran Keselamatan Pengusaha Rendah

Teks: Abdul Wachid / Foto: Abdul Wachid



Terhitung tahun 1997 lebih dari 2.000 orang pengemudi angkutan barang mengikuti pelatihan Defensive Driving bersama Indonesian Defensive Driving Center (IDDC). IDDC merupakan salah satu lembaga pelatihan yang mewadahi pengemudi agar memiliki keterampilan, pengetahuan, dan etika berkendara yang benar. Di sisi lain, data Korlantas Polri menyebutkan tahun 2013 tercatat 5.156.362 mobil barang telah teregistrasi.

Diperkirakan jumlah pengemudi angkutan barang melebihi jumlah kendaraan yang ada. Sayangnya, jika merujuk kedua data tersebut menandakan jumlah pengemudi yang mengikuti pelatihan terbilang sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah kendaraannya. Menurut Sugiarto Wiyono, *Senior Instructor* IDDC, adanya fakta tersebut menandakan bahwa kesadaran perusahaan *trucking* terhadap *defensive and safety driving* sangat rendah.

“Peran pemilik barang berpengaruh untuk memberikan kesadaran tentang pentingnya *defensive and safety driving* kepada pemilik truk sekaligus pengemudinya. Namun, sekarang kondisinya pengusaha masih berusaha menekan biaya serendah mungkin untuk memperoleh penghasilan semaksimal mungkin. Mereka masih berpikir memberikan kesadaran identik dengan penambahan biaya,” ungkapnya.

Meski begitu, lanjut Andrianto, beberapa perusahaan 3PL memberlakukan kewajiban bagi mitranya yang akan bergabung wajib memiliki pengemudi yang pernah mengikuti pelatihan atau bahkan lulus ujian *defensive driving*. “Dengan adanya peraturan seperti ini maka mau tak mau pengusaha transportasi tersebut akan memberikan pelatihan *defensive driving* untuk para pengemudinya,” katanya.

Sementara itu, terkait kesadaran perusahaan *trucking* yang rendah juga disampaikan Eddy Suzendi, Ketua Umum Himpunan Profesi Pengemudi Indonesia (HPPI) Jawa Barat. Menurutnya, untuk peningkatan kompetensi pengemudi masih jarang karena belum adanya aturan yang mewajibkan setiap pengemudi memiliki kompetensi yang sesuai dengan beban kerjanya.

“Fakta yang terjadi saat ini beberapa lokasi mengharuskan pengemudi bersertifikat terutama angkutan barang, berbahaya dan beracun (B3). Sebab Pertamina selaku klien mengharuskan pengemudinya bersertifikat. Jadi perusahaan *trucking* sebagai mitra akan berusaha menyekolahkan para pengemudi untuk memperoleh sertifikat itu,” tutur Eddy.

Menanggapi permasalahan tersebut, Ahmad Yani, Direktur Pembinaan Keselamatan Ditjen Perhubungan Darat, Kementerian Perhubungan menyatakan, kewajiban perusahaan *trucking* untuk mengikutkan pelatihan mengemudi atau sertifikasi belum ada. Meski demikian, pihaknya telah melakukan upaya sebagai bentuk pencegahan dengan mewajibkan perusahaan *trucking* menerapkan Sistem Manajemen Keselamatan (SMK).

Kewajiban menerapkan SMK tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Keselamatan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Di mana perusahaan *trucking* wajib membuat, melaksanakan, dan menyempurnakan sistem manajemen keselamatannya. “Sekarang kami terus melakukan sosialisasi kepada pengusaha. Nantinya jika benar-benar sudah berlaku bagi pelanggar akan dikenakan sanksi. Dari mulai sanksi tertulis berupa teguran sampai pencabutan izin,” ujarnya.



**Andrianto Sugiarto
Wiyono**

Senior Instructor IDDC

Keselamatan Dianggap Beban Biaya

Menurut Adrianto, kata kunci dalam definisi *defensive driving* adalah “perilaku” dan “masalah”. Misalnya, perilaku pengemudi menjadi penyebab suatu masalah di jalan bahkan sampai dengan mengganggu pengguna jalan lain maka dapat dikategorikan bukan sebagai pengemudi yang *defensive*.

“Misalnya, kita tidak melakukan pengecekan rutin kendaraan, kemudian di jalan kendaraan kita mogok. Dengan mogok tersebut menjadi penyebab kemacetan dan mengganggu pengguna jalan lain. Di situ kita bukan seorang yang berperilaku *defensive* dalam berkendara. Jika mogok saja sudah bukan merupakan perilaku yang *defensive*, apalagi sampai perilaku yang menyebabkan kecelakaan,” ujarnya.

Dari sisi perusahaan juga bisa diketahui bahwa perusahaan tersebut tidak berperilaku *defensive driving*. Temuan IDDC banyak perusahaan *trucking* yang tidak menyediakan *safety belt* pada setiap armadanya. “Pengusaha berpikir tidak perlu karena harus mengeluarkan biaya untuk tambahan *safety belt* tersebut. Menariknya penegakan aturan tentang *safety belt* ini pun tidak terlalu ketat untuk kendaraan angkutan barang maupun angkutan umum,” terang Adrianto.

Lain halnya Adrianto, Eddy memiliki pandangan lain terkait penerapan *defensive driving*. Menurutnya, pengemudi *defensive* adalah pengemudi yang bisa mengendalikan emosi dan tidak mudah terprovokasi dalam menyikap kondisi eksternal. Memiliki kewaspadaan terus-menerus dan antisipasi terhadap pengendara lain. Pengemudi juga harus memahami dan menerapkan *alertness, awerness, antisipation dan attitude*.

Sebagai gambaran, Eddy mencontohkan kasus kecelakaan diakibatkan pengemudi yang berperilaku *defensive*. Ia mencontohkan kasus kecelakaan bus penumpang di tanjakan Emen, Subang Jawa Barat yang terjadi beberapa waktu lalu. Menurutnya, saat itu pengemudi ketika jalan menurun menggunakan posisi gigi transmisi yang tinggi padahal seharusnya sebaliknya.

Tindakan tersebut menimbulkan rem utama akan terus-menerus digunakan. Kondisi ini berakibat komponen-komponen yang ada pada rem akan terjadi pemanasan yang berlebihan. “Fluida akan mendidih pnaumatik atau angin akan habis karena terus-menerus digunakan. Begitu pula sepatu rem menjadi panas berlebihan dan ini berakibat terjadinya kegagalan pada fungsi rem,” ungkap Eddy.

Jam Istirahat tidak Lazim

Perilaku tidak *defensive* lainnya adalah jam mengemudi yang berlebihan dan istirahat yang kurang. Di dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan tertulis bahwa waktu istirahat telah diatur. Bahwa dalam sehari maksimum waktu mengemudi adalah delapan jam dengan waktu jeda setiap empat jam dan waktu istirahat tersingkat adalah 30 menit. Waktu tersebut dapat diperpanjang maksimum 12 jam termasuk dengan waktu istirahat.

Adrianto mengungkapkan, *American Automotive Association* menyarankan beristirahat 10-15 menit setiap dua jam berkendara. Sementara penelitian Howard & Joint menyebutkan jeda waktu mengemudi yang baik adalah setiap tiga jam dan tidak lebih dari 450 kilometer berkendara dalam sehari.

"Waktu istirahat yang dimaksud adalah tidur bukan sekadar beristirahat tidak mengemudi. Tidur dalam kurun waktu 30-60 menit merupakan salah satu cara untuk menyegarkan kembali badan. Hal ini biasa dikenal dengan *power nap*. Namun fakta di lapangan berkata lain, pengemudi jam mengemudinya banyak yang di luar batas dan istirahatnya asal-asalan," tuturnya.

Hal senanda disampaikan Eddy. Menurutnya, secara biologis tubuh manusia punya ketahanan makanya mengemudi disarankan paling lama delapan jam dalam sehari dengan ketentuan memiliki waktu istirahat. "Tidur sangat penting untuk mengistirahatkan seluruh organ tubuh mulai dari mata, telinga, dan lainnya walau hanya 15 menit itu sudah membuat kita bugar," imbuhnya.

Dari sisi perusahaan *trucking*, perilaku *defensive* lain yang tidak diterapkan ialah inspeksi pra-kendara. Adrianto mengatakan, tindakan tersebut merupakan salah satu bagian yang memengaruhi keselamatan di jalan. Umumnya inspeksi pra-kendara yang dilakukan bisa menggunakan rumus POWER yang merupakan singkatan dari *Petrol, Oil, Water, Electrical, Rubber*.

"Secara khusus dalam melakukan *ramp check* sebaiknya mengacu kepada Peraturan Dirjen Hubdar tentang Pedoman Pelaksanaan Inspeksi Keselamatan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Di dalamnya terdapat tiga unsur pengujian, yaitu administrasi, teknis utama, dan teknis penunjang. Di dalam setiap unsur teknis terdapat sub-unsur yang harus diinspeksi seperti sistem pengereman, sistem penerangan, dan dimensi muatan," tutupnya.



Eddy Suzendi

Ketua Umum Himunan Profesi
Pengemudi Indonesia

INOVASI BERKELANJUTAN DUNIA OTOMOTIF



Selama lebih dari 130 tahun, evolusi yang berlangsung di industri otomotif selalu didorong oleh satu hal, inovasi dalam TEKNOLOGI.

- Teknologi mobil langkah berikutnya adalah **mobil otonom**
- Menurut Forbes, pada **2020** akan ada 10 juta mobil otonom



**MOBIL
OTONOM**

- Teknologi yang membantu pengemudi dengan pengereman, kontrol kecepatan, dan bahkan saat menuruni bukit curam
- **Fitur keselamatan aktif** ini secara signifikan membantu mengurangi jumlah kecelakaan



**DRIVING
ASSISTANCE
TECHNOLOGIES**

- Teknologi Hybrid, Plug-in Hybrid, Fuel-Cell dan Electric Vehicles yang menjadi inovasi teknologi hijau kendaraan



**TEKNOLOGI
HIJAU**

Dari masa ke masa industri otomotif terus berkembang dan berinovasi melalui teknologi. Mobil kini telah dilengkapi dengan inovasi teknologi canggih

**MOBIL
PERTAMA**

- Diciptakan pada tahun **1886**
- Oleh **Karl Friedrich Benz**
- Design roda tiga
- Mesin empat silinder
- Menghasilkan kecepatan maksimal **400 putaran per menit**

GAIKINDO Indonesia International Auto Show selalu menjadi ajang yang memamerkan inovasi yang mengubah industri otomotif, dan akan terus mendorong industri otomotif Indonesia untuk menghadirkan yang terbaik dari teknologi dan produk mereka di GIIAS.

GIIAS akan selalu memberi ide dan inspirasi untuk meningkatkan kualitas hidup. Menyambut masa depan, menyambut Beyond Mobility.

the 26th
GAIKINDO
INDONESIA INTERNATIONAL
AUTO SHOW
02-12 AUG'18
ICE-BSD CITY



Teks & Foto: Antonius Sulistyo

Layanan Telematik APM dalam Bisnis Trucking



Seiring tuntutan dalam persaingan bisnis transportasi barang, di mana para penyedia layanan transportasi logistik dituntut untuk dapat memberikan servis seefisien mungkin dan di sisi lain mesti terus memaksimalkan utilitas armadanya dalam operasional, dibutuhkan sistem pendukung dalam manajemen armada angkutannya yang disebut dengan sistem telematik. Istilah telematika atau telematik mengacu pada pengertian integrasi antara sistem telekomunikasi dan informatika. Secara umum, telematik dipakai untuk sistem navigasi atau GPS (*global positioning system*) sebagai bagian integral dari teknologi *mobile communication*. Secara lebih spesifik, integrasi sistem telekomunikasi dan informatika ini berkaitan dengan pengiriman, penerimaan dan penyimpanan informasi dengan menggunakan peralatan telekomunikasi dan istilah telematik kerap dipakai dalam bidang kendaraan dan lalu lintas.

Salah satu pabrikan truk yang memelopori penggunaan sistem teknologi telematik dalam sistem manajemen armada atau *fleet management system* adalah Isuzu. "Sistem telematik Mimamori dari Isuzu pertama kali diperkenalkan di dunia pada tahun 2011, dan secara resmi dipasarkan di Indonesia pada tahun 2015. Mimamori ini menjadi salah satu solusi untuk *fleet management system*, dan perlu diketahui bahwa pertama kali yang menemukan sistem telematik untuk truk ini adalah Isuzu," kata Istadi, *Sales Support Dept. Head* PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI), agen pemegang merek (APM) kendaraan Isuzu di Tanah Air.

Istadi menjelaskan, layanan Mimamori dari Isuzu ini memungkinkan penggunanya untuk dapat mengetahui tentang aspek *eco driving* (mengemudi dengan efisien) dan *safety driving* (mengemudi dengan mengutamakan aspek keamanan). "*Eco driving* di sini untuk mengetahui *fuel consumption* dari kendaraan itu sendiri, dan keakuratan Mimamori untuk *fuel consumption* ini 99,9 persen karena mengambil sumber data bahan bakarnya langsung dari ECU (*engine control unit*). Mengingat salah satu pengeluaran terbesar dalam logistik adalah biaya bahan bakar untuk transportasi logistik, di mana hampir sekitar 40-50 persen biaya operasional logistik habis untuk biaya bahan bakar. Nah, yang bisa kita kontrol adalah biaya bahan bakarnya, dengan memperbaiki prosesnya melalui fitur *eco driving* pada Mimamori," ujarnya.



Istadi,

Sales Support Dept. Head
PT Isuzu Astra Motor Indonesia

Product Bundling

Beberapa APM truk di Indonesia sudah menawarkan paket layanan telematik yang di-*bundling* bersama produk jualannya sejak beberapa tahun lalu, seperti Isuzu dengan Mimamori-nya serta UD Trucks dengan layanan *telematics gateway* andalannya, yakni UD Telematics. Begitu pasar merespons positif akan kehadiran layanan berbasis internet dan satelit ini, pemain besar lainnya seperti Mitsubishi Fuso pun ikut menggelontor produk telematik dengan nama Fuso Runner. Sementara Hino saat ini juga tengah menyiapkan layanan sejenis untuk produk-produk yang dijual di Indonesia. "Pada prinsipnya untuk fitur telematik, Hino sudah memilikinya. Karena dari *principal* kami di Hino Jepang sudah ada dan digunakan pada truk-truk yang ada di sana. Untuk itu, saat ini kami masih dalam proses studi dan pengembangan untuk diimplementasikan pada truk-truk Hino yang ada di Indonesia. Kami berharap secepatnya bisa kami hadirkan di sini," ujar Santiko Wardoyo, Direktur Penjualan dan Promosi PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI) selaku APM truk Hino di Tanah Air.

Strategi *product bundling* atau menggabungkan penjualan layanan telematik bersama produk utamanya, kini mulai diterapkan oleh masing-masing APM truk di Indonesia. Seperti PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) sebagai *authorized distributor* truk Mitsubishi Fuso dan Colt Diesel/Canter di Indonesia, sejak awal tahun 2018 lalu telah memasang layanan Fuso Runner pada produk truk Mitsubishi produksi Januari 2018. "*Saat ini Runner telematics system* sudah langsung terpasang atau *built-in* dalam bentuk OEM pada kendaraan mulai produksi Januari 2018, baik untuk Colt Diesel maupun Fuso. Jadi konsumen tinggal melakukan aktivasi dengan masuk ke web-nya Runner dan kami kasih *user name* dan *password* untuk *log in*, dan konsumen langsung bisa *monitoring* armadanya dan menggunakan semua fitur yang disediakan Runner *telematics system* dengan syarat harus terkoneksi jaringan internet," kata Budi-man Sayuti, *Deputy Group Head Field Group Sales and Marketing Division* KTB.

Budiman menambahkan, bagi konsumen pemilik truk Mitsubishi Fuso produksi di bawah tahun 2018 yang ingin menggunakan *Runner telematics system* perlu sedikit bersabar. Pasalnya, menurut Budiman, saat ini KTB sedang mempelajari untuk menjadikan produk Fuso Runner ini sebagai *part item* atau sebagai opsi aksesori yang kemungkinan butuh modifikasi di bagian *wiring*-nya. "Memang ada permintaan seperti itu dan kami sedang mempelajarinya terlebih dahulu. Untuk harganya sendiri, biaya aktivasi Fuso Runner selama satu tahun pertama masih *free* dan setelah itu akan dikenakan biaya tahunannya, namun kami belum menentukan besarnya berapa. Estimasinya per bulan di bawah Rp 100.000 lah, itu setelah *free* satu tahun ya," imbuh Budiman.

Product bundling untuk layanan telematik juga diterapkan Isuzu Indonesia, meski saat ini baru sebatas pada seri produk tertentu. Menurut Istadi, Mimamori sejak awal dipasarkan mulai 2015 hingga akhir 2017 memang dijual secara terpisah. "Tetapi sejak 2018 sudah dipasangkan secara *bundling* pada tipe GVR dan GVZ untuk yang tipe *tractor head* kategori tiga atau medium truk. Kenapa saat ini dipasangkan pada tipe tersebut? Karena kami mengacu pada regulasi pemerintah bahwa kendaraan pengangkut peti kemas harus dilengkapi dengan alat pengatur otomatis untuk mengawasi kendaraan, sehingga dipasangkanlah Mimamori ini. Selain itu, Mimamori baru bisa dipasangkan pada Isuzu Giga series bermesin *common-rail injection*," ujarnya. Untuk truk Isuzu yang belum *common-rail*, kata Istadi, belum bisa memakai Mimamori lantaran sistem telematik Isuzu ini membaca seluruh data dari ECU. Sebab menurutnya, seluruh sistem pada mesin termasuk kapan bahan bakar harus disemprotkan ke dalam ruang bakar, semuanya benar-benar dikontrol melalui ECU.

"Oleh sebab itu, sistem Mimamori ini membaca data dari ECU untuk mengetahui *fuel consumption*-nya. Sehingga kami berani katakan keakuratan Mimamori ini 99,9 persen. Saat ini biaya aktivasi layanan telematik Mimamori sebesar Rp 1,8 juta per tahun. Untuk alatnya sendiri memang saat ini masih *bundling* dengan tipe GVR dan GVZ, di luar tipe tersebut *customer* harus beli sendiri modul Mimamori-nya dengan harga Rp 5,5 juta dengan *support* atau dengan harga khusus dari IAMI. Tetapi ke depannya, IAMI juga akan mengembangkan untuk bisa *di-bundling* ke semua tipe yang sudah *common-rail*," ujar Istadi.



Budiman Sayuti,

Deputy Group Head Field Group
Sales and Marketing Division KTB

Sedangkan UD Trucks Indonesia melalui distributor resminya Astra UD Trucks, juga memasarkan layanan UD Telematics secara *bundling* alias sudah terpasang pada unit kendaraan yang dipasarkannya. "Semua truk UD Quester yang dijual di Indonesia sudah *built-in* TGW (*telematics gateway*). Secara investasi sebenarnya tidak mahal untuk UD Telematics yang sudah terpasang di truk, cukup membayar biaya abonemen per tahun dan untuk aktivasi sebesar Rp 3.630.000 sudah termasuk PPN. Sekarang ini truk yang kami jual sudah termasuk *free* abonemen UD Telematics selama satu tahun, setelah *free* setahun untuk perpanjang aktivasi cukup membayar RP 3,3 juta untuk satu tahun ke depan," kata Winarto Martono, *Chief Operation Officer* Astra UD Trucks.

Membantu Pengoperasian Transportasi

Sebenarnya konsep *eco driving* sudah diterapkan oleh hampir semua pabrikan truk dunia, yang salah satu alasannya juga demi menekan kadar emisi gas buang untuk menciptakan kendaraan lebih ramah lingkungan. Konsep ini pun diaplikasikan dalam sistem telematik oleh para pabrikan kendaraan komersial di dunia, yang berujung pada kemunculan aneka peranti pendukung layanan terkait produknya dengan menonjolkan beragam fitur yang esensinya selain untuk mengoptimalkan *eco driving* juga untuk memudahkan kontrol pemilik terhadap kendaraan, sopir, serta barang yang diangkutnya.

Fitur-fitur yang disediakan dalam sistem telematik versi APM ini seperti pengaturan *job order* termasuk informasi-informasi secara umum seperti jarak tempuh, gaya mengemudi, jadwal perawatan, dan konsumsi bahan bakar. "Salah satu fitur yang diunggulkan seperti *monitoring* terhadap gaya mengemudi yang ada dalam fitur *driver management*, di mana kita bisa melakukan monitoring atau mengetahui cara penggunaan kendaraannya mulai dari cara belok yang dilakukan *driver*, cara pengereman, cara dia *ngegas*, atau apakah kerap melakukan *speeding*. Sehingga *customer* bisa mengetahui karakter mengemudi dari *driver* mereka, dan hal ini berkaitan dengan keamanan dan keselamatan baik untuk sopirnya maupun terhadap aset mereka yakni truk itu sendiri serta barang yang diangkut," ujar Budiman Sayuti.

Mimamori menawarkan fitur *multiple driver* dan *driving habit* yang dapat memantau perilaku mengemudi dari para sopir truknya. "Kalau selama ini hanya berfokus pada *eco driving*, yang hanya berfokus pada berapa *sih* konsumsi bahan bakarnya? Tetapi prosesnya dari mana? Prosesnya adalah dari *habit* atau kebiasaan si pengemudi itu sendiri. Kalau *habit* pengemudinya tidak bagus otomatis hasilnya juga tidak akan bagus, dan Mimamori ini bisa membaca kebiasaan mengemudi si sopir. Seperti bagaimana si sopir itu pindah gigi di rpm berapa, atau pengeremannya pada kecepatan berapa, itu semua bisa terbaca oleh fitur Mimamori," kata Istadi. Melalui Mimamori ini, lanjut Istadi, diharapkan perusahaan-perusahaan pengguna Isuzu dapat menerapkan sistem *scoring* terhadap perilaku mengemudi sopirnya. "Tujuannya juga bisa dipakai untuk menerapkan sistem insentif bagi sopir angkutannya yang tidak menganut sistem borongan, sekaligus buat mengukur kinerja mereka juga," ujarnya.

"Pada prinsipnya penggunaan telematik untuk efisiensi biaya operasional *customer* seperti posisi keberadaan truk, jarak tempuh, dan kecepatan truk saat dikendarai. Selain itu, ada beberapa fitur lainnya yang kami kembangkan yang dapat memberikan nilai lebih bagi bisnis konsumen kami. Untuk layanan telematik akan berpotensi ke depannya, dikarenakan sistem layanan telematik ini membantu pengoperasian transportasi lebih mudah, menguntungkan serta efisien bagi pengendara," kata Santiko Wardoyo.

Sementara itu bagi UD Trucks Indonesia, prospek terhadap layanan telematik ke depannya diyakini akan potensial. "Karena dunia transportasi barang di Indonesia akan lebih percaya pada perusahaan angkutan yang profesional, dan tentunya sangat membutuhkan sistem telematik ini. Lama kelamaan pengusaha *trucking* yang tradisional akan tergerus seiring kemajuan teknologi, karena ke depan semuanya pasti mengharuskan untuk menggunakan sistem monitoring berbasis IT seperti *telematics system* ini," ujar Winarto Martono.

"Meningat saat ini sudah masuk *new era* di mana hampir seluruh aspek kehidupan kita saat ini serba digital dan serba *online*, maka produk *Runner telematics system* ini yang dibutuhkan konsumen saat ini dan di masa depan. Karena ke depannya inilah yang dibutuhkan konsumen, bukan hanya truk yang bisa diandalkan namun juga bagaimana kita bisa memonitor truk agar dapat bekerja lebih efektif dan efisien untuk kepentingan bisnis yang lebih baik tentunya," kata Budiman Sayuti.



ZARONI

Tren Hijab:

Perspektif *Supply Chain & Logistics*



Dalam satu dekade terakhir, kita menyaksikan kaum perempuan banyak memakai hijab. Hijab tidak hanya menunjukkan jati diri pemakainya sebagai muslimah, namun hijab telah menjadi bagian dari *fashion* yang semakin *stylish*, trendi, modern, dan *colorful*. Semakin banyak wanita muslimah memakai hijab ketika pergi ke sekolah, kampus, kantor, pasar, mal, dan bersosialisasi dengan komunitas. Hijab tidak sekadar kerudung, namun hijab sebagai busana muslimah sesuai kaidah-kaidah ajaran Islam. Fenomena seperti ini berbeda 10 atau 15 tahun lalu. Dulu pemakai hijab identik dengan santriwati atau ibu-ibu yang memakainya saat pengajian.

Menarik untuk kita cermati, banyaknya pemakai hijab ini tidak lepas dari perubahan nilai-nilai yang terjadi pada konsumen muslim, utamanya konsumen muslim kelas menengah (Yuswohady et al, 2015). Menurut Yuswohady, ada dua perubahan nilai-nilai yang paling mendasar pada konsumen kelas menengah muslim saat ini.

Pertama, semakin pentingnya nilai-nilai religiusitas dalam kehidupan sehari-hari. Kesadaran kaum muslim untuk menerapkan syariaah ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari semakin meningkat, termasuk kesadaran dalam memakai hijab bagi kaum perempuan. Selain itu, kita juga melihat kaum muslim semakin menyadari pentingnya pilihan produk makanan-minuman dan kosmetik yang halal dan *thoyib* – berkualitas baik dan *hygienic*.

Kedua, terjadinya fenomena kaum muslimah memakai hijab karena didorong oleh cara berpikir yang semakin terbuka terhadap berbagai perubahan yang ada, seperti teknologi dan fesyen. Wawasan atau pengetahuan perempuan muslim yang semakin tinggi dan koneksi sosial yang luas membuat pola pikir mereka semakin terbuka. Keterbukaan dalam cara berpikir ini memengaruhi mereka dalam memilih produk dengan pertimbangan rasional dan memperhatikan kaidah-kaidah ajaran Islam.



Dr. Zaroni, CISCIP., CFMP.
Head of Consulting Division Supply
Chain Indonesia

Selain itu, di tempat kerja, sekolah, kampus, bahkan kini di lingkungan kerja TNI dan Polri semakin menerima dan toleran terhadap pemakai hijab. Tidak ada lagi larangan dan batasan perempuan muslimah yang berhijab. Akibatnya, kini kita menyaksikan hampir sebagian besar perempuan muslimah memakai hijab untuk berbagai aktivitas. Hijab telah menjadi suatu kebutuhan dan kesadaran.

Permintaan hijab yang semakin meningkat mendorong penawaran produk hijab yang beragam. Baik dari kualitas, mode, motif, maupun harga. Permintaan telah menciptakan penawaran, demikian ekonom John Maynard Keynes (1883-1946) pernah berujar. Kenaikan permintaan hijab memicu pasar untuk memproduksi hijab, mulai dari produksi skala *home industry*, usaha kecil, dan menengah sampai produksi pabrikan. Bahkan kita menyaksikan berbagai busana muslimah bermerek bermunculan seperti Dian Pelangi, Aprilia, Normamoi, Irna La Perle, Zoya, Shafira, Rabbani, Ukhti, dan lain-lain. Produk busana muslimah dengan merek-merek ini sangat diminati pasar, sehingga harganya pun cukup mahal.

Kunci Keberhasilan

Di Indonesia, pasar produk hijab – termasuk busana muslimah memang sangat menarik. Tidak saja karena populasi perempuan muslimah yang cukup besar di negeri ini (kini jumlah konsumen muslim mencapai 87% dari seluruh penduduk Indonesia) serta kesadaran perempuan muslimah untuk memakai busana muslim, namun saat ini banyak penduduk muslim berada di kelas menengah (*middle-class Muslim*). Mereka, konsumen muslim kelas menengah ini, memiliki daya beli, wawasan, pengetahuan, dan komunitas sosial yang luas, sehingga permintaan produk hijab, kosmetik, dan asesoris busana muslimah yang berkualitas dan merek ternama terus meningkat.

Produk hijab telah memberikan banyak kesempatan bagi pengusaha kecil dan pemula (*start-up*) untuk memproduksi dan memasarkan hijab dan busana muslimah. Lapangan kerja pun terbuka, karena sebagian besar hijab dan busana muslimah diproduksi dengan mempekerjakan banyak tenaga kerja, mulai dari desainer, penjahit, distributor, dan penjual retailer.

Permintaan produk hijab dan busana muslimah tetap ada dan kecenderungannya semakin meningkat. Tingkat kompetisi produsen hijab dan busana muslimah pun semakin tinggi dengan banyaknya pelaku usaha di produk ini. Karenanya, produsen produk hijab dan busana muslimah perlu meningkatkan keunggulan daya saingnya agar produknya tetap diminati konsumen.

Bagaimana meningkatkan daya saing produk? Porter (1985), ahli manajemen strategi dari Harvard University, memberikan nasihat bahwa untuk unggul dalam pasar, produk harus unik (*differentiation*) dan diproduksi dengan biaya rendah (*cost leadership*).

Produk dikatakan unik bila konsumen pemakai produk tersebut memosisikan berbeda dengan produk lain yang ditawarkan oleh produsen lain. Keunikan produk ini bisa disebabkan oleh kualitas, karakteristik produk, bahan baku produk, motif, corak warna, mode, *style*, dan lain-lain. Terlebih produk *fashion*, keunikan produk menjadi hal penting.

Selain produk harus unik, produsen harus mampu memproduksi suatu produk dengan biaya yang paling rendah. Biaya rendah memungkinkan produsen memperoleh margin yang mencukupi meski dengan harga jual yang sama dengan pesaing. Dengan margin yang memadai, produsen dapat mengalokasikan bagian margin ini untuk riset, pengembangan, dan inovasi produk.

Saat ini, keunggulan daya saing produk tidak cukup hanya kualitas dan biaya yang rendah. Dalam perspektif *supply chain* dan *logistics*, selain produk yang berkualitas dan biaya yang rendah, perusahaan harus responsif, andal (*reliable*), dan lincah (*agile*) dalam memenuhi dan mengantisipasi perubahan pasar (Fernie & Spark, 2014).

Produk hijab dan busana muslimah termasuk kategori produk *fashion*. Produk *fashion* selain memberikan manfaat fungsional, produk *fashion* harus mewakili aspirasi dan nilai-nilai pemakainya. Dalam beberapa konsumen, bahkan produk *fashion* menunjukkan kemewahan (*luxury*).

Pengusaha produk hijab dan busana muslimah perlu menetapkan siapa target konsumennya untuk perumusan strategi *positioning*, *branding*, dan *differentiation* produk. Pemahaman nilai-nilai (*psychographics*), perilaku (*behavior*) dari konsumen pemakai hijab dan busana muslimah menjadi hal penting, tidak sekadar data demografis seperti kelompok umur, status sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan lain-lain. Kondisi demografis bersifat statis dan kurang *insightful* untuk perumusan strategi dan program *branding*.

Dari analisis target konsumen ini, selanjutnya menjadi referensi tim produksi dalam membuat produk hijab dan busana muslimah sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan dari target konsumen. Konsumen muslim kelas menengah, umumnya mereka menginginkan hijab dan busana muslimah dengan kualitas bahan baku yang baik, desain, warna, dan *style* yang memberikan rasa kenyamanan dan kemewahan bila dipakai.

Pilihan bahan baku yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam menghasilkan produk hijab dan busana muslimah yang memenuhi selera target konsumen. Selain itu, kontinuitas pasokan dan keandalan pemasok bahan baku seperti kain, aksesoris, kemasan, dan lain-lain, menjadi perhatian pengusaha produk hijab agar bahan baku dapat memenuhi standar kuantitas, kualitas, dan ketepatan waktu untuk proses produksi.

Bahan baku yang kurang berkualitas akan mengakibatkan banyak produk *defect*. Kuantitas pasokan bahan baku yang tidak tepat akan mengganggu produksi. Bahan baku yang *overstock* akan berisiko rusak atau hilang, selain tentu saja mengakibatkan modal kerja yang *idle*. Demikian juga *understock*, produksi akan terganggu karena kekurangan pasokan bahan baku pada saat dibutuhkan.

Jadwal kedatangan bahan baku yang terlambat akan mengakibatkan produksi terhenti, karena harus menunggu bahan baku. Bahan baku yang tiba terlalu cepat akan menimbulkan biaya penyimpanan bahan baku yang lebih besar, selain risiko kerusakan, kehilangan, dan penurunan kualitas bahan baku. Karenanya, ketepatan pengiriman bahan baku menjadi hal penting dalam keberhasilan produksi produk hijab dan busana muslimah.

Untu menjamin pasokan dan kualitas bahan baku, pengusaha produk hijab perlu membangun kemitraan dengan pemasok dalam jangka panjang, tidak sekadar hubungan bisnis transaksional. Secara berkala perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan hubungan kemitraan, baik evaluasi kualitas, kuantitas, harga, dan ketepatan pengiriman bahan baku.

Umumnya, banyak pengusaha produk hijab dan busana muslimah memilih strategi “maklon”, yaitu pengusaha mensubkontrakan pekerjaan pembuatan produk ke pihak lain, sementara pemilihan bahan baku, desain, dan standar kualitas produk jadi ditetapkan dan diawasi oleh pemberi kerja, dalam hal ini pemegang merek produk. Strategi maklon ini dapat membuka kesempatan kerja yang luas dengan melibatkan para ibu rumah tangga untuk menjadi mitra maklon. Pengusaha produk hijab perlu melakukan pemilihan mitra maklon dan penerapan standar kualitas produk hijab yang diproduksi oleh maklon.

Berapa banyak produk hijab dan busana muslimah yang harus diproduksi sangat bergantung pada peramalan permintaan produk. Penggunaan data pasar, data historis, dan data permintaan musiman (*seasonal*), seperti tahun ajaran sekolah atau perkuliahan, bulan puasa, lebaran, dan musim umrah/haji, menjadi referensi penting dalam penentuan kuantitas produksi hijab dan busana muslimah.

Produk hijab dan busana muslimah sangat dipengaruhi oleh *trend* dan mode, sesuai dengan selera konsumen. Ada produk hijab dan busana muslimah dengan mode, desain, dan corak yang awet (*everlasting*), sehingga menjadi mode *legacy* dan legenda. Produk seperti ini dapat diproduksi sepanjang masa. Sebaliknya, produk hijab yang desainnya kekinian sangat terpengaruh oleh selera konsumen, sehingga kecepatan dalam merespons selera konsumen, lalu mewujudkannya menjadi produk hijab dan busana muslimah yang dapat dibeli konsumen sesuai *market timing*, merupakan kunci keberhasilan bisnis produk ini.

Pengusaha produk hijab dan busana muslimah sebaiknya membangun dan mengelola *brand* produk dengan tepat. Merek produk mewakili persepsi dan *positioning* seperti yang diharapkan konsumen. Sejatinya, banyak konsumen lebih memilih *brand* dalam memutuskan pembelian suatu produk. Karenanya, pengelolaan merek menjadi penting. Pengelolaan merek ini harus konsisten, artinya antara yang dijanjikan (*promise*) dengan yang disampaikan (*deliver*) harus selaras.

Selain *brand*, untuk mengadvokasi dan mendorong pemakaian produk hijab dengan *brand* anda, ada baiknya mengajak artis, ustadzah, atau tokoh tertentu yang menjadi *role model* untuk meng-*endorse* produk hijab Anda. Ini penting untuk meng-*endorse* target konsumen muda metropop. Banyak sederet nama artis yang telah mengenakan hijab dan menjadi *trendsetter* seperti Dewi Sandra, Inneke Koeshrawati, Zaskia Adya Mecca, Nuri Maulida, Zaskia Sungkar, Risty Tagor, dan lainnya. Mereka dapat banyak dijadikan *endorse* suatu produk hijab *brand* tertentu, khususnya produk hijab *luxury*.

Bila Anda yang masih pengusaha pemula, tentu tidak perlu harus mengeluarkan banyak biaya untuk iklan dengan *endorse* para artis tersebut. Anda bisa memanfaatkan *celebrities* lokal seperti siswi atau mahasiswi berprestasi di kampus, untuk meng-*endorse* brand produk hijab Anda.

Membangun komunikasi dengan target konsomen hijaber ini perlu dilakukan. Anda sebaiknya masuk di komunitas *hijaber* baik *online* maupun *offline*, untuk mendengarkan aspirasi, keinginan, harapan, dan penilaian mereka atas suatu produk hijab dan busana muslimah.

Setelah *brand* dan membangun komunikasi dengan pelanggan, keberhasilan bisnis produk hijab dan busana muslimah ditentukan oleh keandalan dan jangkauan distribusi. Anda perlu menetapkan strategi distribusi dengan tepat. Pemilihan model saluran distribusi, baik melalui *online* maupun distribusi konvensional perlu mempertimbangkan target pasar yang anda tuju.

Salah satu perubahan penting pada nilai-nilai konsumen kelas menengah muslim adalah tingginya

koneksi sosial (*high socially-connected*). Penyebabnya adalah pendidikan tinggi dan pergaulan yang luas. Mereka aktif di berbagai komunitas hijab dan banyak berinteraksi di dunia internet. Salah satu perilaku menarik mereka adalah perilaku membeli secara *online*.

Mereka pun tidak sekadar memiliki *marketplace* di internet, tapi juga gerai fisik seperti toko atau butik. Menariknya, seperti yang disampaikan pendiri Hijup.com, Diajeng Lestari, bahwa tipe pembeli konsumen Indonesia tidak hanya bisa memesan di *online shop*, melainkan juga perlu melihat dan mengecek kualitas sendiri barang yang akan dibeli. Karenanya, selain Anda menjual produk hijab dan busana muslimah di *marketplace*, Anda tetap harus memiliki *outlet* yang buka setiap hari untuk melayani pembelian konsumen.

Penjualan produk hijab dan busana muslimah melalui *online* mensyaratkan keandalan pengiriman produk ke alamat penerima secara tepat. Anda bisa menjalin kerja sama dengan kantor pos atau perusahaan kurir lainnya untuk mempercayakan pengiriman produk hijab anda ke konsumen.

Peningkatan penjualan produk hijab Anda dilakukan melalui program pemasaran yang efektif seperti membangun *brand*, meng-*endorse brand*, menyelenggarakan *event*, tutorial memakai hijab, membangun komunikasi dengan pelanggan dan *hijabers community*, serta menjaga keandalan distribusi dan pengiriman produk, sehingga produk hijab Anda selalu tersedia di pasar dan diterima konsumen tepat waktu. Integrasi pemasaran dengan *supply chain* dan *logistics* menjadi kunci keberhasilan bisnis hijab dan busana muslimah.

Menarik untuk disampaikan hasil penelitian Gallup pada tahun 2009, Indonesia masuk dalam daftar 10 negara paling religius. Gallup menemukan bahwa 99 persen orang Indonesia menilai agama merupakan hal penting dalam kehidupan keseharian mereka. Gallup menyebut Indonesia sebagai paradoks. Mengapa? Umumnya, demikian kata Gallup, ketika suatu negara mengalami peningkatan pendapatan per kapita, maka masyarakat di dalamnya akan semakin sekuler.

Pandangan ini tidak terjadi di Indonesia. Tatkala penduduk Indonesia semakin meningkat pendapatannya, mereka justru semakin religius. Agama dinilai sebagai faktor penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Fenomena ini kita saksikan dalam tren perempuan muslimah berhijab, seiring dengan semakin banyak penduduk muslim kelas menengah.

Tren berhijab mendorong semakin banyak pengusaha memasuki bisnis produk hijab dan busana muslimah. Peluang ini perlu diwujudkan dengan membangun dan mengembangkan bisnis produk hijab dan busana muslimah dengan mengintegrasikan pemasaran dan *supply chain management*. Logistik berperan penting di dalamnya untuk memastikan perencanaan produksi, keandalan pasokan bahan baku, proses produksi, distribusi, dan pengiriman produk hijab dan busana muslimah dengan tepat.

Yogyakarta, 20 April 2018



VELG BESI & ALUMINIUM

oleh:

BAMBANG WIDJANARKO NOTONEGORO

Tire & Rim Consultant



Yang biasa dimaksud dengan roda adalah komponen dari sebuah kendaraan berupa kesatuan antara ban dan velg.



Roda

Pada umumnya velg kendaraan terbuat dari logam berat seperti besi atau aluminium yang dalam ilmu metalurgi keduanya dikenal sebagai jenis logam struktural yang paling melimpah jumlahnya di kerak bumi. Logam atau metal sudah ditemukan sejak zaman Paleolitikum, sekitar 40.000 SM. Teknik metalurgi tradisional berkembang pesat pada zaman

perunggu, sekitar 3.500 SM. Bahkan pada 3.000 SM orang-orang Mesir sudah bisa membuat belati, pedang, dan tombak dengan mengombinasikan kayu sebagai gagangnya, tembaga dan timah sebagai ujungnya. Sedangkan ekstraksi besi dari bijihnya ke dalam logam yang dapat diolah, prosesnya jauh lebih sulit, ditemukan kemudian oleh bangsa Filistin pada 1.200 SM yang dikenal sebagai awal dari zaman besi.

Perkembangan metalurgi selanjutnya baru dialami oleh bangsa Timur Tengah, Anatolia, Kartago, Yunani, Romawi, Viking, Cina, India dan kemudian Jepang yang mulai mengaplikasikan besi sebagai bahan baku untuk pembuatan peralatan rumah tangga dan peralatan perang. Namun saat itu belum ada yang membuat roda kendaraan dari bahan besi, karena kayu dianggap lebih empuk, lebih gampang didapat dan lebih gampang dibentuk.

Namun sebenarnya yang dimaksud dengan besi sebagai bahan baku velg disini bukanlah Ferrum (Fe) murni dengan nomor atom 26 dan massa atom 56 dengan titik lebur pada 1.538 derajat Celcius, melainkan sudah dicampur dengan Manganese (Mn), Silicon (Si), Magnesium (Mg), Carbon (C), Sulphur (S), Phosphorus (P) supaya lebih kuat, lentur, ulet dan tidak getas/gampang patah lelah. Bahan-bahan tersebut kemudian diolah sampai menjadi lembaran pelat baja berkekuatan tinggi dan berpori-pori sangat halus. Baru kemudian di-*pond* dengan mesin pres hidrolis berkekuatan ribuan ton untuk dibentuk dan dilubangi menjadi motif yang diinginkan, selanjutnya dilas.



Hydraulic press machine

Sedangkan bahan baku velg aluminium juga bukan berarti hanya terbuat dari Aluminium (Al) murni dengan nomor atom 13 dan massa atom 27 dengan titik lebur pada 660 derajat Celcius, melainkan sudah dicampur dengan besi (Fe), Silicon (Si), Magnesium (Mg), Zinc (Zn), Titanium (Ti), Lead/Plumbum (Pb), Zirconium (Zr) supaya lebih kuat, keras, ulet dan tidak gampang penyok seperti kaleng dan panci.



Aluminium ingots

Keberadaan velg besi sekarang ini juga makin tergusur dengan keberadaan velg aluminium. Saat ini velg besi masih hanya digunakan oleh kendaraan niaga dan kendaraan berat saja, itu pun sudah banyak yang beralih ke velg aluminium sejalan dengan makin populernya ban radial tubeless (tanpa ban dalam) untuk truk dan bus. Lagi pula aluminium juga lebih mudah dikerjakan dan dibentuk menjadi berbagai macam motif daripada besi, mengingat sifat aluminium yang lebih fusibel (mudah dilelehkan) dan lebih gampang diaplikasikan terhadap gaya tarik, tekan, bengkok, potong maupun pelintir, daripada besi.



Velg besi



Velg aluminium

Selain lebih sulit dibentuk menjadi bermacam-macam motif, besi juga lebih korosif dan lebih berat saat digunakan daripada aluminium, juga aluminium yang mempunyai titik lebur lebih rendah sehingga lebih memudahkan untuk proses daur ulang. Karena sifat dasar besi memang lebih keras, korosif dan tidak sefleksibel aluminium, demi memuaskan hasrat penggemar otomotif agar selalu bisa mengubah-

ubah penampilan kendaraanya setiap saat, pertimbangan tersebut menjadi dasar dipilihnya aluminium sebagai bahan dasar pembuatan velg pada kendaraan modern.

Jika dilihat dari jenisnya, velg aluminium dapat dikategorikan menjadi tiga.

1 *Forged Wheel*, velg yang berkekuatan sangat tinggi dan biasanya digunakan pada kendaraan jenis mobil sport berkecepatan tinggi.

2 *Pressure Cast Wheel*, velg yang berkekuatan sedang dan umumnya digunakan pada kendaraan sebagai barang *Original Equipment Manufacturer (OEM)*.

3 *Cast Wheel*, velg yang berkekuatan rendah dan biasanya inilah yang disebut dengan velg replika atau tiruan (tembakan).

Cast Wheel inilah yang sekarang paling banyak kita temukan di *showroom-showroom* velg di seluruh Indonesia, karena harganya yang relatif murah dengan pilihan motif sangat banyak.

Sedangkan jika dilihat dari proses pembuatan velg aluminium dapat dibedakan menjadi :

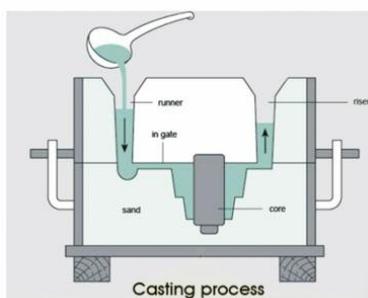
1 *Gravity Casting*, yaitu proses pengecoran aluminium paling dasar dan paling murah. Hanya dengan menuangkan cairan aluminium setelah dilelehkan terlebih dulu dari batangan (ingot) di dalam *crucible* (tungku) yang terbuat dari *graphite* (arang yang dipadatkan) dan dipanaskan dengan dapur elemen pemanas kedalam *die cast/moulding* (cetakan) yang terdiri dari *top core* dan *bottom core* yang terbuat dari besi cor yang sudah diolesi terlebih dahulu dengan *die coat* (pelapis cetakan). Kelemahan dari sistem ini, karena mengandalkan gravitasi bumi saja, maka cairan aluminium yang mengalir jadi kurang cepat dan padat, terutama pada tekukan motif yang ramping. Juga hasil cetakannya masih sering keropos di beberapa bagian, karena masih sering ada gelembung udara yang terjebak dalam cairan aluminium. Biasanya hal ini akan mengakibatkan *pin hole* (lubang-lubang kecil, seperti bekas jerawat di wajah) pada hasil cetakan.



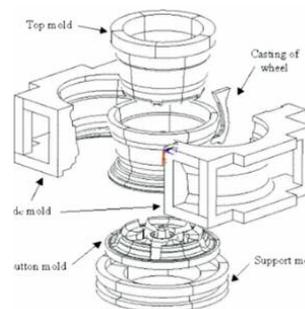
Crucible



Dapur elemen



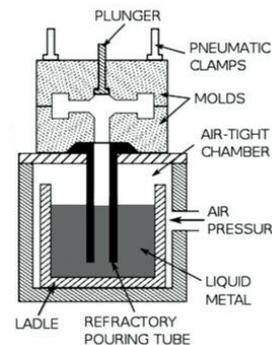
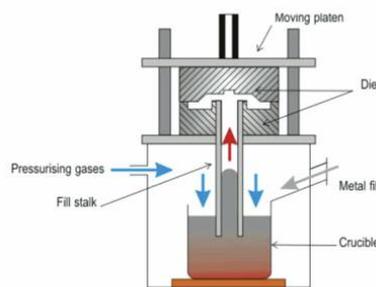
Die cast/moulding



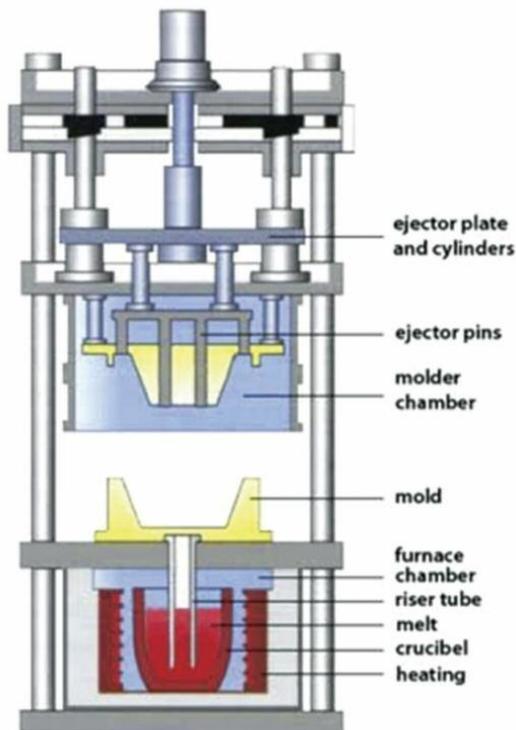
2 *Low Pressure Casting*, yaitu proses penuangan aluminium cair dari *crucible* ke dalam *die cast/moulding* dengan bantuan alat injeksi untuk menghasilkan tingkat kepadatan hasil cetakan yang lebih baik daripada *Gravity Casting*. Injeksi ini sekaligus untuk mempercepat proses cetak hasilnya sekaligus mengurangi kekeroposan, karena cairan aluminium dipompa masuk sampai ke sela-sela *moulding* yang paling sempit sekalipun. Namun ada biaya yang lebih tinggi daripada mengandalkan gravitasi bumi saja.

Low pressure casting

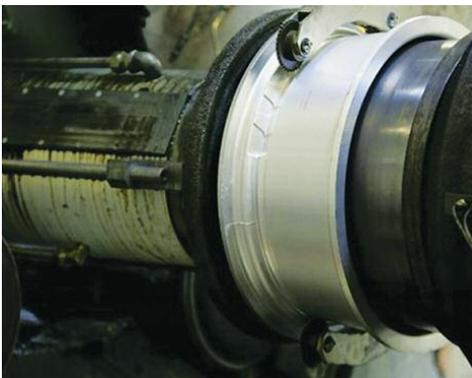
Low pressure casting



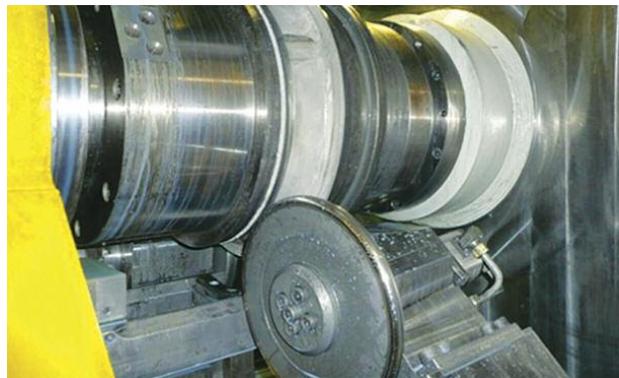
Low pressure casting



3 Spun-Rim Flow-Forming, merupakan pengembangan dari *low pressure casting*, dengan memanaskan bagian luar *multi die cast/moulding*-nya dan diberi tekanan dengan roller baja untuk menghasilkan bentuk akhir dari sebuah velg. Hampir mirip dengan seperti membuat gerabah dari tembikar yang diputar lalu dipoles/dielus dengan tangan.



Flow forming process



Flow forming process

4 Forging, merupakan proses penempaan aluminium tidak melalui proses *melting* (pencairan) dan *hardening* (pengerasan). Dalam ilmu metalurgi diyakini bahwa secara teknis logam yang ditempa akan mengalami proses penguatan struktur yang dinamakan *work hardening*, yaitu efek penguatan material akibat dislokasi molekul, karena struktur urat mikronya dimampatkan. Penempaan logam

pada suhu dingin akan berakibat rawan getasnya bahan tersebut, maka penempaan harus dilakukan pada titik bara (tidak sampai pada titik lebur) untuk mendapatkan *percipitation hardening* (serat makin rapat, namun bulir molekulnya lebih lembut, tidak tajam berserabut). Dengan demikian hasil tempa akan makin kuat tanpa risiko getas, namun bisa sangat liat (*ductile*).



Forging process

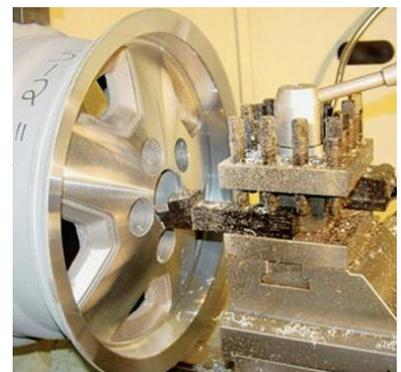


Heat treatment oven

Setelah proses cetak/tempa dilewati, baru kita akan masuk ke proses selanjutnya yang biasa disebut dengan proses *heat treatment*, yaitu proses di mana hasil cetak/tempa dimasukkan kembali ke dalam oven (pemanggang) yang dipanaskan dengan suhu 535 derajat Celcius dengan menggunakan lorry (kereta) baja selama lima jam, kemudian sekonyong-konyong dicelupkan ke dalam kolam berisi air dingin selama dua menit. Lalu diangkat lagi dan dipanaskan lagi di dalam oven dengan suhu 160 derajat Celcius selama empat jam. Proses ini pun menjadi sangat penting, karena untuk menghilangkan tingkat kestresan bahan serta memperkuat struktur molekul-molekulnya.



CNC milling process



CNC copy lathe process

Selanjutnya adalah proses *machining* (pembubutan dan pengeboran). Biasanya dalam proses ini digunakan mesin CNC Multi Axis dengan koordinat yang fleksibel untuk menghaluskan dan merapikan

hasil cetak/tempa. Proses ini sangat mengandalkan kepresisian, karena akan berpengaruh terhadap *finishing*-nya. Velg tidak boleh tidak *balance* (oleng) dan tidak boleh mengalami *run out* (nggenjot)

setelah dipasang pada kendaraan. Ketepatan pengeboran lubang baut, jarak PCD, Center Bore sampai lubang pentil (valve) sangat diperhitungkan dengan teliti.

Pada akhir proses machining ini biasanya ada *balance test* (uji keseimbangan) dan *impact test* (uji bentur) dari velg yang diambil secara random (acak) dari jalur produksi.

Velg dipasang ban yang dipompa dengan tekanan udara normal kemudian dipasang pada tromol simulator dengan sudut kemiringan 45 derajat dan dijatuhkan besi dengan berat tertentu dari ketinggian tertentu (tergantung velg untuk jenis kendaraan apa). Sebagai contoh untuk velg *passenger car* sejenis *city car* kecil digunakan besi seberat 250 Kg yang dijatuhkan dari ketinggian 25 Cm dari posisi flange (bibir) velg.



Impact test



Buffing process



Powder coating process

Proses terakhir yang harus dilalui adalah *finishing*. Dalam proses ini ada beberapa jenis teknik yang digunakan:

- 1 **Buffing**, yaitu teknik *finishing* dengan cara digosok supaya mengkilap. Velg benar-benar dibuat telanjang tanpa *make up*.
- 2 **Polish**, yaitu teknik *finishing* yang sama dengan *buffing*, namun dipernis transparan.
- 3 **Powder Coating**, yaitu teknik *finishing* dengan pengecatan kering yang menggunakan serbuk cat dan diproses dengan *electro static spay gun*.
- 4 **Electro Plating/Chromating**, yaitu teknik *finishing* dengan sepuhan untuk mengkilapkan menggunakan elektroda yang dicelup.



Electro plating process

Engineering di pabrik velg sangat mengandalkan tiga proses, yaitu Computer Aided Design (CAD), Computer Aided Engineering (CAE) dan Computer Aided Manufacturing (CAM). Pada setiap proses ada pemeriksaan *technical quality control* sebelum barang dimutasikan ke divisi berikutnya.

Sebelum membeli velg, harus dipastikan dulu berapa ukuran ring (diameter lingkaran), berapa lebar penampang velg (tempat ban bakal terpasang), berapa ukuran Pitch Center Diameter (jarak diagonal lingkaran imajiner antar lubang baut), berapa ukuran diameter Center Bore (lubang as roda) dan berapa ukuran kedalaman Offset (ketebalan lingkaran tromol).

Ban yang dipasang pada velg aluminium akan lebih awet dan berumur lebih panjang daripada yang dipasang pada velg besi, karena selain velg aluminium lebih ringan daripada velg besi (sesuai dengan julukannya sebagai *light alloy wheel*) juga karena biasanya penampang ban velg aluminium lebih lebar daripada velg besi, sehingga membuat penjabaran telapak ban pada permukaan jalannya lebih merata dan membuat ban lebih dingin saat beroperasi.



Duljatmono, Sales & Marketing Director of PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors.

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors

Optimis Tetap Tumbuh pada Tahun Politik

◆ Teks: Abdul Wachid / Foto: KTB

Dominasi Mitsubishi Fuso selama empat dekade terakhir khususnya di kelas kendaraan *Light Duty Truck (LDT)* tak terbantahkan. Terbukti salah satu produknya di kelas LDT, Colt Diesel tercatat di Museum Rekor Indonesia (MURI) dengan rekor "Penjualan Truk Terbanyak" di Indonesia. PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) selaku Agen Pemegang Merek Mitsubishi Fuso terus berupaya meningkatkan *market share* tidak hanya di kelas kendaraan ringan.

Terakhir, pada gelaran GIICOMVEC 2018 Maret lalu KTB resmi memperkenalkan Mitsubishi Fuso Fighter sebagai produk baru di kelas *Medium Duty Truck (MDT)*. Kemunculan Fighter dijadikan KTB sebagai strategi untuk meraup pasar MDT yang lebih besar. Sebagai penopang produk, KTB melakukan terobosan dengan menciptakan Runner Telematics dan menyediakan layanan Truck Center 24 Jam.

Apa itu Runner Telematics dan Truck Center 24 Jam? Upaya apa saja yang akan dilakukan KTB guna menguasai *market share* di kelas MDT? Apa target bisnis KTB selama lima tahun mendatang? Berikut petikan wawancara *TruckMagz* dengan Duljatmono, *Sales & Marketing Director of PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors*.

Memasuki semester I tahun 2018 bagaimana capaian penjualan truk di PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) secara keseluruhan?

Penjualannya alhamdulillah meningkat secara keseluruhan, sampai pada April 2018 meningkat 28,2%, meningkat dibandingkan tahun lalu pada periode yang sama. Artinya, tren penjualan yang kami prediksi pada tahun ini sesuai harapan. Peningkatan penjualan hingga April ini cukup kuat, bisa melebihi target yang dicanangkan pada awal tahun. Mudah-mudahan akan berlanjut pada semester kedua.

Menjelang semester kedua ini bersamaan dengan momen Lebaran kecenderungan penjualan akan menurun. Mengingat beberapa industri mengurangi produktivitas kerjanya pada bulan puasa dan lebaran. Kondisi itu berpengaruh terhadap penjualan truk.

	Jan - Apr 17		Jan - Apr 18	
	Unit	Market Share	Unit	Market Share
Mitsubishi Fuso	13,041	46%	16,721	45.4%

Dari semua kelas kendaraan Mitsubhisi Fuso apakah Colt Diesel masih menjadi tumpuan?

Masih. Karena secara kontribusi kelas kendaraan niaga itu ada kelas LDT (*Light Duty Truck*), MDT (*Medium Duty Truck*), dan HDT (*Heavy Duty Truck*). Kelas LDT kontribusi penjualannya paling terbesar sekitar 68%, kelas MDT sekitar 22% dan sisanya kelas HDT sekitar 8%. Kami masih menjadi *market leader* di kelas LDT dengan penguasaan *market share* 60%. Meningkat ketimbang tahun sebelumnya yang hanya mampu menguasai 59% *market share*.

Apakah pada tahun ini KTB punya target khusus untuk Colt Diesel setelah mampu mencapai penjualan 1 juta unit pada tahun lalu?

Target khususnya kami ingin tetap menjadi *market leader* kendaraan niaga, khususnya di kelas LDT secara dominan. Sementara untuk secara keseluruhan kelas kendaraan, seperti yang dicanangkan sebelumnya tahun ini target peningkatan penjualan 25%.

Selama empat dekade terakhir apakah ada penyesuaian produk pada Colt Diesel?

Selama empat dekade terakhir Colt Diesel mengalami perubahan spesifikasi kendaraan menyesuaikan kebutuhan zamannya. Mulai dari perubahan transmisi, *power* kendaraan, kemampuan daya tanjak dan efisiensi bahan bakar. Paling terlihat adalah tampilan luar kendaraan atau eksteriornya.

Apa kunci sukses Colt Diesel selama empat dekade mampu menguasai pasar LDT?

Pertama, kendaraan niaga itu yang dibutuhkan adalah fungsi dan peformanya. Jadi fungsinya sesuai kebutuhan bisnis konsumen. Dari fungsi ini KTB memiliki varian kendaraan yang lengkap, seperti varian empat ban dan enam ban. Setidaknya ada sembilan varian KTB disiapkan untuk menyesuaikan kebutuhan masing-masing konsumen. Seperti untuk kebutuhan bisnis kargo atau logistik biasa menggunakan tipe Colt Diesel FE 74 S. Untuk *offroad* bisa menggunakan tipe Colt Diesel FE 7d HD, yang lebih ekstrim lagi bisa menggunakan tipe Colt Diesel FE SHD-X.

Kemudian dari peformanya sudah terbukti andal memenuhi daya angkut yang diinginkan oleh pihak konsumen dan memiliki durabilitas yang tinggi. Terbukti banyak Colt Diesel produksi tahun 1970-an hingga kini masih banyak terlihat beroperasi di jalan. Potensi kendaraan mengalami *overhaul* kurun waktu pendek sangat kecil. Sehingga dari sisi biaya perawatan sangat efisien.

Kunci sukses berikutnya adalah peranan *after sales service*. Ini yang sangat penting sebetulnya, jadi bukan spesifikasi kendaraan andal saja. Kalau layanan purnajualnya tidak andal maka konsumen akan kesulitan untuk perbaikan kendaraan.

Perkembangan *outlet* atau layanan purnajual KTB bagaimana?

Sampai dengan awal Mei 2018 jumlah *outlet* yang dimiliki KTB sejumlah 229 *outlet* tersebar di seluruh Indonesia. Dari jumlah *outlet* yang ada KTB menyediakan 16 Truck Center, yakni fasilitas *after sales service* yang melayani 24 jam setiap harinya. Jadi kapan saja konsumen memiliki masalah terhadap kendaraannya bisa langsung datang. Lokasi Truck Center terletak di daerah vital yang pergerakan kendaraan niaganya padat.

Di Sumatera Truck Center bisa ditemui di Medan, Padang, Lampung, dan Palembang. Di Jawa berada di Tangerang, Bekasi, Jakarta, Bandung, Cirebon, Semarang, dan Surabaya. Sementara di Sulawesi Truck Center bisa dikunjungi di Makasar. Semua lokasi yang ada merupakan jalur yang padat terhadap kendaraan niaga.

Terkait ketersediaan suku cadang, KTB berjejaring dengan sekitar 4.900 toko suku cadang. Jumlah tersebut memberikan keyakinan terhadap konsumen agar tidak khawatir sulit mendapatkan suku cadang. Hal itu pula yang menjadi faktor mengapa Colt Diesel produksi lama bisa tetap beroperasi, karena suku cadangnya masih mudah dicari.



KTB selaku Agen Pemegang Merek Mitsubishi Fuso terus berupaya meningkatkan market share tidak hanya di kelas kendaraan ringan

Mitsubhisi Fuso Fighter disebut-sebut menjadi andalan KTB memperkuat pasar MDT. Bagaimana strategi KTB mengambil *market share* pasar MDT?

Secara keseluruhan di kelas MDT kami menginginkan peningkatan pada *market share*. Melihat tahun lalu *market share* di kelas MDT sekitar 19%. Kami targetkan pada tahun ini bisa meningkat sehingga menambah kontribusi secara total selain dua kelas lainnya. Sampai pada April 2018 ini *market share* di kelas MDT meningkat menjadi 20,2%. Cukup baik menambah *market share* secara total untuk semua kelas kendaraan yakni 45%.

Bagaimana peta persaingan bisnis di kelas MDT sekarang?

Persaingannya cukup ketat. Saat ini posisi *market share* Mitsubhisi Fuso di kelas MDT masih di urutan nomor dua. Pada masa mendatang tentunya KTB menginginkan menjadi *market leader* di kelas MDT. Dengan nantinya ada Fighter diharapkan menambah volume dari model yang telah ada sekarang dan juga menambah *market share*. Sehingga memberi secara total kami akan memiliki *market share* secara *absolute*.

Apa saja keunggulan yang ditawarkan Fuso Fighter dan segmen mana yang disasar?

Keunggulannya tentu adanya Fuso Fighter tentu memberi banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih kendaraan sesuai kebutuhan bisnisnya. Dalam pameran di GIICOMVEC 2018 kami telah memperkenalkan empat varian, yakni Fuso Fighter FM65 FS HiGear 4x2 untuk sektor kargo, Fuso Fighter FN61 FM HD 6x2 untuk sektor konstruksi, Fuso Fighter FN62 F 6x4 untuk sektor perkebunan atau pertambangan dan Mitsubishi Fuso Fighter FN62 F Tractor Head 6x4 untuk sektor logistik.

Banyaknya kompetitor mengeluarkan produk baru di kelas tersebut apa menandakan terjadi tren positif di kelas MDT?

Trennya dari tahun lalu memang permintaannya justru lebih tinggi keimbang di kelas LDT. Kalau tahun lalu sampai dengan Desember 2017 pertumbuhan LDT hanya mencapai 20%, sedangkan pada kelas MDT mencapai 60%. Jadi secara volume tumbuhnya lebih tinggi daripada LDT. Oleh sebab itu, bisa dikatakan terjadi pergeseran kontribusi. Padahal sebelumnya pertumbuhan volume kelas MDT kurang dari 20%.

KTB meluncurkan Runner Telematics. Bisa dijelaskan secara singkat program tersebut?

Ini salah satu manajemen kendaraan berbasis *website* yang dikembangkan KTB. Runner memungkinkan konsumen memantau lokasi kendaraannya secara *real-time* dan otomatis. Informasi terkait posisi, arah, kecepatan dan riwayat rute yang diambil oleh kendaraan bisa diakses melalui perangkat komputer atau *handphone*.

Selain itu, beberapa fitur lainnya adalah perencanaan kerja, pengaturan penggunaan, dan perawatan kendaraan, pengaturan penugasan pengemudi serta laporan terkait pengoperasian kendaraan. Tujuan adanya Runner agar konsumen dalam menjalankan bisnisnya dapat memperoleh efisiensi. Perangkat Runner Telematics sudah terpasang pada semua produk Mitsubishi Fuso sejak Januari 2018 lalu.

CARA KERJA "RUNNER"

KTB

DEALER

CUSTOMER

Cara kerja Runner dimulai saat alat menerima signal dari satelit GPS, lalu sinyal diolah oleh penerima/receiver, sehingga data lokasi, kecepatan, waktu, dan arah pergerakan kendaraan tercatat. Kemudian data tersebut dikirim melalui jaringan untuk ditampilkan pada peta digital di aplikasi pengguna.

Dengan menggunakan Runner, Anda memiliki data-data penting tentang pengemudi dan kendaraan, hal ini sangat berguna untuk menjadi bahan evaluasi dan menjaga supaya kendaraan Anda selalu dalam kondisi prima, efisien, efektif dan optimal dalam menjalankan bisnis.

DUKUNGAN 24 JAM
SETIAP HARI MELALUI EMAIL, LIVE CHAT, & TELEPON KE
CALL CENTRE 021-47899200

Dengan fitur ini anda bisa mendapatkan bantuan dengan mudah selama 24 jam seminggu dalam setahun, jika kendaraan Mitsubishi Fuso Anda mengalami masalah di perjalanan.

Perangkat Runner Telematics sudah terpasang pada semua produk Mitsubishi Fuso sejak Januari 2018 lalu

Sejak peluncuran Runner Telematics bagaimana respons dari konsumen?

Konsumen menyambut positif adanya perangkat ini. Hingga saat ini konsumen yang telah melakukan aktivasi berjumlah 4.670 pengguna. Se-jauh ini aktivasi berjalan terus karena konsumen sendiri masih dalam tahap penyesuaian. Secara karakteristik, konsumen yang menggunakan Runner Telematics terbagi dua, yaitu konsumen *fleet* (perusahaan) dan retail (per-orangan).

Kalau konsumen *fleet*, secara umum mereka membutuhkan fitur ini karena armada yang dikelola banyak. Tapi konsumen retail sebenarnya juga membutuhkan dan mudah untuk mengoperasikannya karena cukup lewat *handphone*.

Tahun ini merupakan tahun politik apakah secara bisnis akan memberi pengaruh?

Kami melihatnya secara positif, sebab masyarakat Indonesia telah dewasa menghadapi momen-momen seperti ini. Insyallah tidak ada peristiwa yang bisa mengganggu perekonomian dalam negeri. Justru ada dorongan permintaan sebagai pemenuhan distribusi logistik untuk Pemilihan Kepala Daerah. Jadi KTB melihatnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan.

Bagaimana proyeksi bisnis KTB kurun waktu lima tahun mendatang?

Tahun ini kami sudah punya target *market share* 46% insyallah bisa tercapai. Untuk tiga tahun ke depan target *market share* minimal bisa mencapai 50%. Sementara bicara proyeksi lima tahun mendatang, secara bertahap KTB akan menjaga raihan *market share* pada tahun ketiga. Kemudian berupaya terus meningkatkan *market share* sampai menjadi *market leader*.



Tim Sales PT Hartono Raya Motor Surabaya

JUAL TRUK READY STOCK MAMPU DONGKRAK PENJUALAN

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Hartono Raya Motor memiliki empat *main dealer* di kota-kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta, Semarang, Surabaya, dan Bali. Hartono Raya Motor berdiri sejak tahun 1975 dan fokus pada produk *passenger car* dan *commercial vehicle*.

Berikut wawancara TruckMagz dengan Hartoyo Yuwono *General Manager* PT Hartono Raya Motor Surabaya sebagai *Authorized Mercedes-Benz Dealer*.

Apa fokus penjualan diler tahun ini?

Dalam tiga tahun terakhir ini kami fokus ke penjualan di truk karena melihat kebutuhan truk untuk infrastruktur di Indonesia cukup tinggi. Seperti kita ketahui, batubara sejak tahun lalu mulai berkembang juga. Kami juga fokus di kayu log, karena pasti memerlukan alat transportasi baru yang cukup banyak. Kami memberikan pelayanan lengkap. Diler yang terbesar adalah Hartono Raya Motor dan divisi kami pun lengkap mulai dari sedan, truk *on road* dan *offroad*, divisi untuk *logging* truk untuk pengangkutan kayu di hutan. Tahun ini juga kami fokus di truk dan *spare part*. Apalagi ditambah produk baru Mercedes-Benz Axor. Kebutuhan untuk *on road*-nya tinggi. Masyarakat Jatim sudah menerima kehadiran Axor. Awalnya meragukan produk ini, tapi setelah dijelaskan produk Axor ini adalah produk berkualitas dengan *engine* yang bagus OM906LA yang sudah dipakai di Indonesia untuk bus pariwisata sehingga terbukti sampai jutaan kilometer tidak ada masalah. Bahkan sampai dua juta kilometer tidak *overhaul*. Jadi sudah teruji untuk medan di Indonesia. Itulah kelebihan Axor di Indonesia.

Apa nilai plus Mercedes-Benz Axor?

Axor ini bagus karena di Indonesia juga sudah diproduksi secara *Completely Knocked Down* (CKD) tadi. *Powertrain* impor langsung dari Jerman meliputi mesin, transmisi, dan gardan sehingga kemampuannya tidak perlu diragukan lagi. Belum lagi garansi *bumper-to-bumper* selama setahun dan *powertrain* ada garansi untuk 200 ribu kilometer atau dua tahun. Sehingga untuk medan berat pun tidak ada masalah karena *engine* yang bagus menghasilkan kerja yang maksimal.

Garansi setahun *bumper to bumper* meliputi kerusakan apa pun karena cacat produk akan langsung diganti gratis. *Powertrain* digaransi selama dua tahun dari pembelian atau 200 ribu kilometer. Sehingga truk dipakai 24 jam pun masih oke. Pengusaha tinggal isi solar dan servis, tidak perlu memikirkan yang lain.



Hartoyo Yuwono, General Manager PT Hartono Raya Motor Surabaya di depan ready stock truk Mixer

Bagaimana dengan dukungan *after sales service*?

Kami juga didukung oleh tim *aftersales* yang bagus di Surabaya, Semarang, dan Jakarta. Unit masalah di mana pun tinggal hubungi cabang terdekat Hartono Raya Motor. Setiap kami menjual satu unit truk Axor, kami berikan *training driver* dan mekanik. Itu wajib sehingga pengoperasian itu bisa dilakukan dengan benar termasuk pemindahan gigi, cara menangani di tanjakan dan turunan. Mekanik juga diharapkan bisa *maintenance* dengan baik. Kami juga berikan *training* untuk servis berkala seperti pengantian *part* sederhana hingga cara pengecekan kondisi kendaraan. Hasilnya truk bisa terawat dengan baik dan benar.

Training untuk sopir dan mekanik masing-masing selama dua hari di tempat pembeli sehingga bisa langsung diaplikasikan di lapangan. Jika memang itu perusahaan besar bisa *training* bersama-sama. Trainer datang langsung dari Jakarta. Harapannya bisa memberikan pemahaman sistem mekanisme di *engine*.

Bagaimana dengan ketersediaan *part* di diler?

Hartono Raya Motor sedang fokus jualan truk, kami juga banyak *supply part* ke luar pulau untuk Axor maupun Actros. Kami siapkan kabin, kaca, spion hingga bumper. Kami lengkapi semua karena secara stok, *part* umum itu harus ada. Dengan begitu kapan pun *customer* membutuhkan *part* maka akan tersedia. *Aftersales*-nya kami jamin karena kami sudah lama *supply part*. Untuk empat kota ini semua terjamin sama. Setiap cabang itu wajib punya stok barang, itu adalah *part* yang wajib dimiliki oleh cabang tersebut meliputi *fast moving* dan item-item yang mungkin ganti secara periodik seperti 15 ribu, 20 ribu atau 30 ribu kilometer, kami sediakan semua. Di luar itu, *body part* kami juga sediakan. Kami ingin berikan *aftersales* terbaik. Karena truk ini kan dipakai untuk usaha, sebisa mungkin truk ini tanpa berhenti untuk cari uang.

Bagaimana jika truk mengalami kendala di daerah?

Hartono Raya Motor di setiap kabin yang kami jual, sudah kami berikan nomor telepon darurat untuk setiap daerah. Jadi tinggal melihat daerah mana yang dekat sehingga konsumen bisa telepon cabang itu. Ini agar unit cepat diperbaiki. Layanan telepon darurat 24 jam untuk Axor. Kalau masih dalam masa garansi itu semua tidak ada biaya.

Bisa dijelaskan peta persaingan kendaraan niaga di Jatim?

Untuk Axor ini, saya sebutnya masih bayi, ya kira-kira tidak lebih dari duatahun. Kami masuk ke segmen pasar yang sudah dalam keadaan penuh dan didominasi dengan merek Jepang. Kami masuk dengan persaingan yang sehat. Kami berikan harga sebanding dengan truk Jepang. Dari sisi kualitas sudah jelas, *powertrain* langsung dari Jerman. Dengan semua *part* asli berarti *lifetime* ini panjang. Secara *engine*, kami tidak sebesar truk Jepang. Kira-kira 6.300 cc tapi torsi tinggi sehingga ada efisiensi untuk bahan bakar. Karena bagaimana pun juga bicara angkutan, 40% itu masuk konsumsi terbesar adalah bahan bakar. Di Axor bisa dihemat, pemakaian bahan bakar. Untuk itu wajib memberikan *training* ke *driver*. Karena gaya mengemudi truk Jepang dan Eropa ini beda. Diharapkan bisa mengubah gaya mengemudi ke truk Eropa.

Kami bersaing dengan truk Jepang, kami tidak bisa memberikan harga yang sama, kami juga tawarkan produk yang bagus. Semua truk Axor seri 26 menggunakan rem *anti-lock braking system* (ABS). Produk lain belum ada. Jika ada pun, itu adalah penambahan *optional*. ABS di Axor sudah bawaan pabrik. Lebih pakem, lebih aman. Karena truk kan banyak jalan malam, Axor dipasang lampu LED untuk depan dan belakang termasuk *foglamp* juga. Sehingga sudut pan-

dang mengemudi lebih jelas. Pengemudi bisa aman dan nyaman pada malam hari. Selain itu, penambahan *daytime running light* (DRL) untuk visibilitas di siang hari. Kata salah satu konsumen, pengalaman dari pengemudi, capeknya jauh berkurang dengan rute sama.

Apa saja varian Axor yang dijual di Jatim?

Kebutuhan paling banyak di Jatim ini adalah *head tractor*. *Head tractor* ada tipe 4028, 4928 untuk dipakai di truk pelabuhan dan truk tangki BBM. Karena *safety* sudah paling bagus untuk kendaraan angkutan bahan bakar. Kedua adalah dump truk di Axor tipe 2528c. Ini termasuk yang sedang *booming* untuk kebutuhan angkutan konstruksi. Ketiga adalah tipe truk mixer, untuk kebutuhan konstruksi jalan tol maupun untuk properti. Itu tiga Axor yang sekarang lagi ramai.

Strategi seperti apa yang digunakan untuk meraih peluang di pasar Jatim?

Kami masuk ke pasar dengan percaya diri karena *brand* kami Mercedes-Benz. Secara kualitas, *lifetime* dan *safety* cukup bagus. Kami jelaskan ke beberapa pengusaha mengenai Axor. Kedua, harga yang kami berikan ini sangat bersaing dengan truk Jepang. Pertama kali orang banyak ragu, lalu kami undang *customer* ke *event-event* kami. Kami adakan *gathering* di *showroom* hingga seminar. Kami juga sempat kirim unit truk Axor *test drive* untuk *customer* agar bisa mencoba. Akhirnya salah satu pengusaha berani memutuskan untuk ambil satu unit *head tractor*. Begitu dipakai selama dua minggu, lalu pengusaha tanya lagi. Ada produk *ready* untuk *head tractor*? Pengemudi bilang nyaman naik *Mercy*. *Handling* juga bagus. Akhirnya pengusaha tersebut mengabdikan keinginan pengemudi untuk nambah Axor lagi. Dari cuma beli satu, sekarang total punya empat unit Axor. Dari situ mulai beredar berita Axor dari mulut ke mulut di antara pengusaha di pelabuhan. Akhirnya yang lain juga ikut beli. Kami juga berikan harga khusus untuk pemakai baru untuk kepuasan konsumen.

Bagaimana masuk di pasar truk komersial Jatim yang sudah penuh?

Pegusaha angkutan kan cenderung susah untuk pindah *brand*. Karena mereka berpikir dengan merek lama tidak masalah lalu kenapa beli Mercedes-Benz. Lalu kami jelaskan pelan-pelan mengenai fitur-fitur Axor. Mereka kami beri pemahaman dan akhirnya mengerti.

Apa tantangan lain di pasar truk Jatim?

Mereka ini selalu meragukan *after sales*. Paling sering ditanyakan adalah *spare part*-nya ada? Itu yang pertama kali ditanyakan sebelum membeli produk Axor. Saya jelaskan, Hartono Raya Motor ini kuat di *spare part* dan sudah sampai ke Kalimantan *supply spare part* di sana. Sampai omset kami tinggi, 40 persennya dari jualan *part* Axor. Jadi jika beli di Hartono Raya Motor ketersediaan *part* dijamin. Kami juga *support* ke tambang di Kalimantan, konsumen kami tidak pengguna *on road* saja.

Apa strategi mengikat konsumen sehingga tetap loyal?

Setelah beli kami terus menjaga hubungan. Ada acara apa pun konsumen kami undang. Jika ATPM memberikan *training* di tempat kami, konsumen kami undang gratis. Jika kami mendapat kunjungan dari pabrik, kami ajak tim ke lokasi konsumen agar orang pabrik bisa ketemu langsung dengan pengemudi dan mekaniknya mungkin ada pertanyaan atau komplain. Harapan kami setelah menjual produk, kami juga masih menjual untuk *part*-nya. Sehingga keterikatan itu masih ada. Kunjungan oleh *salesman* kami ke konsumen pasti ada. *Visit aftersales* juga ada, minimal menanyakan untuk *spare part* dari *aftersales*.

Seperti apa segmentasi penjualan truk Axor di Jatim?

Konsumen kami sekarang ini banyak di konstruksi yang menggunakan dump dan mixer lalu *head tractor* untuk *lowbed*. Jatim sekarang sedang banyak bangun jalan tol. Berikutnya pasar truk yang digunakan untuk angkutan di pelabuhan. Konsumen banyak untuk peremajaan unit dan penambahan.

Menurut Anda bagaimana potensi penjualan truk lima tahun ke depan?

Sekarang dengan pertumbuhan di Indonesia yang cukup bagus. Tahun ini kami target 100 unit Axor di Jatim. Jika lima tahun lagi 700 unit pasti bisa masuk. Pertama produk kami bagus, kami melihat tahun depan banyak perusahaan yang akan program peremajaan unit. Kami harapkan bisa mengambil peluang itu. Karena secara pasti lima tahun lagi, jalan tol sudah panjang semua.

Konsumen juga harus mulai melihat sisi *safety* karena muatan itu barang mahal, jadi sebaiknya gunakan produk yang *safety*. Kami optimis penjualan truk Axor Jatim bisa naik.

Apa yang perlu dilakukan untuk memperbesar peluang penjualan pada tahun depan?

Kami tidak menjual truk saja, tahun ini kami jual *ready stock*. Kenapa jual *ready stock*? Karena konsumen ini kadang mintanya mendadak. Kami *ready stock* untuk *dumptruck*, *mixer*, dan *head tractor*. Jadi konsumen tidak perlu menunggu lama. Terutama yang rigid itu kan kadang perlu waktu hingga sebulan untuk bisa langsung jalan. Sehingga begitu beli bisa langsung dipakai kerja. Beli langsung bisa bawa pulang. Untuk *mixer* dan *dump truck* ini pembelian normal, unit baru siap sebulan. Artinya konsumen harus menunggu sebulan untuk bisa kerja. Kami untuk *ready stock* sudah kerja sama dengan karoseri bagus. Jadi konsumen begitu lihat unit, unit itu yang bisa dibawa pulang. Kami belajar dari tahun kemarin. Konsumen mengeluh kok perlu menunggu sebulan lagi. Dari situ kami ubah menjadi *ready stock*. *Mixer* dan *wingbox* juga *ready stock*.

Kenapa truk mixer dan dumptruck ready stock?

Karena kebutuhannya untuk infrastruktur, dua tipe ini tinggi sekali. Alasan kedua, kedua tipe truk itu pengerjaannya lama, paling cepat sebulan. Karena Indonesia ini sedang bersamaan pengembangan infratraktur besar sekali. Terbukti *ready stock* ini mendongkrak penjualan kami. Konsumen tidak bisa nunggu lama. Sepertinya di Indonesia ini baru kami yang begini. Dengan *ready stock* begitu unit bisa langsung bisa bawa pulang. Dari semua diler, yang melakukan itu cuma di Hartono Raya Motor Surabaya dan Bali karena Bali juga ambil dari sini.

Berdasarkan pengalaman Anda di Hartono Raya Motor Surabaya, bagaimana tipikal konsumen di Jatim?

Pertama, mereka ini kalau beli kendaraan sudah berpikir untuk dijual, tanya harga bekasnya berapa. Baik sedan atau truk pasti orang-orang di sini seperti itu. Kami berikan pemahaman ke konsumen, untuk tidak melihat kendaraan dari harga jual bekasnya. Ini produk Axor bagus dan efisien. Nilai itu juga perlu dipertimbangkan. Karakter konsumen Jatim seperti itu. Mereka harus diedukasi soal *safety*, efisien, dan layanan yang diberikan kepada konsumen dalam menangani muatan pemilik barang.

Apa keunggulan Hartono Raya Motor dengan diler lain?

Kami ini *sales*, *service*, dan *spare parts*-nya benar berjalan. *Aftersales* kami bagus, teknisi andal, dan ketersediaan *part* juga terjamin. Dari awal beli hingga unit dipakai pasti kami ikuti. Dari *training* hingga *support* di lokasi konsumen.

Apa kiat-kiat untuk mempertahankan performa diler?

Pertama, kami sudah cukup berhasil dengan *ready stock*, tahun ini lebih agresif lagi. Kami akan banyak adakan *gathering customer*. Kami juga sediakan *demo truck*. Kami akan pinjamkan unit ke konsumen, jika mereka ragu. Kami dekatkan diri ke pengusaha angkutan. Kedua, kami kerja sama dengan *leasing*. Pasti pengusaha angkutan itu pilih *leasing* yang biasa menangani truk. Kami tawarkan bunga terbaik, DP rendah. Karena saya paham kendala utama angkutan itu di pembiayaan. Ketiga, kami fleksibel. Beli satu unit pun kami layani. Bagi saya beli satu atau 10, kami perlakukan sama.

Apa harapan Anda di industri trucking?

Trucking ini sebenarnya sudah cukup bagus. Ini saran saja, mohonlah usia truk ini diberikan batasan. Artinya tidak harus setiap pengusaha beli truk baru. Tetapi fakta di lapangan banyak truk mogok, kecelakaan, karena usia sudah tua atau pun tidak *safety*. Sehingga pada akhirnya mengganggu perekonomian yang ada, dalam arti kemacetan dan masalah di jalan lainnya. Tolonglah evaluasi lagi pembatasan usia truk terutama untuk pelabuhan. Kadang saya melihat truk tidak layak tapi kok bisa jalan. Marilah sesama pemakai jalan ini menghargai yang lain. Nanti juga *income* kembali ke pemerintah, polusi juga lebih rendah. Ke depan pasar untuk Asia akan terbuka lebar. Kedua, uji KIR juga jangan asal cek. Tetapi periksa yang benar sesuai dengan standarnya. Karena jika usia truk tidak dibatasi, KIR tetap dijaga kan masih lebih baik. Tetapi jika dua-duanya sama tidak terkontrol bisa bahaya. Jalan bisa rusak. Semoga aturan baru pembatasan tonase ini bisa berjalan baik dan dipertegas. Karena atas nama keselamatan pengguna jalan, dua hal itu yang harus diperketat. Jika terus, akan ada persaingan yang tidak sehat, di antara pengusaha angkutan.



Wholesales by Brand

Diolah oleh: Antonius Sulistyو

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

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	SUZUKI	13940	36.89%
2	DAIHATSU	12090	32.00%
3	MITSUBISHI MOTORS	10259	27.15%
4	TOYOTA	765	2.02%
5	ISUZU	318	0.84%
6	TATA MOTORS	222	0.59%
7	DFSK	88	0.23%
8	KIA	50	0.13%
9	CHEVROLET	40	0.11%
10	HYUNDAI	14	0.04%
TOTAL PENJUALAN		37786	100.00%

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

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI MOTORS	2518	56.93%
2	TOYOTA	1244	28.13%
3	NISSAN	536	12.12%
4	ISUZU	125	2.83%
TOTAL PENJUALAN		4423	100.00%

Wholesales Light-Duty Truck / GVW 5-10 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	12017	62.99%
2	ISUZU	3509	18.39%
3	HINO	3230	16.93%
4	TOYOTA	265	1.39%
5	TATA MOTORS	55	0.29%
6	FAW	3	0.02%
TOTAL PENJUALAN		19079	100.00%

Wholesales Medium-Duty Truck / GVW 10-24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	755	47.5%
2	MITSUBISHI FUSO	433	27.2%
3	ISUZU	309	19.4%
4	UD TRUCKS	93	5.8%
TOTAL PENJUALAN		1590	100.00%

Wholesales Heavy-Duty Truck / GVW >24 Ton

NO	MERЕК	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	4110	59.3%
2	MITSUBISHI FUSO	1123	16.2%
3	UD TRUCKS	686	9.9%
4	ISUZU	673	9.7%
5	SCANIA	224	3.2%
6	FAW	75	1.1%
7	MAN TRUCK	32	0.5%
8	TATA MOTORS	12	0.2%
TOTAL PENJUALAN		6935	100.00%

"PRODUKSI PICKUP, DOUBLE CABIN, DAN TRUK DI INDONESIA TAHUN 2018"

NO	KATEGORI	BULAN			TOTAL PRODUKSI
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	15735	13624	14598	43957
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0	0
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	6950	7065	7767	21782
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	719	789	824	2332
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	1571	1815	2131	5517
TOTAL PRODUKSI		24975	23293	25320	73588

WHOLESALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-MARET 2018

NO	KATEGORI	JAN-MAR 2018	JAN-MAR 2017	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	37786	33943	3843	11%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	4423	2241	2182	97%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	19084	14575	4509	31%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	1590	1258	332	26%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	6935	4131	2804	68%

RETAIL SALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-MARET 2018

NO	KATEGORI	JAN-MAR 2018	JAN-MAR 2017	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	33363	31271	2092	7%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	3758	2367	1391	59%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	17493	14882	2611	18%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	1744	1260	484	38%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	6977	4162	2815	68%

PRODUKSI BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-MARET 2018

NO	KATEGORI	JAN-MAR 2018	JAN-MAR 2017	+/-	%
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	43957	40339	3618	9%
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0	0%
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	21782	15213	6569	43%
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2332	1335	997	75%
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	5517	3270	2247	69%



MITSUBISHI FUSO BUKA DILER KE-229

Teks & Foto: Antonius Sulisty



PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi truk Mitsubishi Fuso di Indonesia, berkomitmen untuk menjadi penguasa pasar di segmen kendaraan niaga dengan target *market shares* sebesar 50 persen pada tahun 2018 ini. Demi mewujudkannya, KTB kembali meresmikan diler barunya, Mitsubishi Fuso-Dahana Berlian Motor di Rancaekek, Bandung. Pembukaan diler Mitsubishi Fuso yang ke-229 ini diresmikan langsung oleh Presiden Direktur KTB, Atsushi Kurita bersama Direktur Utama PT Dahana Berlian Motor, Suhardi Chandra.

Atsushi Kurita mengatakan, Jawa Barat merupakan area potensial untuk pertumbuhan pasar Mitsubishi Fuso. "Sampai dengan Maret tahun ini, kami meraih 61 persen *market shares* di Jawa Barat. Produk Colt Diesel kami berhasil memimpin pasar Jawa Barat di kelas *light duty truck* dengan pangsa pasar 68 persen. Kondisi ini akan terus kami tingkatkan, karena Jawa Barat memiliki sektor industri yang sangat besar," kata Kurita-san saat peresmian diler Dahana Berlian Motor, Kamis (3/Mei/2018).

Sementara itu, menurut Direktur Penjualan dan Pemasaran KTB, Duljatmono, KTB menargetkan sampai tiga tahun ke depan bisa menguasai hingga 50 persen dari total *market shares* kendaraan komersial Indonesia. "Dengan penambahan diler Mitsubishi Fuso Rancaekek ini merupakan bentuk antisipasi KTB dalam mengakomodasi *demand* ke depannya, agar bisa melayani lebih baik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan kendaraan Mitsubishi Fuso," kata Duljatmono.

Diler Mitsubishi Fuso-Dahana Berlian Motor dibangun di atas tanah seluas 5.130 meter persegi dengan luas bangunan 1.210 meter persegi, yang memasarkan dan melayani produk kendaraan niaga dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC), yaitu Colt Diesel, Fuso, dan New Fuso. Sementara di area bengkel, diler ini memiliki fasilitas empat *stall* besar dan enam *stall* kecil, yang didukung tenaga mekanik andal dengan kapasitas melakukan perbaikan dan perawatan kendaraan hingga 12 unit per harinya.

ISUZU INDONESIA MENJADI BASIS EKSPOR PIKAP TRAGA

Teks & Foto: Antonius Sulisty



Setelah resmi memperkenalkan Isuzu Traga yang merupakan *world premiere*-nya di Jakarta pada 23 April, PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI) selaku agen pemegang merek kendaraan Isuzu di Tanah Air, mendapatkan hak otoritas dalam produksi varian terbaru dari Isuzu di kelas *pick up medium cab over* ini. *President Director* IAMI Ernando Demily mengatakan, Isuzu Traga dirancang tidak hanya sebagai kendaraan *pick up medium cab over* untuk kebutuhan pasar Indonesia, melainkan juga untuk diekspor ke berbagai negara lainnya. "Isuzu Traga 100 persen dirakit di Indonesia di pabrik kami yang berada di Karawang," kata Ernando.

Sejak pertama kali diperkenalkan untuk pasar do-

mestik Indonesia, secara *wholesales* Isuzu Traga sudah terjual 155 unit dan secara *retail sales* sudah terlego 143 unit. Menurut *Marketing Communication Dept Head* IAMI, Puti Annisa Moeloek, untuk pasar nasional, Isuzu Traga ditargetkan dapat terjual 300 unit per bulan. "Kami menargetkan penjualan Isuzu Traga bisa mencapai 300 unit per bulan, dan sampai akhir tahun ini penjualannya ditargetkan sekitar 3.000 unit karena peluncurannya tidak di awal tahun," kata Annisa di sela kegiatan Isuzu Traga Media Test Drive di Cisarua, Puncak, Bogor, Rabu (9/5).

Secara teknis, Isuzu Traga dimodali ukuran bak seluas 4,6 meter persegi dengan dimensi (panjang x lebar x tinggi) 2.810 mm x 1.620 mm x 300 mm, yang cocok digu-

nakan untuk angkutan di perkebunan dan industri, material bangunan, jasa ekspedisi, *catering*, dan usaha lainnya. Sektor mesin dibekali tipe mesin 4JA1-L 2.500 cc diesel *direct injection*, yang merupakan mesin legendaris bawaan Isuzu Panther dengan torsi maksimum 19,5 kgm (191,2 Nm) dan tenaga puncak 80 PS.

Isuzu Traga sendiri merupakan produk strategis untuk pasar negara-negara berkembang, hasil kolaborasi Isuzu Jepang dan Isuzu Global CV Engineering Center (IGCE) yang merupakan perusahaan grup yang mengendalikan rekayasa kendaraan komersial untuk pasar negara berkembang. Isuzu Traga diproduksi di pabrik Isuzu di Indonesia yang dioperasikan oleh IAMI karena pertimbangan pasar kendaraan komersial Indonesia yang signifikan bagi penjualan Isuzu Motors secara global.



Rencananya, pada awal tahun 2019 Isuzu Traga bakal diekspor secara utuh atau CBU (*completely built up*) dengan tujuan awal pasar Asia Tenggara. "IAMI akan mengekspor Traga secara CBU dengan teknologi Euro 4, karena standar kendaraan di beberapa negara ASEAN yang sudah mewajibkan pakai Euro 4. Isuzu Indonesia sendiri sudah mampu memproduksi kendaraan dengan teknologi Euro 4," jelas Tonton Eko Boedianto, *Product Development Division Head* IAMI.



Auto2000 Pasarkan Dyna Food Truck

Teks: Abdul Wachid / Foto: Auto2000



Saat ini pemerintah, melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) turut mempromosikan dan menggalakkan bisnis kuliner khususnya *foodtruck*. Melihat potensi bisnis kuliner di Indonesia yang tumbuh pesat serta sebagai bentuk dukungan terhadap program pemerintah. PT Astra International Tbk – Toyota Sales Operation (Auto2000) melalui produk kendaraan komersialnya Toyota Dyna mengembangkan Dyna Food Truck sebagai solusi bisnis kuliner.

Melalui Dyna Food Truck, Auto2000 menargetkan pemilik waralaba dan wirausahawan kuliner yang sedang ingin mengembangkan bisnisnya. "Kami akan analisa terlebih dahulu untuk kemampuan penyerapan pasar dalam menentukan target penjualannya. Namun melihat perkembangan bisnis kuliner yang tumbuh pesat, kami optimis akan potensi penjualan *food truck* ke depannya," tutur David Tuerah, Kepala *Project Food Truck* Auto2000.

Untuk tipe kendaraan yang digunakan, Auto2000 mempersiapkan Toyota DYNA empat roda, *truck chassis* 110 PS ST, *long wheel base power steering* dengan karoseri boks. Sementara untuk peralatan dapur, beberapa unit yang diproduksi disediakan sendiri oleh konsumen yang kebetulan restoran waralaba. Beberapa peralatan dapur yang tersedia, di antaranya *microwave oven, induction, biverdge, freezer, chiller, jars*.

Satu unit Dyna Food Truck dihargai Rp 1 miliar. Nilai tersebut merupakan harga paket terdiri dari satu unit Toyota Dyna, *franchise fee*, karoseri dan peralatan *food truck*. Pelanggan yang melakukan pembelian Dyna Food Truck, juga akan diberikan persiapan dan pelatihan dari pihak waralaba yang salah satunya dengan Es Teler 77.

"Saat ini kami sedang bekerja sama dengan Es Teler 77 dan dalam tahap negosiasi jumlah pemesanan beberapa unit ke depannya serta sedang menjajaki kerja sama dengan *franchise* kuliner lainnya sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan bisnis kuliner mereka," tambah David.

TRAXIA UBI

Asuransi Berbasis Data Telemetri

Teks: Abdul Wachid / Foto: Traxia UBI



Produk asuransi kendaraan pada umumnya dihitung berdasarkan nilai aset yang diasuransikan. Misalnya satu unit truk senilai Rp 1 miliar yang telah dikenakan premi tetap dalam setahun. Walaupun kendaraan tersebut lebih banyak diparkir jumlah premi yang harus dibayar tetap sama. Terobosan baru dilakukan PT Digitalinstincts Teknologi dengan menciptakan Traxia UBI (Usage Based Insurance), asuransi yang dibayarkan sesuai penggunaan.

Dibantu dengan *platform* khusus yang bisa menghimpun data telemetri dari kendaraan, Traxia UBI diyakini akan meningkatkan produktivitas penggunaannya. Di dalam penggunaannya terdapat dua macam cara untuk menentukan jumlah premi yang harus dibayarkan. Pertama, berdasarkan perilaku menyetir, yang data telemetrinya seputar kecepatan kendaraan dan pengereman.

"Jika dalam data telemetri ditemukan perilaku berisiko kecelakaan yang berujung kerugian. Maka pemilik truk berpotensi dikenakan premi yang tinggi. Cara kedua, berdasarkan utilisasi kendaraan. Meski utilisasi kendaraan tinggi, jika rute atau medan jalan yang dilewati sudah pasti maka risiko sudah bisa dideteksi," terang Kenny Marchel, *Chief Technology Officer* PT Digitalinstincts Teknologi.

Namun, menurut Kenny, produknya sejauh ini masih belum dipasarkan karena masih menunggu kajian pihak Otoritas Jasa Keuangan. Mengingat OJK memiliki aturan sendiri terkait asuransi kendaraan berikut penentuan jumlah premi dan sebagainya. "OJK masih perlu mereview dulu bagaimana cara meregulasi produk asuransi yang dikombinasi teknologi data telemetri. Dan ini menjadi tantangan bagi kita," katanya.

Sambil menunggu, kini Traxia UBI bersama mitra asuransinya asal Jepang mencoba menawarkan jasa konsultan kepada perusahaan *trucking*, yakni membantu untuk mengidentifikasi berapa lama aset terkena situasi berisiko seperti mengemudi di jam sibuk, area berbahaya yang diketahui dan lainnya. Dari data tersebut nantinya perusahaan *trucking* akan mengetahui kapan waktu yang tepat melakukan peremajaan armada.



Indeks Harga Truk Bekas

MERЕК & TIPE	SPESIFIKASI	TAHUN	RENTANG HARGA
Hino 300	110 SD (engkel) bak M/T	2009	Rp 130 juta-135 juta
Hino 300	110 SD (dobel) boks M/T	2009	Rp 135 juta-140 juta
Hino 300	110 SD (dobel) boks long chassis M/T	2011	Rp 150 juta-160 juta
Hino 300	110 SDL (engkel) boks M/T	2014	Rp 165 juta-170 juta
Hino 300	130 MDL (dobel) boks M/T	2014	Rp 205 juta-210 juta
Hino 300	110 SD (engkel) boks M/T	2015	Rp 170 juta-175 juta
Hino 500	4x2 M/T	2004	Rp 215 juta-220 juta
Hino 500	6x2 M/T	2008	Rp 325 juta-330 juta
Hino 500	FG235TI bak 4x2 M/T	2009	Rp 335 juta-340 juta
Hino 500	FL235TI M/T	2009	Rp 380 juta-385 juta
Hino 500	FM320TI losbak 6x4 M/T	2012	Rp 390 juta-400 juta
Hino 500	FG235JP M/T	2012	Rp 320 juta-330 juta
Hino 500	FL235JW boks 6x2 M/T	2012	Rp 430 juta-440 juta
Hino 500	FL235JW wingbox 6x2 M/T	2012	Rp 530 juta-550 juta
Hino 500	FL235JW bak 6x2 M/T	2012	Rp 490 juta-500 juta
Hino 500	SG260TI tractor head 4x2	2012	Rp 500 juta-520 juta
Hino 500	FM260TI M/T	2013	Rp 440 juta-450 juta
Hino 500	FM260JW w/tangki Hi-blow	2013	Rp 700 juta-710 juta
Hino 500	FG235JP long M/T	2014	Rp 485 juta-495 juta
Hino 500	FL235TI M/T	2014	Rp 470 juta-480 juta
Hino 500	FM260JM mixer 6x4 M/T	2014	Rp 745 juta-750 juta
Hino 500	FM220TI dump truck 6x4 M/T	2014	Rp 490 juta-495 juta
Hino 500	FL235JW tangki 6x4 M/T	2014	Rp 535 juta-550 juta
Hino 500	FJ190TI sasis 4x2 M/T	2014	Rp 345 juta-350 juta
Hino 500	FM320TI tractor head 6x4 M/T	2014	Rp 800 juta-810 juta
Hino 500	FC190TI M/T	2015	Rp 350 juta-360 juta
Hino 500	SG260TI tractor head 4x2	2015	Rp 550 juta-560 juta
Hino 500	FM285JD dump truck 6x4 M/T	2016	Rp 840 juta-850 juta
Isuzu Elf	125PS HDL M/T	2011	Rp 140 juta-145 juta
Isuzu Elf	125PS (dobel) bak M/T	2012	Rp 150 juta-161 juta
Isuzu Elf	NKR 55 (dobel) M/T	2012	Rp 155 juta-165 juta
Isuzu Elf	NKR 55 (engkel) boks M/T	2012	Rp 110 juta-115 juta
Isuzu Elf	NKR71 Std M/T	2013	Rp 170 juta-175 juta
Isuzu Elf	NKR71 HD M/T	2013	Rp 180 juta-190 juta
Isuzu Elf	100PS (engkel) box M/T	2014	Rp 170 juta-175 juta
Isuzu Elf	NKR 55 (engkel) bak 3-way	2014	Rp 150 juta-155 juta
Isuzu Elf	125PS HDL M/T	2015	Rp 190 juta-200 juta
Isuzu Giga	FVM240 240PS tangki 6x4 M/T	2012	Rp 330 juta-355 juta
Isuzu Giga	FTR90S 210PS M/T	2014	Rp 300 juta-315 juta
Isuzu Giga	FVR34P 240PS bak 3-way 4x2 M/T	2016	Rp 440 juta-450 juta

Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) boks	2007	Rp 135 juta-140 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) boks	2007	Rp 125 juta-130 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) bak	2008	Rp 130 juta-135 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) bak	2008	Rp 120 juta-125 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) bak	2009	Rp 135 juta-140 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) boks	2009	Rp 145 juta-150 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) boks	2010	Rp 155 juta-160 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) bak	2011	Rp 160 juta-165 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) boks	2011	Rp 165 juta-170 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) flat deck	2012	Rp 170 juta-175 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) bak	2012	Rp 150 juta-155 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) boks	2012	Rp 175 juta-180 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) bak	2012	Rp 170 juta-175 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (engkel) boks	2012	RP 170 juta-175 juta
Mitsubishi Colt Diesel	125 HD (dobel) bak pelat B	2013	Rp 195 juta-200 juta
Mitsubishi Colt Diesel	110PS (dobel) boks pelat B	2014	Rp 205 juta-210 juta
Mitsubishi Fuso	190PS HD 4x2 M/T	2005	Rp 225 juta-230 juta
Mitsubishi Fuso	220PS tronton 6x2 M/T	2009	Rp 350 juta-360 juta
Mitsubishi Fuso	220PS tronton 6x2 M/T	2011	Rp 378 juta-385 juta
Mitsubishi Fuso	220PS dump truck 4x2 M/T	2012	Rp 335 juta-340 juta
Mitsubishi Fuso	220PS FM517 dump truck 4x2 M/T	2012	Rp 335 juta-340 juta
Mitsubishi Fuso	220PS dump truck 6x4 M/T	2013	Rp 460 juta-537 juta
Mitsubishi Fuso	220PS long chassis 6x4 M/T	2013	Rp 340 juta-350 juta
Mitsubishi Fuso	220PS 4x2 M/T	2015	Rp 490 juta-500 juta
Toyota Dyna	110 ST(engkel) bak	2010	Rp 115 juta-120 juta
Toyota Dyna	110 FT(dobel) bak	2012	Rp 145 juta-150 juta
Toyota Dyna	110 FT(dobel) boks	2012	Rp 155 juta-160 juta
Toyota Dyna	130HT (dobel) bak 3-way	2012	Rp 160 juta-165 juta
Toyota Dyna	110 FT(dobel) bak	2013	Rp 160 juta-165 juta
Toyota Dyna	110 FT(dobel) boks	2013	Rp 170 juta-175 juta
UD Trucks	CWA260 rigid 6x4 M/T	2007	Rp 300 juta-315 juta
UD Trucks	CWM330 dump truck 6x4 M/T	2008	Rp 285 juta-295 juta
UD Trucks	PK215 rigid 4x2 M/T	2010	Rp 335 juta-350 juta
UD Trucks	CWA260HT tractor head 6x4 M/T	2013	Rp 470 juta-480 juta
UD Trucks	PK260CT tractor head 4x2 M/T	2013	Rp 420 juta-430 juta
UD Trucks	PK260CT tractor head 4x2 M/T	2014	Rp 490 juta-500 juta
Volvo	FH12 tractor head 6x4 A/T	2004	Rp 165 juta-175 juta
Volvo	FMX 440 rigid 8x4 A/T	2012	Rp 540 juta-550 juta

CATATAN : Daftar harga disusun berdasarkan data yang terkumpul sampai dengan 27 April 2018. Data merupakan harga pasaran truk bekas dalam kondisi laik jalan dari pedagang truk bekas dan pemilik unit di wilayah Jabotabek-Sumatera-Kalimantan. Harga tidak mengikat dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.



Peserta defensive driving training bergambar bersama usai pelatihan teori

TruckMagz School Surabaya

Sopir Jatim Paling Baik Kelola Potensi Risiko di Jalan

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Kampanye berkeselamatan *Safety First, Efficiency Follow* berakhir di Kota Pahlawan sebagai bagian dari rangkaian *TruckMagz School 2018*. Acara diselenggarakan di dua lokasi, *defensive driving training* di Hotel Singgasana Surabaya (8/5) dan *tire management and basic lubricant training* serta *gala dinner* di Isyana Ballroom Hotel Bumi Surabaya (9/5). *TruckMagz School* Surabaya berjalan sukses atas dukungan Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Ap-trindo) Jawa Timur, PT Everseiko Indonesia sebagai *Sole Distributor* ban MRF di Indonesia, Bank Danamon, Indonesian Defensive Driving Center (IDDC) dan PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia (DCVI) selaku agen pemegang merek truk Mercedes-Benz di Indonesia.



Dari kiri: Maximilian Knorr, Ariel Wibisono, Gemilang Tarigan dan Ratna Hidayati saat press conference



Seluruh peserta terbaik defensive driving training berfoto bersama usai penyerahan penghargaan



Peserta tire management and basic lubricant training berfoto bersama

Pemimpin Redaksi *TruckMagz* Ratna Hidayati mengatakan, Surabaya adalah kota terakhir dari rangkaian *TruckMagz School*. "Ke depan kami akan evaluasi kegiatan ini karena respons tiap kota cukup baik. Dari *roadshow* yang kami lakukan, nyatanya masih banyak sopir yang belum pernah mengikuti pelatihan mengemudi," kata Ratna. Ratna menambahkan, ke depan program *TruckMagz School* akan diadakan terus dengan agenda yang lebih luas, yaitu ke seluruh Indonesia. Materi pelatihan akan lebih komprehensif seperti *eco-driving* dan tata cara muat yang benar.

Defensive driving training meliputi *road sign knowledge*, yaitu pengetahuan mengenai peraturan dan rambu-rambu lalu lintas, *defensive driving*, yaitu filosofi mengemudi yang baik dan benar, dan *driving awareness*, bagaimana sopir mengelola potensi risiko diharapkan bisa meminimalkan risiko kecelakaan. Hasil penilaian terhadap 55 peserta di Surabaya adalah *road sign* 93% merupakan paling baik di antara kota-kota lain, *defensive driving skill* 49,7%, dan *driving awareness* 71,7% yang paling tinggi diantara kota-kota lain. Di Jakarta dengan total peserta 74 orang. *road sign* 77%, *defensive driving skill* 43%, *driving awareness* 63%. Di Semarang jumlah peserta 64 orang, *road sign* 80%, *defensive driving skill* 49%, dan *driving awareness* 55%. Sementara di Banten, jumlah total 36 peserta, *road sign* 72%, *defensive driving skill* 47%, dan *driving awareness* 57%.

Dari *defensive driving training* dipilih 10 peserta terbaik. Kesepuluh peserta terbaik tersebut adalah Hari Widiyanto (PT Eastern Logistics), Dany Arya Wiryanugraha (PT Karya Usaha Transindo), Puji Ady Ronggo (PT Karya Usaha Baru), Didit Elyanto (PT Balrich Logistics), Parnu Wibowo (PT Reethau Energi Nusantara), Suyono (PT Bhirawa), M. Syaifulloh (PT Karya Usaha Transindo), I Putu Wahyu Didik Wiratama (PT Sinar Jati Mitra), Sunarto (PT Reethau Energi Nusantara) dan Eko Susanto (PT Balrich Logistics).

Dari 10 peserta diseleksi tiga juara, yaitu Hari Widiyanto dari PT Eastern Logistics membawa pulang trofi Peserta Terbaik I. Sebagai Peserta Terbaik I Hari berhak atas hadiah uang tunai Rp 7,5 juta. Secara otomatis, Hari juga mengantarkan PT Eastern Logistics menjadi Peserta Terbaik I Kategori Perusahaan dengan hadiah Rp 7,5 juta dan trofi.

Puji Ady Ronggo sebagai Peserta Terbaik II Kategori *Driver* Truk dari PT Karya Usaha Baru dan berhak membawa pulang hadiah uang tunai Rp 5 juta dan trofi. Puji juga mengantarkan PT Karya Usaha Baru sebagai Peserta Terbaik II Kategori Perusahaan yang juga mendapatkan hadiah Rp 5 juta dan trofi. Peserta Terbaik III Kategori *Driver* Truk diberikan kepada Dany Arya Wiryanugraha dari PT Karya Usaha Transindo dan berhak atas hadiah uang tunai Rp 2,5 juta dan trofi.

Penyerahan hadiah dilakukan saat gala dinner dihadiri oleh Muhammad Isa Anshori Kepala Bidang Angkutan dan Keselamatan Jalan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur mewakili Wahid Wahyudi Kepala Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur. Dalam sambutannya beliau mengutarakan terima kasih kepada TruckMagz karena sudah meringankan fungsi pemerintah untuk membina pengemudi truk. "Sebenarnya hal seperti ini adalah fungsi pemerintah. Dan kami berterima kasih dengan ada kegiatan seperti ini. Dishub Jatim juga sudah menjalankan pelatihan tapi untuk pengemudi bus dan bekerja sama dengan Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Sopir bus yang ikut akan mendapatkan sertifikat dari BNSP. Saya beri masukan saja, jika nanti mengadakan acara serupa silahkan menggandeng BNSP atau kami. Sopir bisa bangga karena sudah punya sertifikat saat melamar kerja. Saya juga senang acara ini didukung oleh Aprindo, Karena pengusaha yang tergabung dalam asosiasi, pemerintah akan mudah dalam pembinaan. Kami siap fasilitasi jika Aprindo mengalami kesulitan. Dan tahun depan akan ada dana pemerintah untuk training pengemudi truk serta kerjasama dengan BNSP," jelasnya.

Sebagai instruktur di hari pertama Adrianto Sugiarto Wiyono, Senior Instructor Indonesian Defensive Driving Center menjelaskan apa itu pengendara yang defensive, "Pengendara yang Defensive adalah pengendara yang mampu mengemudikan kendaraan dengan tenang dalam arti tidak tegang, tidak mudah terprovokasi dan mampu mengantisipasi situasi kondisi lalu lintas sekitarnya," katanya.

Rian juga berpesan agar sopir juga melakukan pengamanan kendaraan, "Saya menyarankan Pre-Trip Inspection, yang paling gampang adalah kelilingi kendaraan satu kali untuk mengecek ada tetapan oli atau sesuatu yang mencurigakan dan berbahaya di kendaraan. Paling umum yang tinggal kelilingi kendaraan kita sebelum berangkat kerja, yang harus dicek adalah bahan bakar, oli, air, kerusakan yang tampak, kelistrikan lalu ban atau wiper. Sesederhana itu kira-kira. Ketika sudah di dalam kabin bisa melakukan cek dengan memperhatikan indikator yang ada di dashboard," jelasnya.

Sugih Sutjiono General Manager PT Everseiko Indonesia hadir sebagai pembicara di sesi tire management system. Ia menilai masih ada perusahaan yang tidak memperhatikan ban sehingga operasional perusahaan membengkak. "Biaya operasional truk diantaranya perawatan, suku cadang, pajak, asuransi, tenaga kerja, BBM dan ban. Diantara semua itu ban hanya dilihat saat belinya saja. Dan seharusnya dalam kepemilikan truk harus memperhatikan biaya penggunaan ban juga. Dengan memperhatikan ban ini baru bisa mengurangi biaya operasional. Umumnya perusahaan transportasi ini mencari mekanik dan sopir, sangat jarang sekali ada pengusaha yang cari tukang ban. Padahal kerjaan mekanik dan tukang ban ini beda. Jika mekanik tidak punya waktu untuk memperhatikan ban maka biaya ban akan membengkak. Saran saya, jika tidak mencari tukang ban, carilah supplier ban yang bisa memberikan pedoman. Lalum setelah manajemen ban berjalan buatlah catatan penggunaan ban seperti informasi rata-rata perkilometer pemakaian ban," terang Sugih.

Dukungan penuh dan ucapan terima kasih juga disampaikan Maxilian Knor Director of Network, Product, and Retail Trucks Indonesia PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia. Max berterima karena sudah diberik kesempatan menjadi partner di 4 sesi program Truck-Magz School " Dengan pelatihan ini, kami beharap di Indonesia bisa membawa driver yang berkualitas dan sustainable. Mercy akan selalu support product terbaik dengan tidak berkompromi terhadap kecelakaan. Untuk itu kami telah menganalisa lebih dari 500 kecelakaan yang terjadi di Eropa. Sehingga lahirnya New Axor yang didukung dengan Daytime Running Light. Constant Throttle Valve dan rem Anti-Lock Braking System.

Acara ini juga mendapat juga mendapat dukungan penuh dari DPD Aprindo Jawa Timur, Ariel Wibisono sebagai ketua mengucapkan terima kasih karena TruckMagz School bisa menciptakan SDM pengemudi yang berkualitas terutama untuk mendukung pengurangan angka kecelakaan di jalan. "Sebagai Aprindo Jatim, kami ingin terus meningkatkan acara seperti ini dan hasilnya pengemudi menjadi pelopor keselamatan bagi pengemudi lain yang belum berkesempatan mengikuti acara hari ini. Kami mengapresiasi kepada sopir dalam bentuk pelatihan seperti acara ini dan menggandeng dealer kendaraan niaga bahkan pelatihan inhouse seperti pelatihan safety driving berkala," jelasnya.



Foto bersama peserta terbaik Defensive Driving kategori Perusahaan



M. Isa Anshori Kabid Angkutan dan Keselamatan Jalan Dishub Jatim menyampaikan sambutan pada gala dinner TruckMagz School Surabaya



Penyerahan kenang-kenangan kepada Sugih Sutjiono sebagai narasumber tyre management oleh Ariel Wibisono



Penyerahan penghargaan kepada Peserta Terbaik I Kategori Driver Truk oleh Isa Anshori Kepala Bagian Angkutan Jalan Dishub Jatim



Penyerahan penghargaan kepada Peserta Terbaik I Kategori Perusahaan oleh Gemilang Tarigan Ketua Umum DPP Aprindo



Suasana gala dinner Safety First Efficiency Follow di Surabaya

Ariel menambahkan, pemerintah sudah membangun infrastruktur yang cukup memadai yaitu jalan tol. " Jalan tol ini, sudah memangkas waktu pengiriman. Artinya tempat pemberhentiannya juga berkurang. Memang rest area belum terbentuk. Sehingga kini sopir lebih nyaman. Dari sisi kendaraan kami pengusaha selalu cermat dalam memilih varian truk yang friendly driving untuk memudahkan kerja sopir. Selain itu, GPS di kendaraan bisa digunakan untuk menandai tempat-tempat berhenti sopir yang layak. Kami dari Aprindo juga akan mengusulkan fasilitas yang layak untuk sopir. Terutama untuk menertibkan kemacetan dengan bisa lewat jalan tol. Itu yang kami lakukan dari sisi pengusaha," kata Ariel

Hadir pula pada gala dinner Gemilang Tarigan Ketua Umum DPP Aprindo yang mendukung acara berkeselamatan ini karena telah mengangkat harkat martabat pengemudi sekaligus menjawab tantangan di jalan raya khususnya truk. "Acara ini adalah upaya untuk menurunkan tingkat kecelakaan di Indonesia walaupun dalam usaha yang masih sekecil ini. Bagaimana mengemudi yang baik diukur dengan cara tertentu dan menghasilkan pengemudi yang baik. Ini merupakan satu cara dari sekian banyak cara. Kami berharap hal ini bisa diikuti oleh pihak lain serta meningkatkan kesadaran pengusaha untuk memberikan edukasi kepada pengemudinya. Pengemudi truk itu umumnya otodidak sehingga teori seperti ini diperlukan untuk meningkatkan cara bekerja mereka," ujar Tarigan.

Dari pihak Aprindo juga menjelaskan bahwa tahun ini akan menyusun skema sertifikasi pengemudi. "Tahun lalu belum ada skema sertifikasi sopir, maka tahun ini sudah ada skema untuk itu. Kami juga mendapat dukungan dari pemerintah dengan bantuan untuk sertifikasi untuk 2000 pengemudi dan ini kita bagi kepada DPD di seluruh Indonesia. Mengapa ini penting karena sudah masuk ke MEA dan pembangunan infrastruktur di sebagian pulau di Indonesia sudah mulai memadai. Ini juga mempersiapkan pengemudi kita bisa melintas kenegara tetangga. Beberapa negara ASEAN pengemudi truknya sudah memiliki sertifikasi sehingga diperkenankan masuk ke negara tetangga. Pengemudi truk ini harus diperhatikan karena truk jalan berarti perekonomian masih jalan. Karena truk jalan ini karena perintah perdagangan. Truk berjalan demi perekonomian negeri. Dan truk berjalan pasti bertugas menunjang perekonomian bangsa," tegas Tarigan.



Suasana uji praktik defensive driving oleh tim IDDC



Pemaparan dan uji teori defensive driving training oleh tim IDDC

PESERTA TERBAIK DEFENSIVE DRIVING TRAINING TRUCKMAGZ SCHOOL SURABAYA KATEGORI DRIVER TRUK

NO.	NAMA	PERUSAHAAN
1	Hari Widiyanto	PT Eastern Logistics
2	Puji Ady Ronggo	PT Karya Usaha Baru
3	Dany Arya Wiranugraha	PT Karya Usaha Transindo
4	M. Syaifulloh	PT Karya Usaha Transindo
5	Parnu Wibowo	PT Reethau Energi Nusantara
6	Sunarto	PT Reethau Energi Nusantara
7	Suyono	PT Bhirawa
8	Didit Elyanto	PT Balrich Logistics
9	Eko Susanto	PT Balrich Logistics
10	I Putu Wahyu Didik .W	PT Sinar Jati Mitra

PESERTA TERBAIK DEFENSIVE DRIVING TRAINING TRUCKMAGZ SCHOOL SURABAYA KATEGORI PERUSAHAAN

NO.	PERUSAHAAN
1	PT Eastern Logistics
2	PT Karya Usaha Baru
3	PT Karya Usaha Transindo

TRUCKMAGZ

Mengucapkan:

*Thank
You*

Kepada Sponsor, Supporting Partner, Peserta dan Narasumber dalam Kegiatan:

- Defensive Driving Training
- Tire Management Training
- Basic Lubricant Training





INDOBUILDTECH 2018

Teks: Abdul Wachid / Foto: Abdul Wachid

DUKUNG PEMBANGUNAN KOTA BERKELANJUTAN

Diorama yang menyajikan visual media komprehensif dan informasi grafis tentang pentingnya sebuah pembangunan berkelanjutan

Guna mendorong percepatan pembangunan perkotaan berkelanjutan PT Debindo ITE menggelar *Indobuildtech Expo 2018*, pameran material dan teknologi bangunan terbesar di Indonesia. Bertempat di Indonesia Convention Exhibition BSD City, Tangerang. Pameran ini digelar selama lima hari, 2-6 Mei. Mengangkat tema '*Sustainable Urban Development*', *Indobuildtech Expo 2018* diikuti 500 perusahaan dari dalam dan luar negeri ditambah dukungan 30 asosiasi industri dan profesi.

Wujud dari tema diimplementasikan dalam bentuk diorama yang menyajikan visual media komprehensif dan informasi grafis. Lewat diorama pengunjung akan mengetahui pentingnya sebuah pembangunan berkelanjutan serta data terkini tentang kondisi perkotaan saat ini. Terdapat pula testimoni dari para ahli, praktisi, profesional dan akademisi mengenai tema tersebut.

"Pameran ini merupakan momentum tepat dalam percepatan pelaksanaan proyek pembangunan infrastruktur dan properti. *Indobuildtech* mampu mempertemukan para pelaku pasar yang dapat berinteraksi langsung dengan

pabrik penyedia aneka ragam produk material dan teknologi bangunan untuk membangun kemitraan dan kerja sama," ujar Effi Setiabudi, Direktur Utama PT Debindo ITE saat memberi sambutan (2/5).

Sebagai bagian penting dari pembangunan kota berkelanjutan, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dan Bappenas telah mendeklarasikan program 'Menuju 100 Smart Cities'. Program ini dianggap menjadi keharusan bagi Indonesia dalam upaya memberikan solusi bagi kebutuhan pemukiman dan lingkungan sosial ekonomi.

Arlinda, Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan mengatakan, pameran ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lewat pengenalan teknologi di bidang konstruksi. Pemerintah optimis adanya *Indobuildtech 2018* bisa membantu pengembangan ekspor pada tahun 2018. "Jika melihat tujuan pasarnya, ditargetkan ke negara-negara Asia Selatan, Timur, Tengah dan saat ini sedang menyentuh negara Afrika," terangnya.

Ia meyakini kualitas teknologi material bangunan yang dimiliki Indonesia beberapa tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Hal itu telah membuka peluang bagi peningkatan ekspor produk dalam negeri ke mancanegara. "Tahun ini sekitar 50 persen pesertanya dari luar negeri, artinya kita memiliki daya saing," tuturnya.

Oleh sebab itu pemerintah akan terus mendukung kualitas produk dalam negeri agar memiliki daya saing ekspor yang baik. Terlebih pemerintah menargetkan ekspor 11 persen ke sejumlah negara di Asia, Afrika, Eropa Timur, Amerika Latin. Pengamatannya, beberapa negara seperti Nigeria dan Bangladesh menjadi tujuan potensial ekspor sebab keduanya sedang melakukan pembangunan infrastruktur.

DIMERIAHKAN BERGAM FORUM DISKUSI

Indobuildtech 2018 tidak menargetkan transaksi bisnis mengingat bersifat *business to business* (B2B) dan mencapai kesinambungan. Raditia Zafir Ahmad, *General Manager* PT Debindo ITE mengatakan, sesuai temanya, *Sustainable Urban Development*, pameran ini diharapkan mampu menjadi solusi atas permasalahan dalam membangun kota yang berkelanjutan.

Maka dari itu, bersamaan dengan pameran digelar pula *Business Program* yang terdiri dari aneka forum, presentasi dan diskusi yang dapat diikuti oleh para pengunjung. *Business Program* tersebut antara lain berupa kegiatan Seminar *Urban Sustainability on Transit Oriented Development* oleh Pokja PKP (Kelompok Kerja Perumahan dan Kawasan Pemukiman) dan Indobuildtech Architect Forum oleh Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) Banten.

"Dengan diadakannya forum-forum tersebut dapat memberikan banyak manfaat dan nilai tambah. Selain itu pengunjung dapat memanfaatkan peluang interaksi, transaksi dan negosiasi bisnis dengan para narasumber," kata Effi.

Raditia menambahkan, implementasi gerakan pembangunan kota berkelanjutan diketahui melibatkan banyak pihak. Beberapa program pendukungnya seperti pembangunan *green city* di kalangan pengembang properti, pembuatan *green product* para produsen material dan teknologi bangunan. Termasuk program *Smart City* yang digagas pemerintah di banyak kota dan kabupaten di Indonesia.

Sebagai contoh *green product* yang ditampilkan kalangan produsen salah satunya adalah biowood. Produk ini 100 persen terbuat dari bambu dan bahan daur ulang lainnya yang ramah lingkungan. Pabriknya yang berlokasi di Batam telah mampu mengeskpor ke sejumlah negara di Asia.



Pada tahun ini sekitar 50 persen peserta pameran berasal dari luar negeri



Indobuildtech Expo 2018 mengangkat tema 'Sustainable Urban Development' diikuti 500 perusahaan dari dalam dan luar negeri



Pameran ini diikuti lebih dari 500 perusahaan dari dalam dan luar negeri



MEMILIH BOX PENDINGIN YANG IDEAL

Teks : Sigit Andriyono

Foto : Giovanni Versandi

Truk *box* berpendingin memiliki fungsi yang sama untuk semua jenis muatan seperti daging, sayur, buah, produk es krim, atau bahkan bunga hidup, yaitu untuk menjaga produk pada suhu yang tepat hingga sampai di tujuan. Suhu dalam *box* pendingin harus dalam rentang toleransi muatan yang diangkut. Prayudi Nur Hudza, Kepala Bengkel Laras Bumi Jaya Gresik, mencontohkan sebuah perusahaan transporter produk daging untuk restoran cepat saji.

“Biasanya ada roti dan ayam, produk tetap bisa dikonsumsi hingga masa kadaluwarsa jika suhu penyimpanan di 5 derajat Celcius. Ternyata muatan setelah perjalanan semalaman oleh pekerja bagian gudang penerima suhunya naik menjadi 7 derajat Celcius. Jika restoran tadi memegang teguh SOP perusahaan, konsumen bisa klaim ke transporter. Hal-hal seperti ini yang membuat konsumen tidak puas, produk bisa saja rusak dan muatan akibat klaim menumpuk di gudang. Jelas sekali menaikkan biaya operasional,” terang Yudi.

Perlu ada pedoman sebelum memilih *box* pendingin yang sesuai dengan muatan. Berikut beberapa hal yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan *box* pendingin.

Isolasi berhubungan dengan dimensi interior.

Lokasi kerja truk sangat menentukan dimensi truk *box* pendingin. Bahkan hingga ketebalan material mungkin akan berbeda karena memerlukan perhitungan paket isolasi, pintu, dan berbagai fitur lain dari truk tersebut itu. "Sehingga sekali lagi perhatikan gudang yang dimiliki, apakah bongkar muat menggunakan *forklift* dengan palet atau truk digunakan untuk memuat dua palet berdampingan dalam *cargo box*. Karena produk isolasi yang baik memiliki ketebalan lebih dari dua inci sehingga perlu diperhitungkan peletakan muatan dengan palet yang berdampingan. Yang harus diperhatikan adalah semakin tebal isolasi, semakin tahan terhadap suhu di luar kendaraan yang berarti semakin baik menjaga suhu tetap stabil. Dari sini bisa diambil perkiraan dimensi truk yang akan dipesan," jelasnya.

Spesifikasi sasis untuk *body mounting*.

Salah satu kesalahan fatal akibat kurangnya pengetahuan karoseri terhadap sasis kendaraan adalah produk tidak proporsional. "Kesalahan membangun rangka tanpa verifikasi tinggi *frame* di bagian belakang sasis truk lalu ditambah konsumen tidak menyadari ada masalah hingga produk dikirim ke karoseri. Itu akan menyulitkan karoseri ketika memasang *body* dan fitur lain. Produk yang sering bermasalah dengan sasis truk adalah *liftgate*. Jika sasis terlalu tinggi, *liftgate* mungkin tidak bisa mencapai tanah ketika diturunkan, sehingga tidak mungkin untuk mengangkat palet atau produk ke dalam *box*. Perlu adanya komunikasi terlebih dahulu antara dealer dan karoseri untuk memastikan kompatibilitas dengan spesifikasi sebagai syarat minimal karoseri *box* pendingin," kata Yudi.

Refrigerator *power switch*.

Pada *box* pendingin, setiap kali pintu belakang dibuka, *blower* akan meniupkan udara dingin. Secara otomatis juga *refrigerator* akan menghisap udara di luar yang lembab atau pun panas ke dalam *box* kargo. Hal seperti ini pada *refrigerator* akan menciptakan tekanan ekstra, serta membahayakan muatan pada suhu idealnya kecuali ada tambahan *refrigerator power switch*.

Jika konsumen tidak meminta tambahan saklar *blower* di pintu, sama halnya mempersilakan udara panas masuk setiap kali pintu dibuka. "*Coil* pada *refrigerator* menerima sensor adanya udara panas masuk, ini akan memaksa sistem untuk masuk mode pencairan. Lalu memanaskan *coil* untuk mencairkan es. Ketika sampai ke lokasi bongkar muat, *refrigerator* tidak punya cukup waktu untuk membekukan lagi atau menjaga suhu ideal. Tetapi, jika memasang saklar *blower* ketika pintuk dibuka, saklar akan mematikan *blower*. Udara dingin tetap di dalam *box* dan udara panas tidak terhisap masuk. Dengan demikian *refrigerator* bisa mempertahankan suhu ideal sepanjang perjalanan," ungkap Yudi.

Tipe pintu belakang *box* pendingin.

Ada dua jenis pintu yang biasa digunakan untuk *box* pendingin, yaitu pintu roll dan pintu kupu-kupu berengsel yang paling mudah digunakan. Secara nilai produk memang pintu roll lebih simple dan tidak memakan banyak ruang. Pintu belakang model kupu-tetap pilihan terbaik untuk menjaga suhu kargo tetap stabil dalam kondisi tertentu.

Yudi menjelaskan, pertama yang diperhitungkan adalah jenis kiriman. Jika transporter berhenti di banyak tempat pada sekali perjalanan membawa muatan, maka kemungkinan besar akan sering buka tutup pintu dan suhu dari luar memberi pengaruh besar. Jelas sekali transporter tidak menginginkan pintu roll yang memungkinkan terlalu banyak udara dingin keluar serta menempatkan kerja berlebih pada unit pendingin untuk menjaga produk pada suhu yang tepat di antara titik bongkar muat. Tetapi jika konsumen hanya membawa muatan untuk sekali bongkar muat di tempat tujuan, maka pintu roll cukup efektif dan efisien.

Kedua, selain dari frekuensi bongkar muat, perlu juga memperhatikan lokasi pemuatan produk. Jika muatan diambil di dermaga yang lokasi gudangnya yang luas dengan banyak pekerja dan truk-truk transporter lain, pilihan pintu roll sangat cocok dengan lokasi gudang pelabuhan. Di pelabuhan umumnya gudang hanya untuk tempat singgah sementara. Ikan-ikan segar perlu segera mendapat penanganan cepat. Banyaknya truk yang ada di lokasi dan lalu lintas kapal nelayan yang datang membawa ikan, pintu roll akan mengakomodasi lebih baik jika dibanding pintu kupu-kupu. Pintu roll yang membuka lebar seukuran bagian belakang truk mempercepat pekerja menaikkan muatan. Pertimbangan bongkar muat dan lokasi sangat berpengaruh pada pemilihan jenis pintu *box* pendingin. Kesalahan memilih pintu akan menambah biaya dalam operasional yang lebih tinggi karena nilai isolasi ruang kargo menjadi berkurang.

Aliran udara di dalam *box*.

Setiap kendaraan memerlukan aliran udara yang baik untuk sirkulasi. Aliran udara yang efisien diperlukan agar muatan dalam *box* pendingin tetap memiliki suhu stabil yang merata. Pengaturan aliran udara yang sembarangan akan merusak kargo terutama produk makanan. Penting sekali untuk memastikan aliran udara yang tepat di sekitar produk sehingga semua muatan mendapatkan suhu yang seragam.

Kunci untuk menemukan aliran udara yang tepat adalah pemilihan lantai. Bagaimana produk dimuat, apakah menggunakan palet, peti atau kotak styrofoam bisa menjadi acuan menentukan lantai terbaik. Jelas sekali ini memerlukan konsultasi dengan karoseri ketika memesan produk. Resapan air dan udara lembab perlu diperhitungkan untuk memilih jenis lantai *box* pendingin.

Investasi *box* pendingin berdasar kebutuhan.

Ada beberapa indikasi bahwa konsumen melakukan kesalahan dalam investasi *box* pendingin. Salah satunya adalah alasan menghemat biaya produksi *box*, dengan cara menggunakan spesifikasi materi paling bawah. Beberapa orang menghemat biaya produksi dengan menawar spesifikasi yang diajukan oleh karoseri. Mengurangi ukuran adalah salah satunya. Karoseri pasti memiliki hitungan penggunaan materi ideal untuk produknya. Dengan mengganti spesifikasi materi menjadi lebih rendah daripada standar, konsumen berharap akan mendapatkan penghematan.

“Contohnya disarankan menggunakan plat besi dengan ketebalan 4 mm tetapi konsumen memaksa menggunakan plat besi 3 mm. Awalnya akan tampak hemat, tetapi yang terjadi di depan adalah biaya operasional yang tinggi selama masa pakai kendaraan,” tegas Yudi.

Jadi sebaiknya menimbang bagaimana truk akan digunakan. Mungkin mengurangi insulasi atau memilih dimensi *box* yang lebih kecil akan memangkas biaya produksi. Tapi pada akhirnya karena penggunaannya melebihi batas kemampuan kendaraan, konsumen harus membayar lebih untuk perbaikan dan operasional.

Kunci untuk menemukan *box* pendingin yang tepat adalah terus meningkatkan pengetahuan tentang berbagai pilihan yang tersedia dan mengumpulkan informasi dari kendaraan yang sudah dimiliki sehingga spesifikasi yang dipilih bisa mengakomodasi perubahan ke depan kebutuhan perusahaan.





TRUK SELFLOADER SLIDING LEBIH PRAKTIS

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Selfloader adalah kendaraan jenis losbak yang memiliki kemampuan untuk mengangkat sendiri bagian depan dengan tumpuan sumbu belakang dengan sudut kemiringan tertentu. Kendaraan ini berfungsi untuk mengangkut truk, kendaraan berat atau mobil. Beberapa perusahaan derek dan perusahaan konstruksi umumnya memiliki kendaraan ini. Dalam edisi ini *TruckMagz* mengulas *selfloader* dengan fungsi tambahan yang membuatnya menjadi lebih praktis. Bak *sliding* dikombinasi dengan *selfloader* untuk mendapatkan kemudahan dalam mengangkut kendaraan ke atas *bed*. Priyono, Kepala Produksi Master Karoseri menjelaskan fitur yang ada pada *selfloader sliding*.

Jack Lift

Bagian utama dari *selfloader* adalah mekanisme angkat yang dipasang tepat dibelakang kabin. "Jack terpasang ini buatan karoseri kami. Dengan mekanisme angkat maksimal 30 ton. Semua sistem dalam kendaraan ini menggunakan sistem hidrolis. Pergerakan *jack* menggunakan kontrol yang ada di sisi kiri kendaraan. Kecepatan pergerakan *jack* tergantung pada *gas stationer*. Jika ingin proses angkatan lebih cepat bisa sedikit menginjak gas. Tinggi capaian *jack* 1,5 meter," jelasnya.

Tuas Kontrol

Tuas kontrol terletak di samping kiri tepat di sebelah tangki solar. Setiap tuas mewakili pergerakan kendaraan *selfloader*. Ada empat tuas untuk mengatur pergerakan *jack* dan *box sliding*.

PTO (power take-off)

Semua pergerakan *selfloader sliding* ini menggunakan PTO sebagai sumber tenaga. Jika *gas stationer* pergerakan akan berproses dengan kecepatan standar. "Jika ingin mempercepat pergerakan bisa sedikit menginjak pedal gas untuk mendapatkan RPM yang diinginkan. Lalu operator di luar kabin bisa menggerakkan tuas control sehingga tanpa perlu pengemudi pun menginjak pedal gas, pergerakan *selfloader* tetap bisa dilakukan," tambah Priyono.

Bak Sliding

Bak *sliding* memiliki mekanisme yang sama dengan mobil gendong *sliding*. Bak bisa bergerak maju dan mundur untuk mendapatkan posisi yang diinginkan. Lantai bak *selfloader* ini memanfaatkan kombinasi kayu dan besi. Konsumen Master Karoseri yang memesan *selfloader* adalah perusahaan pengerjaan jalan. "Nantinya dibuat angkut alat berat seperti *excavator* dan kendaraan pendukung pengerjaan jalan lain. Dengan panjang 9,8 meter cukup untuk mengangkut dua kendaraan pendek. Dengan tambahan fungsi *sliding* ini, pada ujung bak tidak lagi memerlukan jembatan seperti *selfloader* biasa," terang Priyono. Pergerakan bak *sliding* bisa lancar menggunakan mekanisme rel sebanyak delapan buah yang dipasang di antara bak *sliding* dan sasis bodi kendaraan.

Tangki Oli Hidrolis

Jack lift dibuat sendiri oleh Master Karoseri, sehingga peluang modifikasi untuk mendapatkan nilai estetika dan efisien bisa dilakukan. "Kami memanfaatkan balok penghubung yang berada di antara kedua *jack*. Lami gunakan itu sebagai tangki oli hidrolis dengan kapasitas 60 liter," katanya. Peletakan tangki oli di antara *jack* mampu membuat tampilan belakang kabin lebih proporsional karena tidak tampak ada tangki oli.

Kuncian Bak Sliding

Semacam pengaman yang dibuat di depan bak *sliding*. Bertujuan agar jika ada guncangan pada saat membawa muatan, bak tidak membentur langsung ke mesin truk. Kunci ini bisa dibuka dan dipasang ketika fungsi bak *sliding* digunakan.



Winch Roll

Seperti halnya mobil gendong, truk *selfloader* juga dipasang *winch* untuk menarik kendaraan dari bawah ke bak *sliding*. Kekuatan tarikan langsung *winch* adalah lima ton. Kekuatan tarikan bisa dilipat gandakan hingga 10 ton dengan menggunakan *winch pulley*.

Maintenance

Selain perawatan kendaraan, perlu juga memperhatikan perawatan *selfloader sliding*. "Hal paling utama

untuk *maintenance* adalah tidak melupakan cek oli serta *grease*. Asalkan unit tidak salah operasional semua akan awet. Jika *selfloader* ini kerjanya jarang, pengecekan dibuat jadwal agak panjang. Tetapi jika lebih sering kerja, frekuensi pemeriksaan oli juga harus ketat. Begitu terlihat keruh segera ganti dengan oli hidrolis baru," kata Priyono.



BERIKUT CARA PENGAMAN KENDARAAN DI ATAS SELFLOADER.

Jangan jalankan kendaraan tanpa mengamankan kendaraan di atas bak terlebih dahulu. Ada tiga jenis pengaman yang biasa digunakan yaitu:

1. *Strap*
2. *Ratchet Spool*
3. *Wheel Grid Spacer*

Ratchet Spool

1 Pertama, *spool* harus disetel ke "free spool". Hal ini dilakukan dengan menarik pengunci keluar dan mengeser pegangan ke atas hingga bertumpu pada lilitan, kemudian cukup menarik keluar tali yang diperlukan agar muat di atas ban.

2 Lalu tarik pada kuncian dan gerakkan ke bawah sampai gerigi *ratchet* tertarik *spool*. Dengan mendorong dan menarik gagang ke atas dan ke bawah, tali akan otomatis terlilit ke *spool*.

3 Untuk melepaskan *ratchet*, cukup tarik pada pengunci, lepaskan gerigi dan angkat pegangannya.

Wheel Grid Spacer

Alat ini bisa digunakan untuk mengamankan kendaraan dengan ban berdiameter kecil atau bahkan kendaraan tanpa roda dan ban.

1 Geser sisi belakang *spacer* roda ke *grid* roda.

2 Tutup di semua *grid* roda yang bersentuhan dengan lantai bak. Pastikan bahwa tapak ban sepenuhnya tertutup dan posisi terkunci.

3 Periksa secara visual kontak ban ke *grid* sebelum truk berangkat. Untuk cadangan pengaman bisa juga menambahkan rantai pada roda.



Lantai bak sliding langsung menyentuh tanah



Tangki oli hidrolis yang menyatu dengan body jack



Lantai bak sliding kombinasi kayu dan besi



Kunci bak sleeding



Tuas kontrol selfloader



Chakra Jawa

Integrated Machineries and Transport Equipment Solutions



HI - R E L I A B I L I T Y I S P O S S I B L E

Suitable for Indonesia market segments such as Mining Industry, Oil and Gas Industry, Construction and Quarry Industry

- Hi-Reliability: robust frame in flexible, high-yield-strength steel.
 - Hi-Performance: Cursor engines.
 - Hi-Versatility: wide range, can be converted for any application.
 - Hi-Design: new, strengthened design in every detail.
 - Hi-Comfort & Ergonomics: new dashboard with ergonomically positioned, Easy-to-reach switchgear.
- Integrated aftersales service :
- Guarantee spare parts availability for supply to customers
 - Qualified technicians for maintenance and repairing customers' unit
 - Service and Spare parts networks all over Indonesia at Jakarta, Tangerang, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, Palembang, Nusa Tenggara and Papua, also other 15 site supports.

IVECO

PT Chakra Jawa - Head Office
Gedung TMT 1, 3rd floor Suite 301, Jalan Cilandak KKO No. 1, Jakarta 12560 - Indonesia
Telephone: +62 21 2997 6849 | Facsimile: +62 21 2997 6840
email: info@chakrajawa.co.id - www.chakrajawa.co.id
toll free number 0800-1-242572 (chakra)



a member of **MahaDasha Group**

OTOBUS

SUPLEMEN KENDARAAN NIAGA

DEFENSIVE DRIVING TRAINING
UNTUK PENGEMUDI BUS

**MENGUBAH MENTAL DAN
MEMBANGUN KARAKTER**



PELATIHAN DAPAT MENGUBAH
PERILAKU PENGEMUDI

KAMPANYE PENGEMUDI
BERKESELAMATAN



DEFENSIVE DRIVING TRAINING

UNTUK PENGEMUDI BUS

Teks & Foto: Harry Whizkid



Bintarto Agung, *President Director* Indonesia Defensive Driving Center

Edukasi tentang pentingnya teknik mengemudi *defensive*, yang mengutamakan keselamatan dan kenyamanan penumpang di perjalanan kini semakin meluas. Di sektor transportasi darat, edukasi ini terus dikembangkan sebagian pengusaha bus demi meningkatkan layanan kepada pelanggan. Selain itu juga untuk menekan rasio kecelakaan di jalan akibat faktor *human error*. Misalnya, pengemudi yang tidak disiplin terhadap rambu dan marka jalan, awak bus yang mudah tersulut emosinya karena kondisi lalu lintas yang padat dan semrawut.



Esensi utama pelatihan *defensive driving* adalah mengubah mental dan sikap pengemudi bus. Salah satunya, agar *driver* lebih bisa mengontrol emosinya saat mengemudi, dan menguasai kendaraan dalam kondisi apa pun

Presidium Pengurus Pusat Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) Muslich Zainal Asikin mengatakan, sama seperti pada angkutan taksi, kereta api, pesawat terbang, kapal, perahu dan angkutan umum lainnya, sisi keselamatan dan pelayanan pada angkutan bus masih belum mendapatkan perhatian serius.

Salah satu poin krusial yang harus dibenahi oleh para *stakeholder* pada aspek pelayanan dan keselamatan transportasi angkutan umum seperti bus adalah mensyaratkan uji kompetensi bagi pengemudi atau awak bus yang ditangani oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi dengan biaya ditanggung oleh negara. Namun, uji kompetensi ini sampai saat ini belum ada.

Karenanya, menurut Muslich, upaya edukasi terkait *defensive driving* sangat diperlukan meski dilakukan secara sporadis oleh institusi yang peduli terhadap aspek keselamatan transportasi darat.

Mengubah Mental dan Membangun Karakter

Edukasi tentang *defensive driving* pada hakikatnya adalah mengubah mental dan pola pikir awak bus bahwa keselamatan di perjalanan adalah hal utama dan di atas segalanya. Karenanya, berbagai metode dan kurikulum terus dikembangkan, agar tujuan mengubah mental pengemudi menjadi pengemudi berkeselamatan tercapai. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) telah mencanangkan program pengemudi berkeselamatan dengan melibatkan sejumlah perusahaan otobus (PO) di Tanah Air dan program ini terus bergulir. Secara mandiri, banyak PO menjalankan program ini dengan memanggil tenaga ahli tentang *defensive driving* untuk memberikan pelatihan kepada para pengemudi dan awak busnya.

Misalnya yang dilakukan Ikatan Pengusaha Otobus Muda Indonesia (IPOMI). Asosiasi para pengusaha bus yang saat ini memiliki 30-an anggota dan tersebar dari Pulau Sumatera sampai Nusa Tenggara ini secara berkala setiap tahun menggelar kegiatan edukasi untuk para pengemudi bus di PO-PO yang menjadi anggotanya, baik PO yang melayani trayek reguler antarkota maupun PO yang menjalankan bisnis bus pariwisata atau *charter*. Yayan Irman Suyana selaku pengurus IPOMI mengatakan, setiap tahun pihaknya menghasilkan sekitar 100 lulusan. Mereka adalah para pengemudi bus dari berbagai PO anggota IPOMI yang diedukasi tentang teknik *defensive driving*. "Kami sudah melakukan peningkatan *skill driver* sejak lima tahun ini. Kami memiliki anggota puluhan PO bus antarkota dan pariwisata, setiap tahun kami menggulirkan program *character building* yang diikuti seratusan pengemudi," kata Yayan Irman Suyana saat ditemui di sela kegiatan *workshop defensive driving* yang digelar PT Jasa Marga di Buperta Cibubur, Jakarta Timur, Selasa (15/5).

Materi kegiatan terdiri dari teori dan praktik lapangan. Ada juga kegiatan tempaan fisik dan mental dengan melibatkan TNI untuk memberi *coaching* langsung kepada para peserta. Yayan yang juga pengelola PO Luragung Termuda di Kuningan ini menyatakan, banyak PO anggota IPOMI yang merasakan manfaat positif dari kegiatan *character building* ini. "Perilaku pengemudi di jalan menjadi lebih baik. Mereka jadi lebih bisa mengendalikan emosi," ujar Yayan.

Sementara itu menurut Nanang Amrullah, pengemudi bus Agra Mas AKAP (Antar Kota Antar Provinsi), dirinya

banyak mendapat pelajaran dan ilmu baru setelah mengikuti kegiatan *defensive driving* yang digelar Jasa Marga bersama IPOMI. "Kami jadi bisa nambah ilmu, dari semula kami nggak tahu, jadi tahu. Dengan ilmu yang kami dapat ini insyaallah akan saya pakai, nanti saat bertugas," ungkapnya. Nanang yang biasa mengemudikan armada Agra Mas trayek Tangerang-Bekasi dan armada Agra Mas AKAP trayek Jakarta-Wonogiri ini mencontohkan, setelah mengikuti pelatihan dirinya jadi semakin paham pasal-pasal di UU Lalu Lintas dan konsekuensi hukumnya jika dilanggar. Nanang mengaku sudah bergabung di PO Agra Mas sejak delapan tahun terakhir. Selain membawa armada bus malam AKAP, dia juga biasa membawa armada pariwisata.

Kalangan praktisi *defensive driving* berpendapat, kegiatan edukasi dan *coaching defensive driving* harus terus-menerus dan konsisten diedukasikan kepada sopir bus. Tujuannya agar mental sopir bus benar-benar berubah saat dia membawa kendaraan di jalan raya. Bintarto Agung, *President Director* Indonesia Defensive Driving Center (IDDC) sebagai salah satu institusi yang aktif mengampanyekan *defensive driving* mengatakan, banyak kecelakaan lalu lintas di jalan yang melibatkan bus terjadi karena faktor manusia, yakni pengemudi atau awak bus. Paling utama dalam berbagai kasus kecelakaan, pengemudi diketahui tidak disiplin dalam membawa busnya. Misalnya, melanggar rambu dan marka jalan, sampai emosi yang tidak terkontrol.

Bintarto menegaskan, dalam berbagai kasus kecelakaan yang di media disebut-sebut akibat rem blong, atau ban gundul dan sejenisnya, itu juga faktor penyebabnya tetap pada diri awak bus. Dia mencontohkan, bus yang mengalami gejala rem blong bisa diantisipasi saat bus dipersiapkan untuk berangkat beroperasi mengangkut penumpang. "Jika dilakukan pengecekan dengan benar sebelum bus berangkat, rem blong tidak akan terjadi," katanya.

Karena itu, dalam pemberian *coaching* tentang *defensive driving* untuk para pengemudi bus, materi yang diberikan kepada peserta ditekankan untuk mengubah perilaku berkendara di kalangan awak bus, dengan mengacu pada Undang-Undang No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. "Potensi risiko berkendara bukan semata-mata di-*trigger* oleh *skill* mengemudi (yang salah),

tapi yang paling bermasalah adalah perilaku *driver* sebagai operator kendaraan itu sendiri," ungkap Bintarto. Selain *skill* berkendara, kata Bintarto, perlu juga menjaga sikap agar *driver* bisa mengontrol emosi dan tidak mudah terprovokasi oleh kondisi di luar kendaraan. "Inilah yang kami ingin *touch*, untuk kami ubah," imbuhnya.

Bintarto yang sudah berpengalaman memberikan pelatihan *defensive driving* kepada ratusan pengemudi bus dari berbagai PO di Tanah Air ini mengakui, keselamatan berkendara di dunia transportasi harus terus dikampanyekan. Untuk kegiatan *defensive driving* ini Bintarto menyatakan selama ini pihaknya sudah bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Transportasi Darat Kemenhub, melalui pemberian program pelatihan kepada pengemudi bus antarkota antarprovinsi (AKAP) dan para pengemudi angkutan umum lainnya seperti taksi dan lain-lain. "Tahun 2017 lalu kami sudah melakukan kerja sama dengan Jasa Marga, juga dengan IPOMI agar kami bisa upayakan standar keselamatan mengemudi yang lebih baik. Operator angkutan yang baru beroperasi di Indonesia ini banyak, tapi yang peduli pada upaya keselamatan mengemudi belum banyak," ujar Bintarto menegaskan.

Kecelakaan yang melibatkan armada bus kerap terjadi di Tanah Air. Seperti kecelakaan bus PO Mira jurusan Surabaya-Madiun Solo dengan bus pariwisata PO Agam Tungga Jaya di Jalan Raya Surabaya-Nganjuk tepatnya di Dusun Klinter, Desa Pelem, Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, Sabtu (12/Mei/2018). Kecelakaan ini mengakibatkan tiga orang tewas dan diduga karena kelalaian pengemudi bus Mira.



Pelatihan dapat Mengubah Perilaku Pengemudi

Teks: *Harry Whizkid*
Foto: *Istimewa*

Komunitas Indonesia Defensive Driving Center (IDDC) mendapat kepercayaan menjadi mitra sejumlah perusahaan otobus (PO) di Tanah Air, untuk memberikan pelatihan kepada para pengemudinya tentang *defensive driving* di jalan raya. Sejumlah PO yang bekerja sama dengan IDDC antara lain Big Bird (Jakarta), PO Sumber Selamat/Sugeng Rahayu (Sidoarjo), PO Eka-Mira (Sidoarjo), dan PO Rosalia Indah (Karanganyar).

Menurut *President Director* IDDC, Bintarto Agung, berdasarkan pengalamannya selama ini memberikan pelatihan kepada para pengemudi bus di sejumlah PO bus, ada perubahan perilaku mengemudi menjadi lebih baik di PO tersebut sembari menunjuk contoh salah satu PO bus di Jawa Timur. "Data membuktikan, banyak kecelakaan bus terjadi karena perilaku pengemudinya yang keliru. Ini yang harus diubah," kata Bintarto.

Terkait materi pelatihan yang diberikan kepada pengemudi bus, Bintarto menyatakan hal tersebut sepenuhnya bergantung pada kebutuhan dan permintaan klien. Contohnya pada pelatihan *defensive driving* yang digelar PT Jasa Marga menjelang arus mudik dan arus balik Lebaran 2018 di Buperta Cibubur, Jakarta, Selasa (15/5), Bintarto menyatakan bahwa materi *coaching* didominasi tentang perubahan mental pengemudi. "Materi *coaching* ke peningkatan *awareness* pengemudi bus, materi tentang perubahan mental sekitar 60-65 persen, sisanya tentang *skill* mengemudi," kata Bintarto. Semua materi tes, menurutnya, bisa disesuaikan dengan kebutuhan atau *tailor made* sesuai permintaan.

IDDC merupakan salah satu institusi yang eksis di bidang edukasi tentang *safety driving* di Indonesia. Seiring dengan dinamika yang berkembang di dunia transportasi, IDDC juga mengadopsi kurikulum yang digunakan institusi seperti IDDC di luar negeri. IDDC saat ini ber-*partner* dengan dua lembaga edukasi tentang *safety driving*, yakni DriveTech di Inggris dan SDT Safe Drive, Australia. "Oleh undang-undang kami diperbolehkan mengadopsi standar internasional yang sudah berlaku," ungkap Bintarto.



Materi *workshop* Safety Driving for Bus Driver yang diselenggarakan Jasa Marga meliputi teori dan praktik dengan menggunakan empat armada bus

PT Jasa Marga menjadi salah satu insitusi yang serius merespons ajakan Kementerian Perhubungan untuk menggalang Kampanye pengemudi berkeselamatan di jalan raya. Dalam rangka menyambut arus mudik dan arus balik Lebaran 2018 ini, Jasa Marga menggelar *workshop* bertajuk *Safety Driving for Bus Driver* dengan melibatkan 40 pengemudi bus dari berbagai perusahaan otobus (PO) Tanah Air. Pelatihan ini dikhususkan bagi pengemudi bus lantaran bus merupakan salah satu transportasi yang banyak digunakan masyarakat selama arus mudik dan arus balik Idul Fitri setiap tahunnya, yang di tahun 2018 ini akan jatuh pada Juni mendatang.

Direktur Operasi II Jasa Marga, Subakti Syukur mengatakan, *workshop* semacam ini juga untuk menyukseskan Rencana Nasional Keselamatan Jalan. Dalam kegiatan ini, Jasa Marga bekerja sama dengan Ikatan Pengusaha Otobus Muda Indonesia (IPOMI) dengan materi pelatihan diberikan oleh instruktur berpengalaman dari Indonesia Defensive Driving Center (IDDC). Untuk persiapan arus mudik dan arus balik 2018 ini, pelatihan diberikan sehari penuh di area Buperta Cibubur, Jakarta Timur (15/5).

“Melalui pelatihan dan pembekalan ini, Jasa Marga ingin membantu pemerintah dalam menurunkan tingkat fatalitas korban kecelakaan dan meningkatkan kualitas keselamatan lalu lintas serta membangun budaya tertib berlalu lintas bagi seluruh pengguna kendaraan bermotor, khususnya untuk moda transportasi bus,” kata Subakti Syukur.

Pada *workshop* kali ini, pengemudi bus diberikan pengetahuan tentang pentingnya selalu waspada dan bersikap tenang ketika mengemudikan kendaraannya. Pengemudi juga diberikan pemaparan terkait ilmu tentang armada busnya, serta prosedur standar persiapan mengemudi untuk mengurangi potensi kecelakaan. Materi terbagi dalam sesi teori dan praktik menggunakan empat unit bus dari anggota IPOMI.

“Untuk mencegah kecelakaan, pengemudi bus harus melakukan prosedur standar, yakni *pre-trip inspection*, mengecek kondisi mesin, ban, rem dan sebagainya. Pengemudi juga harus sehat mental sebelum berangkat, selain armadanya harus dalam kondisi sehat,” kata Bintarto Agung, instruktur senior IDDC.

Bintarto mencontohkan, kegagalan fungsi rem pada bus bisa dikenali di awal sebelum berangkat. “Kegagalan fungsi rem pasti ada *trigger*-nya. Kalau kita bisa mengenali *trigger*-nya di awal, risiko kegagalan itu bisa dicegah. Misal jika saat *pre-inspection brake shoe* yang seharusnya diganti, ternyata tidak diganti. Nah, itu berisiko terjadi kegagalan rem. Mental pengemudi juga harus diubah. *Nggak* apa-apa kehilangan waktu di perjalanan karena harus melakukan pemeriksaan sebelum berangkat, asal bus dalam kondisi prima,” katanya.

Dari hasil uji praktik di lapangan ini, para peserta kemudian dievaluasi hasilnya terutama mengenai sikap dalam mengemudi, kewaspadaan, prosedur mengemudi, kemampuan dan teknik mengemudi. Metode evaluasi terkait cara mengemudi peserta mengacu pada bagaimana sikap peserta dan tingkat kewaspadaan yang diaplikasikan pada setiap materi *workshop*. Para peserta harus memahami dengan jelas mengenai maksud materi *workshop*, dan ada kemauan untuk memperbaiki segala kesalahan yang pernah dibuatnya ketika mengemudi. Ketenangan, kesabaran, kedewasaan, dan kepribadian peserta juga merupakan faktor penting dalam *workshop* ini.

Peserta yang dinyatakan berhasil mengikuti *workshop* ini mendapatkan sertifikat dan ID card *Defensive and Responsible Driving Training Program for Bus Driver* yang diterbitkan oleh IDDC. Subakti Syukur menyatakan, melalui *workshop* ini pihaknya berharap angka kecelakaan saat mudik dan arus balik lebaran 2018 dapat ditekan, terutama yang melibatkan bus.

 <p>ANTIKA RAYA Jl. Margomulyo Indah I No. 3-5, Surabaya 60186. Telp. 031 7491818</p>	 <p>APTRINDO Perkantoran Yos Sudarso Megah Blok B 3, Jalan Yos Sudarso No. 1, Tanjung Priok, Jakarta 14320 021-43900464</p>	 <p>MITSUBISHI FUSO PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors Jl. Jend A. Yani, Proyek Pulo Mas, Jakarta 021 – 489 1608</p>	 <p>ISUZU ASTRA MOTOR INDONESIA Jl. Danau Sunter Utara Blok 0-3 Kav. 30, Sunter II, Jakarta Utara 021 – 650 1000</p>
 <p>PT. HINO MOTORS SALES INDONESIA Wisma Indomobil Jl. Letjen Haryono MT. Kav. 9, Jakarta 021 – 856 4570</p>	 <p>KNKT Jl. Medan Merdeka Timur. Jakarta Pusat, 10110 (021) 3517606</p>	 <p>SUPPLY CHAIN INDONESIA 22 Taman Melati B1, Pasir Impun, Bandung 022- 7205375</p>	 <p>KORLANTAS POLRI Jl. MT Haryono Kav. 37-38, Jakarta Selatan, 12770 (021) 7989702</p>
 <p>DUNEX LOGISTICS SOLUTION Jl. Agung Karya 7 No.1, Tanjung Priok, Jakarta (021) 6511137</p>	 <p>ADIB LOGISTICS Jl. Raya Narogong Km 11, Bantargebang, Kota Bekasi, Jawa Barat Telp. (021) 22114933</p>	 <p>AUTO 2000 member of ASTRA Jl. Gaya Motor III No.3 Sunter II Jakarta Telp (021) 651 2000</p>	 <p>PT. DIGITALINSTINCTS TECHNOLOGI Jl. Arteri Kelapa Gading Blok E1 No.17, Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, Jakarta Utara Telp. 021-2286-0995</p>
 <p>DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN DARAT Jl. Medan Merdeka Barat No.8 Jakarta</p>	 <p>Mercedes-Benz PT HARTONO RAYA MOTOR Jl. Demak No.166-170, Gundih, Bubutan, Surabaya Telp. (031) 5311306</p>	 <p>KIAT ANANDA COLD STORAGE Jl. Raya Narogong KM. 12.5, Pangkalan 5 No. 7, Cikiwil, Bantargebang, Cikiwil, Bantargebang, Bekasi Telp. (021) 82610438</p>	 <p>PT MULTI TERMINAL INDONESIA Jl. Pulau Payung No.1, 7, Tanjung. Priok, Jakarta Utara Telp. (021) 29104000</p>
 <p>PRIMA COLD CHAIN Jl. MT Haryono KM 3 No. 78, Bekasi 021 – 712 781</p>	 <p>PT CHAKRA JAWARA Gedung TMT 1,3rd Floor, Suite 301 Jl. Cilandak KKO No. 1, Jakarta Selatan Telp. 021 – 2997 6849</p>	 <p>EXXONMOBIL INDONESIA Wisma GKBI, Jl. Jenderal Sudirman No. 28 Jakarta Telp. 021 5740707</p>	 <p>HPPPI Graha Menara Hijau, suite 902, Jl. M.T Haryono Kav. 33 Jakarta Selatan 12770 Telp. +62 21 798 5932 / +62 21 798 5933 / Fax : +62 21 798 5931</p>
 <p>PT PESONA MITRA ABADI Plaza Tanjung Mas Raya Estate Blok B1/19, Tanjung Barat, Jakarta Selatan. Telp. 021 78844212</p>	 <p>PT RAJAWALI DWI PUTRA INDONESIA Jln. Letjend Sutoyo 110-112 Waru, Sidoarjo, Jawa Timur Telp : 031-8531668</p>	 <p>PT PUTRA RAJAWALI KENCANA Jln. Letjend Sutoyo Waru Ruko Niaga Sentosa Waru, Indonesia T : (031) 3537939 F : (031) 3537531</p>	 <p>RAJAWALI INTI Jl. Brantas Km 1 Probolinggo, Jawa Timur T : (0335) 423259</p>

ISUZU TRAGA

**EXTRA UNTUNGNYA
LEGA MUATANNYA**



Isuzu Traga adalah solusi baru bagi Anda untuk kebutuhan kendaraan niaga yang andal dan irit BBM. Dengan mesin Legendaris Isuzu 4JA1-L berkapasitas 2,500 cc *Diesel Direct Injection*, Isuzu Traga akan selalu perkasa di kondisi jalanan rata maupun tanjakan. Memiliki GVW 2,950 kg, didukung sistem transmisi 5 percepatan, dan memiliki radius putar 4,5 m.



INDONESIA TRUCKS & COMMERCIAL VEHICLES

12 - 14 September 2018

Jakarta International Expo, Indonesia

Host:



Event Partner:

TRUCKMAGZ

Organiser:



**ACT
NOW!**

Howu Zebua
Assistant Sales Manager
P: +62 21 2556 5033
E: Howu.Zebua@reedpanorama.com

Ratna Hidayati
Event Partner
P: +62 878 6033 6363
E: ratna.hidayati@truckmagz.com

For Sponsorship and
Marketing assistances, please contact:

Adityo Nugroho
Marketing Executive
P: +62 21 2556 5032
E: Adityo.Nugroho@reedpanorama.com