

TRUCKMAGZ

DEC
2015

2015
TAHUN SURAM

Pasar truk 2015 suram dengan penurunan penjualan hingga 40 persen. Imbas lesunya sektor tambang banyak ATPM berbondong-bondong sasat on the road.

IDR 50.000



Edisi 18/II/2015

Jurus
ATPM Atasi
Masa Suram



PMK 191: REVALUASI AKTIVA TETAP
FUNGSI BAN RADIAL TAPAK LEBAR
PENGELOLAAN TAGIHAN
PASAR LOGISTIK KIAN DILIRIK

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

Mobil Delvac™
Untuk Usia Mesin Lebih Panjang



Mesin yang terus berfungsi dengan tangguh membuat saya bekerja sepenuh hati.



Untuk informasi lebih lanjut atau untuk menghubungi distributor kami:

• **JAKARTA, BOGOR, BEKASI** : PT. IndoOne Citra Abadi +62 (21) 294 96340 rudy_bd@indoone.co.id • **JAKARTA, JAWA BARAT** : PT. Mitra Asmoco Utama +62 (21) 658 33483 info@ptmau.com • **BANTEN** : PT. Sari Sarana Kimiatama +62 (21) 540 2211 alex@sstkama.com • **BALI, NUSA TENGGARA** : PT. TAT Petroleum Indonesia +62 (361) 471 5232 novia@tatco.id • **JAWA TIMUR** : PT. Artha Permai Kencana +62 (31) 371 8489 sales@apk.co.id • **BATAM, SUMATERA** : PT. Prima Karya Nusa +62 (778) 450 745 tvera@ptpkn.com • **KALIMANTAN** : PT. Artha Pusaka Mitra Sakti +62 (542) 770 788 bryan.wijaya@ptapms.com • **SULAWESI SELATAN, BARAT, TENGAH, TENGGARA** : PT. Catur Putra Harmonis +62 (411) 512 278 rocky.rustan@catur-putraharmonis.com • **SULAWESI UTARA, TENGAH, GORONTALO** : PT. Jaya Trade +62 (431) 813162 morris@jayatrade.com

Untuk informasi lebih lengkap kunjungi www.mobildelvac.com



Bagaimana Pemilihan Pelumas yang Tepat Dapat Menguntungkan Bisnis Anda

Selama 90 tahun Mobil Delvac terus berinovasi untuk menghadirkan pelumas serta performa terbaik yang dapat melindungi mesin, mengurangi biaya dan meningkatkan realibilitas.

Gejolak ekonomi global membuat para pemilik usaha kian was-was. Bagaimana tidak? Biaya operasional perusahaan semakin meningkat sementara hal tersebut tidak diikuti oleh peningkatan pemasukan. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya pemilik bisnis mulai lebih cermat dalam memperhitungkan biaya operasional, dibanding harus menambah beban target pemasukan di keadaan ekonomi yang sedang lesu ini.

Belum lama ini, The American Transportation Research Institute (ATRI) merilis hasil riset mereka yang berjudul "An Analysis of the Operational Costs of Trucking : A 2014 Update". Berdasarkan laporan tersebut, diketahui bahwa rata-rata biaya operasional perawatan dan perbaikan armada transportasi adalah sekitar 15 sen USD untuk tiap kilometer atau sekitar 9% dari total biaya perusahaan untuk tiap kilometer.

Satu area yang mempengaruhi biaya perawatan dan perbaikan tersebut adalah waktu tunggu untuk perbaikan.

Tergantung bagian mana yang diperbaiki atau pun efisiensi dari bengkel perbaikan tersebut, waktu yang terbuang berarti pemasukan berkurang dan meningkatnya persentase biaya. Terlebih, sebagian besar bisnis sangat bergantung pada armada transportasi atau truk mereka, sehingga diharapkan dapat bekerja secara efisien dan dapat diandalkan.

Menekan biaya perawatan dan perbaikan adalah tujuan dari setiap perusahaan. Seluruh pemilik usaha akan sangat bahagia jika armada transportasi dapat beroperasi dengan efisiensi maksimum dengan perawatan yang minim.

Sangat penting bagi pemilik usaha untuk memilih pelumas yang tepat untuk armada transportasi karena penggunaan pelumas berkualitas tinggi dapat membantu memperpanjang usia pakai kendaraan, mengurangi pemakaian bahan bakar, mengurangi

biaya perawatan, dan meningkatkan ketersediaan armada transportasi, sehingga kendaraan dapat beroperasi lebih lama lagi.

Oleh sebab itu, para ilmuwan di ExxonMobil menciptakan Mobil Delvac, pelumas mesin berkualitas tinggi untuk kendaraan muatan berat, yang mampu menghemat penggunaan bahan bakar hingga 2,9% dan secara maksimal melindungi mesin sehingga memperpanjang usia pakai mesin. Selama 90 tahun, Mobil Delvac menjadi pemimpin pasar pelumas untuk mesin *heavy duty* di dunia. Selama perjalanan itu, Mobil Delvac terus berinovasi untuk menghadirkan pelumas serta performa terbaik yang dapat melindungi mesin, mengurangi biaya dan meningkatkan realibilitas.

Mobil Delvac percaya bahwa pemilik usaha telah berusaha keras untuk menyukseskan bisnis mereka, oleh sebab itu Mobil Delvac menciptakan pelumas yang dapat mempertahankan hal tersebut.

Sejak pertama kali diperkenalkan pada 1920an, Mobil Delvac telah memainkan peran penting dan selalu berkembang dalam berbagai industri, termasuk armada truk, pertanian, pertambangan, konstruksi, kereta api dan lainnya. Benang merah yang menyatukan berbagai macam industri ini adalah pelayanan untuk konsumen.

Dengan penggunaan Mobil Delvac *heavy-duty lubricant* dapat membantu bisnis berjalan lancar, sehingga konsumen mereka mendapatkan pelayanan yang dapat diandalkan. Konsumen yang puas membantu bisnis untuk berkembang. Formula sederhana untuk kesuksesan tersebut adalah alasan berbagai pembuat keputusan dalam berbagai industri memilih Mobil Delvac, kunci untuk bisnis yang sehat.



Tahun Suram Penjualan Truk

Melambatnya pertumbuhan perekonomian Indonesia tahun ini menjadi salah satu faktor signifikan menurunnya penjualan truk. Dalam lima tahun terakhir, penjualan truk tertinggi mencapai puncaknya pada tahun 2012. Berdasarkan data Gaikindo, penjualan truk nasional pada tahun 2011 sebesar 119.951 unit, naik menjadi 143.255 unit pada tahun 2012. Tren penjualan truk setelah itu turun menjadi 139.515 unit pada tahun 2013, lalu turun lagi pada tahun 2014 menjadi 116.096 unit truk. Per September 2015, Gaikindo mencatat, penjualan truk hanya sebesar 56.799 unit.

Beberapa peraturan pemerintah juga memicu turunnya penjualan truk di beberapa sektor industri. Peraturan di sektor tambang misalnya, melemahkan penjualan truk di segmen *heavy duty truck* hingga 50%.

Meski begitu, berbagai hambatan tidak serta-merta menutup peluang yang ada. Tahun ini, sektor konstruksi dan logistik menjadi sektor yang paling dilirik pabrikan truk selain *chemical, oil & gas, agriculture*, dan *dangerous goods*. Kondisi ini mendorong pemain utama *heavy duty truck* yang lebih banyak bermain di sektor

tambang mengalihkan pasar sasarannya.

Hal tersebut juga dirasakan perusahaan pembiayaan. Jika saat ini pasar tambang tak lagi menarik untuk disentuh, pasar kargo dan infrastruktur diakui sebagian perusahaan pembiayaan masih stabil. Selain itu, untuk menghindari kasus kredit macet dalam skala besar, sebagian perusahaan pembiayaan mengalihkan ke pasar retail yang dinilai dapat menekan tingkat kredit macet secara keseluruhan.

Tahun 2015 dinilai menjadi tahun suram penjualan truk di Indonesia. Meski begitu, titik penjualan terendah dalam lima tahun terakhir ini diprediksi tidak akan mengalami penurunan lebih dalam lagi. Para pelaku pasar menyakini, grafik penjualan truk pada tahun mendatang akan meningkat, ditandai dengan gencarnya upaya pemerintah membangun infrastruktur jalan di berbagai wilayah di Indonesia.

REDAKSI

Pemimpin Umum
Ratna Hidayati

**Penanggung Jawab
/Pemimpin Redaksi**
Ratna Hidayati

Pemimpin Perusahaan
Felix Soesanto

Reporter
Sigit Andriyono
Abdul Wachid
Citra D. Vresti Trisna

Fotografer
Giovanni Versandi
Bayu Yoga Dinata

Iklan
Sefti Nur Isnaini

Administrasi
Moulida Ashari

Sirkulasi
Muhammad Abdurhman

Penasihat Hukum
Rakhmat Santoso, S.H. & Partners

 TruckMagz

 @TruckMagz

www.truckmagz.com



Cover

2015 TAHUN SURAM / 18

Ilustrasi: TruckMagz

DAFTAR ISI

TRUCKMAGZ #18

Advertorial

Laporan Utama

Laporan Khusus

Logistik & Rantai Pasok

Fleet Management

Dunia Ban

Perpajakan

Leader Interview

Solusi Pengusaha

Info Produk

Mata Lensa

Tips & Trik

Event

Truk Spesial

Variasi

Komunitas

03 MOBIL DELVAC

06 PASAR TRUK 2015

12 LOGISTIK DAN KONSTRUKSI PALING
DILIRIK

18 ADU STRATEGI PABRIKAN CINA

24 PROYEKSI SEGMENT LIGHT TRUCK

28 PENJUALAN TRUK DI DAERAH

32 SIKAPI KREDIT MACET

36 COLD CHAIN LOGISTICS

40 DISTRIBUSI IKAN

46 KINERJA PERSEDIAAN SUKU CADANG

50 PENGELOLAAN INVOICING

52 BAN TBR TUBELESS WIDE BASE

56 PMK NOMOR 191

60 DUNEX

66 PT GUNA PRATAMA

70 PHASE-CHANGE MATERIAL

74 BONGKAR MUAT KAYU PAPAN

80 ACKERMANN GEOMETRI

84 KONFERENSI NASIONAL BISNIS
MARITIM 2015

88 PAMERAN OTOMOTIF SURABAYA 2015

92 MOBILE CLINIC

94 PERAN SEKTOR PERGUDANGAN

98 KOPABA

Penerbit
PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Percetakan
PT UNIGROW KREATIFINDO

Graha Gramaron Jln. Bunguran 23-25A Surabaya
Tlp. 031 - 3556677 Email. redaksi@arveo.co.id

Jalan Kutilang No. 23 Sidoarjo
Tlp. 031-8077561



PABRIKAN JEPANG KUASAI PASAR

Teks: Abdul Wachid
Foto: Giovanni Versandi

Tiga pabrikan truk asal Jepang, yakni Hino, Mitsubishi, dan Isuzu hingga menjelang akhir tahun masih mendominasi pasar truk Indonesia. Berdasarkan data Gaikindo hingga September 2015, Mitsubishi Fuso mencapai angka penjualan 26.077 *light truck*, 1.203 unit *medium truck*. Sedangkan untuk *heavy duty truck*, Mitsubishi Fuso berhasil menjual 1.138 unit. Dari total penjualan Mitsubishi Fuso berhasil memimpin pasar truk domestik dengan pangsa pasar 47%.

Sementara itu, Isuzu mencatat angka penjualan 8.047 unit untuk *light truck* dan *medium truck* 1.734 unit. Sedangkan Hino, per Agustus 2015 mencatat angka penjualan 7.167 untuk *light truck*, *medium truck* 7.261 unit, dan *heavy duty truck* 4.748 unit. Pada kelas *medium duty truck* Hino berhasil meraih pangsa pasar sebesar 62%. Penjualan truk secara total merosot 30% lebih dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Turunnya penjualan truk disebabkan oleh banyak faktor, antara lain lesunya sektor pertambangan, jatuhnya harga komoditas perkebunan, dan depresiasi rupiah yang tinggi.

Melihat kondisi seperti ini, menurut Rizwan Alamsyah, *Executive Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian (KTB), ATPM dari Mitsubishi Fuso, pasar truk tahun depan sulit diprediksi mengingat pertumbuhan ekonomi yang ditargetkan pemerintah hanya tumbuh 4,7% dari proyeksi awal 5,8%. Ia berharap, pada akhir tahun belanja modal pemerintah segera dioptimalkan agar memicu perputaran bisnis banyak sektor termasuk pasar truk.

Pertumbuhan ekonomi sangat erat hubungannya dengan perputaran barang, artinya apabila ekonomi turun akan memberi efek terhadap turunnya perputaran barang. Dengan demikian secara langsung arus barang yang turun memberi dampak pada permintaan jasa angkutan



yang kemudian berimbas pada penjualan truk. "Sederhananya jika tidak ada barang diangkut pasti pengusaha tidak akan investasi truk baru, termasuk saat ini peremajaan armada oleh pengusaha melambat. Kami harapkan pertumbuhan ekonomi akan tumbuh dengan baik, sehingga berdampak positif terhadap penjualan kami," jelas Rizwan.

Sementara itu, bagi Isuzu, naik-turunnya penjualan ditanggapi wajar. Johannes Nangoi, *President Director* PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAMI), ATPM dari Isuzu mengatakan, melambatnya ekonomi saat ini tidak bisa



Tiga pabrikan truk asal Jepang, yakni Hino, Mitsubishi Fuso dan Isuzu hingga kini masih mendominasi pasar truk Indonesia

dihindari karena secara global semua negara mengalami. Termasuk di Thailand, negara penghasil produk otomotif signifikan di kawasan Asia Tenggara juga mengalami penurunan. Indonesia tidak bisa lepas dari kondisi itu, sebab Indonesia merupakan negara yang ekonominya berbasis komoditas, seperti tambang dan perkebunan yang juga sedang turun.

Kendaraan komersial sangat bergantung pada kondisi ekonomi karena tidak ada perusahaan melakukan investasi armada selama ekonomi belum baik. Prediksi IAMI, harga komoditas ke depan masih belum stabil sehingga Isuzu masih ragu-ragu melihat pasar truk. Tetapi IAMI tetap meyakini tahun depan kondisinya lebih baik karena proyek-proyek pemerintah terutama infrastruktur sudah mulai.

Menurut Rizwan Alamsyah, proyek-proyek pemerintah memiliki peran penting guna menggenjot penjualan karena ekonomi global juga sedang melambat. Maka saat ini KTB memfokuskan diri ke pasar domestik agar kondisi kembali pulih. Sektor industri yang paling memengaruhi penjualan ialah tambang, komoditas perkebunan hingga barang-



barang konsumsi. Ketika barang konsumsi turun, pertumbuhan ekonomi akhirnya terkoreksi karena kontribusi terbesar pertumbuhan ekonomi adalah barang konsumsi.

KTB tidak terlalu menggantungkan sektor tambang sebab masih ada sektor infrastruktur ke depan yang cukup menjanjikan. Selain itu, sektor logistik terutama barang konsumsi cenderung lebih stabil dan memiliki pangsa pasar paling dominan sehingga proporsi berbagai sektor tahun ini diubah oleh KTB karena menyesuaikan permintaan pasar.



Rizwan Alamsyah
Executive Marketing Director
PT Krama Yudha Tiga Berlian



Santiko Wardoyo
Sales & Promotion Director
PT Hino Motors Sales Indonesia



Yohannes Nangoi
President Director
PT Isuzu Astra Motor Indonesia

VARIAN DAN PABRIK BARU

Tahun ini, KTB meluncurkan beragam produk dan varian terbaru. Awal tahun 2015, KTB meluncurkan truk baru New Fuso FI1217. Seri ini menjadi satu-satunya produk yang bisa mengangkut lebih banyak karena kapasitasnya yang besar layaknya *medium truck* namun tetap lincah bermanuver di medan yang sempit karena ukuran yang kecil layaknya *light truck*. Pada pameran Gaikindo Indonesia International Autoshow (GIIAS) 2015, Mitsubishi Fuso menghadirkan dua varian di segmen *heavy duty truck*, yaitu Tractor Head FZ 4928 dan Tractor Head FZ 4028.

"Adanya model baru ini akan menambah varian yang ada. Meskipun saat ini penjualan turun tetapi *market share* Mitsubishi justru naik 47% dari tahun sebelumnya 46%. Mitsubishi sampai dengan akhir tahun ini menargetkan *market share* 50%. *Light truck* memberi kontribusi terbesar senilai 70% dari total penjualan, setelah *medium truck* dan *heavy duty truck*," kata Rizwan.

Sementara itu, Hino pada periode yang sama menghadirkan generasi terbaru untuk kategori *medium duty truck* dengan meluncurkan HINO 500 Series New Generation Ranger. HINO500 Series sebelumnya memiliki 30 model kini menjadi 37 model. "Banyaknya produk *line up* bertujuan memudahkan konsumen memilih produk yang tepat. Prinsipnya Hino selalu memberi produk yang tepat dan sesuai kebutuhan konsumen," kata Santiko Wardoyo, Sales & Promotion Director PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI).



Melambatnya ekonomi saat ini tidak bisa dihindari, karena secara global semua negara mengalami



Proyek pemerintah memiliki peran penting bagi pabrikan guna menggenjot penjualan

Ia menambahkan, Hino selalu berupaya untuk memberikan produk yang terbaik untuk konsumen agar bisnis mereka berjalan dengan baik. Caranya dengan mengoptimalkan nilai tambah produk sekaligus meminimalkan biaya operasionalnya. Terkait target penjualan, melihat kondisi sekarang Hino hanya ingin mempertahankan *market share*, untuk kendaraan kategori 3, Hino menargetkan 60% dan kategori 2 senilai 18%.

Lain halnya dengan dua merek sebelumnya, Isuzu tahun ini tidak meluncurkan varian baru termasuk menunda penambahan *dealer*. Menurut Yohannes Nangoi, penambahan *dealer* sementara ini tidak dilakukan Isuzu sampai akhir tahun. *Dealer* yang terlalu banyak dengan kondisi pasar lesu akan membuat *dealer* tidak mampu



Isuzu hanya akan memproduksi dua jenis truk di pabrik barunya, yaitu Elf dan medium Giga



Caption goes here



Caption goes here

menjual volume minimum sehingga berisiko rugi. Total *dealer* Isuzu saat mencapai 15 *dealer* dengan lebih dari 110 cabang.

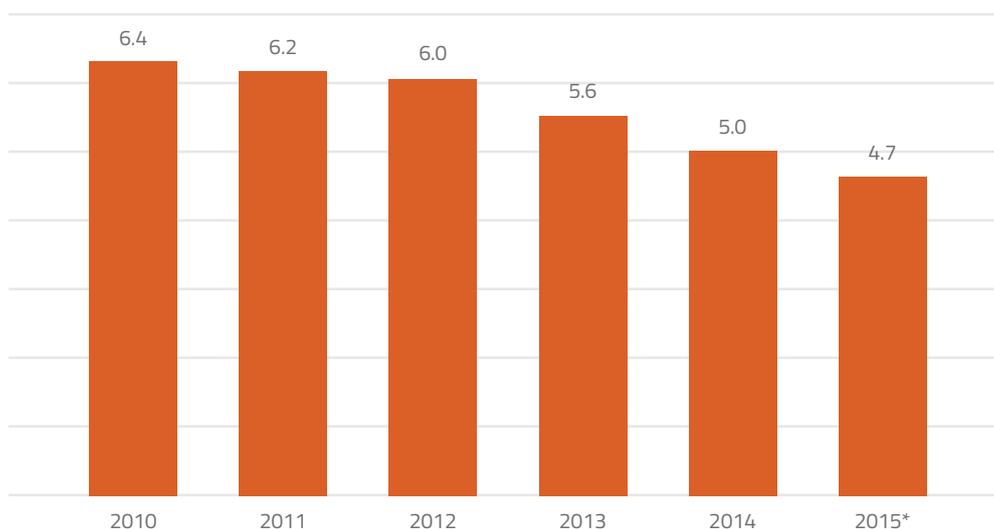
Meski demikian, pada April 2015 lalu, Isuzu Astra Motor Indonesia telah meresmikan pabrik barunya di Kawasan Industri Suryacipta, Karawang Timur. Dengan beroperasinya pabrik baru ini, sekaligus mulai berlakunya Isuzu Indonesia jadi basis ekspor ketiga di dunia setelah Jepang dan Thailand.

Pabrik baru IAMI berdiri di atas lahan 30 hektare. Pembangunan dimulai sejak Oktober 2013 dan beroperasi mulai akhir 2014. Pabrik ini memiliki kapasitas produksi 52.000 unit per tahun. Jika permintaan bertambah, fasilitas ini mampu diperbesar hingga 80.000 unit per tahun. Isuzu hanya akan memproduksi dua jenis kendaraan komersial di pabrik baru ini, yakni, 45.000 unit ELF dan 7.000 unit truk menengah Giga.

Terkait penjualan, hingga akhir tahun, IAMI optimistis bisa membukukan penjualan di kisaran 21.000 unit hingga 21.500 unit. Jumlah tersebut lebih rendah dari target penjualan awal yang dipatok IAMI tahun ini, yaitu sebanyak 34.000 unit hingga 35.000 unit. "Kami pun sebelumnya sempat menurunkan harapan angka penjualan yang ingin dicapai pada 2015, yaitu di kisaran 24.000 unit," tutup Yohannes.

PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA MELAMBAT DALAM LIMA TAHUN TERAKHIR

Pertumbuhan PDB SERI 2010, persen



*Prediksi Bank Dunia Juli
Source : BPS-Statistics Indonesia

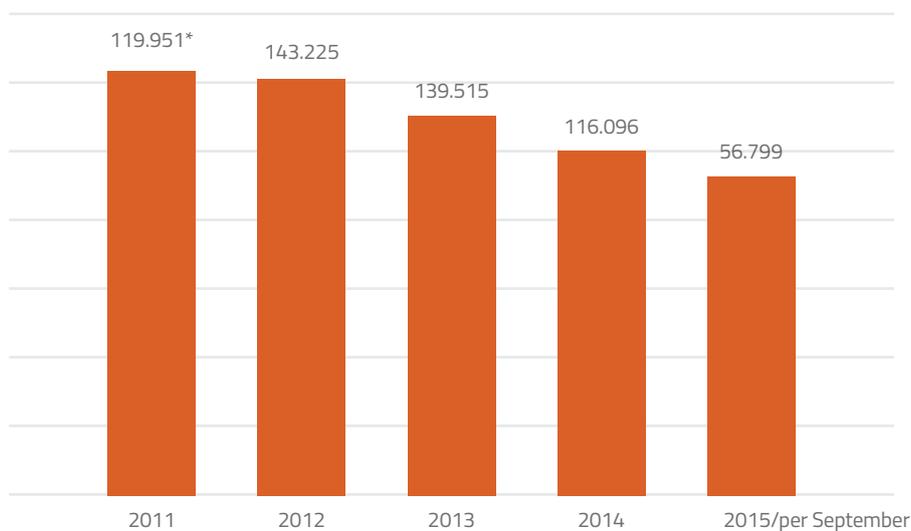
GROWTH OF MANUFACTURING INDUSTRIES, 2011-1015

	2011	2012	2013	2014	Average 2011-14	2015
GDP Total	6.2	6.0	5.6	5.0	5.7	4.7
Manufacturing, Total	6.3	5.6	4.5	4.6	5.3	3.9
Manufaktur, Non-oil	7.5	7.0	5.5	5.6	6.4	5.2
1 Coal & Refined Petroleum Products	-0.3	-2.4	-1.7	-2.1	-1.6	-5.7
2 Food Products & Beverages	11.0	10.3	4.1	9.5	8.7	8.2
3 Tobacco Products	-0.2	8.8	-0.3	8.9	4.3	2.2
4 Textiles & Wearing Apparel	6.5	6.0	6.6	1.5	5.2	-1.0
5 Leather & Related Products & Footware	10.9	-5.4	5.2	5.5	4.1	3.4
6 Wood & of its products (except furniture)	-2.7	-0.8	6.2	6.1	2.2	0.9
7 Paper & Paper Products; Repro of Recorded	3.9	-2.9	-0.5	3.4	1.0	-1.2
8 Chem & Pharma & Botanical Products	8.7	12.8	5.1	3.9	7.6	9.1
9 Rubber & Plastics Products	2.1	7.6	-1.9	1.2	2.2	-3.5
10 Other Non-Metallic Mineral	7.8	7.9	3.3	2.4	5.4	4.9
11 Manufacture of Basic Metals	13.6	-1.6	11.6	5.9	7.4	8.7
12 Computer, Optical Products & Elec. Equip	8.8	11.6	9.2	2.9	8.1	8.1
13 Machinery and Equipment	8.5	-1.4	-5.0	8.8	2.7	-2.4
14 Transport Equipment	6.4	4.3	14.9	3.9	7.4	4.8
15 Furniture	9.9	-2.1	3.6	3.6	3.8	5.1
16 Other Manuf, Repair & Instr of Machinery	-1.1	-0.4	-0.7	7.3	1.3	1.8

*First quarter
Source : BPS-Statistics Indonesia

GRAFIK PENJUALAN TRUK NASIONAL TAHUN 2011-2015

* Satuan unit



Sumber: Gaikindo



LAPORAN UTAMA

LOGISTIK DAN KONSTRUKSI PALING DILIRIK

TATA
76
TOUCH POINTS
DI INDONESIA
16 3S
Sales
Service

TATA
HEMAT
BIAYA
KEPEMIL



Logistik dan konstruksi menjadi segmen on road yang paling dilirik selain chemical, oil & gas, agriculture dan dangerous goods.



Istiqo Projo

Sales Manager
PT United Tractors



BERLOMBA-LOMBA SASAR *ON ROAD* LOGISTIK & KONSTRUKSI PALING DILIRIK

Teks: Abdul Wachid Foto : Giovanni Versandi

Penurunan nilai tukar rupiah terhadap dolar sejak awal tahun 2015 dan dengan masih melemahnya harga-harga komoditas tambang menjadi penyebabnya anjloknya penjualan kendaraan komersial. Untuk mensiasati penjualan truk yang lesu tersebut, banyak pabrikan Eropa sebagai pemain utama sektor tambang berbondong-bondong melakukan penetrasi pasar ke segmen *on the road*.

Berdasarkan catatan PT Chakra Jawara selalu Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) dari Iveco, pasar truk *heavy duty* pada tahun ini mengalami penurunan sekitar 30,54% dibandingkan tahun 2014. Kondisi itu pula yang akhirnya turut menggiring Iveco menasar pasar *on the road* dengan merilis seri Iveco 682 pada Agustus 2015. Bambang Wira, *President Director* PT Cakra Jawara mengatakan, khusus varian tersebut Iveco telah melakukan pengembangan produk selama tiga tahun yang didesain

menyesuaikan kondisi geografis dan infrastruktur pasar Afrika dan Asia.

"Pasar truk *on the road* di atas 15 ton sangat menarik karena terus tumbuh secara signifikan selama lima tahun terakhir. Walaupun tahun ini mengalami penurunan tetapi secara keseluruhan pangsa pasar ini sangat besar," kata Bambang. Logistik dan konstruksi menjadi segmen *on the road* yang paling dilirik selain *chemical, oil & gas, agriculture, dan dangerous goods*.

Ia menambahkan, pembangunan infrastruktur jalan yang saat ini tengah digenjut pemerintah akan memicu berkembangnya industri lain. Semakin banyak infrastruktur jalan yang dibangun akan memudahkan akses pemindahan barang dengan cepat. Apalagi pasar *on the road* sangat prospektif untuk mengangkut barang antar-provinsi dan rute reguler bisa seperti dari pelabuhan ke kawasan industri atau sebaliknya.

Siasat untuk merambah pasar



Strategi pembiayaan sangat berpengaruh untuk optimalisasi penjualan, karena konsumen umumnya menghendaki kemudahan mendapatkan kendaraan dengan cicilan murah.



Bambang Wira

President Director
PT Cakra Jawara

on the road juga dilakukan PT United Tractor Tbk., APM dari Scania pada tahun ini. Scania memfokuskan diri untuk komoditas *dangerous goods, oil and gas* karena sesuai dengan pemenuhan standar keamanannya. "Untuk konstruksi Scania menasar *heavy haulage*. Scania bisa bersaing pada sektor ini karena untuk kendaraan tipe yang sama dengan merek lain belum tentu bisa melewati medan yang biasa lewati oleh truk Scania. Kondisi sekarang pada umumnya banyak transporter *heavy haulage* memaksakan kendaraan yang tidak sesuai dengan kemampuan daya angkutnya," tutur Istiqo Projo, *Sales Manager* PT United Tractors.

Sejak menjajaki pasar truk di Indonesia tahun 2004, United Tractor berhasil menjual sekitar 4.000 truk Scania. Tipe kendaraan yang paling banyak terjual *dump truck* sekitar 70%, terbanyak kedua adalah *head tractor* dan tipe lainnya.

Karakter Konsumen Jadi Tantangan

Menurut Istiqo, tantangan untuk bersaing di pasar *on the road* terletak pada karakter konsumennya. Saat ini konsumen

Indonesia dinilai sudah terbiasa dengan level harga dan mutu produk pabrikan lama. Dengan masuknya Scania kemudian diterima konsumen diharapkan akan meningkatkan standar mutu dari produk sebelumnya. Sehingga yang kelihatannya harga produk mahal tidak akan terlihat lagi karena konsumen telah mendapatkan beragam kelebihannya.

Scania menilai karakter konsumen Indonesia sangat tergantung pada *revenue* dari perusahaan yang diperoleh. Sebagai contoh, konsumen yang perusahaannya memiliki *revenue* kecil mereka cenderung sensitif dengan harga. Kedua, konsumen perusahaannya yang memiliki *revenue* menengah namun masih mengharapkan cicilan terjangkau. "Posisi

harga Scania saat ini terbilang masih bersaing sebanding dengan benefit yang didapat, hanya saja kendalanya karakter konsumen Indonesia masih mengutamakan harga," kata Istiqo.

Strategi pembiayaan sangat berpengaruh terhadap optimalisasi penjualan karena konsumen umumnya menghendaki kemudahan mendapatkan kendaraan dengan cicilan murah. Guna mengatasinya, Scania bekerja sama dengan perusahaan pembiayaan yang masih satu grup perusahaan dengan PT United Tractors Tbk.

Hasil kerja sama itu pun menguntungkan karena Scania memiliki program pembiayaan

khusus, yakni konsumen cukup mengangsur cicilan Rp 10 juta lebih murah daripada pabrikan lain. Manfaat program pembiayaan ini bisa memberi *cash flow benefits* terhadap *customer*. Misalnya, dengan cicilan Rp 19 juta per bulan bagi *customer* yang memiliki *revenue* sekitar Rp 40 juta per bulan masih mampu membayar cicilan.

Tawaran tersebut, kata Istiqo, tentu tidak bisa didapatkan dengan skema pembiayaan pabrikan lain yang cicilannya 35% lebih tinggi. "Dengan skema pembiayaan yang ditawarkan Scania, *customer* bisa mengatur *cash flow* keuangan. Kemudian mereka akan mendapatkan benefit

lain seperti efisiensi perawatan dan durabilitas yang tinggi," paparnya.

Sementara itu, terkait proyeksi pasar *on the road* mendatang, Scania memprediksi tetap akan dikuasai pabrikan yang saat ini masih menjadi *market leader* pasar truk dalam negeri. Bagi pemain baru seperti Scania tentunya membutuhkan waktu pelan-pelan mengambil *market share*. "Tetapi yang jelas peluang mengambil *market share* besar karena masing-masing pabrikan memiliki keunggulan produk tersendiri. Peluang untuk mengenal keunggulan produk Scania masih ada, kami yakin bisa dapat *market share*," kata Istiqo.



Guna bersaing pada segmen on road Iveco menyiapkan seri Iveco 682 dengan tiga varian Prime Mover, Tipper dan Mixer.



Pabrikan India Ramaikan Pasar *On The Road*

Pemain baru yang turut menysasar segmen *on the road* adalah Tata Motors. Pabrikan asal India ini sejak 2011 telah menjajaki pasar kendaraan niaga di Indonesia melalui PT Tata Motors Distribusi Indonesia (TMDI). Kurun waktu tahun 2011-2013 secara serius PT Tata Motors Distribusi Indonesia menyiapkan infrastruktur dan jaringan di banyak lokasi yang disasar. Sektor logistik

khususnya pelabuhan menjadi target utama Tata Motors.

"Ekonomi Indonesia saat ini fokus ke infrastruktur, *head tractor* dapat digunakan di sektor infrastruktur pula. Tetapi fokus kami memang di operasi logistik dan pelabuhan," jelas Manoj Arora, *General Manager Sales and Marketing* Tata Motors.

Pada tahun sebelumnya Tata

Motors hanya memperkenalkan dua varian truk, yaitu Tata Prima 4023 dan 4028. Tahun ini Tata Motors mengeluarkan satu varian lagi, yakni Tata Prima 4928. Menurut Manoj, penjualan Tata Prima pada tahun pertamanya mendapat respons positif yang sangat bagus. Ia meyakini keunggulan yang dimiliki Tata Prima akan menjadi produk yang sukses di pasar truk Indonesia.

MEREK	ATPM	PRODUK ANDALAN YANG DISIAPKAN UNTUK SEGMENT ON THE ROAD
IVECO	PT CHAKRA JAWARA	Iveco 682 Prime Mover , Iveco 682 Tipper , Iveco 682 Mixer
SCANIA	PT UNITED TRACTORS Tbk.	Prime Mover 310hp sampai 460hp, Wing Box 250hp, Multi Axle 580hp.
TATA MOTORS	PT Tata Motors Distribusi Indonesia	Tata Prima 4023, Tata Prima 4028, Tata Prima 4928

Rencana Pembangunan Infrastruktur di Indonesia 2015 -2019

	<ul style="list-style-type: none"> Jalan Baru 2.650 KM Jalan Tol 1.000 KM Pemeliharaan Jalan 46.770 KM
	<ul style="list-style-type: none"> Pembangunan 15 Bandara Baru Penyediaan 20 Pesawat Perintis Pengembangan Bandara untuk pelayanan Cargo udara di 6 lokasi
	<ul style="list-style-type: none"> Pembangunan 24 Pelabuhan Baru Pengadaan 26 Kapal Barang Perintis Pengadaan 2 Kapal Ternak Pengadaan 500 unit Kapal Rakyat
	<ul style="list-style-type: none"> Pembangunan Jalur KA 3.258 KM di Jawa, Sumatera, Sulawesi , dan Kalimantan terdiri dari: KA Antar kota 2.159 KM , KA perkotaan 1.099 KM
	<ul style="list-style-type: none"> Pembangunan pelabuhan penyeberangan di 60 Lokasi Pengadaan Kapal penyeberangan perintis sebanyak 50 Unit
	<ul style="list-style-type: none"> Pembangunan BRT di 29 kota Pembangunan angkutan massal cepat di kawasan perkotaan (6 Kota metropolitan , 17 Kota besar)

Sumber : Bappenas

Potensi pasar logistik Indonesia selama 2015 mencapai angka Rp 1.881,6 triliun atau tumbuh 28,5% dari tahun sebelumnya yang berada di angka Rp 1.400 triliun. Angka itu terdiri dari transaksi masing-masing bidang manufaktur (16,5%), pertanian dan kehutanan (10,1%), konstruksi (7,4%), galian dan tambang (6,6%), trading (7,6%), komunikasi (2,2%), retail (20,9%) dan lain-lain (28,7%).

Sumber : Frost and Sullivan Indonesia



ADU STRATEGI PABRIKAN CINA

Tahun Suram, Hati-hati Pilih Konsumen

Teks: Abdul Wachid/Citra Dara V.

Foto: Giovanni Versandi

Selama kurun waktu enam tahun terakhir pasar truk Indonesia tidak lagi didominasi produk dari pabrikan Jepang dan Eropa. Besarnya potensi pasar truk Indonesia, yakni dengan penjualan sekitar 100 ribu unit per tahun rupanya menarik perhatian pabrikan Cina. Beberapa merek Cina yang telah meramaikan pasar truk dalam negeri, antara lain FAW, Foton, Sinotruk, dan Shacman. Rata-rata pabrikan tersebut menasar sektor tambang dan konstruksi dalam hal ini kelas heavy duty truck.

Heavy duty truck dengan daya muat lebih dari 24 ton dinilai sesuai dengan market profile heavy duty truck di Indonesia. Hal itu diungkapkan Edy Widjaja, Managing Director PT Intraco Penta Wahana, Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Sinotruk. Menurutnya, pasar heavy duty truck di Indonesia sangat potensial dengan angka penjualan sekitar 10 ribu per tahun. Peluang mendatang makin besar dengan adanya peningkatan kapasitas jalan yang terus dibangun pemerintah, akan berpengaruh terhadap tumbuhnya kebutuhan heavy duty truck.

Meski pasar heavy duty truck cukup

potensial bukan berarti tanpa kendala. Menurut Yudi Sulistiono, Marketing & Sales PT Shacmino Perkasa, ATPM Shacman mengatakan, pasar heavy duty truck di Indonesia sebenarnya sangat luas. Namun, kendalanya banyak pengguna truk memaksakan jenis kendaraan di bawah kelas heavy duty untuk mengangkut beban lebih berat daripada daya angkutnya. Misalnya, muatan yang seharusnya diangkut truk bertonase 60 ton masih diangkut dengan truk bertonase 40 ton.

Tantangan bertambah dengan munculnya sentimen dari masyarakat bahwa produk Cina dalam persaingannya semata menawarkan harga murah ketimbang kualitas. Kata Yudi, anggapan tersebut ada benarnya juga, tetapi jika dikaitkan dengan mutu produk sebenarnya truk Cina khususnya Shacman tidak demikian.

"Shacman telah membuktikan, kualitas produk kami memiliki produktivitas di atas 80% di kawasan tambang. Bahkan secara mutu produk seharusnya harga truk Shacman sedikit lebih tinggi dibandingkan produk pabrikan lain, namun karena faktor persaingan menuntut pabrikan





Pabrikan mengakui keunggulan pabrikan truk lainnya yang telah lama menjajaki pasar truk Indonesia terletak pada strategi pembiayaannya

Cina melakukan efisiensi. Sehingga, dengan terpaksa kami harus melakukan penyesuaian harga," ujarnya.

Senada dengan pendapat sebelumnya, Edy Widjaja mengatakan, banyak pabrikan memberikan label produknya sebutan heavy duty, tetapi kualitasnya tidak sebanding. "Konsumen kami telah banyak memberikan apresiasi bahwa truk kami memiliki durability yang tidak kalah dengan truk heavy duty tambang produk Eropa maupun Jepang. Konsumen kami bahkan menyebutkan life time produk kami lebih panjang daripada produk lain, yaitu sekitar 20%-30%,"

katanya.

Sektor tambang memberi kontribusi penjualan terbesar bagi Sinotruk senilai 70%, namun sejak lesunya sektor tambang penjualan turun menjadi 40%-50%. Kondisi yang sama dialami pabrikan Cina lainnya, yakni Foton. PT Foton Mobilindo sebagai ATPM dari Foton mencatat sejak lesunya industri tambang dua tahun terakhir angka penjualan turun mencapai 20%. Lesunya tambang membuat Foton saat ini memfokuskan diri pada pasar on the road seperti angkutan khusus pelabuhan dan logistik manufaktur.



Sentimen dari masyarakat bahwa produk China dalam persaingannya semata menawarkan harga murah ketimbang kualitas menjadi tantangan tersendiri.

2015, Tahun Suram



Robert Lie
President Director
PT Gaya Makmur Mobil

Pada tahun ini menjadi tantangan berat bagi Foton selain akibat dampak lesunya industri tambang juga faktor kondisi ekonomi dalam negeri mengalami hal yang sama. Dampak dari itu semua membuat Foton terpaksa selama setahun terakhir belum melakukan impor kendaraan. "Alasannya, nilai tukar rupiah yang tinggi akan berpengaruh pada harga kendaraan yang bisa naik mencapai 30%, sementara merek lain hanya naik tidak sampai 10%," jelas Mursal Said, Product Development & Engineering Manager PT Foton Mobilindo.

Kondisi serupa juga dialami PT Gaya Makmur Mobil, ATPM dari FAW. Harga yang tidak kompetitif akibat tingginya nilai tukar rupiah membuat keunggulan truk FAW dari segi teknologi dan benefit lainnya tidak tampak. Dalam pengamatan PT Gaya Makmur Mobil sejak tahun 2013 hingga Oktober 2015 nilai tukar rupiah terhadap dolar mengalami depresiasi sampai 50% membuat persaingan harga antar-pabrikasi sangat ketat.

"Padahal nilai tukar rupiah ketika masih normal selisih harga truk FAW masih lebih murah 40% ketimbang pabrikan Jepang, sekarang hanya selisih 10% hingga 15%. Dampaknya dari segi persaingan, truk produksi pabrikan Cina tidak terlalu diunggulkan. Saya bilang tahun ini memang masa suramnya penjualan truk," tutur Robert Lie, President Director PT Gaya Makmur Mobil.

Nilai tukar rupiah yang tinggi juga membuat pengusaha angkutan barang menahan diri untuk melakukan investasi armada baru. Meski begitu, kata Robert,

tingginya nilai tukar rupiah bukanlah penentu naik atau turunnya penjualan truk. Sebab, saat permintaan jasa sudah meningkat pengusaha pasti berani berinvestasi walaupun harus membeli dengan harga tinggi.

Walaupun secara penjualan sedang turun, lantas tidak serta-merta FAW mempermudah calon konsumennya untuk mendapatkan kendaraan sepanjang belum memadai dalam persyaratan. FAW tidak ingin mengambil risiko jika kemudian hari sampai terjadi masalah seperti kredit macet atau bahkan sampai penarikan kendaraan. Cara ini menurut Robert menguntungkan FAW karena sekali pun beberapa konsumennya bermasalah dalam pembiayaan masih dapat diatasi dengan menjadwalkan ulang masa cicilan.

FAW mengakui keunggulan pabrikan truk lainnya yang telah

lama menjajaki pasar truk Indonesia terletak pada strategi pembiayaannya. Pada umumnya ATPM yang telah berpengalaman dan memiliki jaringan dealer yang luas memiliki perusahaan pembiayaan sendiri, hal ini membuat mereka sedikit lebih unggul dalam penjualan. Meski FAW belum memiliki perusahaan pembiayaan sendiri, sejauh ini masih banyak perusahaan pembiayaan yang tertarik bekerja sama dengan FAW. Dengan kondisi ekonomi melesu, FAW saat ini sangat berhati-hati memilih konsumen.

Hal itu pun dibenarkan Mursal Said. Menurutnya, diakui memang produk Cina masih belum bisa bersaing dengan merek yang telah mapan terutama dalam purnajual dan pembiayaan kendaraan. "Purnajual erat kaitannya dengan jaringan dealer, sedangkan pembiayaan mempengaruhi konsumen untuk



Mursal Said

Product Development &
Engineering Manager
PT Foton Mobilindo

tertarik membeli. Mereka bisa hanya dengan uang muka 20%, sedangkan kami harus 30%. Jelas hal ini memengaruhi daya beli konsumen, otomatis kami makin terjepit," kata Mursal.



Adu Strategi Pemasaran dan Purnajual



Yudi Sulistiono
Marketing & Sales
PT Shacmind Perkasa

Beragam strategi dilakukan pabrikan Cina untuk memperoleh kepercayaan konsumen agar tertarik menggunakan produknya. Shacman menawarkan beberapa kemudahan salah satunya menyuplai suku cadang secara on side berikut mekaniknya. Menurut Yudi Sulistiono, penawaran itu biasa disebut sebagai produk paket dengan ketentuan pembelian kendaraan lima unit. Kemudahan lain yang ditawarkan Shacman ialah dengan memberi kesempatan konsumennya melakukan kontrak layanan perawatan kendaraan secara berjangka.

Sementara dalam hal pemasaran produk, Shacman lebih

memilih kegiatan customer gathering ketimbang mengikuti pameran otomotif. Bagi Shacman, cara tersebut jauh lebih efektif menyasar customer dan dapat menekan biaya operasional. "Dengan biaya operasional yang sama satu kali pameran setara dengan mengadakan kegiatan customer gathering tiga hingga empat kali. Jauh lebih hemat dan tepat sasaran," jelasnya.

Sama halnya pabrikan Cina lainnya, fokus pasar Shacman tahun ini lebih kepada tender base dan infrastructure project. Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya semua sektor Shacman sasar dengan produk andalan tractor head 6x4 dan



long chassis 8x4. Dengan kondisi ekonomi lesu, penurunan penjualan Shacman hampir sama dengan merek pada umumnya 30% sampai 40%.

Lain halnya Foton. Sebagai perusahaan distributor yang masih sedikit jaringan dealer-nya, PT Foton Mobilindo memfokuskan diri untuk menjamin ketersediaan suku cadang. Caranya dengan memproduksi suku cadang lokal dan memberi suku cadang fast moving secara cuma-cuma terhadap konsumen selama setahun. Selain itu, Foton melakukan konsinyasi dengan pengusaha angkutan yang bersedia menjual suku cadang produksi Foton.

Ke depan strategi lain yang

dilakukan Foton guna meningkatkan angka penjualannya ialah melobi investor Cina pemegang proyek infrastruktur di Indonesia. Menurut Mursal Said, pada umumnya investor asing cenderung memilih produk alat berat yang berasal dari negara mereka sendiri. "Kami akan berusaha melakukan lobi dengan investor tersebut dibantu langsung pihak Foton Cina agar mereka bersedia menggunakan produk kami. Langkah ini lebih realitis bagi kami," kata Mursal.

Foton kini mengandalkan produk tractor head dengan alasan kebutuhan manufaktur terkait volume angkutan meningkat dan banyak truk tua di pelabuhan sudah saatnya dilakukan peremajaan. Produk andalan lain Foton ialah truk BBG (Bahan Bakar Gas), namun karena respons pasar kurang positif dan infrastruktur belum memadai, Foton hanya mampu menjual 25 unit.

Merek	ATPM	Tahun Masuk di Indonesia	Jumlah Populasi Kendaraan (unit)*	Produk
FAW	PT Gaya Makmur Mobil	2010	1.500	Tractor Head, Dump Truck, Mini-Mix Truck, Chassis Tank, Mixer Truck, Cargo Truck, Dump Truck, Mixer Truck, Concrete Pump Truck
Foton	PT Foton Mobilindo	2010	1.200	Tractor Head, Cargo Truck, Dump Truck
Sinotruk	PT Intraco Penta Wahana	2012	2.000	Tractor Head, Hi Wing Box, Concrete Mixer, Tipper, Hova Mine Tipper, Tipper, Water Tank, Crane Truck, Fleet Deck
Shacman	PT Shacmindo Perkasa	2012	N/A	Tractor Head, Dump Truck, Cargo Truck

* Dalam angka kisaran

Sumber: Diolah dari masing-masing data ATPM



Caption goes here

PEMAIN BARU KALAH BERSAING

Teks: Abdul Wachid Foto: Giovanni Versandi

Truk ringan alias *light truck* merupakan kendaraan niaga yang penjualannya paling anjlok pada tahun ini. Padahal kontribusi penjualan *light truck* paling besar ketimbang kategori kendaraan lain dengan rata-rata 100 ribu unit per tahun. Hal itu dialami Isuzu dengan produk andalannya Isuzu Elf, pada periode Januari-Agustus 2015 berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) penjualan *light truck* hanya 6.908 unit. Angka ini turun 39 persen ketimbang penjualan pada periode yang sama tahun lalu.

"Dari tiga kategori yang ada,

light truck menjadi kategori yang paling terasa penurunannya. Hal ini dikarenakan *light truck* secara populasi konsumennya lebih beragam, tidak hanya pebisnis angkutan besar tetapi juga perorangan," kata Yohannes Nangoi, *President Director* PT Isuzu Astra Motor Indonesia. Menurutnya, dari sisi harga, *light truck* juga lebih terjangkau, mudah dikendarai dan cocok bagi pemula yang ingin berbisnis angkutan. Namun demikian, imbas ekonomi lesu dan muatan sepi, banyak orang yang tadinya ingin memulai usaha angkutan barang akhirnya mengurungkan niatnya.

Kondisi yang sama juga dialami Mitsubishi, melalui Colt Diesel untuk kendaraan kategori dua, per September 2015 penjualannya mencapai 26.077 unit dengan penurunan kurang dari 30% dari tahun sebelumnya. Sedangkan merek Hino, dengan Dutro Series penurunannya mencapai 25% dengan penjualan 6.861 unit per Agustus 2015.

"Pelaku bisnis yang cenderung menahan diri untuk ekspansi berakibat pada penurunan permintaan jasa sehingga berpengaruh pada daya beli," kata Rahmat Samulo, Direktur Pemasaran PT Toyota Astra Motor. Penjualan *light truck* Toyota pada semester I 2015 hanya mencapai 3.600 unit dengan *market share* 10,8%. Secara keseluruhan total penjualan Toyota di segmen komersial pada semester I 2015 mencapai 8.141 unit, Toyota Dyna memberi kontribusi penjualan sekitar 40%.

Ia menambahkan, penjualan Toyota cukup terpengaruh bisnis tambang yang sedang turun. Walaupun sebenarnya, sektor logistik yang memberi kontribusi penjualan lebih besar selain sektor perkebunan, transportasi, dan agrobisnis.

Sepanjang tahun 2015, kata Rahmat, pasar kendaraan niaga khususnya *light truck* menghadapi tantangan berat karena tren pertumbuhan ekonomi kurang kondusif bagi dinamika dunia usaha dan membuat pasar kendaraan komersial melemah.

Di sisi lain, ke depan terkait strategi agar bisa memenangkan pasar *light truck* dengan banyaknya produk pesaing, PT Krama Yudha Tiga Berlian (KTB) selaku ATPM Mitsubishi memiliki beberapa terobosan. Rizwan Alamsyah, *Executive Marketing Director* KTB menuturkan, kunci agar bisa bersaing ialah selalu memperbarui mutu produk, baik kendaraan maupun suku cadang, terutama layanan purnajualnya.

Rizwan mencontohkan, sejak tahun lalu Mitsubishi telah meluncurkan layanan *Big Bang* dengan konsep *Zero Down Time*. Konsep ini menawarkan suatu layanan servis kendaraan tanpa mengurangi waktu operasional kendaraan sebab perawatan bisa dilakukan pada saat kendaraan tidak beroperasi. Layanan ini diwujudkan melalui fasilitas *Truck Center* yang siap beroperasi selama 24 jam setiap harinya.



Rahmat Samulo
Direktur Pemasaran
PT Toyota Astra Motor



Manoj Arora
General Manager Sales and
Marketing Tata Motors



Caption goes here



Caption goes here

Bea Masuk Tinggi, Pemain Baru Kalah Bersaing

Besarnya populasi dan pejualan *light truck* setiap tahun dinilai lumrah karena kondisi infrastruktur jalan di Indonesia daya dukung jalannya 70% kelas III dengan muatan sumbu terberat hanya delapan ton. Selain itu, dengan ruas jalan kecil yang umumnya berada di jalan kabupaten dan kota, membutuhkan kendaraan kecil pula agar bisa melakukan manuver dengan baik.

Meski *light truck* pangsa pasarnya besar, tak semua pabrikan bisa bersaing, hanya beberapa pabrikan yang menguasai pasar *light truck*. Hal ini karena pabrikan tersebut dalam memproduksi kendaraan telah menggunakan hampir 60% komponen lokal. Sedangkan bagi pabrikan baru yang masih mengandalkan impor kendaraan secara utuh (*Completely Built-Up*) harus terkena bea masuk yang tinggi.

Pemerintah Agustus 2015 menaikkan pajak bea masuk kendaraan bermotor Indonesia. Keputusan ini disampaikan lewat Kementerian Keuangan yang mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 132 Tahun 2015, tentang Penetapan Sistem Klasifikasi Barang dan Pembebanan Tarif Bea Masuk atas Barang Impor. Dalam regulasi terbaru ini, diputuskan kalau impor kendaraan CBU ke Indonesia tarif bea masuk naik menjadi 50% dari sebelumnya cuma 40%.

"Saat ini untuk *light truck* produk impor sulit bersaing sebab bea masuk yang terlalu tinggi dan depresiasi rupiah terlalu dalam. Kami berharap pemerintah mengevaluasi kebijakan ini, tujuan yang dimaksud untuk memproteksi produk dalam negeri bukan malah merugikan," ujar Robert Lie, *President Director* PT Gaya Makmur Mobil, ATPM dari FAW. Ia menerangkan, apabila bea masuk dikurangi



Penjualan *light truck* penyumbang paling besar ketimbang kategori kendaraan lain dengan rata-rata 100 ribu unit per tahun



Caption goes here

harga jual kendaraannya akan bersaing dan konsumen diuntungkan dengan banyak pilihan produk.

Jika FAW masih enggan menyasar segmen *light truck*, berbeda halnya dengan pabrikan baru asal India, yakni Tata Motors. Dalam perhelatan Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2015, Tata Motors telah memperkenalkan Tata *Ultra-Light Truck*. Meskipun baru akan diluncurkan tahun 2016, varian ini merupakan *light truck* pertama merek Tata Motors di Indonesia, setelah sebelumnya baru meluncurkan varian *pickup* dan *head tractor*.

Manoj Arora, *General Manager Sales and Marketing* Tata Motors mengatakan, pasar kendaraan komersial Indonesia saat ini berada di kisaran 350.000 unit. Sekitar 60% ada di segmen *pickup* kecil dan *light truck*. "Pada segmen *light truck* sangat penting bagi kami karena Tata Motors memiliki komitmen kuat dengan menghadirkan produk yang

tangguh dan jaringan purna-jual yang kuat," kata Manoj.

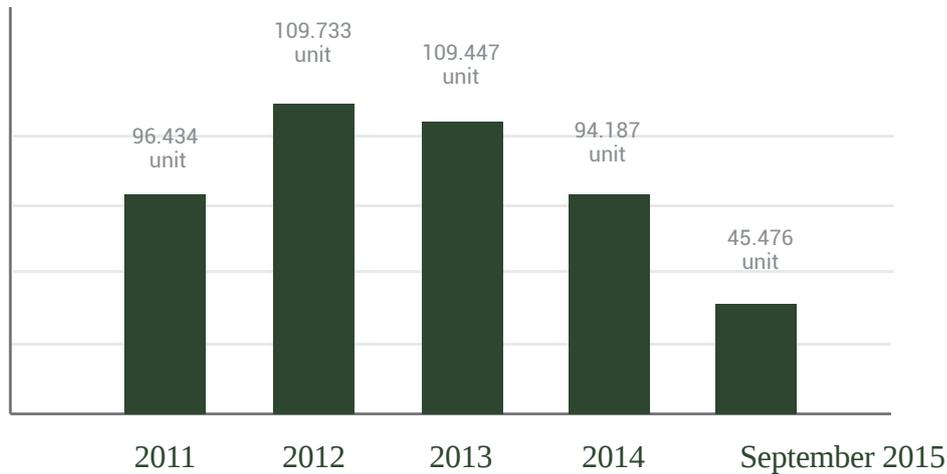
Guna dapat bersaing dengan produk yang telah mapan, Tata Motors mengutamakan layanan purnajual yang didukung 60 jaringan 2S (*Service dan Spare Parts*) di seluruh Indonesia."Produk *light truck* kami telah teruji kemampuannya di India selama bertahun-tahun. India dan Indonesia memiliki kondisi yang hampir sama seperti *overload*," tutupnya.



Caption goes here

Penjualan *Light Truck* di Indonesia Lima Tahun Terakhir

Sumber: Gaikindo



Jaringan Jalan Nasional

TOTAL PANJANG JALAN	488,181 KM
Jalan Nasional Non-Tol	47.017 km
Jalan Tol	976 km
Jalan Provinsi	47.666 km
Jalan Kabupaten/Kota	392.521 km

Sumber: Direktorat Pengembangan Jaringan Jalan



Penjualan Truk di Daerah Regulasi Baru Hambat Penjualan

Teks: Abdul Wachid/Sigit Andriyono
Foto: Giovanni Versandi

Anjloknya penjualan truk turut dirasakan *dealer* di beberapa daerah. Meski demikian, beberapa *dealer* mengaku turunnya angka penjualan tidak terjadi pada semua sektor industri. Jenis kendaraan seperti *dump truck* yang digunakan di area tambang dan *wingbox* untuk barang konsumsi merupakan kategori kendaraan yang tahun ini hampir tidak ada penambahan unit. Sedangkan sektor yang sedang menggeliat ialah konstruksi, banyak perusahaan bidang tersebut sejak awal tahun gencar melakukan peremajaan maupun penambahan unit.

Hal itu diungkapkan Rudyanto Surjakusuma, *Branch Head* PT Indomobil Prima Niaga, Surabaya. Menurutnya, salah satu penyebab anjloknya sektor tambang akibat munculnya peraturan-peraturan baru dari pemerintah. "Seharusnya pemain *dump truck* bisa bertahan jika aturan yang dikehendaki pemerintah dituruti. Sayangnya mereka kebanyakan minta gampang saja sehingga kaget dengan aturan itu," ujarnya.

Faktor lain, tambah Rudyanto, sekarang lembaga pembiayaan kendaraan, seperti perusahaan *leasing* makin selektif dalam memilih *customer*. Mereka sensitif dengan isu-isu yang sedang beredar di kalangan pebisnis angkutan, oleh karena

itu perusahaan *leasing* sekarang membatasi untuk pembiayaan kendaraan yang sektor industrinya sedang turun. Pihak *leasing* selalu mengetahui dahulu keperluan pengajuan pembiayaannya, jika berhubungan dengan sektor industri yang sedang lesu, kecenderungannya akan ditolak.

Alasan pihak *leasing* menolak tak lain disebabkan risiko kredit macet oleh *customer* yang nantinya berujung pada penarikan armada. Meski demikian, beberapa *customer* lama khususnya yang telah membeli sebelum industri tersebut turun masih dipertahankan pihak *leasing*. Dalam pengamatan Rudyanto, pihak *leasing* lebih baik melakukan penjadwalan ulang masa cicilan ketimbang menarik kendaraan. Jika pihak *leasing* memaksakan diri menarik kendaraan, kecenderungan merugi yang dialami pihak *leasing* jauh lebih besar.

Penyebab lain yang turut menghambat penjualan truk pada tahun ini ialah aturan perusahaan angkutan barang harus berbadan hukum. Raymond Oktavianus, *Manager Marketing* PT Catur Kokoh Mobil Nasional (CKMN) mengatakan, aturan lainnya yang cukup menghambat seperti pengurusan Surat Izin Pengusaha Angkutan

(SIPA). Dalam aturan tersebut pengusaha harus memiliki armada minimal lima unit dan harus memiliki garasi.

"Sekarang banyak pengusaha yang mengurus surat itu tapi belum selesai-selesai. Ada lagi peraturan di perusahaan *leasing*, perusahaan angkutan yang belum berjalan dua tahun tidak bisa mengajukan pembiayaan. Jadi *customer* kami yang sudah jadi pelanggan lama prosesnya menjadi lebih panjang lagi. Sedikit banyak munculnya aturan-aturan itu memengaruhi penjualan kami," kata Raymond.

Perizinan lainnya, kata Raymond yang cukup menghambat dalam layanan terhadap pelanggan adalah izin karoseri. Menurutnya, untuk satu tipe kapasitas mesin membutuhkan satu izin karoseri khusus. Contohnya, tipe 130PS yang digunakan truk tangki membutuhkan satu izin tersendiri, tidak bisa dijadikan satu dengan izin karoseri untuk *cargo box*. Padahal seri kapasitas mesin yang dijual PT Catur Kokoh Mobil Nasional cukup banyak. Kondisi tersebut membuat pemesanan menjadi terlambat karena harus memiliki izin atas permintaan tersebut dan harus menunggu hingga satu bulan lebih.

Butuh Adaptasi Aturan

Raymond menyadari, banyaknya perubahan regulasi tahun ini turut memengaruhi penjualan truk. Meski begitu, ia menanggapi hal tersebut secara positif mengingat keuntungan yang didapat oleh pengusaha angkutan juga cukup banyak. Kuncinya, saat ini mereka hanya perlu melakukan adaptasi dari kebiasaan lama yang sebenarnya melanggar aturan. "Subsidi itu benar-benar mengena dan memang untuk orang yang tertib dengan plat kuning ini seperti angin surga. Tapi yang terjadi pengusaha tidak bisa mengikuti aturan karena terlalu lama dimanjakan dengan aturan lama," tuturnya.

Dalam pengamatan Raymond, pengusaha yang tergolong patuh hukum jumlahnya kecil. Ia mencontohkan, PT Catur Kokoh Mobil Nasional memiliki klien besar di Kalimantan sebanyak 15 orang. Namun, dari sekian banyak klien tersebut di mata PT Catur Kokoh Mobil Nasional yang tertib aturan cuma satu klien. "Dulu dia jadi bahan tertawaan yang lain. Semua tidak taat hukum dan orang ini tidak peduli, dia tetap taat hukum. Sekarang dia enak sedangkan teman-temannya yang lain bingung mengurusnya," kisah Raymond. Ia memprediksi, keadaan ini akan tetap berlangsung dalam kurun waktu dua hingga tiga tahun ke depan, sampai benar-benar pengusaha telah terbiasa dengan aturan baru.

Dalam kondisi serba-lesu seperti ini, banyak *customer* PT Catur Kokoh Mobil Nasional kehilangan banyak muatan sehingga terpaksa menjual truknya. Sekalipun melakukan penambahan armada, kebanyakan lebih memilih membeli truk bekas ketimbang baru. Penyebab sepi muatan terutama di area tambang jelas karena pemerintah memperketat aturan tambang. "Begitu dengar kata *dump truck*, pihak *leasing* langsung selektif atau malah langsung tidak mau ambil. Mereka lebih milih order untuk unit kargo atau konstruksi," kata Raymond.

Saat ini PT Catur Kokoh Mobil Nasional dalam memilih *customer*



Jenis kendaraan seperti dumptruck yang digunakan di area tambang dan wingbox untuk barang konsumsi merupakan kategori kendaraan yang tahun ini hampir tidak ada penambahan unit.



Salah satu penyebab turut menghambat penjualan truk pada tahun ini ialah aturan perusahaan angkutan barang harus berbadan hukum.



Raymond Octavianus
Manager Marketing
PT Catur Kokoh Mobil Nasional
(CKMN)



Santoso
Penjual Truk bekas di Jakarta

lebih mengutamakan konsumen yang memiliki komitmen tinggi dalam pembayaran. Dalam prosesnya, biasanya pembelian diawali dengan pemesanan oleh *customer*, kemudian *dealer* menyiapkan unit kendaraan. Apabila beberapa waktu belum ada kejelasan *leasing*, *dealer* bisa menjual barang pesanan tersebut. Namun, ketika proses penjualan unit tersebut ternyata pihak *leasing* tiba-tiba setuju atas pengajuan kredit, *dealer* biasanya akan memesan unit lagi dengan harga lama.

"Kalau kenaikan harga pada order kedua masih dirasa cukup, biasanya kami tidak menaikkan harga untuk *customer* demi menjaga hubungan klien. Tetapi jika harga naiknya tinggi, terpaksa harus menaikkan harga. Selanjutnya keputusan di tangan *customer*, dia setuju atau tidak,"



Saat ini diler dalam memilih customer lebih mengutamakan konsumen yang memiliki komitmen tinggi dalam pembayaran.

katanya. Biasanya, tambah Raymond, tidak semua perusahaan *leasing* menghendaki hal tersebut, mayoritas *leasing* selalu menginginkan harga jual unit ke *customer* harus sesuai dengan harga order.

Penjualan Truk Bekas Turut Anjlok

Merosotnya penjualan truk ternyata tak hanya dialami *dealer* yang menjual kendaraan baru. Sepinya penjualan truk juga turut dirasakan penjual truk bekas, merosotnya penjualan kendaraan bisa mencapai 80% dari tahun sebelumnya. Kondisi tersebut membuat banyak pengusaha truk bekas menunda belanja kendaraan dari pengusaha angkutan. "Biasanya pengusaha angkutan melakukan peremajaan armada, kemudian menjual truk lamanya ke pengusaha penjual truk bekas. Tapi mereka memilih untuk menunda karena jelas pasar lagi sepi," papar Santoso, penjual truk bekas asal Jakarta.

Santoso merupakan perantara jual-beli truk bekas dengan mengelola lima *pool* truk bekas dan alat berat

di Jakarta. Rata-rata per *pool* berisi lebih dari 50 unit kendaraan dengan beragam merek, jenis, dan tahun produksi. Tahun sebelumnya, Santoso bisa menjual truk minimal dua unit dalam sebulan, namun tahun ini hingga Oktober 2015 ia hanya mampu menjual tiga kendaraan. *Dump truck* menjadi jenis kendaraan yang paling anjlok permintaannya. Selain itu, harganya pun di antara yang jenis kendaraan lain turunnya bisa sampai 70% daripada harga baru.

Harga dipengaruhi kondisi kendaraan, tahun produksi, dan tipe kendaraan. Tahun produksi dan kondisi kendaraan memberi kontribusi besar terhadap harga truk, harganya bisa 30% sampai 50% lebih murah daripada kendaraan baru. Konsumen

Santoso berasal dari banyak daerah, salah satunya Jawa Tengah dan Sulawesi. Kebanyakan peminat truk bekas mencari kendaraan produksi pabrikan Jepang karena faktor harga lebih terjangkau ketimbang produksi Eropa dan ketersediaan suku cadang yang terjamin.

Selain karena permintaan sepi, menurut Santoso, faktor pembiayaan turut menghambat orang untuk membeli truk bekas karena uang muka yang dikenakan wajib 40%. Selain itu, pengurusan cenderung lambat dan tidak ada kepastian penyelesaian dari pihak *leasing*. "Bahkan, sekalipun konsumen tersebut telah memenuhi syarat yang diminta pihak *leasing*, masih ada pengajuan kendaraan konsumen belum selesai hingga empat bulan," katanya.

CUKUP BAYAR DP, ANGSURAN BAGAI 0 RUPIAH*

Hari gini pilih angkutan yang serba PAS buat usaha Anda.

*Lebih hemat biaya BBM dan servis dibanding pickup non diesel hingga setara biaya angsuran per bulan.



ACE EX 2
Diesel Pickup



SLIDER ACE
Diesel Pickup
DIESEL 1400 cc



TATA XENONRX PICKUP
DIESEL 3000 cc



LPT 913



PRIMA 4028

TATA Motors memperkenalkan rangkaian kendaraan komersial di Indonesia. Sebagai produsen truk terbesar ke-4 di dunia, kami memiliki 8 juta kendaraan yang tersebar di lebih dari 125 negara di seluruh dunia. Kini Anda memiliki partner yang tepat untuk mempercepat pertumbuhan bisnis Anda. Kunjungi dealer TATA Motors terdekat di kota Anda.

PT TATA Motors Indonesia, Pondok Indah Office Tower 3 Floor 8 - Suite 801A,
Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V - TA Pondok Pinang, Jakarta Selatan 12310
Tel. +62-21-2932 8041/43, Fax. +62-21-2932 8042.

www.tatamotors.co.id | Toll free: 0-800-1-828200 | info@tatamotors.co.id

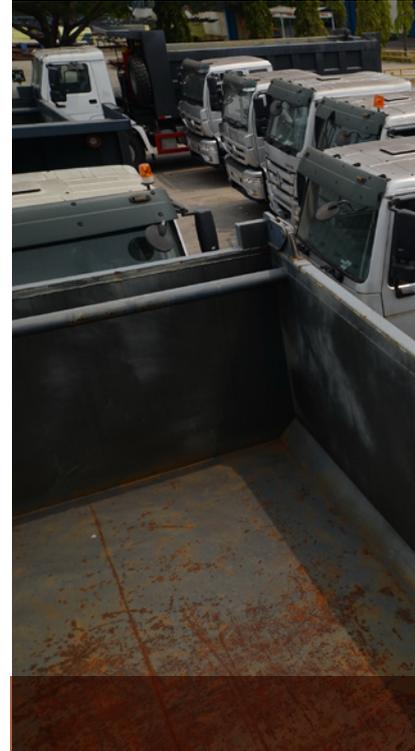


PLAY STRONG



PERUSAHAAN PEMBIAYAAN HATI-HATI SIKAPI KREDIT MACET

Teks : Citra D Vresti Trisna, Abdul Wachid, Sigit Andriyono
Foto : Giovani Versandi



Dampak pelemahan ekonomi di Indonesia dirasakan oleh berbagai sektor usaha, termasuk perusahaan pembiayaan. Sejak akhir 2013 silam, hampir di seluruh perusahaan pembiayaan yang membiayai pembelian truk mengalami kredit macet. Perusahaan *leasing* menganggap kredit macet kali ini merupakan yang terparah dibanding sebelumnya. Akibatnya, beberapa perusahaan *leasing* lebih memilih untuk melakukan penarikan unit truk dari konsumen yang menunggak dan nasabahnya dianggap tidak memiliki itikad baik untuk membayar.

Credit Marketing Section Head PT Mitsui Leasing Capital, Antony mengatakan, gejala kredit macet akibat rusaknya pasar truk, terutama di sektor tambang, dirasakan sejak akhir 2013. Saat itu, truk yang paling banyak diminati di sektor tambang adalah *dump truck* dan membuat harga *dump truck* melonjak

tiap empat bulan sekali. "Ketika masalah batubara muncul, semua perusahaan *leasing* melakukan penarikan besar-besaran. Bahkan kami kehilangan 200 unit truk di Kalimantan karena truk yang sudah masuk ke Kalimantan bisa langsung bekerja tanpa perlu adanya surat-surat. Selain itu, kami juga tidak mungkin melakukan pengecekan kendaraan yang lewat satu per satu," tuturnya.

Persoalan kredit macet inilah yang membuat perusahaan *leasing* asal Jepang melakukan penghentian pembiayaan. Menurut Antony, persoalan kredit macet yang sampai ke kantor pusat *leasing* di Tokyo bukan hanya di wilayah Jakarta dan Kalimantan tapi di seluruh Indonesia. Akibatnya, semua perusahaan *leasing* asal Jepang tidak lagi mau membiayai *dump truck*, kecuali untuk keperluan toko bangunan.

"Sejak akhir 2014 hingga awal 2015 semua sudah stop untuk pasar tambang. Unit yang ditarik kembali oleh pihak *leasing* sudah



dalam kondisi parah dan membuat harga truk tersebut jatuh. Di Papua, truk itu hanya laku Rp 150 juta – Rp 200 juta, padahal harga barunya mencapai Rp 900 juta," imbuhnya.

Dampak dari adanya kredit macet tak hanya dirasakan pihak *leasing*. Antony mengaku mendapat protes dari *customer* loyal. Para *customer* tersebut merasa tidak lagi didukung karena pihak *leasing* tidak bisa lagi membiayai mereka. Namun, seiring dengan terus melambatnya perekonomian negara, *customer* mengerti kondisi perusahaan *leasing*. "Karena nilai seluruh tunggakan dibagi dengan jumlah penjualan sebulan mencapai lebih dari 5%, kami akan menghentikan penjualan. Nilai seluruh tunggakan terhadap penjualan sebulan tidak boleh lebih dari 5% dan rata-rata harus di angka satu," paparnya.

"Kami tidak peduli meski mereka adalah pelanggan lama, sudah *repeat order* atau tidak. Kami tidak peduli mereka punya reputasi bagus atau tidak, permintaan mereka untuk *dump truck* tidak bisa kami penuhi," imbuhnya.

Sejak akhir 2013 silam, hampir di seluruh perusahaan pembiayaan yang membiayai pembelian truk mengalami kredit macet.

Selain itu, kredit macet juga menyebabkan pihak *leasing* beralih ke pasar retail yang hanya mengambil sedikit truk. Antony menekankan, jika ada satu orang mengambil truk sebanyak 45 unit, otomatis pokok utang total Rp 9 miliar. Sehingga, begitu menunggak, beban perusahaan *leasing* langsung membengkak meski yang membeli hanya satu orang. Karena itu, perusahaan *leasing* akan mencari cara agar beban tunggakan dapat dibereskan atau dijadwal ulang.

Hal yang sama juga diungkapkan Harjanto Tjitohardjojo, Direktur *Sales Marketing* Mandiri Tunas Finance. Menurut dia, pembelian truk sedang mengalami penurunan hingga 20%. Meski demikian, di skala lokal Jatim, terdapat peningkatan pembelian hingga 37% dan menjadikan wilayah Jatim sebagai penopang ketika wilayah lain sedang lesu. Kendati demikian, Harjanto mengaku tetap siap untuk melakukan pembiayaan untuk kendaraan niaga kecil (*pick up*) dan *heavy duty*.

"Di pasar lain, kami mungkin siap melakukan pembiayaan, tetapi kami akan lebih selektif apabila melakukan pembiayaan di sektor tambang karena di sektor tambang sedang lesu. Sedangkan untuk segmen infrastruktur dan kargo, masih tetap berjalan dan tidak ada penurunan," kata Harjanto.



Harjanto Tjitohardjojo
Direktur Sales Marketing
Mandiri Tunas Finance



Pihak leasing biasanya tidak akan melakukan penarikan kendaraan sebelum nasabah menunggak cicilan lebih dari tiga bulan



PERTIMBANGAN DALAM PENARIKAN

Menurut Antony, pihak *leasing* tidak akan melakukan penarikan sebelum lebih dari tiga bulan tunggakan. Apabila pada bulan pertama *customer* menunggak, maka akan keluar surat peringatan. Apabila berlanjut di bulan ke dua, akan keluar surat peringatan kedua dan berlanjut ke surat peringatan ketiga, lalu dilakukan penarikan. Meski demikian, akan ada pengecualian bagi *customer* yang masih memiliki itikad baik dan dapat diajak berkomunikasi atau masih bisa dihubungi.

"Kalau mereka masih dapat dihubungi, kami tidak akan melakukan penarikan. Kondisi ini membuat pihak kami selektif dalam melakukan pembiayaan. Kalau dulu, tiap *customer* dapat kami beri batas beberapa miliar, tapi kali ini akan dipotong separuhnya. Tahapan awal tidak boleh lebih dari Rp 1 miliar. Setelah jalan enam bulan, konsumen boleh tambah sampai Rp 3 miliar. Jalan enam bulan lagi, mentok sampai Rp 5 miliar," kata Antony.

Berdasarkan catatan PT Mitsui Leasing Capital, daerah yang menjadi sorotan dalam melakukan pembiayaan adalah di daerah Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, Jember, dan Situbondo. Antony mengaku menghindari daerah-daerah tersebut karena kerap bermasalah. Selain itu, yang menjadi pertimbangan pihak *leasing* dalam melakukan pembiayaan adalah situasi politik dan ekonomi. Karena, menurut dia,



Sejak akhir 2014 hingga awal 2015 semua leasing telah menghentikan untuk pasar tambang.

buruknya kondisi perekonomian akan berdampak pada menurunnya minat beli.

Terkait keputusan penarikan barang akibat kredit macet, *Manager Marketing Fleet Adira Finance Regional II*, Sujanto Johan mengaku tidak sependapat bila penarikan barang menjadi solusi mengatasi kredit macet. Karena, menurut dia, perusahaan *leasing* harus bisa melihat kondisi nasabah, jadwal angsuran, dan perpanjangan angsuran. Karena tiga hal tersebut akan memberikan gambaran kepada perusahaan *leasing* tentang kondisi nasabah.

Pertimbangan penarikan barang juga dapat dilihat dari neraca laba-rugi yang menurun. Apabila pergerakan uang di akun nasabah menurun, sebisa mungkin pihak *leasing* akan melakukan penjadwalan ulang. "Kami paham pengusaha truk orangnya juga itu-itu saja. Kalau kami sudah menarik unit, berarti



Sujanto Johan
Manager Marketing Fleet
Adira Finance Regional II

kami sudah di-*black list*. Sulit sekali untuk mengakomodir kredit saat perusahaan tersebut tumbuh kembali. Apabila masih bisa jadwal ulang, ya, kami jadwal ulang. Tetapi jika sudah tidak bisa samasekali, unit kami tarik," jelas Sujanto.

Sujanto menambahkan, risiko lain yang dihadapi oleh pihak *leasing* adalah permasalahan hilang kontak dengan nasabah. Karena, menurut dia, ada banyak kategori nasabah, salah satunya adalah nasabah yang tidak bisa dihubungi dan hilang samasekali atau *loss contact*. "Apabila masih ada komunikasi, kami berharap bisa memberikan masukan. Tetapi jika tidak ada kejelasan dari *customer*, kami tidak bisa berbuat banyak untuk membantu mereka," katanya.

Meski demikian, Sujanto tetap optimis bila masih ada peluang yang bagus di kemudian hari. Dia mengakui bila saat ini kondisi ekonomi sedang memburuk. Ia memperkirakan pertumbuhan ekonomi akan kembali membaik. Menurut dia, beberapa klien yang bermain di bidang konstruksi juga memprediksi bahwa perekonomian akan kembali membaik. Seperti halnya Teluk Lamong yang saat ini terus berjalan, jelas memerlukan banyak transportasi.

Terkait dengan kembali stabilnya perekonomian di Indonesia, Harjanto mengaku tetap optimis bila menjelang akhir Desember 2015 kondisi ekonomi akan kembali membaik. Karena, menurut dia, saat ini truk sudah berada di titik terendah dan tidak mungkin mengalami penurunan lagi dan hanya tinggal tunggu waktu sampai kembali membaik. "Untuk mengatasi kondisi ini, produk awal dan yang sudah terlanjur berjalan kami usahakan untuk dijadwal ulang. Kami masih mencoba memberi insentif dan membuat SMS *blast* untuk mencoba mengingatkan nasabah," katanya.



Cold Chain Logistics di Indonesia

PROSPEKTIF

Teks : Sigit Andriyono

Foto : Giovanni Versandi / Bayu Yoga Dinata

Sektor logistik di Indonesia menghadapi periode di mana peningkatan aktivitas konsumen dan industri di seluruh Nusantara tidak dibarengi dengan kondisi infrastruktur yang memadai. Pemerintahan baru sedang mengerjakan sejumlah proyek infrastruktur skala besar yang saat ini sedang berlangsung di samping perumusan strategi kohesif oleh pemerintah dan swasta. Proyeksi pembangunan yang tercantum dalam Sistem Logistik Nasional menunjukkan arah yang tepat untuk memperbaiki sektor logistik Indonesia yang menurun di antara negara-negara ASEAN yang lain.

Logistik Indonesia terdiri dari kombinasi pengiriman dan ekspedisi internasional melalui transportasi darat dan sejumlah penyedia jasa logistik yang beroperasi menggunakan transportasi multimoda. Bentuk apa pun dari transportasi, memerlukan manajemen supply chain dan dukungan distribusi dari penyedia layanan pihak ketiga untuk logistik khusus.

Supply chain menjadi sangat penting untuk perusahaan dan ini dipandang sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan dalam pasar yang sangat kompetitif. Istilah cold chain mengacu pada transportasi produk yang sangat sensitif terhadap perubahan temperatur yang merupakan bagian dari

perencanaan logistik untuk melindungi integritas pengiriman.

Cold chain logistics menjadi sektor yang ke depan akan lebih penting lagi dalam mengawal perubahan ekonomi global, yang pada kenyataannya hari ini Indonesia masih belum bisa memenuhi pasarnya sendiri karena meningkatnya kebutuhan untuk produk makanan.

Ir. Hassanuddin Yasni. M.M., Direktur Eksekutif Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) mengatakan, "Potensi ke depan untuk cold chain logistics ini sangat besar karena pemerintah hanya bisa mendukung separuh dari kebutuhan nasional. Jadi jika bisa dikejar dalam lima tahun ini, akan sangat prospektif," katanya dalam konferensi Indonesia Transport, Supply Chain, Logistics 2015..

Elemen kunci dari cold chain ada tiga. Pertama, produk memiliki karakter fisik yang memerlukan suhu dan kondisi kelembaban tertentu. Kedua, asal dan tujuan masing-masing produk, merujuk di mana tempat produsen dan konsumen. Ini salah satu penyebab utama yang mengindikasikan potensi ketersediaan produk di pasar. Ketiga, metode distribusi dan infrastruktur yang mendukung produk dalam suhu yang terkontrol.



Artati Widiarti, Direktur Bina Mutu dan Diversifikasi, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing, Kementerian Kelautan dan Perikanan

Cold Chain di Indonesia

Kondisi *cold chain* di Indonesia sudah memenuhi ketiga elemen tersebut, tetapi ketersediaan infrastruktur masih belum bisa diatasi. Dr. Rodney Wee, PhD., CEO Asia Cold Chain Center Singapura mengatakan, ASEAN adalah negara yang memiliki posisi negara yang masih baru dalam dalam *cold chain*. Sementara negara maju yang lain sudah memulai *cold chain* ini sekitar tahun 2004. Setiap negara ASEAN memiliki level *cold chain* yang berbeda. "Misalnya Singapura karena negara kecil sehingga bisa tumbuh lebih cepat. Sementara Malaysia dan Thailand, mereka gencar ekspor sehingga bisa mencapai level tertentu. Thailand khususnya sudah mengeksport ke beberapa negara Eropa, Amerika, Jepang, dan Inggris sehingga levelnya menjadi naik. Indonesia punya masalah *cold chain* seperti infrastruktur yang belum memadai, lebih banyak lautan daripada daratan. Kami sendiri di Indonesia juga mengalami masalah. Negara ini punya sistem yang khas dengan karakteristiknya," ujarnya.

Rodney berpendapat, pemerintahan sekarang bergerak cepat dan lebih fokus serta berharap bisa membawa masyarakat dalam kebersamaan. Level Indonesia seharusnya bisa mendekati Singapura. Khususnya Indonesia untuk *cold chain* memiliki masalah distribusi, ketika barang sampai di pasar, barang sudah rusak kadang juga tidak bisa dikonsumsi. "Jika saja masyarakat dan pemerintah mau bergabung bersama bisa mengatasi masalah ini. Selain itu, perlu mengajarkan apa itu *cold chain* kepada masyarakat," katanya.

Pasar dan logistik sudah ada sedangkan kondisi negara kepulauan Indonesia menjadi masalah. Sayangnya sekali belum

diimbangi dengan ketersediaan *cold storage*. Data ARPI tahun 2014, kapasitas *cold storage* nasional tercatat 7,2 juta ton untuk produk perikanan, 1,9 juta ton untuk produk ayam potong, dan 400 ribu ton untuk daging sapi.

Artati Widiarti Direktur Bina Mutu dan Diversifikasi, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Kementerian Kelautan dan Perikanan mengatakan, "Dalam hal peralatan, KKP sudah pasti tidak bisa menyediakan sendiri. Kami menaruh semua kebutuhan kami di e-Catalogue, kebutuhan kami yang dibutuhkan dipajang dalam web Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah dan bisa dipastikan swasta semua yang masuk."

Namun kenyataan berbeda. Yasni menyangkan bahwa Indonesia terbentur dengan pemodal. "Terpaksa kami harus mencari investor dari luar negeri yang memang mereka tertarik dengan pasar domestik. Karena pasar domestik kita juga termasuk terbaik di Asia. Indonesia sendiri belum bisa memenuhi kebutuhan pasar sendiri," katanya. Tantangan Indonesia untuk

cold chain harus segera diselesaikan. Pernyataan lain dari Yasni adalah bantuan *fishing boat* untuk nelayan sudah cukup besar, tetapi tanpa dibantu infrastruktur *cold chain* semua akan sia-sia. "Pemerintah harus mendukung seluruh unsur dari bagian rantai pendingin agar *cold chain logistics* bisa berjalan. Kalau memang kurang dana panggil investor, buat regulasi yang menguntungkan Indonesia baik dari segi pembagian hasil dan saham," tegasnya.

Senada dengan Yasni, Joslin Aritonang *General Manager International, MIF Logistics & Forwarding* mengatakan, semua orang mengetahui produk makanan yang sifatnya industri, untuk *cold storage* harusnya cukup. "Tetapi untuk produk makanan yang bukan industri belum cukup. Bisa jadi produsen makanannya belum punya pengetahuan dan dana. Misalnya produk ikan, jelas belum cukup. Jika dilihat dari rantai pengiriman ikan. Hasil tangkapan nelayan jika jumlahnya banyak pasti ditampung. Fakta di lapangan penampungannya belum ada pendingin. Karena fasilitasnya kurang sehingga produk yang diterima masyarakat juga kurang baik," tegasnya menjelaskan bahwa Indonesia masih kekurangan *cold storage*.

Yasni mengingatkan Indonesia juga harus hati-hati dengan investor dari luar. Sebaiknya pemerintah harus membuat satu regulasi yang benar-benar tidak merugikan negara. "Secara pangan kita masih mampu mengelolanya dengan teknologi yang ada. Berbeda dengan BBM, teknologi yang kita kuasai masih terbatas. Aturan utamanya jangan disamakan dengan sektor migas. Kita punya aturan sendiri yang memacu produksi pangan yang berdaulat. Kita ini sebenarnya kaya dengan kelautan pangan. Tetapi sampai saat ini belum berdaulat, impor masih cukup tinggi. Jadi tantangannya masih sangat besar," katanya lagi.

Pendukung *Cold Chain Logistics*

Menurut Yasni, atas kondisi kekurangan *cold storage* ini, KKP sudah paham dengan keberadaan pemodal yang belum banyak. "KKP sudah mencoba cari investor, dulu paling banyak adalah dari Jepang. Kami sedang mencari yang lainnya untuk pemerataan, cari mana yang terbaik itu yang kami kembangkan. Karena kami tidak mau terpaku satu atau dua negara saja. Semakin banyak negara semakin banyak kita memiliki pilihan," tambahnya.

Joslin memahami bahwa pelaku *cold chain* di Indonesia masih belum banyak. "Pada saat pengusaha membicarakan investasi pasti mereka akan menanyakan berapa lama investasi yang kembali. Pada saat mereka bicara investasi di bidang industri, untuk *line* kecil perlu dicari investornya. Gudang pendingin memang dibutuhkan dalam *cold chain*," tambahnya. Saran Joslin, *first thing first*, untuk tahap pertama semua unsur termasuk kementerian harus bertemu dan berbicara. Indonesia ini lebih banyak lautan daripada daratan, jelas sekali potensi ikan jumlahnya luar biasa banyak. Setelah proses diskusi bisa menyusun studi sehingga bisa merencanakan perhitungan investasi. Setelah menemukan titik temu disampaikan ke produsen dalam hal ini petani atau nelayan.

Selain permasalahan *cold storage*, Yasni kembali mengoreksi apakah pemerintah dan masyarakat memahami *cold chain logistics*. "Mereka perlu paham bahwa yang paling krusial dalam proses *cold chain* adalah pemahaman rantai pendingin itu sendiri. Mereka harus paham bahwa rantai pendingin itu tidak boleh putus. Misalnya putus di distribusi atau kolektor, di konsumennya jadi jelek. Ini mengakibatkan



Ir. Hassanudin Yasni, Direktur Eksekutif ARPI



Joslin Aritonang, GM International MIF Logistics & Forwarding

cold chain itu sendiri menjadi mahal," katanya. Lebih jelas Yasni menggambarkan simulasi pengiriman. Bahwa barang dari produsen dalam kondisi masih bagus, tetapi sampai di konsumen tinggal 60% yang bagus. Inilah yang harus diperbaiki karena memerlukan kesadaran dari masing-masing pelaku bisnis seperti *whole seller*, *retailer*, produsen atau restoran. "Kalau kesadaran tinggi, *cold chain* di sini bisa murah dan itu yang dilakukan oleh negara-negara maju. Sehingga tidak ada lagi yang namanya *fresh product*, yang ada yaitu *frozen product*. Karena *frozen* itu identik dengan *fresh*. *Fresh* itu artinya tanpa ada bahan-bahan berbahaya," tambahnya.

Jika *cold chain* ini bisa dilakukan maka kualitas produk dari pertanian dan kelautan bisa ditingkatkan. Sayuran dan ikan bisa dikonsumsi lebih lama karena suhu yang terjaga dalam *cold storage*. Menurut Yasni, produk makanan yang menggunakan *cold chain* sebenarnya murah. "Produk makanan mengalami penyusutan karena gagal proses pendinginan, mengakibatkan ada sisa produksi yang tidak layak dikonsumsi." katanya.

Produk yang tidak layak konsumsi tadi kadang harus dibuang, dan jika ada yang masih bagus bisa dimanfaatkan menjadi bahan baku pakan ternak. Dari sisa konsumsi tadi muncul nilai tambah yang bisa dicapai. "Begitu nilai kesegarannya mencapai batas waktu tertentu, segera diproses sehingga menghasilkan nilai tambah. Dengan pengecualian bahan baku masih cukup segar. Itu yang kita perlu dukung dari segala pihak," katanya.

Dalam hal *supply chain*, Yasni berharap Indonesia tidak salah mencontoh negara lain. Kadang sesuatu sebenarnya tidak cocok diterapkan di Indonesia. Pertama, Indonesia negara kepulauan, berbeda dengan Singapura atau Thailand yang bukan negara kepulauan. "Dr. Roodney berbicara, Indonesia punya kemampuan sendiri dengan sistem sendiri. Ya inilah, kemauan dari pemerintah yang kurang. Perihal kedua, yaitu birokrasi yang menghambat. Sesama kementerian jika tidak ada mediator seperti ARPI ini mereka tidak bisa ketemu," keluhnya. Pengalaman tersebut ia temukan beberapa bulan yang lalu, ada seminar antara kementerian perindustrian, perikanan, dan pertanian. "Mereka masing-masing mengeluarkan regulasi. Di acara itu mereka akhirnya merasakan bisa ketemu dan itu karena jembatan dari asosiasi," paparnya. Pertemuan bersama kalau tidak disikapi dengan cepat akhirnya timbul semacam *lag* informasi. Yasni khawatir hasil penelitian pemerintah dari bagian penelitian dan pengembangan akan menjadi bahan pustaka saja.

Kementerian terakhir yang kini dijajaki Yasni adalah Kementerian ESDM, karena *cold storage* berhubungan dengan kebutuhan listrik. "Mereka bilang Indonesia boros energi. Kita harus bisa membuktikan bahwa pendingin ini bisa lebih diperhatikan. Kami dan akademisi bisa membawa terobosan-terobosan untuk alternatif energi. Apakah pendingin dengan gas, bukan lagi listrik. Atau dengan bio-energi, *solar system*, dan semua sudah ada penelitiannya. Saya harap pemerintah mau mengakui, jangan sampai sudah meneliti, karena pemerintah ada kepentingan dari luar dan harus menggunakan produk mereka. Pendingin ini sangat krusial di sistem pangan kita. Jangan sampai daerah terpencil tidak cukup pangan," tutupnya.



DISTRIBUSI IKAN

Jadi Perhatian

Teks: Sigit Andriyono
Foto: Giovanni Versandi

Pemerintah tengah merealisasikan pasokan ikan secara berkelanjutan khususnya komoditas ikan laut yang sedang menghadapi kendala mendasar, yaitu faktor musim dan karakteristik komoditas ikan yang mudah rusak (*perishable*). Saat musim panen, produksi ikan tangkap dan budidaya bisa berlimpah, namun pada musim tertentu terjadi kondisi yang sebaliknya. Sementara, di sisi konsumen dan industri, pasokan ikan harus tersedia sepanjang waktu tanpa mengenal musim. Dengan perkataan lain, Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN) diharapkan bisa memperbaiki distribusi ikan dari sentra pendaratan ke sentra industri/pasar dengan demikian akan mencegah terjadinya kelangkaan ikan dan gejolak harga.

Peran negara dalam mengelola rantai pasokan ikan menjadi sangat strategis mengingat ikan merupakan penyumbang protein mendukung ketahanan pangan dan gizi masyarakat serta besarnya dampak ekonomi kegiatan perikanan secara luas. Salah satu upaya Kementerian Kelautan dan Perikanan hal ini adalah mengeluarkan konsep SLIN. Sesuai definisi SLIN adalah sistem manajemen rantai pasokan ikan dan produk perikanan, bahan dan alat produksi, serta informasi mulai dari pengadaan, penyimpanan, sampai dengan distribusi, sebagai suatu kesatuan dari kebijakan untuk meningkatkan kapasitas dan stabilisasi sistem produksi perikanan

hulu-hilir, pengendalian disparitas harga, serta untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri (Permen. KP 5/2014 tentang SLIN Pasal 1 angka 4).



Saut P Hutagalung Dirjen P2HP KKP

Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP) KKP Saut P. Hutagalung mengatakan, kondisi perkembangan produksi dan konsumsi ikan, baik di dalam negeri maupun untuk kebutuhan ekspor memiliki kecenderungan terus meningkat. Tren produksi perikanan tahun 2010-2014 sebesar 10,02% per tahun dan produksi pengolahan ikan sebesar 10,2% per tahun. Peningkatan produksi ikan (khususnya ikan hasil budidaya) terus diperkirakan meningkat. Pada kurun waktu yang sama, konsumsi ikan mengalami laju peningkatan konsumsi sebesar 7,35% per tahun.

Di sisi lain, fakta di lapangan

menunjukkan masih terjadi kelangkaan ikan pada waktu tertentu karena beberapa faktor seperti disparitas produksi ikan dan informasi antara kawasan barat dan timur Indonesia, ketersediaan unit pengolahan ikan yang mayoritas ada di Jawa, mahal biaya distribusi hingga disparitas kualitas dan kuantitas infrastruktur, informasi serta sumber daya manusia.

Saut menambahkan, upaya melalui SLIN dilakukan sejak tahun 2011 melalui serangkaian kajian, diskusi, penyusunan cetak biru, peta jalan, dan regulasi. Secara konseptual, tujuh *key drivers* rantai pasok ikan, yaitu penguatan dan harmonisasi regulasi, pengelolaan sistem produksi, penyediaan infrastruktur, pengelolaan SDM, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, pengembangan jasa logistik, pembentukan regulator dan operator dikelola berdasarkan prinsip-prinsip *supply chain management* (SCM).

Pada tahap awal, pemetaan/*profiling* kondisi rantai pasok ikan seperti potensi ikan, aktivitas penangkapan, pengumpulan, pengolahan, pengangkutan, distribusi, pengecer hingga ritel/pemasar dilakukan hingga diketahui status *supply* dan *demand* di pusat produksi (*production center*), pusat pengumpulan (*collection center*), pusat distribusi (*distribution center*), sentra pengolahan dan pasar.

Mengingat luasnya cakupan wilayah, pelaku dan kompleksitas permasalahan dalam pengelolaan rantai pasokan perikanan, implementasi SLIN diadakan secara bertahap untuk melihat distribusi hasil perikanan yang efisien. "Pada tahap awal, yaitu tahun 2014, koridor Kendari-Surabaya-Jakarta dipilih

sebagai lokasi uji coba dengan komoditas utama yang dikelola adalah ikan untuk bahan baku pindang seperti ikan layang, kembung, tongkol, dan cakalang. Komoditas ikan ini dipilih untuk memenuhi kebutuhan industri pemindangan dan konsumsi rumah tangga yang tersebar di Pulau Jawa," ujar Saut. Jadi secara fisik SLIN mulai tahun 2014, telah dibangun *cold storage* dengan kapasitas 300 ton di Pelabuhan Perikanan Samudera (PPS) Kendari sebagai *hub* hulu, lalu *cold storage* dengan kapasitas 400 ton di Pelabuhan Perikanan Nusantara Brondong, Lamongan Jatim, dan *cold storage* dengan kapasitas 1.500 ton di PPS Jakarta sebagai *hub* hilir.

TANTANGAN LOGISTIK PERIKANAN

Pengelolaan *supply and demand* komoditas perikanan secara nasional membutuhkan desain pengembangan yang terpadu dan tertata agar menjadi sebuah sistem yang terintegrasi. Hal ini merupakan konsekuensi dari beberapa karakteristik produksi dan konsumsi produk perikanan yang bersifat kontradiktif. Empat komponen sistem logistik, yaitu pengadaan, penyimpanan, transportasi, dan distribusi harus saling terhubung sehingga dapat mendukung terciptanya rantai pasokan yang efektif dan efisien.

Tantangan logistik perikanan berdasarkan komponen sistem logistik

Pengadaan komoditas perikanan untuk memenuhi permintaan, terutama dari perikanan tangkap, berfluktuasi karena dipengaruhi oleh musim penangkapan dan disparitas geografis antara sentra penangkapan, sentra pengolahan, dan wilayah pasar. Keadaan ini selanjutnya akan memengaruhi pola harga yang terjadi, di mana harga ikan akan relatif tinggi pada saat musim penangkapan sedang dan rendah, begitu sebaliknya.

Pengadaan infrastruktur pendukung logistik, khususnya pada sentra produksi perikanan, masih kurang memadai seperti kurangnya ketersediaan listrik, air bersih, sarana pengangkutan, sarana pelabuhan, dan jalan raya.

Ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam bidang logistik perikanan masih belum memadai.

Fasilitas penyimpanan ikan seperti *cold storage* dan *cool room* pada sebagian sentra produksi maupun sentra pengolahan masih kurang sehingga ketika sedang musim ikan melimpah, sebagian ikan menjadi menurun mutunya dan bahkan tidak tertampung atau harus dibuang agar tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar.

Pengangkutan ikan dari sentra produksi ke sentra konsumsi/ industri masih kurang didukung dengan ketersediaan sarana dan prasarana transportasi yang memadai seperti ketersediaan kapal untuk pengangkutan yang terjadwal, ketersediaan sarana prasarana pelabuhan maupun ketersediaan kendaraan pengangkut berpendingin.

Ketersediaan prasarana distribusi perikanan di sebagian besar daerah seperti prasarana pasar, depo dan lainnya belum mendukung upaya distribusi yang baik. Hal ini mengakibatkan upaya penyediaan ikan yang tepat waktu, tepat jumlah,

tepat harga, dan tepat mutu sesuai dengan permintaan seringkali tidak bisa terpenuhi.

Pelaku usaha perikanan belum dapat memanfaatkan secara maksimal kehadiran penyedia jasa logistik dalam perikanan karena skala usaha yang belum efisien dan tidak lancarnya arus informasi permintaan dan penawaran dari pelaku usaha.

Belum dibentuknya lembaga khusus yang menangani sistem informasi logistik perikanan yang terpadu yang berfungsi menyediakan informasi bagi para pelaku usaha perikanan maupun pelaku jasa logistik perikanan.

Belum ada regulasi yang memberikan insentif bagi penyedia jasa logistik perikanan guna mendukung peningkatan investasi bidang jasa logistik perikanan.

Saut menyalahkan logistik perikanan belum menjadi sistem logistik yang terintegrasi. Para pelaku pasar cenderung bergerak sendiri-sendiri dan terjadi ketidakefisienan dalam sistem bisnis perikanan. Kondisi riil yang biasa dijumpai adalah adanya ikan yang dibuang pada saat musim penangkapan serta turunnya harga jual. Sebaiknya pada musim paceklik terjadi kelangkaan pasokan yang biasanya disertai dengan kenaikan harga jual. Pemerintah tahun ini sudah mengalokasikan Rp 235 miliar rupiah di APBN untuk membangun 58 cold storage, air blast freezer, ditambah 38 unit pabrik es. Satu unit cold storage dengan kapasitas 100 ton, dilengkapi air blast freeze, termasuk bangunan, membutuhkan investasi sekitar Rp1,8 miliar.

Faktanya, ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan

memenuhi *supply demand* ikan. Saut menegaskan, pengelolaan komoditas ikan memerlukan infrastruktur khusus seperti sarana pendukung kegiatan penangkapan (kapal penangkapan), fasilitas pendaratan/pelabuhan, lahan untuk budidaya, sarana prasarana pengolahan hingga distribusi dan pemasaran selain tentunya ketersediaan infrastruktur dasar seperti air bersih, listrik, dan jaringan akses/transportasi.

Dengan rencana Pemerintah membangun konektivitas laut melalui tol laut, akan sangat membantu penguatan logistik ikan. Makin cepat sistem logistik ikan terbangun melalui transportasi laut, udara atau darat yang kuat maka ketersediaan ikan bermutu baik dengan harga terjangkau makin cepat tercapai. Artinya, stabilisasi harga ikan lebih terjamin dan daya saing industri perikanan akan lebih baik.

Realita Logistik Ikan

Kendala yang menonjol dari logistik ikan adalah distribusi yang belum memadai. Kondisi umum di bidang perikanan tangkap menunjukkan bahwa sentra perikanan terletak di wilayah penangkapan/pengumpulan yang terisolir, terpencil/perbatasan, hingga pulau-pulau kecil. Pada wilayah pesisir seperti ini transportasi ikan khususnya sarana transportasi laut masih menjadi kendala. Untuk angkutan darat, kendala yang dihadapi adalah terbatasnya jumlah angkutan ikan berpendingin serta kualitas angkutan yang belum memenuhi standar rantai dingin.

Artati Widiarti Direktur Bina Mutu dan Diversifikasi, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Kementerian Kelautan dan Perikanan mendukung Saut, bahwa distribusi ikan ke daerah cukup jauh, apalagi dari situ juga banyak peralatan yang belum dilengkapi dengan pendingin yang mengakibatkan mutu ikan

turun. "Ada juga kapal angkut yang sudah difasilitasi dengan pendukung pengiriman *cold chain*. Tetapi kapal seperti itu kan persentasenya sedikit, yang banyak kan tradisional atau bisa disebut seadanya. Maka dari itu, mutu turun dalam perjalanan. Kita masih memerlukan banyak sekali gudang pendingin namun kendala lain kami ada pada listrik. Menteri Susi sedang mengadakan pertemuan dengan Dirut PLN, mengenai hal ini. Indonesia sangat luas dan yang terpenuhi baru sekian titik," jelasnya. Artati menginginkan semua terpenuhi secara serempak. Untuk infrastruktur, jika ada pihak swasta yang berasal dari dalam negeri akan diprioritaskan menangani itu. *Cold storage* yang ada masih di bawah 50% dari kebutuhan nasional.

Dr. Kuncoro Harto Widodo, Direktur Pusat Studi Transportasi dan Logistik (Pustral) UGM berpendapat, logistik ikan ini tentu bicara dari hulu ke hilir dalam satu rangkaian



Kuncoro Harto Widodo, Dewan Peneliti Pustral UGM

yang tidak terputus. Dalam proses penyampaian produk memerlukan sesuatu yang sangat krusial dibanding produk dari pertanian karena sangat sensitif terhadap degradasi suhu hingga risiko kesehatan konsumen akibat pengiriman. "KKP paham hal itu, untuk itu ketika ikan ditangkap, *cold chain* harus dimulai sampai pada penanganan berikutnya tidak boleh

ada penurunan mutu. Perlu diingat, *cold storage* hanya merupakan salah satu komponen SLIN. Begitu dipanen harus dipertahankan dalam suhu dingin di bawah 0 derajat Celcius," katanya. Ia mendukung *pilot project* pemerintah dengan membangun sejumlah *cold storage* di daerah. Ia berpesan kepada seluruh pengusaha yang tertarik ikut ambil bagian dari *cold chain* untuk melakukan bisnis bisa langsung menghubungi lembaga terkait. Pemerintah kini tengah mengusahakan fasilitas pendukung seperti pembangkit listrik, bekerja sama dengan kementerian yang lain.

Penyediaan fasilitas oleh Pemerintah sejatinya diarahkan sebagai stimulan, *pioneering*, dan insentif awal pada lokasi-lokasi yang terpencil (*remote*) atau pada lokasi di

mana swasta belum banyak tertarik untuk investasi. Ke depan, diharapkan upaya pemerintah dapat didukung oleh swasta sehingga fasilitas *cold chain logistics* dapat tersedia merata di sentra-sentra perikanan di seluruh Indonesia.

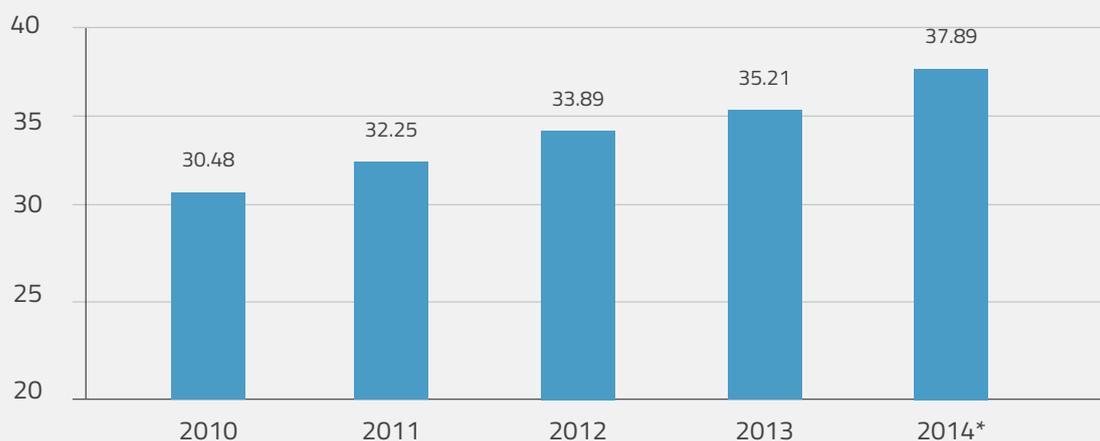
Saut juga menyampaikan hasil evaluasi implementasi SLIN tahap awal pada koridor Kendari-Surabaya-Jakarta yang menunjukkan dampak positif terhadap kapasitas tampung hasil tangkapan nelayan di wilayah Kendari yang sebelum SLIN rata-rata 300 ton/bulan atau 1.500 ton/musim panen kini menjadi rata-rata 500 ton/bulan atau 2.500 ton/musim panen. Pasokan kebutuhan bahan baku pindang di wilayah Jakarta/Surabaya, sebelum SLIN rata-rata 500 ton/bulan atau 2.500 ton/musim panen

menjadi rata-rata 600 ton/bulan atau 3.500 ton/musim panen. Secara keseluruhan, estimasi awal kenaikan persentase kapasitas usaha dari penampungan/pengumpulan ikan dalam konteks uji coba awal SLIN adalah 15% – 20% per musim panen.

Dari aspek transportasi darat, dari lokasi uji coba Sistem Logistik Ikan Nasional yang dilakukan KKP bekerja sama dengan swasta pada koridor Kendari-Surabaya-Jakarta menyebabkan penurunan biaya distribusi pengiriman ikan dari Surabaya ke Jakarta sebelumnya Rp 650/kg, menjadi Rp 400- 450/kg. Dalam uji coba ini, KKP menyediakan moda angkutan darat berupa angkutan/truk angkut beroda empat hingga roda 10, baik berpendingin *maupun nonrefrigerated*.

KONSUMSI IKAN NASIONAL 2009-2014

Perkembangan Capaian Konsumsi
2010-2014 (Kg/Kap)



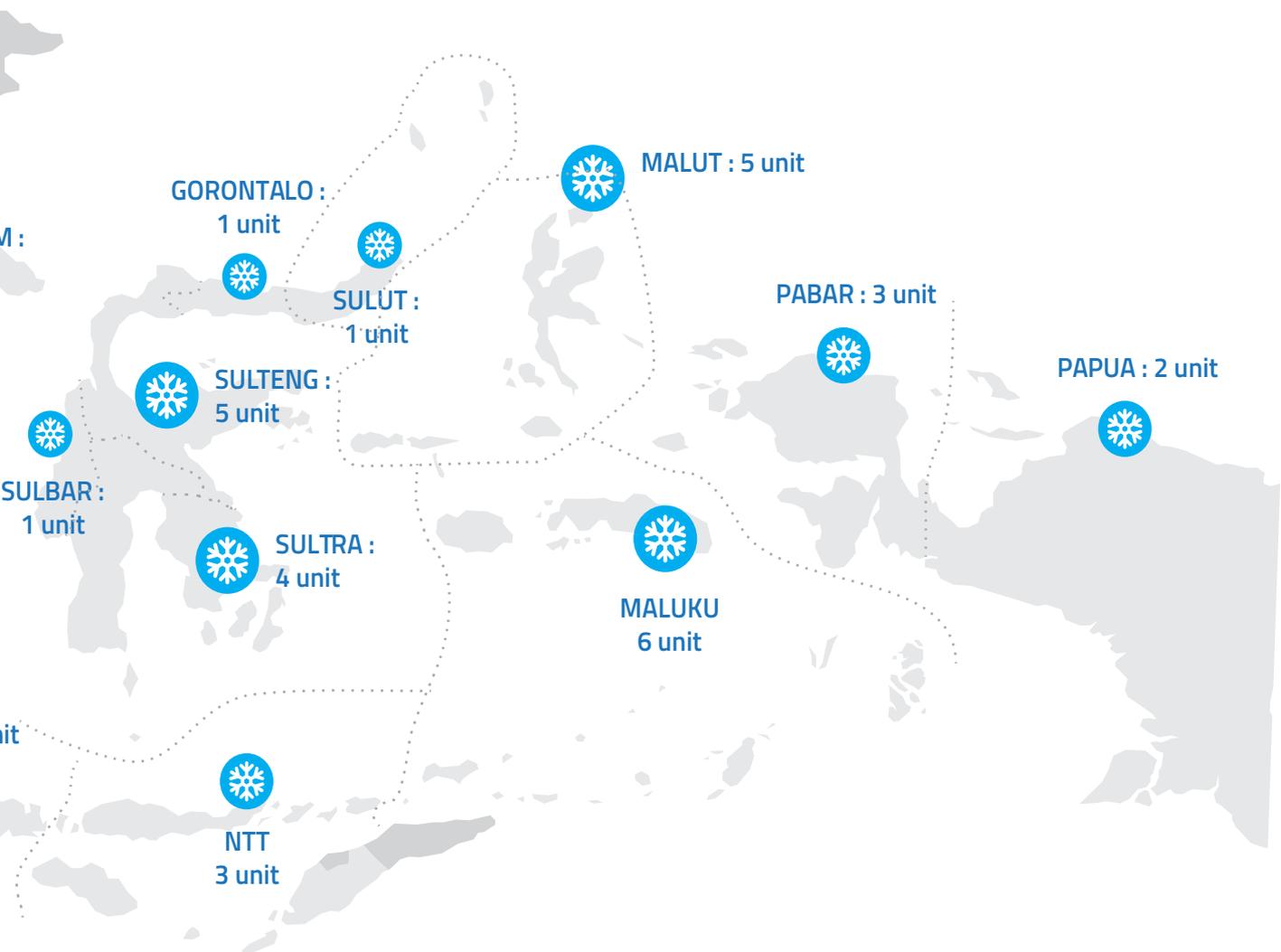
Sumber : Susenas diolah oleh Ditjen P2HP - setara ikan utuh segar
* Capaian sementara

LOKASI PEMBANGUNAN *COLD STORAGE*



YANG DIBANGUN DITJEN P2HP TA. 2009 - 2014

70 Unit tersebar di 27 provinsi, 66 Kab/Kota





KINERJA PERSEDIAAN SUKU CADANG PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI

R. BUDI SETIAWAN, M.M., CISCIP

KEPALA DIVISI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN
SUPPLY CHAIN INDONESIA

Bagi perusahaan transportasi, suku cadang merupakan komponen yang sangat penting. Apabila pengelolaan persediaan suku cadang kurang baik, tidak menutup kemungkinan perusahaan transportasi tersebut akan mengalami permasalahan. Dengan demikian, persediaan merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan transportasi, baik dilihat dari jumlahnya, maupun dilihat dalam kegiatan perusahaan. Dalam pengelolaan persediaan barang, jika pengendaliannya kurang baik maka akan menimbulkan kondisi yang menyebabkan peningkatan biaya dalam perusahaan. Jika barang yang tersedia terlalu banyak, perusahaan akan mengalami kerugian karena harus menanggung biaya kerusakan dan penyimpanan, biaya dari bunga yang tertanam dalam persediaan, biaya gudang, biaya perawatan, administrasi, asuransi, dan lain-lain. Jika barang yang tersedia hanya sedikit, hal itu juga akan menimbulkan kerugian dikarenakan kehilangan kepercayaan pelanggan, proses produksi akan berhenti, dan mengakibatkan tidak mendapatkan keuntungan.

Kondisi demikian yang sering dianggap sebagai kinerja sebuah perusahaan yang dilihat dari persediaan. Kinerja yang sering kali disebut *performance* adalah hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja merupakan hasil kerja yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan perusahaan, kepuasan konsumen, dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, mengukur kinerja merupakan kegiatan untuk mengetahui sejauh mana pekerjaan itu dapat dilaksanakan dengan baik tanpa ada hambatan. Kegiatan apakah yang berhubungan dengan suku cadang? Tentunya adalah pemeliharaan terhadap kendaraan yang dimiliki oleh perusahaan. Persediaan suku cadang kondisinya aman, pada saat perbaikan kendaraan atau pemeliharaan kendaraan akan berjalan dengan lancar. Akan tetapi jika terdapat kendaraan yang harus menunggu cukup lama akibat tidak adanya suku cadang

atau sedang menunggu kedatangan suku cadang, kinerja perusahaan transportasi tersebut dianggap buruk. Itulah sepintas gambaran tentang kinerja.

Kunci dari gambaran tersebut adalah kebijakan persediaan yang dibuat oleh manajemen atau pun pemilik dari perusahaan transportasi dan hubungan perusahaan transportasi dengan *supplier* dari suku cadang tersebut. Semua itu akan memengaruhi kegiatan pemesanan dan pengendalian persediaan. Oleh sebab itu, koordinasi pemesanan dengan *supplier* menjadi hal yang sangat penting. Ada beberapa keuntungan dan kekurangan dalam koordinasi pemesanan dan beberapa alasan yang melandasi perlunya dilakukan pemesanan dalam pengendalian sistem persediaan multi-item sebagai berikut.

- Menghemat biaya pembelian per unit. Jika suatu kelompok item diorder dari *supplier* yang sama, dapat diperoleh suatu potongan harga apabila jumlah pemesanan mencapai suatu ukuran tertentu.
- Menghemat biaya transportasi. Konsepnya sama seperti sebelumnya, jika terdapat sekelompok item, dapat diperoleh potongan biaya transportasi.
- Menghemat biaya pemesanan. Dalam kasus suatu biaya tetap pemesanan relatif tinggi, cukup beralasan untuk mengelompokkan beberapa item ke dalam suatu pemesanan (*single order*) untuk mengurangi total biaya tetap pemesanan per tahun.
- Memudahkan penjadwalan. Pengelolaan pemesanan secara terkoordinasi memberikan kemudahan penjadwalan waktu pemesanan, penerimaan, pemeriksaan, dan sebagainya. Dalam kenyataannya, secara umum bagian pembelian cenderung untuk berpikir seperti *supplier* daripada membeli dalam ukuran unit-unit tersendiri.

Sebaliknya, beberapa kelemahan yang menjadi kekurangan dari kebijakan koordinasi pemesanan ini sebagai berikut.

Meningkatnya biaya rata-rata persediaan. Hal ini terjadi karena akan ada beberapa item yang dipesan lebih awal daripada jika dikendalikan secara tersendiri.

Meningkatnya biaya pengendalian sistem. Secara konseptual masalah pengendalian yang dikoordinasikan lebih kompleks sifatnya. Oleh karena itu, dengan pengendalian yang terkoordinasi, biaya peminjaman, perhitungan, dan sebagainya akan lebih tinggi.

Mengurangi fleksibilitas. Karena tidak dikendalikan secara tersendiri, maka akan mengurangi fleksibilitas perusahaan dalam menghadapi situasi yang tidak biasa.

Kinerja persediaan bukan hanya pada ketersediaan suku cadang yang selalu ada jika dibutuhkan tetapi boleh bebas menentukan jumlah persediaan yang tersimpan di gudang. Dalam penyimpanan persediaan suku cadang yang dapat memengaruhi kinerjanya adalah sebagai berikut.

Jumlah suku cadang yang tersimpan di gudang.

Nilai suku cadang yang tersimpan di gudang.

Luas area penyimpanan suku cadang di gudang.

Kecepatan perputaran stok suku cadang di gudang.

Lama waktu tersimpannya suku cadang di gudang.

Jadi kunci untuk menentukan kinerja persediaan suku cadang adalah:

Jumlah suku cadang yang disimpan di gudang optimal atau sesuai kebutuhan (jika dibutuhkan selalu tersedia).

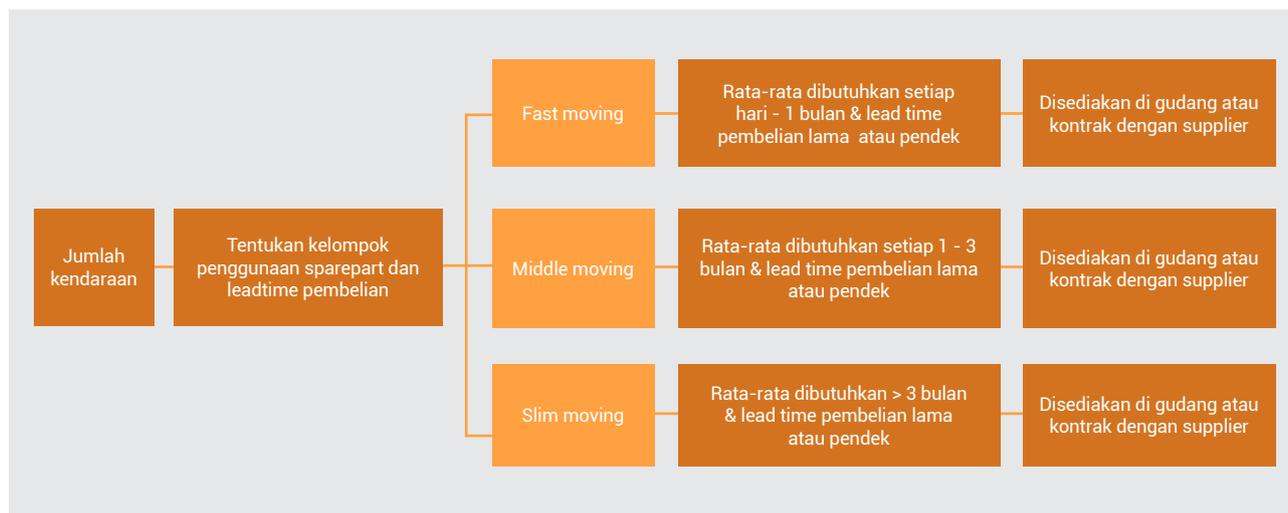
Area penyimpanan suku cadang yang tidak luas dan sesuai.

Lama penyimpanan suku cadang.



R. BUDI SETIAWAN, M.M., CISCIP.
KEPALA DIVISI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN
SUPPLY CHAIN INDONESIA

Gambaran untuk menjadi dasar pertimbangan agar kinerja persediaan suku cadang dapat dikendalikan dengan baik



Apakah yang bisa menjadi masalah sehingga akan memengaruhi kinerja dalam penyimpanan suku cadang di gudang?

- Varian kendaraan banyak.
- Waktu perolehan suku cadang lebih dari tiga bulan karena inden atau impor (*leadtime* pembelian).
- Belum adanya batasan *minimum stock* atau *safety stock*.
- Pendataan keluar masuk suku cadang tidak akurat.
- Penataan gudang suku cadang tidak rapi sehingga sulit dalam melakukan pencarian.
- Pengontrolan pembelian tidak optimal yang diakibatkan oleh terjadinya duplikasi order.
- Adanya kesan kecilnya gudang karena tidak rapinya penyimpanan.
- Tidak pernah menghitung nilai stok suku cadang yang tersimpan di gudang untuk jangka waktu tertentu; mingguan atau bulanan.
- Tidak pernah menghitung estimasi sewa gudang karena gudang yang digunakan adalah gudang sendiri.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuat kinerja persediaan suku cadang itu baik sebagai berikut.

- Tentukan kelompok suku cadang yang terdiri dari *fast moving*, *middle moving*, dan *slow moving*.
- Perhitungkan jumlah kebutuhan terhadap masing-masing kelompok suku cadang.
- Perhitungkan frekuensi permintaan.
- Perhitungkan kebutuhan ruangan.
- Tentukan *minimum stok* atau *safety stock* berdasarkan perhitungan *lead time* pembelian dan jumlah kebutuhannya.
- Pertimbangkan kerja sama dengan *supplier* untuk penyediaan suku cadang khususnya suku cadang *fast moving*. Jika perlu barang tidak ada di gudang tetapi *supplier* bisa menyediakan dan mengirimkan jika barang dibutuhkan dalam waktu maksimal 1-2 hari (atau berdasarkan perhitungan waktu yang paling efektif).
- Tata dengan baik penyimpanan suku cadang agar lebih mudah mencari suku cadang pada saat diperlukan dan tentukan waktu pencariannya. Misalnya, 10 detik untuk bisa menemukan suku cadang yang dicari.



SCANIA

PROMO

PAKET ANGSURAN

Rp 19 Juta-an

/bulan



7 Keuntungan

Membeli SCANIA P310LA 6x4:

1. Program khusus kerjasama dengan *leasing* dengan menyediakan **angsuran yang lebih MURAH**
2. Juga terdapat **paket perawatan menarik dan berkualitas** dengan biaya yang terjangkau
3. **HEMAT** bahan bakar dengan rasio **1 liter untuk 3 km***
4. Dengan torsi yang kuat, pelanggan tercapai
5. **Standard Warranty**: 1 tahun **tanpa batas kilometer**
6. **Extended Powertrain Warranty 1 tahun****
7. Mendapatkan **jaminan product support yang HANDAL: UT Guaranteed Product Support**
 - Akses pembelian suku cadang yang cepat melalui www.klikUT.com
 - Akses *support* langsung melalui **UT Call di 1-500-072**

*untuk pengoperasian sesuai dengan standard pabrik

**dengan *Preventive Maintenance Package (PMP)*

 **UNITED TRACTORS**

PT UNITED TRACTORS Tbk
Jl. Raya Bekasi Km. 22, Cakung, Jakarta 13910

www.unitedtractors.com





PENGELOLAAN *INVOICING*

Melanjutkan pembahasan yang terakhir dari pengelolaan *fleet management* yang baik adalah pengelolaan *invoicing* yang baik.

Dalam kegiatan operasional di *fleet management/transport management*, sering kali pemikiran sebagian besar dari pengusaha lebih sering fokus kepada kegiatan operasional sampai kepada *POD return*, dan sering kali kegiatan setelah *POD*, yaitu proses *invoicing*, *collection*, dan *cash inflow* tidak pernah menjadi perhatian dalam mengelola *fleet management*.

Proses *invoicing*, *collection*, dan *cash inflow* yang baik akan mampu menyelamatkan perusahaan dari kesulitan *cash flow* yang mengganggu operasional perusahaan. Kesulitan *cash flow* akan memberikan dampak kepada kesulitan uang jalan dan biaya operasional perusahaan.

Pertanyaan yang muncul kemudian adalah dari mana sebenarnya kita harus mulai melakukan kontrol yang baik dari kegiatan *invoicing* ini? Permulaan kontrol atas kegiatan *invoicing* ini harus dimulai dari proses penerbitan *quotation* atau sebelum kontrak logistik itu dilakukan, karena dalam proses ini sudah diatur

mengenai TOP (*term of payment*) apakah berdasarkan barang dikirim atau berdasarkan tagihan dicetak, atau berdasarkan *invoicing* diterima oleh *customer*, kemudian dilanjutkan TOP itu dihitung dari hari kerja efektif, atau dari kalender atau tanggal, ini semua harus dinyatakan dengan jelas dari awal sehingga tidak terjadi kondisi *dispute* atau bias antara pengguna jasa dan penyedia jasa di transpor atau *fleet management*.

Setelah TOP jelas dan disepakati, langkah selanjutnya adalah pembahasan mengenai dokumen pelengkap dalam *invoicing*, lembar ke berapa dari SJ/DN/DO sebagai dokumen yang sah yang bisa dijadikan lampiran dalam penerbitan *invoice*.

Tahapan kedua, dalam mendukung kelengkapan proses *invoicing* adalah proses pengiriman, di mana sopir membawa SJ/DO/DN apakah dilengkapi juga dengan PO atau dokumen yang lainnya. Hal ini juga harus diperhatikan sampai kepada penyerahan barang kepada *customer*, dokumen mana yang harus dibawa kembali,





apakah cukup dengan stempel atau harus lengkap dengan tanda tangan, nama dan tanggal dari penerima barang, apakah juga harus dilengkapi dengan GRR/GRN/RR/BTB dari si penerima barang yang akan digunakan untuk melakukan tagihan dari *customer*.

Tahapan ketiga adalah tahapan pada *document control* yang melakukan penerimaan semua dokumen pengiriman dari sopir dan melakukan sortir, mana yang kembali kepada *customer*, mana yang ditahan untuk kepentingan pembuatan *invoice* transpor kepada *customer*. Kekurangcermatan atau ketidaklengkapan pada tim *document control* ini akan memengaruhi proses *invoicing* dan juga proses *collection*, karena dokumen yang salah bisa dikembalikan oleh *customer* untuk dilakukan revisi, dan jika *invoice* itu hanya diterima sebulan sekali, maka akan terjadi kemunduran *collection* yang berdampak kepada *cash flow* perusahaan.

Document control harus memastikan semua pengiriman sudah lengkap dokumennya dan siap untuk dilakukan *invoicing*.

Tahapan yang keempat ada pada bagian *invoicing* pada saat mengirimkan tagihannya ke *customer*, apakah tarif yang pada

invoice tersebut sudah sesuai dengan kontrak atau sesuai dengan *quotation* yang diterbitkan oleh tim *marketing* dan sudah mendapatkan persetujuan dari *customer*, apakah *invoice* tersebut dilengkapi dengan PPN atau tidak, apakah alamat *invoice*, NPWP, dan nama *customer* sudah lengkap semua. Kesalahan satu angka atau satu huruf akan membuat *invoice* tersebut ditolak oleh *customer* dan akan berdampak kepada kemunduran *collection* dan ketersediaan *cash flow* perusahaan.

Tahapan terakhir yang kelima adalah bagian *collection* dan *AR Monitoring*, apakah ada *invoice* yang sudah jatuh tempo dan belum dilakukan pembayaran oleh *customer*, *monitoring aging* harus rutin, dan melakukan komunikasi dengan *customer* untuk proses pembayarannya.

Terakhir melakukan *closing* dari *list AR Monitoring* supaya diketahui mana *invoice* yang sudah dibayar atau *closed* dan mana yang masih *open* belum dilakukan pembayaran.



Sugi Purnoto
COO dan Direktur PT Inprase Group



BAN TBR TUBELESS WIDE BASE

Apakah yang dimaksud dengan ban truk radial tapak lebar? Benarkah satu buah ban truk radial tapak lebar bisa menggantikan fungsi dari dua buah ban truk radial biasa?

Andy Sugianto, PT Krakatau Steel Cilegon

Jawaban oleh:
BAMBANG WIDJANARKO
Independent Tire Analyst



Evolusi ban TBR dari waktu ke waktu mengikuti trend pasaran

Untuk menjawab tantangan kemajuan teknologi di dunia otomotif terutama di dunia angkutan, teknologi ban juga selalu berkembang atau berevolusi. Karena itulah ban truk yang digunakan saat ini, yaitu ban truk yang berisi udara (*pneumatic tire*), juga berevolusi. Awalnya pabrikan memproduksi *pneumatic tire* yang memiliki kerangka (*carcass*) dari benang nilon dan biasa disebut dengan ban truk dan bus bias (TBB). Ban TBB merupakan generasi pertama dari ban truk yang berisi udara (*pneumatic tire*) yang hingga sekarang masih tetap eksis dan banyak dipakai. Ban TBB menggunakan velg biasa yang pakai ring. Contoh ukuran bannya adalah 7.50 – 15, 7.50 – 16, 9.00 – 20, 10.00 – 20 dan 11.00 – 20.

Generasi berikutnya dari *pneumatic tire* adalah ban truk dan bus radial (TBR) *tube type*. Apabila ban TBB memiliki kerangka yang terbuat dari benang nilon, maka ban TBR *tube type* memiliki kerangka yang terbuat dari

kawat baja. Disebut *tube type* karena ban TBR jenis ini masih memakai ban dalam (*tube*) dan selendang (*flap*). Ban TBR jenis ini masih menggunakan velg sama seperti yang digunakan untuk ban TBB, yaitu velg pakai ring. Hanya ukuran velg nya saja yang lebih lebar. Selain disebut dengan *tube type*, ban TBR jenis ini sering diistilahkan oleh para Tire Engineer dan Tire Consultant dengan sebutan ban TBR seri 100's (*hundrets*), karena memiliki *aspect ratio* (rasio dari section height ke section width dari sebuah ban) sebesar 100 persen. Contoh ukuran ban nya adalah 7.50 R 15 , 7.50 R 16 , 9.00 R 20 , 10.00 R 20 dan 11.00 R 20.

Perkembangan selanjutnya, pabrikan memproduksi ban TBR generasi berikutnya, yaitu ban TBR jenis *tubeless*. Berbeda dengan ban TBR *tube type*, maka jenis ban TBR *tubeless* sudah tidak lagi menggunakan ban dalam dan selendang. Ban TBR jenis ini sudah menggunakan velg yang berbeda dengan yang digunakan untuk ban TBB, yaitu velg *tubeless* tanpa ring dengan ukuran lebar. Ban TBR *tubeless* generasi awal ini sering diistilahkan oleh para *tire engineer* dan *tire consultant* dengan sebutan ban TBR seri 90's (*nineties*), karena memiliki *aspect ratio* sebesar 90 persen. Contoh ukuran bannya adalah 8.5 R 17.5 , 9 R 17.5 , 10 R 22.5 , 11 R 22.5 dan 12 R 22.5.

Setelah generasi ban TBR *tubeless* seri 90's, kemudian diproduksi ban TBR *tubeless low section*, yaitu ban TBR *tubeless* dengan *aspect ratio* 80 persen ke bawah dan biasa diistilahkan juga oleh para *tire engineer* dan *tire consultant* sebagai ban TBR *tubeless low profile* (profil rendah).

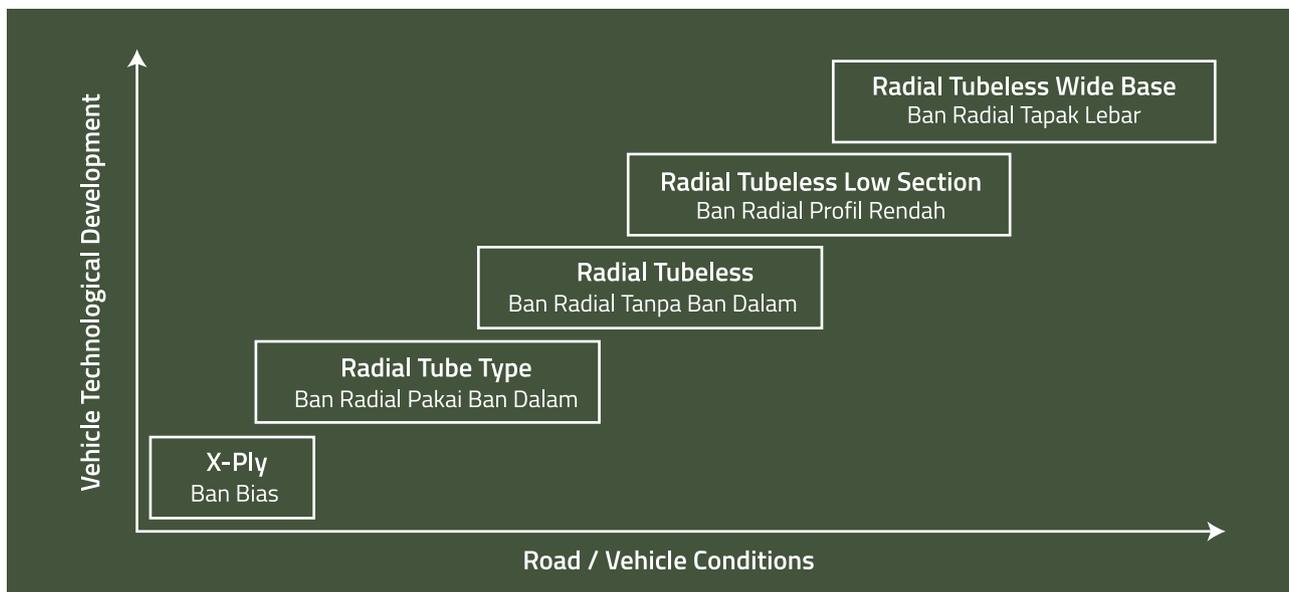
Perbedaan antara ban TBR *tubeless* seri 90's dengan ban TBR *tubeless low section* adalah pada ketinggian profilnya saja. Profil TBR *tubeless low section* lebih rendah daripada profil ban TBR *tubeless* seri 90's. Ban TBR *tubeless* jenis ini menggunakan jenis velg yang sama dengan yang digunakan untuk ban TBR *tubeless* seri 90's, hanya ukurannya yang sedikit lebih lebar. Contoh ukuran bannya adalah 215/75 R 17.5 , 235/75 R 17.5 , 275/80 R 22.5 , 295/80 R 22.5 dan 315/70 R 22.5.

Ban TBR *tube type* adalah ban seri 100's (*hundreds*), ban TBR *tubeless* generasi pertama adalah ban seri 90's (*nineties*), sedangkan Ban TBR *tubeless low section* adalah ban seri 80's (*eighties*) ke bawah.

Semakin rendah profilnya, maka ban akan semakin aman digunakan karena tingkat kestabilannya lebih tinggi, namun dari segi kenyamanan lebih rendah. Hal ini disebabkan semakin rendah profil ban, semakin kaku (*rigid*) pula bodinya, otomatis ban menjadi semakin kokoh. Namun bodi yang keras dan kaku inilah yang mengurangi kenyamanan pada saat

berkendara dan lebih sulit proses bongkar-pasangnya (*mounting & demounting*). Fungsi suspensi dari ban menjadi hilang.

Generasi terbaru dari *pneumatic tire* adalah ban TBR *tubeless wide base* (ban TBR tapak lebar). Ban TBR *tubeless wide base* adalah ban radial yang menggantikan dua ban menjadi satu ban (*twin tire* menjadi *single tire*) dengan ukuran yang lebih lebar (per satu bannya). Namun, pada kenyataannya, ban TBR *tubeless wide base* ini tidak serta-merta dapat menggantikan posisi dua ban (*twin tire*) karena *load index* ban TBR *tubeless wide base* ini hanya naik sekitar 50 sampai 70 persen saja dari ban TBR *tubeless* seri 90's sehingga fungsi sebenarnya dari dua ban TBR *tubeless* seri 90's (*twin tire*) belum sepenuhnya dapat digantikan oleh ban TBR *tubeless wide base*. Daya angkut beban (*load index*) ban TBR *tubeless* seri 90's pada umumnya berkisar antara 146-148 (3.000- 3.150 kg per ban, belum termasuk toleransinya), sedangkan untuk ban TBR *tubeless wide base* pada umumnya berkisar antara 160-169 (4.500-5.800 kg per ban, belum termasuk toleransinya).



Tabel perjalanan teknologi ban



Bentuk fisik ban tapak lebar dan ban radial biasa

Walaupun begitu ban TBR *tubeless wide base* ini menawarkan kelebihan lain dibanding ban TBR *tubeless* seri 90's, yaitu ban jenis ini juga dapat menurunkan konsumsi bahan bakar dibanding dengan jika kita memakai ban TBR *tubeless* seri 90's yang bersertifikasi *Energy* (sertifikasi yang dikeluarkan oleh ETRTO = European Tire and Rim Technical Organization, untuk ban hemat bahan bakar) sekalipun. Alasannya, ban truk TBR *tubeless wide base* ini memiliki *rolling resistance* (hambatan meluncu) yang lebih rendah.

Telapak yang sangat lebar dari ban TBR *tubeless wide base* membuat daya cengkeram yang luar biasa mantap dan membuat ban jenis ini jauh lebih dingin pada saat operasional dibanding ban jenis lain sehingga semakin memperpanjang umur pakainya. Karena tapaknya yang sangat lebar ini, ban TBR *tubeless wide base* harus menggunakan velg jenis yang sama tapi dengan ukuran yang jauh lebih lebar daripada ban TBR *tubeless* seri 90's, namun tidak sampai dua kali lebih lebar. Contoh ukuran bannya adalah 385/65 R 22.5, 425/65 R 22.5, 445/65 R 22.5, 455/55 R 22.5 dan 495/45 R 22.5.

Sebenarnya teknologi ban terbaru adalah ban tanpa udara (*airless tire*). Namun untuk saat ini, *airless tire* belum dipasarkan secara umum. Hanya kalangan tertentu yang sudah menggunakan ban tersebut, seperti kalangan militer dan penjelajah luar angkasa.



Ban TBR tubeless wide base menjadi teknologi ban terbaru dalam dunia transportasi

Teknologi ban terbaru dalam dunia transportasi yang telah dipasarkan secara umum saat ini adalah ban TBR *tubeless wide base*. Di beberapa negara Eropa, Amerika, Australia dan Asia, ban radial tapak lebar ini sudah lazim digunakan. Di Indonesia, penggunaan ban TBR *tubeless wide base* ini belum lazim digunakan. Hanya ada sedikit sekali perusahaan transportasi yang sudah menggunakan ban TBR generasi terbaru ini. Harga ban TBR *tubeless wide base* yang lebih mahal dan kesulitan mencari velg yang tepat digunakan untuk ban jenis inilah yang membuat ban TBR *tubeless wide base* kurang dikenal di Indonesia. Namun, hambatan yang paling besar dalam menggunakan ban TBR *tubeless wide base* ini, selain belum siapnya sumber daya manusia yang menjadi penggunaanya juga buruknya infrastruktur jalan di Indonesia. Untuk mengubah kebiasaan lama para sopir yang telanjur sudah terbiasa menggunakan ban truk dan bus bias (TBB) ke teknologi ban truk dan bus radial (TBR) *tube type* saja, masih banyak yang mengalami kesulitan, apalagi jika harus dipaksa untuk menggunakan ban TBR *tubeless* yang jelas lebih sensitif terhadap *road hazard* (kerusakan akibat dari

buruk dan joroknya infrastruktur jalan). Terlebih lagi, apabila para sopir harus menggunakan ban TBR *tubeless wide base* ini. Ibarat anak sekolah dari SD langsung dipaksa untuk meloncat ke perguruan tinggi. Telapak ban yang sangat lebar dan *aspect ratio* yang rendah sangat riskan dioperasikan di jalanan sekelas Indonesia karena jalanan yang *bumpy* (bergelombang dan keriting) hanya akan menghasilkan *irregular wear* (keausan tidak merata). Penggunaan teknologi ban TBR *tubeless wide base* di jalanan yang kurang tepat, akan membuat kelebihan dari teknologi ini tidak dapat dinikmati secara maksimal.

Teknologi ban memang terus berkembang, inovasi-inovasi terbaru selalu bermunculan dan pabrikan selalu berlomba-lomba menawarkan produk-produk dengan berbagai kelebihan yang bertujuan untuk menguntungkan pelaku usaha transportasi. Namun, tidak semua teknologi ban terbaru dan terbaik yang ada di dunia ini dapat secara langsung digunakan dan dinikmati di Indonesia yang kondisi jalannya luar biasa buruk. Maka dari itu dibutuhkan peran pemerintah untuk memperbaiki dan membersihkan infrastruktur jalan di seluruh Indonesia yang tidak layak pakai sehingga akan memberikan dampak positif kepada dunia transportasi yang jelas menjadi tonggak perekonomian di Indonesia.



PMK Nomor 191 Tentang Penilaian Kembali Aktiva Tetap

Andreas Ario Kusumo
Praktisi Perpajakan (Managing Director PT Mitra Solusi Taxindo)

Pencapaian target penerimaan pajak sampai dengan Oktober 2015 masih kurang dari 60% dari target yang telah ditetapkan dalam APBN-P tahun 2015. Hal ini membuat Direktorat Jenderal Pajak mengeluarkan segala jurus untuk mencapai target penerimaan pajak tersebut. Langkah-langkah yang diambil oleh Direktorat Jenderal Pajak di antaranya dengan mengeluarkan kebijakan yang bersifat insentif bagi para Wajib Pajak. Salah satu insentif

pajak terbaru dikeluarkan pada Oktober 2015, yaitu kebijakan pengurangan PPh final atas revaluasi aktiva tetap yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 191/PMK.03/2015 tanggal 15 Oktober 2015. Insentif pengurangan PPh final atas revaluasi aktiva tetap ini juga menjadi salah satu paket stimulus ekonomi pemerintahan Jokowi yang keempat yang diharapkan

mendorong pertumbuhan ekonomi di penghujung tahun 2015.

Revaluasi aktiva tetap merupakan penilaian kembali aktiva tetap perusahaan yang diakibatkan adanya kenaikan nilai aktiva tersebut di pasaran atau karena rendahnya nilai aktiva tetap dalam laporan keuangan perusahaan. Tujuan revaluasi adalah agar nilai aktiva tetap yang tercantum di dalam neraca perusahaan sesuai dengan nilai pasar wajar yang berlaku pada saat dilakukannya revaluasi. Revaluasi aktiva tetap juga bisa ditujukan untuk kepentingan perpajakan.

Revaluasi aktiva tetap ini memiliki beberapa keunggulan dan kekurangan baik itu untuk kepentingan komersial maupun kepentingan fiskal. Keunggulan revaluasi aktiva tetap untuk kepentingan komersial di antaranya adalah sebagai berikut.

Posisi aktiva tetap perusahaan di neraca akan mencerminkan nilai pasar yang wajar sehingga pemakai laporan keuangan perusahaan akan memperoleh informasi keuangan yang lebih wajar dan akurat sesuai dengan perkembangan pasar.

Selisih lebih penilaian aktiva tetap akan meningkatkan struktur modal perusahaan sehingga akan meningkatkan *Debt Equity Ratio* (DER) perusahaan.

Peningkatan nilai aktiva tetap di neraca dan peningkatan DER perusahaan akan memberikan dampak positif bagi kemudahan dalam memperoleh pinjaman atau kredit dari lembaga keuangan.

Kekurangan revaluasi aktiva tetap untuk kepentingan komersial di antaranya adalah sebagai berikut.

Revaluasi aktiva tetap membutuhkan biaya untuk membayar jasa penilai publik.

Revaluasi aktiva tetap akan meningkatkan nilai aktiva perusahaan yang otomatis akan meningkatkan biaya penyusutan yang akan mengurangi laba perusahaan.

Keunggulan revaluasi aktiva tetap untuk kepentingan fiskal/pajak di antaranya adalah revaluasi aktiva tetap akan meningkatkan nilai aktiva perusahaan yang otomatis akan meningkatkan biaya penyusutan fiskal yang akan mengurangi laba fiskal perusahaan, dengan berkurangnya laba perusahaan akan mengurangi beban pajak penghasilan perusahaan.

Kekurangan revaluasi aktiva tetap untuk kepentingan fiskal/pajak di antaranya adalah akan dikenakan PPh final atas selisih lebih penilaian aktiva tetap.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 79/PMK.03/2008 menetapkan tarif PPh final atas selisih lebih revaluasi aktiva tetap sebesar 10%. Sedangkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 191/PMK.03/2015 tanggal 15 Oktober 2015 memberikan insentif berupa pengurangan PPh final atas selisih lebih revaluasi aktiva tetap dengan perlakuan khusus sebagai berikut.

3% untuk permohonan yang diajukan sejak berlakunya Peraturan Menteri ini sampai dengan 31 Desember 2015;

4% 4% untuk permohonan yang diajukan sejak 1 Januari 2016 sampai dengan 30 Juni 2016;

6% 6% untuk permohonan yang diajukan sejak 1 Juli 2016 sampai dengan 31 Desember 2016,

yang dikenakan atas selisih lebih nilai aktiva tetap hasil penilaian kembali atau hasil perkiraan penilaian kembali oleh Wajib Pajak, di atas nilai sisa buku fiskal semula.

Semua Wajib Pajak baik itu Wajib Pajak Badan maupun Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki aktiva tetap dan melakukan pembukuan bisa memanfaatkan insentif ini termasuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan darat. Aktiva tetap yang biasanya dimiliki oleh perusahaan angkutan darat adalah berupa kendaraan, tanah, bangunan, dan aktiva tetap lainnya.

Penghitungan revaluasi aktiva tetap harus dilakukan oleh kantor jasa penilai publik atau ahli penilai yang memperoleh izin dari Pemerintah, revaluasi aktiva tetap bisa dilakukan atas seluruh aktiva atau sebagian saja. Bagaimana cara menghitung PPh final atas selisih lebih hasil revaluasi aktiva tetap untuk perusahaan jasa angkutan publik dapat disimulasikan sebagai berikut.



Andreas Ario Kusumo
Praktisi Perpajakan
(Managing Director PT Mitra Solusi Taxindo)

Perhitungan Nilai Sisa Buku (*Book Value*)

No.	Jenis Aktiva	Harga Perolehan (Rp)	Akumulasi Penyusutan Selama 4 Tahun (Rp)	Nilai Sisa Buku (Rp)	Hasil Revaluasi (Rp)	Selisih Lebih (Rp)
1	Truk 50 Buah	12.500.000.000	6.250.000.000	6.250.000.000	9.000.000.000	2.750.000.000
2	Bangunan Kantor dan Garasi	1.000.000.000	200.000.000	800.000.000	1.200.000.000	400.000.000
3	Tanah Kantor dan Garasi	2.500.000.000	-	2.500.000.000	4.000.000.000	1.500.000.000

Perhitungan PPh Final atas Revaluasi Aktiva Tetap dengan Tarif 3%

No.	Jenis Aktiva	Selisih Lebih	PPh Final Normal		PPh Final PMK 191		Diskon PPh Final	Keterangan
			Tarif	PPh Final	Tarif	PPh Final		
1	Truk 10 Buah	2.750.000.000	10%	275.000.000	3%	82.500.000	192.500.000	Syarat permohonan penilaian kembali aktiva tetap diajukan paling lambat 31 Desember 2015
2	Bangunan Kantor dan Garasi	400.000.000	10%	40.000.000	3%	12.000.000	38.000.000	
3	Tanah Kantor dan Garasi	1.500.000.000	10%	150.000.000	3%	45.000.000	105.000.000	
Total		4.650.000.000		465.500.000		139.500.000	326.000.000	

Perhitungan PPh Final atas Revaluasi Aktiva Tetap dengan Tarif 4%

No.	Jenis Aktiva	Selisih Lebih	PPh Final Normal		PPh Final PMK 191		Diskon PPh Final	Keterangan
			Tarif	PPh Final	Tarif	PPh Final		
1	Truk 10 Buah	2.750.000.000	10%	275.000.000	4%	110.000.000	165.000.000	Syarat permohonan penilaian kembali aktiva tetap diajukan antara 1 Januari 2016-30 Juni 2016
2	Bangunan Kantor dan Garasi	400.000.000	10%	40.000.000	4%	16.000.000	24.000.000	
3	Tanah Kantor dan Garasi	1.500.000.000	10%	150.000.000	4%	60.000.000	90.000.000	
Total		4.650.000.000		465.500.000		186.000.000	279.500.000	

Perhitungan PPh Final atas Revaluasi Aktiva Tetap dengan Tarif 6%

No.	Jenis Aktiva	Selisih Lebih	PPh Final Normal		PPh Final PMK 191		Diskon PPh Final	Keterangan
			Tarif	PPh Final	Tarif	PPh Final		
1	Truk 10 Buah	2.750.000.000	10%	275.000.000	6%	165.000.000	110.000.000	Syarat permohonan penilaian kembali aktiva tetap diajukan antara 1 Juli 2016-31 Desember 2016
2	Bangunan Kantor dan Garasi	400.000.000	10%	40.000.000	6%	24.000.000	16.000.000	
3	Tanah Kantor dan Garasi	1.500.000.000	10%	150.000.000	6%	90.000.000	60.000.000	
Total		4.650.000.000		465.500.000		279.500.000	186.000.000	

Permohonan penilaian kembali aktiva tetap diajukan ke Kantor Pelayanan Pajak tempat Wajib Pajak terdaftar dengan syarat melampirkan dokumen sebagai berikut.

Surat Setoran Pajak (SSP) bukti pelunasan Pajak Penghasilan atas penilaian kembali aktiva tetap;

Daftar aktiva tetap hasil penilaian kembali;

Fotokopi surat izin usaha kantor jasa penilai publik atau ahli penilai, yang memperoleh izin dari Pemerintah yang dilegalisir oleh instansi pemerintah yang berwenang menerbitkan surat izin usaha tersebut;

Laporan penilaian kembali aktiva tetap oleh kantor jasa penilai publik atau ahli yang memperoleh izin dari pemerintah; dan

Laporan keuangan tahun buku terakhir sebelum penilaian kembali aktiva tetap.

Surat keputusan persetujuan penilaian kembali aktiva tetap dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam jangka waktu 30 hari sejak permohonan diterima lengkap.



Jimmy Ruslim

Teks: Abdul Wachid
Foto: Geovanni Versandi

Visi Kami Menjadi Perusahaan yang Terpilih

Melalui visinya, PT Dunia Express Trasindo (Dunex) berkomitmen untuk menjadi yang terbaik sebagai perusahaan logistik yang dipilih oleh pelanggan di Pulau Jawa pada tahun 2018. Guna mewujudkannya Dunex memulai mengembangkan sayap melakukan distribusi sendiri di Pulau Jawa. Perusahaan yang pendapatannya terbesar diperoleh dari sektor pergudangan dan transportasi juga telah mengubah *brand image* sejak tahun 2013 melalui logo barunya.

Tepat November lalu Dunex telah genap 25 tahun berkecimpung di bisnis logistik. Upaya yang dilakukan Dunex guna mencapai visinya? Bagaimana perusahaan menentukan skala prioritas layanan bagi pelanggannya? Apa saja pertimbangan Dunex melakukan ekspansi bisnis atau berinovasi dalam layanan? Berikut petikan wawancara dengan Jimmy Ruslim, *Director* PT Dunia Express Trasindo.

Bagaimana awal mula berdirinya PT Dunia Express Trasindo (Dunex)?

Kebetulan bulan lalu kami baru saja merayakan ulang tahun ke-25. Dunex berdiri pada 1 November tahun 1990. Pada awalnya, Dunex merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pergudangan namun seiring dengan permintaan pasar kami menambah lini bisnis *container depot*, *trucking*, dan *freight forwarding*. Untuk mengintegrasikan semuanya dalam satu atap kami membentuk jasa pelayanan *logistic services*, selain itu kami juga mengembangkan layanan *machinery setting* dan *project cargo*.

Beragamnya *customer* Dunex, kami digembleng untuk memahami berbagai kendala *customer* dan mencari solusinya. Sehingga berbekal pengalaman tersebut maka kami dituntut untuk dapat memberikan jasa pelayanan satu atap yang lebih baik kepada *customer*.

Gambarkan perkembangan bisnis Dunex dalam 10 tahun terakhir? Capaian apa saja yang telah diraih?

Sejak 10 tahun terakhir kami mengaplikasikan *logistic services* untuk mengakomodir pelayanan satu atap bagi *customer* yang membutuhkan berbagai jenis layanan. *Logistic service* kami juga sudah mendapat rekognisi dari *customer* atas berbagai pencapaian kami terhadap *key performance index* yang diinginkan *customer*. Bisnis kami berkembang sangat signifikan dengan penambahan pergudangan di daerah Karawang Timur seluas 16 hektare dan armada yang terus bertambah setiap tahunnya.



Kami pun mengimplementasikan *Warehouse Management System* dengan *barcode*. Selain penambahan aset, jumlah karyawan Dunex juga meningkat tiga kali lipat dibandingkan 10 tahun terakhir menjadi sekitar 1.300 orang. Selain itu, untuk *project cargo* Dunex juga pernah dipercaya menangani pembangkit listrik tenaga panas bumi yang terbesar di dunia yang kini beroperasi di Gunung Drajat, Kabupaten Garut.

Situasi ekonomi nasional pada kwartal pertama 2015 dirasa pelaku bisnis memburuk sehingga menurunkan permintaan jasa. Bagaimana dengan Dunex? Sektor layanan apa yang paling terkena dampak? Apa yang dilakukan guna mengatasinya?

Pada kwartal pertama, perlambatan tersebut masih belum terlalu berpengaruh terhadap Dunex. Dampak perlambatan baru terasa pada kwartal kedua, yakni terjadi penurunan permintaan khususnya yang cukup terasa dampaknya adalah *trucking container exim* dan pergudangan. Guna menyalasi kondisi tersebut, dalam waktu jangka pendek Dunex mencoba menggarap pasar domestik baru yang masih potensial. Sedangkan jangka panjangnya kami mencoba untuk merambah sektor *business to customer* karena selama ini kebanyakan pasar Dunex adalah *business to business*. Kami melihat dalam kondisi perlambatan ini, sektor *business to customer* masih memiliki peluang yang bagus untuk digarap.



Visi Dunex berkomitmen untuk menjadi yang terbaik sebagai perusahaan logistik terbaik di Pulau Jawa pada tahun 2018

Sebagai perusahaan logistik yang memiliki beragam layanan logistik, layanan mana yang paling memberi kontribusi besar bagi pendapatan perusahaan? Mengapa permintaan layanan tersebut tinggi?

Jasa pergudangan dan transportasi memberi kontribusi besar bagi pendapatan perusahaan karena lokasi gudang kami yang berlokasi di Sunter sangat strategis dan dekat dengan pelabuhan utama di Jakarta serta dekat dengan area perdagangan di dalam kota. Termasuk lokasi gudang di Karawang milik Dunex juga berlokasi strategis bagi para *customer* industri otomotif di sekitarnya. Lokasi ini memberi nilai tambah bagi *customer* karena memiliki potensi untuk menurunkan biaya logistik secara total.

Sedangkan untuk *trucking*, Dunex berusaha untuk menyediakan sebanyak mungkin jenis layanan dan beragam macam jenis truk. Dari mulai *container haulage*, *milk run*, distribusi antar-kota, *JIT delivery*, *cross docking*, dan *oversize cargo*. Selain itu, kami mencoba menerapkan *system container hub* di Karawang sehingga kontainer impor untuk *customer* di daerah tersebut bisa ditarik ke tempat kami. Kemudian didistribusikan kepada pelanggannya, demikian pula sebaliknya untuk ekspor. Cara ini memberikan efisiensi bagi *customer* terutama untuk membantu mengurangi *dwelling time* di pelabuhan.

Bagaimana pertumbuhan bisnis pada masing-masing layanan yang dimiliki?

Masing-masing layanan bisnis Dunex bertumbuh dengan baik. Tetapi belakangan yang cukup berkembang pesat adalah layanan yang terintegrasi antar-beberapa layanan atau *intergrated logisctics services*.

Sebagai perusahaan yang mengusung layanan “Total Logistics Solutions”, bagaimana tingkat persaingan bisnisnya terutama terhadap perusahaan yang mengusung layanan sama?

Memang betul, sebagai salah satu perusahaan yang mengusung *total logistic services*, kami merasa persaingan bisnis yang cukup ketat diantara para kompetitor. Masing-masing memiliki kelebihan, tetapi satu hal yang hendak kami tunjukkan adalah bukan hanya memberi jasa yang dapat disamakan dengan perusahaan lainnya. Dunex ingin memberi solusi bagi *customer*.

Sejauh yang saya amati, sebuah perusahaan dapat menjadi *leader of the market* dengan tiga cara, yakni memberikan harga yang termurah, memberikan produk atau jasa dengan teknologi dan fitur terbaik, mengetahui kebutuhan *customer* dan memberikan produk atau jasa sesuai dengan yang dibutuhkan. Kami memilih alternatif ketiga untuk mewujudkan diri sebagai perusahaan yang paling dipilih *customer*. Hal ini membuat kami menguasai kemampuan untuk “*read between the lines*” karena yang sebetulnya dibutuhkan seringkali hanya tersirat, bukan tersurat.



Jimmy Ruslim, Direktur PT
Dunia Express Transindo

Dunex memiliki layanan *Project & Special Cargo*, bisakah Anda memberi gambaran singkat mengenai layanan tersebut?

Sebetulnya layanan ini sudah ada dari sejak awal kami berdiri. Dunex melayani industri-industri yang baru mulai sehingga banyak mesin-mesin baru yang diimpor dalam kondisi *break bulk* yang *oversize*. Kami diminta untuk melakukan *clearance*, *transport*, dan *setting* sampai di titik di mana mesin tersebut akan digunakan termasuk *leveling*. Jadi yang awalnya dari mesin-mesin yang besar, akhirnya Dunex dipercaya juga untuk menangani bukan hanya mesin, tetapi juga turbin, generator dan lainnya.

Barang terbesar terakhir yang pernah kami kirim adalah generator untuk pembangkit listrik tenaga panas bumi, yaitu seberat 126 ton ke Garut, Jawa Barat. Di mana pada saat itu kami juga baru sadar bahwa proyek tersebut merupakan pembangkit geothermal terbesar di dunia yang beroperasi pada saat itu. Artinya, bisa dibayangkan mengirim barang sebesar itu melalui medan pegunungan yang cukup terjal dan sempit, betul-betul sangat membutuhkan persiapan yang sangat matang.

Jenis kendaraan apa saja yang digunakan untuk memfasilitasi layanan *Project & Special Cargo*?

Beberapa jenis kendaraan yang digunakan Dunex dalam layanan *Project & Special Cargo* ialah *multi-axle* dengan *girder*-nya, *dolly*, *low bed*, *low boy*, dan *extension*.

Secara umum dalam job proses apa yang membedakan layanan “Total Logistics Solutions” dengan layanan dari perusahaan lain, dalam hal Inbound Cargo Management, Warehouse Management, dan Outbound Cargo Management?

Ada satu kontak poin yang dapat dihubungi oleh masing-masing *customer*. Di mana kontak poin ini bisa menggerakkan fungsi-fungsi lainnya. Mungkin kalau di dunia *manufacturing* Dunex lebih ke arah *cell process* daripada *flow process*, yang mana satu *cell* dapat melakukan berbagai fungsi.

Dalam visinya Dunex berkomitmen untuk menjadi yang terpilih oleh pelanggan di Pulau Jawa pada tahun 2018. Bagaimana cara Dunex mencapai visi tersebut?

Ketika kami membuat visi ini, kami dituntut untuk memiliki *sense of geographic* dan *sense of time*. Sehingga visi ini betul-betul menjadi visi yang konkret dan dapat terwujud, bukan hanya sesuatu yang selamanya hanya di angan-angan. Visi kami bukan menjadi yang terbaik tapi yang terpilih. Terbaik itu mungkin subjektif pada siapa dan kriteria apa, tetapi kalau terpilih artinya banyak dipilih. Kesimpulannya dalam *mind set customer* jika ada kebutuhan logistik dalam benak *customer* yang muncul adalah Dunex.

Guna mewujudkannya Dunex memulai mengembangkan sayap melakukan distribusi sendiri di Pulau Jawa. Dengan mengusung Dunex sebagai perusahaan terintegrasi dan memiliki reputasi baik. Kami telah mengubah *brand image* sejak tahun 2013 melalui logo baru. Filosofi logo kami yang sekarang adalah berbentuk mata yang artinya dengan jeli membaca kebutuhan *customer*. Kemudian gambar tangan yang bersalaman bermakna kerja sama yang erat antar-semua *stake holder*. Sementara warna biru ke belakang bermakna Dunex dalam melayani dilandasi oleh profesionalisme dan warna panah hijau ke depan yang bermakna pertumbuhan ke depan dalam inovasi.



Total armada yang dimiliki Dunex sekitar 453 unit yang terdiri dari tractor head, wingbox, car carrier, towing, box engkel, double axle, dan bak terbuka

Berapa total armada yang dimiliki Dunex? Bagaimana perusahaan menjamin armadanya selalu dalam performa terbaik dan layak beroperasi?

Total armada yang dimiliki Dunex sekitar 453 unit yang terdiri dari *tractor head*, *wingbox*, *car carrier*, *towing*, *box engkel*, *double*, dan bak terbuka. Untuk perawatan kami memiliki tim sendiri yang *Key Performance Indexnya* menggalakkan *preventive maintenance*. Ada juga *fleet* khusus untuk menerapkan *mobile maintenance* di manapun dibutuhkan. Ditambah Dunex melakukan P2H (pemeriksaan) setiap kali sebelum truk meninggalkan area *pool*.

Dunex telah berpengalaman dalam layanan logistik. Apa yang selalu dipertahankan oleh perusahaan agar bisa bertahan hingga sekarang?

Faktor utama yang harus dipertahankan adalah kepercayaan *customer*. Sebab setiap usaha pasti mengalami masalah, yang membedakan mana yang dipercaya dan mana yang tidak adalah tanggung jawab dan *self improvement*. Karena itu, kami selalu mengembangkan rasa tanggung jawab kepada semua karyawan dan Dunex selalu menekankan *improvement*. Hal itu pula menjadikan perusahaan berkomitmen untuk selalu menjaga ISO 9001 dan OSHAS 18000, yang mana bukan hanya menjadi sertifikat untuk menjadi penghias dinding. Tapi harus benar-benar memiliki rasa tanggung jawab dan mekanisme *continous improvement* yang dapat menjadi *mind set* dalam setiap karyawan.

Saat melakukan investasi baru atau ekspansi bisnis pertimbangan apa saja yang harus dipenuhi?

Dalam berinovasi Dunex sebisa mungkin *start small but scale quickly*. Artinya, mulai dengan hal kecil, meski begitu dalam tahap awal masih perlu dipersiapkan jika permintaannya meledak. Oleh karena itu, kita harus bisa dengan segera menambah kapasitas. Satu hal yang paling penting dari pelaksanaan inovasi ataupun investasi adalah *check and monitor*. Dalam siklus *plan do check action* seringkali mudah untuk melakukan *plan* dan *do*, tapi yang sulit adalah melakukan *check* sehingga *actionnya* terlambat. Maka dalam setiap inovasi dan investasi juga harus dipersiapkan *milestone* dan *key performance index*-nya. Hal itu Dunex butuhkan sebagai *dashboard* untuk menentukan investasi dan inovasi dilanjutkan atau tidak.

Dalam bisnis jasa, kepercayaan, tanggung jawab, dan akuntabilitas harus terus-menerus digalakkan untuk menjamin keberlanjutan. Bagaimana Dunex menerapkannya kepada mitra kerja dan pelanggan?

Dunex mengutamakan tanggung jawab dan kejujuran dalam berbisnis. Seperti dijelaskan sebelumnya, dalam bekerja, berinovasi, kesalahan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Tapi yang membedakan perusahaan bisa bertahan atau tidak adalah bagaimana menyikapi kesalahan ini. Jika kita dapat memberikan tanggung jawab kita dan melakukan perbaikan, maka itulah kunci sukses untuk bertahan. Cara ini pula yang kami terapkan pada para mitra kerja dan pelanggan.

Manajemen, SDM, teknologi, dan inovasi merupakan beberapa kunci sukses perusahaan. Dari empat faktor di atas apa yang menjadi prioritas Dunex?

Sebuah perusahaan membutuhkan keempatnya agar dapat bertahan. Tapi jika harus dipilih menjadi prioritas, maka mungkin kami harus memilih manajemen. Karena manajemen yang baik adalah batu landasan bagi yang lain. Manajemen yang baik akan menghasilkan sistem baik, sistem baik akan menghasilkan sumber daya manusia yang baik pula. SDM yang baik akan menghasilkan inovasi yang baik, dari inovasi ini kemudian akan muncul teknologi yang baik.

Di tengah semakin tingginya intensitas persaingan bisnis dewasa ini, pendekatan inovasi apa yang dilakukan perusahaan?

Saat ini Dunex memulai untuk merambah ke sektor *business to customer*. Selama ini kita hanya menggarap sektor *business to business*, dan kami melihat bahwa market *business to customer* sebetulnya masih cukup besar untuk digarap. Tapi memang membutuhkan usaha yang lebih agar bisa mengakses pasar tersebut. Pada sektor pergudangan, Dunex memperkenalkan konsep sewa per *pallet* per hari. Konsep ini menguntungkan perusahaan yang selama ini harus menyewa ruko untuk menyimpan barangnya, mereka dapat menyimpan barang itu di tempat kami dengan konsep seperti hotel, hanya bayar yang Anda pakai.

Kemudian *customer* tidak perlu menyewa *forklift* untuk melakukan *handling*, karena Dunex akan melakukan *handling* dan memberikan laporan *inventory* secara harian. Di lokasi yang sangat dekat dari pelabuhan Dunex sedang mengembangkan suatu jenis jasa penyimpanan yang kami sebut sebagai *container storage*. Bagi yang pernah tinggal di luar negeri konsep ini disebut sebagai "garage rental". Kami menyediakan ruang seluas 2x2 m dalam kontainer yang sudah kami belah, dan *customer* dapat menyimpan barangnya sendiri di dalamnya. Kaitannya dengan isu *dwelling time* yang belakangan ini hangat, kami pun menyediakan lokasi penampungan bagi kontainer yang sudah *custom clearance*.



Dunex mengimplementasikan warehouse management system dengan barcode



Bagaimana evaluasi Dunex selama setahun terakhir? Perubahan apa saja yang perlu dilakukan perusahaan?

Secara fundamental pelayanan antara *business to business* dan *business to customer* berbeda. *business to business* lebih sederhana, sedangkan *business to customer* customer-nya bisa siapa saja. Perubahan ini harus diantisipasi oleh kami.

Ke depan apa saja strategi yang diterapkan oleh Dunex untuk memaksimalkan potensi pasar logistik Indonesia?

Ke depan kami melihat potensi di bidang *specialized cargo* seperti *cold chain industries*, *dangerous goods*, dan *ecommerce*. Dunex saat ini sedang mempelajari pasar khusus bidang ini.

Sebetulnya dengan berkembangnya Indonesia menjadi negara poros maritim, maka distribusi barang ke daerah pun akan berubah. Saat ini lebih besar mengandalkan transportasi darat, ke depannya transportasi darat akan lebih bersifat *short distance*. Oleh karena itu, sistem *hub and spoke* di daerah-daerah harus dikembangkan.

Bagaimana potensi pasar logistik pada masa lima tahun mendatang? Di mana posisi Dunex nantinya?

Pasar logistik di Indonesia terutama dengan rencana pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai poros maritim akan menjadikan Indonesia sebagai basis produksi. Kondisi itu akan meningkatkan kebutuhan akan logistik. Di mana dulunya komoditas seperti kelapa sawit atau hasil tambang diangkut dengan tongkang, mungkin ke depannya yang diangkut adalah berupa minyak goreng atau besi berupa *beam* atau *coil* yang membutuhkan kontainer. Saya melihat apa yang kita lakukan saat ini, akan menjadi *blue print* untuk direplikasi oleh kami jika kami akan berekspansi ke daerah lainnya. Semoga kami bisa mewujudkan visi kami menjadi perusahaan yang terpilih bagi *customer* dan bisa meningkatkan kesejahteraan *stake holder* dan juga masyarakat pada umumnya.



Jasa pergudangan dan transportasi memberi kontribusi besar bagi pendapatan perusahaan



PT Guna Pratama

FOKUS KELOLA EKSPEDISI BERPENDINGIN

Teks: Citra Dara V. Trisna
Foto: Giovanni Versandi



Keputusan untuk berkiprah di bisnis pengiriman atau ekspedisi barang melalui jalur darat, baik kering dan beku (baik kategori *chiller* atau *frozen*), telah dimulai PT Guna Pratama sejak tahun 2002. PT Guna Pratama adalah salah satu pemain lama di dalam bisnis ekspedisi berpendingin. Berkat pengalaman yang cukup lama tersebut dan besarnya antusiasme pasar dan kepercayaan *customer* membuat PT Guna Pratama maju pesat dalam kurun waktu yang cukup singkat. Saat ini, perusahaan yang berkantor di Jakarta ini telah menjadi salah satu perusahaan ekspedisi berpendingin yang diperhitungkan di Indonesia yang melayani wilayah Jawa dan Bali.

Perusahaan yang maju pesat sejak 2006 silam ini menjadikan permintaan pelanggan sebagai tantangan tersendiri. Keputusan berfokus di bisnis ekspedisi berpendingin membuat Guna Pratama secara konsisten melakukan perbaikan yang berkelanjutan guna menjaga dan meningkatkan mutu layanan. Hal ini sesuai dengan visi Guna Pratama untuk memberikan keamanan dan ketepatan waktu dalam hal

pengiriman barang. Pelayanan yang maksimal menjadi hal yang mutlak bagi Guna Pratama. Karena itu, Guna Pratama terus memberikan kepuasan bagi *customer* dengan berbagai fasilitas serta terus berupaya menyajikan inovasi teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi *customer*.

Besarnya potensi pasar di bisnis ekspedisi berpendingin secara otomatis memicu hadirnya para pemain baru. Peluang bisnis ini muncul karena perusahaan besar yang menjadi *customer* jasa ekspedisi berpendingin mempercayakan barang mereka kepada jasa pengiriman dengan pertimbangan keamanan keamanan. Meski perusahaan tersebut memiliki investasi kendaraan dan alat, besarnya nilai muatan membuat tetap memberi ruang jasa ekspedisi untuk meminimalisasi risiko.

Faktor lain yang membuat bisnis ekspedisi berpendingin kian ramai adalah adanya kemudahan akses informasi terkait harga kendaraan dan strategi pembayaran oleh *leasing*. Terlebih lagi, saat ini sudah mulai banyak perusahaan yang menyuplai boks dan mesin pendingin kendaraan untuk menyimpan muatan membuat persaingan ekspedisi berpendingin makin ketat. "Mereka (kompetitor) bisa dengan mudah membuat mobil berpendingin. Mereka bisa saja pada saat awal membeli pendingin dan boks bekas tapi tidak berpikir bagaimana menghadapi kendala-kendala di kemudian hari pada saat operasionalnya," kata Stephano Putra Suteja, Direktur PT Guna Pratama.

Caption goes here



Stephano Putra
Suteja, Direktur PT
Guna Pratama

Perusahaan yang kini memiliki 30 armada ini tidak khawatir akan persaingan dengan pendatang baru. Bagi Guna Pratama, kemampuan dalam mengelola operasional ekspedisi berpendingin sangat menentukan keberhasilan bisnis. Stephano mencontohkan, salah satu kebutuhan operasional dalam pengelolaan bisnis ini adalah adanya dua orang sopir. Satu sopir fokus di kendaraan dan yang lainnya mengontrol temperatur pendingin. Menurut dia, kalau mesin mobil mati tidak masalah tapi kalau mesin pendingin yang mati akan kalang kabut. Adanya dua orang sopir itu agar perjalanan menjadi cepat dan sopir bisa beristirahat secara maksimal.

"Kami tidak mau sopir satu karena tidak sebanding dengan risiko yang harus kami tanggung. Misalnya muatan daging, kami harus menanggung risiko sampai Rp 2 miliar kalau muatan jadi busuk karena kontrol pada pendingin kurang. Itu tidak sebanding. Kalau pengusaha lain mungkin

berani. Sistem yang dipakai pengusaha lain itu mereka *leasing*, ketika kecelakaan mereka asuransi. Cara itu legal, tapi etikanya tidak baik," tutur Stephano.

Menurut Stephano, apabila perawatan kendaraan tidak baik akan membuat alat pendingin cepat rusak. Sedangkan di awal-awal persaingan, pemain baru selalu memulai persaingannya dari segi harga untuk menarik *customer*. "Kalau nanti ketika kendaraan dan mesin pendingin mulai berumur tetapi pondasi keuangan perusahaan tidak kuat bisa kacau dan secara tidak langsung akan tereliminasi dari persaingan karena *customer* kerap tidak mau tahu. Mereka ingin pelayanan yang baik, barang mereka tepat waktu dan aman," papar lulusan S-1 Bisnis Prasetya Mulya ini.

Akibat dari penekanan harga ini membuat pebisnis ekspedisi pendingin nekat memakai satu sopir saja. Padahal, menurut Stephano, cara paling efektif untuk menghindari risiko di jalan adalah dengan memakai dua sopir. Bila berkaca dari perusahaan ekspedisi berpendingin di Jepang, mengharuskan memakai tiga sopir dalam sekali mengangkut. "Untuk menjaga muatan dari kerusakan adalah ada salah satu orang yang memonitor temperatur agar kalau ada masalah responsnya cepat dan untuk mengurangi risiko orang (sopir) berbuat curang. Selain itu, yang paling penting adalah ketepatan waktu. Karena beberapa ekspedisi tidak bisa kejar waktu karena mau tidak mau mereka harus istirahat," katanya.



perusahaan yang kini memiliki 30 armada ini tidak kuatir akan persaingan pendatang baru

Selain pengelolaan sopir, hal lain yang bisa dilakukan untuk menghemat biaya adalah dari ketepatan dalam pengelolaan pemeliharaan kendaraan, ban, dan BBM. Alasannya, ban dan BBM memakan biaya yang cukup tinggi di dalam biaya operasional. Pemanfaatan tol untuk mengurangi hambatan di jalan juga dapat digunakan untuk memotong biaya. Meski demikian, Stephano mengaku tidak bisa menempuh cara yang terakhir karena justru membuat risiko kecelakaan di jalan makin tinggi akibat sopir ngebut.

Manajemen Kontrol yang Ketat

Persaingan bisnis yang makin ketat membuat Stephano merasa perlu menerapkan manajemen kontrol yang ketat di dalam perusahaannya, terutama untuk penanganan sopir. Karena, menurut Stephano, rendahnya pendidikan sopir membuat kemungkinan sopir berbuat curang di jalan sangat besar. Masalah yang sering ditemui di jalan adalah pengemudi turun di jalan, membongkar barang, terlalu lama beristirahat (berhenti di jalan).

"Kalau untuk angkutan kering, mereka bisa tidak keluar biaya tambahan. Tapi kalau mobil pendingin, tiap mereka berhenti di jalan akan tetap mengurangi solar untuk mesin pendingin. Karena mesin pendingin tidak boleh dimatikan agar barang tidak rusak," kata Stephano.

Agar sopir tetap bekerja seperti yang diharapkan, Guna Pratama selalu memberikan pengarahan agar sopir memiliki keterampilan yang memadai dalam hal keamanan barang secara umum. Karena itu dalam praktiknya, sopir harus memahami masalah temperatur agar kualitas barang yang dikirim tetap terjaga dan perusahaan ekspedisi tidak menanggung kerugian kerusakan barang. "Setiap minggu, saya selalu melakukan pemantauan pada kondisi sopir. Saya tanyakan permasalahan di jalan seperti penyusutan barang, suka



Perusahaan menerapkan manajemen kontrol yang ketat di dalam perusahaannya terutama penanganan sopir

mampir, sopir yang bermain-main di pendingin. Itu semua kami nilai karena itu salah satu bagian dari manajemen kontrol," paparnya.

Menurut Stephano, saat ini tidak mudah mencari sopir yang memiliki loyalitas kepada perusahaan. Sehingga, agar tetap mengontrol sopir, Guna Pratama menerapkan sistem penilaian berdasarkan kinerja. Jumlah nominal bonus yang didapatkan sopir sangat bergantung dari kinerja. Semakin bagus kinerja, bonus yang didapatkan semakin besar.

Implementasi manajemen kontrol juga berlaku pada keputusan melakukan penambahan armada. Guna Pratama sangat berhati-hati dalam menambah armada dan mempertimbangkan risiko di jalan, regulasi pemerintah yang berubah-ubah, dan pengurusan KIR. Meski demikian, prioritas Stephano adalah menjaga nama baik di mata *customer*. "Biasanya pelanggan datang ke kami karena promosi dari mulut ke mulut dan umumnya pelanggan yang datang ke kami adalah pelanggan yang kecewa dengan ekspedisi lain," tuturnya.

Meski demikian, Stephano mengaku bila beberapa kali

pelanggan mereka hilang karena tertarik dengan ekspedisi lain yang menawarkan harga lebih murah. Tapi, setelah dua sampai tiga kali pemuatan, mereka kembali lagi ke Guna Pratama karena kecewa dengan ekspedisi lain. Ia menambahkan, bila selama ini masih memiliki reputasi yang baik di mata *customer* dan itu yang terus dia pertahankan. Selain itu, dalam menentukan harga selalu berpatokan pada pertumbuhan ekonomi. Namun, pelanggan kerap enggan jika harga ekspedisi dinaikkan di luar kenaikan upah buruh dan kenaikan harga BBM. "Kami sering pusing kalau ada perubahan harga BBM dari pemerintah karena kami harus kembali menentukan harga per rute. Kalau tiap bulan ada perubahan harga, kami harus terus mengubah harga," keluh Stephano.

Terkait strategi persaingan, Stephano menuturkan bila saat ini sudah bukan zamannya lagi persaingan. Karena yang harus dilakukan seharusnya saling mengisi antara masing-masing perusahaan logistik dan fokus pada masing-masing bidang. "Hal yang sering terjadi saat ini dalam bisnis logistik adalah sayap bisnis. Padahal pelebaran tersebut akan membuat konsentrasi terpecah dan mengurangi mutu pelayanan, terlebih lagi apabila ada persaingan harga," ujarnya.



Teks : Sigit Andriyono
Foto : Giovanni Versandi

PHASE-CHANGE MATERIAL TURUNKAN BIAYA COLD CHAIN LOGISTICS

Unit truk yang dijual oleh perusahaan lengkap dengan PCM

Cold chain biasa dikaitkan dengan gudang pendingin dan distribusi menggunakan sarana pendingin. Hal ini juga termasuk dalam teknologi yang disebut PCM (*Phase-Change Material*). *Phase-change material* adalah teknologi yang memberikan solusi dalam mengatasi suhu ekstrim. Pengaplikasiannya sangat luas seperti pada pengiriman barang yang menggunakan pendingin. Penggunaan *Phase-change material* cukup efisien dan menggunakan sumber daya kecil saja. Desain produk yang berbasis pada air, menjadikan produk ini sangat cocok menjadi rival pengiriman menggunakan refrigerator. *Phase-*

change material dapat menyerap dan menyimpan energi secara signifikan yang juga dapat membantu dalam mengurangi penggunaan energi berlebihan yang menyebabkan boros BBM. Salah satu perusahaan di Indonesia yang menggunakan teknologi ini adalah Prima Cold Chain, yang merupakan anak perusahaan dari EST Internasional yang dikenal dengan perusahaan *seafood*.

CEO EST Internasional Firdaus RM mengatakan, "Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perikanan, kami sadar salah satu biaya yang tertinggi selain tenaga kerja adalah biaya listrik. Fungsi produk kami yang berbasis

phase-change material ini adalah untuk mempertahankan suhu dingin lebih lama." EST Internasional adalah produsen *frozen seafood* yang semua orang tahu rentan dengan perubahan suhu. Karena itu, mereka menggunakan *phase-change material* ini untuk pembekuan dan penyimpanan.

PCM *Cold Chain* berupa modul berisi material yang awalnya dikembangkan oleh NASA untuk melindungi astronot dari perbedaan suhu yang ekstrim di ruang angkasa. *Phase-change material* mampu mengontrol suhu pada waktu yang panjang dengan cara menyerap energi panas atau dingin untuk dilepaskan

kembali menjadi suhu spesifik sesuai yang diinginkan. *Phase-change material cold chain* memanfaatkan energi listrik sehingga lebih hemat bahan bakar. *Phase-change material* mampu mengontrol suhu agar produk tetap terjaga keseegarannya. Rendah emisi, tidak membebani mesin, dan ramah lingkungan. Teknologi insulasi *Phase-change material* berjenis Gold Foam yang sangat baik menjaga kelembaban, tidak menyerap air, dan menjaga suhu tetap dingin.

"*Phase-change material* ini berupa *foam* atau bisa juga seperti *ice pack* yang bisa digunakan untuk menjaga suhu di *freezer* tetap dingin saat kulkas mati. Tapi *phase-change material* milik Prima Cold Chain adalah produk dengan skala industri yang sebenarnya sudah dikembangkan di beberapa negara, seperti Amerika, Eropa, dan Jepang," jelasnya. Secara teknis *phase-change material* menggunakan 90% air garam dan 10% lainnya adalah mineral. Bahan dalam modul dibekukan menggunakan elektrik. Di Korea, produk ini mampu bertahan dan bekerja selama 11 tahun. Selama itu efisiensinya masih di atas 98%.

Perangkat *phase-change material* dipasang pada boks menggunakan modul yang berisi *phase-change material*. Modul yang berbentuk seperti tabung bisa diganti jika ada salah satu yang rusak. Konsumen tidak perlu mengganti seluruh rangkaian modul, cukup mengganti modul yang rusak dengan yang baru.

Firdaus menjelaskan, jika dibandingkan dengan truk pendingin biasa, teori dan fakta di lapangan berbeda jauh. "Kami melakukan riset selama dua tahun untuk produk ini. Kemenperin dalam hal ini diwakili oleh Balai Besar Kimia dan Kemasan bekerja sama dengan KITECH untuk mengevaluasi *phase-change material*. Riset tadi membawa hasil yang luar biasa bahwa ini potensi besar di Indonesia. Kami targetkan penjualan untuk Asia Tenggara. Kami juga terbuka dengan pemilik *phase-change material* lalu dikondisikan seperti apa agar bisa diaplikasikan di Indonesia," paparnya.

Ia mencontohkan, pengoperasian produk *phase-change material cold chain*. *Phase-change material* hanya perlu *charging* 10 jam untuk ukuran kontainer, menggunakan 3,7 KW mulai dari pukul 22.00-07.00. Lalu truk dibawa ke gudang untuk *loading* barang. Pada saat *loading*, proses pengisian juga bisa dilakukan. *Loading* pukul 07.00-08.00 setelah semua muatan sudah naik saatnya produk tadi dibawa ke tempat tujuan. Di sinilah *phase-change material* bekerja menjaga suhu sesuai keinginan produsen, pukul 08.00-18.00. Jadi

phase-change material cukup di-charge 8-10 jam. Jika pintu tidak dibuka dan ditutup pintu di tengah perjalanan, bisa bertahan 30 jam. Selama perjalanan *phase-change material* tidak menggunakan tenaga apa pun dari truk. Mesin truk hidup atau mati, bisa menjaga suhu tetap stabil selama beberapa jam.

"Kami pernah uji coba buka-tutup pintu lebih dari lima menit sampai dengan 35 kali, hasilnya *phase-change material* bisa menjaga suhu sampai 18 Jam. Dalam produk juga ada fitur GPS beserta laporan suhu yang terpantau di layar. Ini bisa dimanfaatkan pengusaha untuk memantau barang saat dalam perjalanan," kata Firdaus.



Firdaus RM, CEO EST Internasional



Ruang cargo PCM yang siap digunakan



Setiap modul PCM yang rusak bisa langsung diganti tanpa mengganti keseluruhan rangkaian modul

UJI COBA DUA TAHUN

Menurut Firdaus, saat pertama kali produk ini dibawa ke Indonesia, produk langsung rusak, mereka kaget. Ternyata, ada beberapa sebab. *Pertama, phase-change material* memerlukan listrik yang stabil. Listrik di Korea cukup stabil, sedangkan di Indonesia berbeda. Kedua, jalan di Korea rata dan halus berbeda dengan jalan di Indonesia. "*Phase-change material* memerlukan kendaraan yang tahan guncangan. Sembari riset, kami sama-sama mengembangkan. Kami harus mampu membuat *phase-change material* yang dijual di Indonesia menjadi produk tangguh, artinya bisa beradaptasi dengan kondisi di sini," imbuhnya.

Produsen dari Korea setuju dengan kesepakatan modifikasi dan perusahaan menyiapkan pabrik. Prima Cold Chain memerlukan waktu satu tahun untuk menyelesaikan perizinannya hingga produk bisa dipakai. "Akhirnya pada Maret 2015 kami *soft opening*. Selama dua tahun ini kami uji coba untuk produk sayuran, es krim, dan *seafood*. Kami sudah uji coba dari Bogor ke Jakarta dan mereka biasa mengirim sayuran ini tanpa pendingin. *Phase-change material* menjaga suhu sayur tetap stabil sehingga umur dari sayur tersebut bisa lebih lama dibanding yang tidak menggunakan pendingin. Kami uji sayuran tadi dan bisa awet dalam suhu stabil sampai tiga minggu. Ini merupakan tes dari Balai Besar Kimia dan Kemasan dengan produk kami," tambahnya.

Prima Cold Chain tidak menjual rangkaian *phase-change material* tanpa aplikasinya. "Kami menjual *box cargo phase-change material*.

Sebelumnya kami pernah survei ke beberapa karoseri untuk tes produk menggunakan boks lokal tetapi insulasinya kurang kuat. Kami terpaksa mengimpor termasuk dengan boks *phase-change material*," katanya.

Pengaplikasian *phase-change material* bisa digunakan untuk *cold storage* dan boks pendingin. *Phase-change material* bisa diatur untuk mendapatkan suhu yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus memastikan insulasinya bagus, maka jaminan suhu yang terjaga akan sesuai keinginan. Karena alasan insulasi inilah perusahaan tidak memiliki karoseri dan material lokal untuk truk *box cargo*. "Perbedaan insulasi berpengaruh pada insulasi dan kekuatannya. Dalam hal ini kekuatan dari rangka baja penopang boks," tegasnya.

Firdaus membuat perbandingan



Panel kontrol PCM yang terletak dibawah cargo box

produk truk *phase-change material* dengan *box cargo* yang menggunakan refrigerator. *Refer box* menggunakan genset sepanjang waktu. Misalnya, genset kecil memerlukan empat liter solar industri dalam satu jam. Sedangkan *phase-change material* hanya memerlukan *charging* 10 jam menggunakan daya listrik 3,7 KW. Jadi truk atau kereta berhenti atau pun jalan, *phase-change material* terus menjaga suhu tanpa perlu bahan bakar lain lagi. "Jika dibandingkan dengan *refer container* tentu sangat tampak sisi hematnya. Tujuan kami adalah membuat produk hemat tetapi tidak mengorbankan pelanggan. Dalam perjalanan, pengemudi tidak perlu mematikan atau menghidupkan *phase-change material*, cukup angkut saja sampai gudang," tambah Firdaus.

Firdaus memberikan satu contoh fakta lapangan mengenai pengiriman produk ikan. Produsen mengirimkan ikan beku dengan kontainer dari Surabaya ke Jakarta. Produk ikan disimpan dalam kotak *styrofoam*. Ada juga beberapa perusahaan di Indonesia yang menggunakan *dry ice* tetapi tidak familiar dan sulit dijumpai. Sebagian yang lain menggunakan es batu. Produsen membayar kiriman dengan berat 1,5 ton. "Anda mungkin tidak akan percaya bahwa 700 kg dari 1,5 ton itu adalah es batu. Sisanya produk ikan beku. Jika menggunakan produk *phase-change material*, konsumen hanya perlu membayar ongkos kirim 800 saja tanpa perlu perhitungan es batu dan sarana pendingin lain sehingga tidak perlu membayar ongkos kirim 1,5 ton. Itulah salah satu alasan kenapa *cold chain logistics* di sini menjadi mahal jika dibandingkan dengan negara ASEAN yang lain," kata Firdaus.

Produk *phase-change material* menggunakan *GPS tracker* yang dilengkapi sistem sensor untuk memudahkan pengaturan dan pengawasan suhu, *GPS* dan *vehicle tracking* untuk memonitor keberadaan unit dan keselamatan kendaraan secara *realtime*. *Phase-change material cold chain* dibagi dalam dua aplikasi produk.

TIPE CHILLER

Meminimalkan terjadinya es.

Mencegah kerusakan produk dari air.

Cocok untuk pengiriman produk harian seperti susu, obat-obat dan sayuran.

TIPE FROZEN

Menjaga kestabilan suhu.

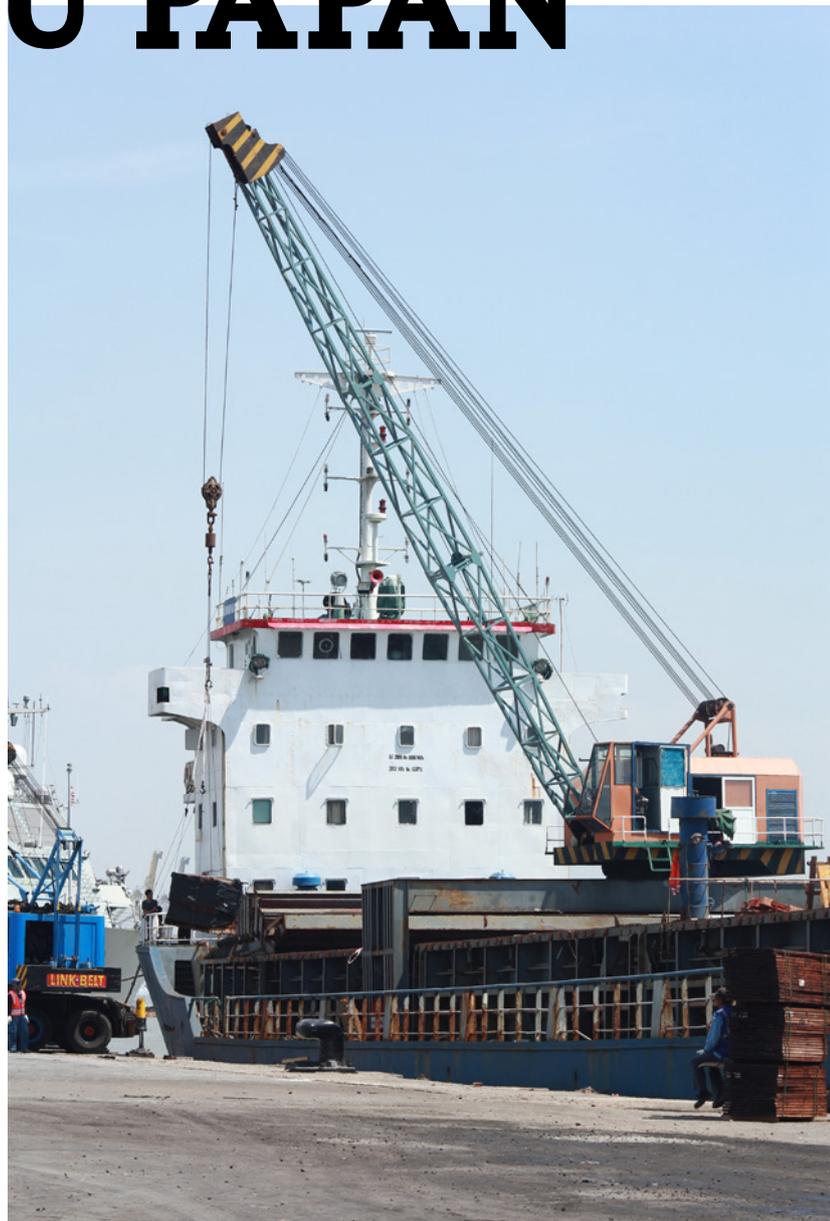
Cocok untuk pengiriman jarak pendek, menengah, dan jauh.

Cocok untuk pengiriman produk es krim, *seafood*, dan daging.



BONGKAR MUAT KAYU PAPAN

Foto dan teks: Giovanni Versadi



Caption goes here

Beginilah potret perjuangan petugas bongkar muat kayu papan di Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya. Mereka yang usianya tidak muda lagi terus berjibaku mencari nafkah. Jam bongkar-muat yang terkadang lewat jadwal dan tak kenal waktu, harus mereka penuhi. Mereka harus mendorong menata, melepaskan tali, menumpuk kayu yang beratnya sekitar 100 kg di bawah terik matahari, yang dikerjakan oleh dua pekerja sebagai petugas yang menata dan melepas tali dari crane kapal. Mereka bekerja terus-menerus sampai sampai semua muatan kapal selesai diturunkan.



BONGKAR MUAT KAYU PAPAN



Di dermaga crane dari kapal diarahkan oleh petugas bongkar muat ke lokasi penumpukan

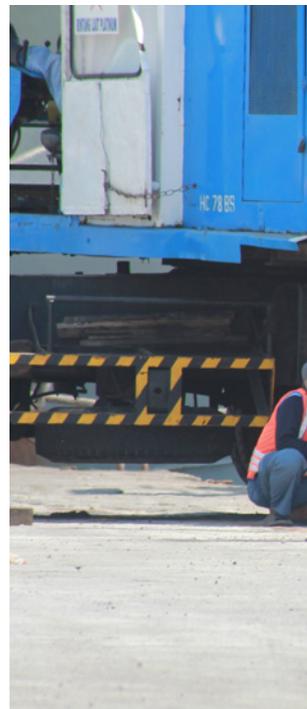


Petugas bongkar muat menggunakan forklif untuk menata papan kayu



Papan kayu diturunkan ke dermaga menggunakan crane kapal

BONGKAR MUAT KAYU PAPAN



Petugas memberikan arahan kepada operator crane untuk mendaratkan papan kayu



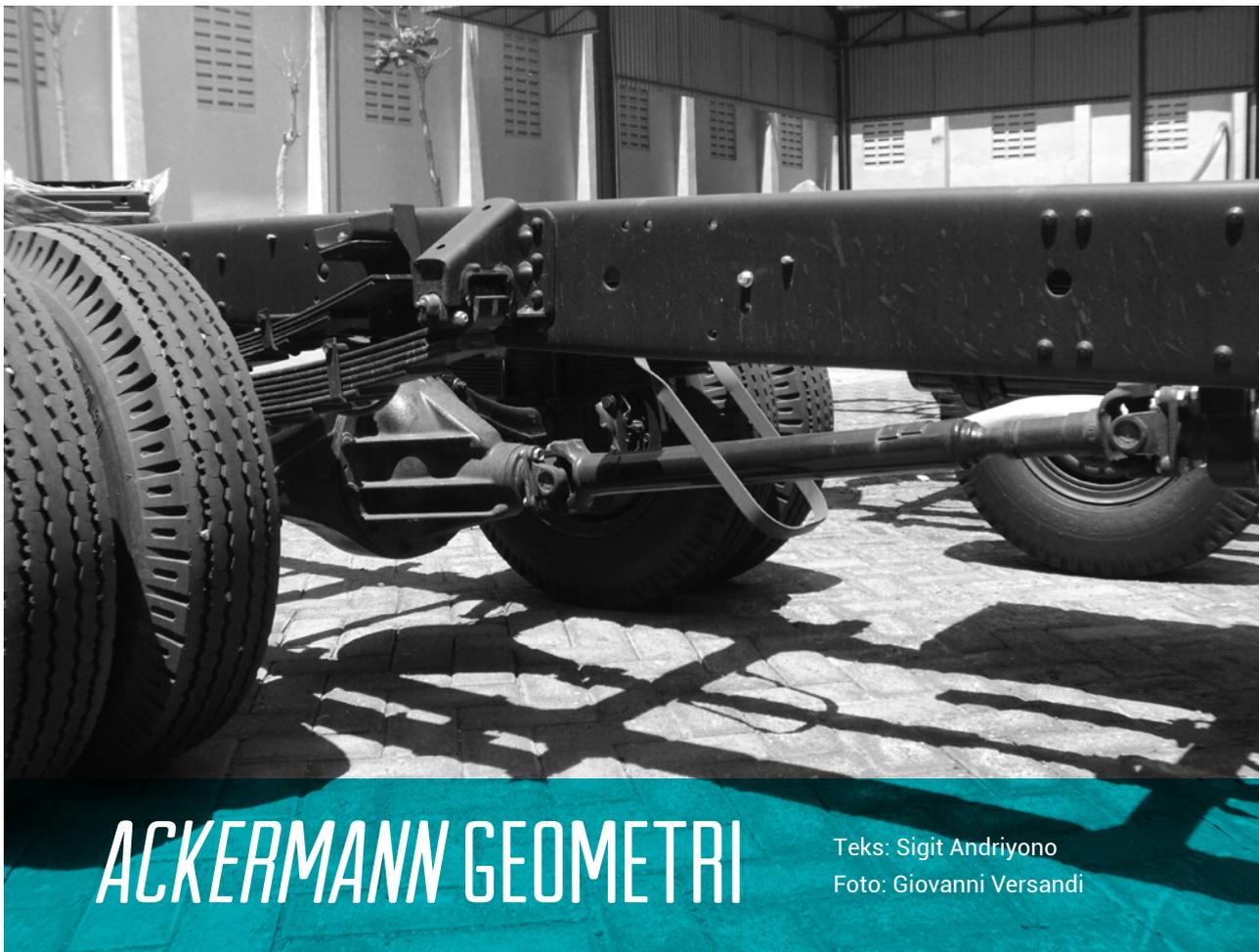
Petugas membuka lilitan kawat baja penyangga papan kayu



Berteduh dari terik panas matahari sembari menunggu papan kayu selesai diturunkan



Petugas melepaskan kawat penyangga papan crane diturunkan



ACKERMANN GEOMETRI

Teks: Sigit Andriyono

Foto: Giovanni Versandi

Posisi axle yang menerapkan perhitungan Ackermann

Ackermann geometri adalah pengaturan geometris yang berhubungan langsung dengan kemudi kendaraan yang dirancang untuk memecahkan masalah gesekan roda bagian dalam dan luar. Teknis ini juga memerlukan penelusuran ke seluruh permukaan ban untuk membuktikan adanya masalah ketidakselarasan. Ketika kendaraan berjalan, kendaraan mengikuti alur jalan, menggunakan seluruh permukaan lingkaran roda, dan semua berpusat pada suatu garis lurus yang memanjang dari sumbu poros. Arah roda pada saat melakukan belokan maksimal jika ditarik garis lurus keluar dan ditemukan dengan

tarikan garis dari sumbu belakang maka akan membentuk sudut dari pusat lingkaran.

Teori Ackermann berasal dalam nama seorang ilmuwan Rudolf Ackermann, yang menemukan dan melakukan penelitian serta pengembangan pada geometri kendaraan. Konsep yang ia berikan adalah konsep awal dalam desain otomotif dasar. Ia mampu menemukan rancangan suatu sistem yang tepat untuk kemudi kendaraan terutama saat mobil berbelok sehingga tiap roda yang menapak tidak ada bagian yang terseret. Sistem ideal yang mengompensasi besarnya radius putaran pada kendaraan.

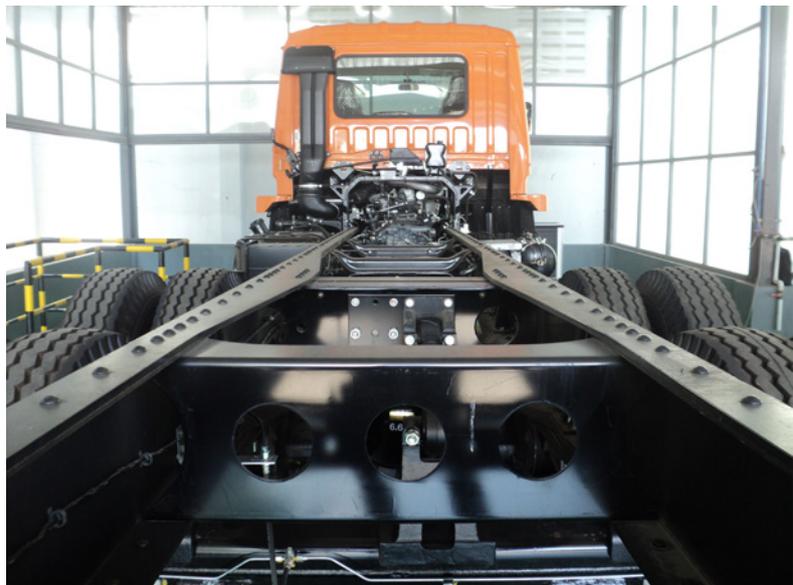
Sejarah membuktikan, banyak dari pemilik mobil pertama, khawatir saat roda berbelok dan ban akan terkoyak oleh permukaan jalan dan Ackermann merancang sistem kemudi kendaraan yang membantu menjaga roda tetap menapak sempurna dan mengurangi penyebab utama dari kerusakan alur ban.

Perbedaan sudut putaran roda ditentukan oleh panjang dan sudut lengan kemudi yang melekat pada hub dari poros kemudi. Teori Ackermann untuk kendaraan tertentu ditentukan dengan menggambar garis melalui sumbu putar yang merupakan bagian dari poros belakang kendaraan yang memiliki dua *axle*. Lalu menghubungkan dua garis dari *axle* depan dan titik pusat *axle* belakang.

Dalam teori, sudut roda perlu diubah untuk membentuk sudut yang tepat dengan masing-masing garis memanjang dari titik poros roda. Hal ini yang menyebabkan kemudi ban mengalami *toe out* ketika berputar. *Wheelbase* sebuah kendaraan adalah variabel yang paling penting yang bisa memengaruhi Teori Ackermann untuk sebuah kendaraan kendaraan.

Perlu diingat bahwa Ackermann adalah murni konsep geometris. Argumen dalam beberapa literatur yang mengatakan bahwa prinsip Ackermann dikembangkan pada awal 1900-an untuk kendaraan yang bergerak lambat dan tidak mempertimbangkan efek dinamis dari pengaruh di luar kendaraan memang bisa dibenarkan. Tetapi untuk kemudi truk teori ini masih digunakan sampai sekarang. Drs. Mardjani, pakar geometri kendaraan setuju dengan teori itu dan bisa menjadi dasar untuk perhitungan keselarasan kendaraan.

Prinsip Ackermann yang berlaku untuk truk, adalah putaran sumbu axis harus ditarik garis untuk menentukan titik pusat di mana kendaraan bisa membembelok. Tantangan dari teori ini adalah kendaraan yang memiliki *multi-drive axle* sehingga pabrikan bisa menerapkan Ackerman yang berbeda untuk basis roda yang berbeda dan kebutuhan armada yang berbeda.



Ban belakang dari truk tronton tidak menerapkan kaidah Ackermann



Pemeriksaan keselarasan roda harus rutin dilakukan

Beberapa poin yang bisa ditangkap dari teori ini adalah sebagai berikut.

- Teori geometris Ackerman adalah cara yang digunakan untuk mengarahkan kendaraan sehingga ban bisa menapak secara bebas ketika berbelok.
- Selama berbelok, roda bagian dalam dari poros kemudi memiliki lingkaran yang lebih kecil daripada roda bagian luar.
- Geometris Ackerman juga dikenal sebagai peristiwa *toe-out* selama roda berbelok. Kejadian ini memungkinkan roda dalam dan luar untuk mengubah sudut yang berbeda sehingga kedua roda bisa bernegosiasi dalam berputar tanpa salah satunya terseret. Pada sebuah truk dengan *multi-axle* diperlukan keselarasan untuk bisa menjalankan fungsinya. Kedua as roda yang tidak selaras satu sama lain akan memiliki efek buruk pada ban.

Mardjani menjelaskan, keselarasan pada bodi kendaraan sangat rentan dengan keamanan kendaraan itu sendiri, jika ada pengusaha yang mencoba memodifikasi kendaraan dengan tujuan tertentu setidaknya berpikir pada keselamatan terlebih dahulu. "Pengusaha yang mencoba memundurkan posisi *axle* belakang sebenarnya secara geometri masih bisa dihitung ulang, tetapi kepastian hasilnya nanti pada bodi kendaraan menjadi tidak seimbang," tegasnya.

Mardjani menjabarkan dalam bahasa teknis. "Logikanya seperti ini, **posisi *tie rod* terhadap *control arm* pasti tidak lurus**. Jika ditarik garis lurus dengan sudut siku pasti akan bertemu di *axle* belakang. Apa yang terjadi jika *axle* dimundurkan ke belakang tanpa perhitungan? Otomatis as depan harus dilebarkan agar sesuai. Apa tidak mengganggu keseimbangan kendaraan? Keselarasan *chassis* dan komponen keselamatan lain akan seperti apa? Jika dicoba, bisa saya hitung dan mundur sekitar 10 cm masih ada toleransi. Hal ini harus dengan hitungan cermat dan benar untuk menggeser *axle*," tambahnya.

Ia menegaskan, agar perhitungan untuk menggeser *axle* dipertimbangkan lebih dalam dan matang khususnya

hitungan keselarasan. Pusat dari titik kemudi dari kaidah Ackermann digeser maka akan terjadi ketidakseimbangan. "Perhatikan, *setting toe* harus benar dulu, mungkin akan aman saja jika kendaraan hanya berjalan lurus, saat berbelok akan terjadi masalah roda," katanya.

Ia mengingatkan, masalah akan lebih besar jika itu dilakukan pada truk tonton. Setelah *axle* digeser, petunjuk bahwa terjadi hitungan yang tidak cermat adalah terjadi ketidakstabilan. Ban paling belakang akan cepat aus karena ban belakang tidak menggunakan prinsip Ackerman sehingga ada gesekan dengan permukaan jalan. Ban belakang akan terseret secara terus-menerus ketika kendaraan berbelok.



Perputaran roda pada axle belakang menggunakan kaidah Ackermann



Pergeseran axle belakang akan mengganggu keselarasan roda saat berbelok



Bekerja Tanpa Henti, Mengangkut ke Seluruh Negeri.

Temukan produk Isuzu yang selama puluhan tahun telah dipercaya ketangguhannya. Mulai dari kendaraan angkutan niaga ringan hingga berat, mesin Isuzu terkenal handal dan hemat bahan bakar. Dengan dukungan layanan purna jual terbaik dan tersebar di seluruh Indonesia, Isuzu tak pernah berhenti untuk turut serta membangun bangsa.



Agen Tunggal & Distributor

PT ISUZU ASTRA MOTOR INDONESIA

f isuzuID @isuzuID

www.isuzu-astra.com



Konferensi Nasional Bisnis Maritim 2015

BERHARAP ADA PUSAT LOGISTIK NASIONAL

Teks : Sigit Andriyono
Foto : Giovanni Versandi



PPM Manajemen, lembaga pendidikan manajemen pertama di Indonesia, BUMN Insight, dan PT Pelindo III (Persero) menggagas penyelenggaraan Konferensi Nasional Bisnis Maritim 2015 dengan tajuk Peluang dan Investasi Pengembangan Industri di Wilayah Timur Indonesia (28-29/10) di terminal penumpang Gapura Surya Nusantara, Tanjung Perak, Surabaya.

Penyelenggaraan konferensi ini juga terkait dengan proyek PT Pelindo III. BUMN bidang kepelabuhanan dan logistik dengan wilayah kerja sebagian besar di wilayah timur Indonesia ini sekarang mengembangkan kawasan industri yang terintegrasi dengan pelabuhan, yakni Java Integrated Industrial & Port Estate (JIPE) di Manyar, Gresik, Jawa Timur. JIPE adalah sebuah kawasan yang dibangun di atas lahan seluas 2.933 hektare terbagi atas tiga

zona, yaitu zona residential estate seluas 765 ha, industrial estate seluas 1.761 ha, dan sea port estate seluas 406 ha.

Hadir dalam acara sebagai pembicara antara lain Direktur Kawasan Industri Morowali Tsingshan (KIMT) Dedi Mulyadi; juga Bupati Bantaeng Nurdin Abdullah yang mempresentasikan Kawasan Industri Bantaeng (KIB). Lalu, Wali Kota Balikpapan Rizal Effendy yang mempresentasikan Kawasan Industri Kariangau (KIK), Djarwo Surjanto selaku Dirut PT Pelindo III (Persero) yang menampilkan geliat di JIPE, Bambang Soetiono sebagai Direktur Utama



Perwakilan JIPE menjelaskan kondisi terkini melalui site plan kepada peserta konferensi



Opening Ceremony Konferensi Bisnis Maritim 2015 dengan serepak memukul gendang

PT Berkah Kawasan Manyar Sejahtera yang merupakan anak perusahaan dari PT AKR Corporindo Tbk., dan Hari Bowo selaku Komisariss Utama Pelindo III.

Dalam diskusi panel hadir sebagai pembicara Direktur Jenderal Pengembangan Perwilayahan Industri Dr. Imam Haryono dan Dr. Ir. Hoetomo Lembito, M.B.A. Tim Ahli Sislognas Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia.

Dalam sambutannya Djarwo Surjanto mengatakan, 13 tahun dari sekarang, ia berharap kawasan industri bertumbuh di bagian timur Indonesia sehingga Indonesia bisa benar-benar menjadi negara industri bukan hanya negara konsumtif. Rencana berikutnya, dibangunnya 11 pelabuhan kecil yang kondisi pelayanan penumpangnya dirasa kurang sehingga pelabuhan di Indonesia Timur bisa memaksimalkan pelayanan seperti pelabuhan besar lainnya.

Sementara itu, menurut Hoetomo Lembito, penyebab logistik mahal adalah karena industri terbesar masih terjadi di wilayah barat seperti Pulau Jawa dan Sumatera. "Itulah yang menyebabkan biaya logistik tinggi. Indonesia bagian timur masih kurang. Ada beberapa pelayaran yang harus

transit dahulu ke pelabuhan di barat sebelum dikirim langsung ke pelabuhan tujuan. Ini artinya, daerah itu tidak ada pelayaran langsung. Pengembangan kawasan industri dan pusat distribusi nasional menjadi salah satu andalan kita," tegasnya. Pemerintah berharap ada kawasan yang menjadi pusat logistik di Indonesia. Hoetomo menjelaskan, Sislognas bukan sekadar wacana tetapi sekarang sudah ada implementasinya. "Contoh rencana pembangunan 24 pelabuhan dan itu saya yakin akan mengubah peta perlogistikan nasional. Kami juga selalu mendorong pemerintah, apa yang sudah kita desain dapat terealisasi segera," katanya.

Sebagai negara yang sebagian besar wilayahnya lautan, seharusnya pelabuhan di Indonesia menjadi sarana paling krusial untuk menghubungkan antar-pulau maupun antar-negara. Pelabuhan diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi wilayah di sekitarnya bahkan menjadi motor pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Konferensi ini penting diikuti para pelaku industri maupun calon investor yang ingin mengembangkan industri di wilayah timur karena juga digelar pameran selama konferensi berlangsung. Peserta pameran adalah perusahaan-perusahaan pengembang dan pengelola kawasan industri maupun perusahaan-perusahaan besar lainnya yang bergerak di bidang usaha untuk mendukung pengembangan industri, seperti perusahaan sistem teknologi informasi, jasa konstruksi maupun perakitan pabrik. Dalam acara ini juga diadakan kunjungan ke Terminal Teluk Lamong dan JIPE, yang keduanya dikembangkan dan dikelola PT Pelindo III (Persero).



Seluruh Peserta mengikuti dengan khidmat pembacaan Sumpah Pemuda



Pembacaan Sumpah Pemuda oleh perwakilan mahasiswa



Prescon Konferensi Nasional Bisnis Maritim 2015



Area expo dari seluruh pendukung acara Konferensi Nasional Bisnis Maritim 2015



Ir. Imam Haryono, MSc Dirjen Pengembangan Perwilayah Industri Kementerian Perindustrian RI menyampaikan perkembangan industri di Indonesia



Didkusi panel hari kedua dengan narasumber dari BKPM, BPN, dan Kementerian Pekerjaan Umum



Perwakilan PPM Manajemen menyerahkan buku 'Semua Untuk Negeri' kepada Dirut Pelindo III Djarwo Surjanto



Penyerahan buku 'Semua Untuk Negeri' secara simbolis kepada mahasiswa berprestasi



Talkshow tentang JIPE yang menghadirkan Dirut Pelindo III Djarwo Surjanto dan Dirut PT Berkah Kawasan Manyar Sejahtera Bambang Soetiono



DR. Ir. Hoetomo Lembito MBA, Tim Ahli Sislognas Kementerian Koordinator Perekonomian RI menerima kenang-kenangan dari panitia



Pameran Otomotif Surabaya 2015

JUAL 953 KENDARAAN

Teks : Sigit Andriyono
Foto : Giovanni Versandi

Dyandra Promosindo kembali menghadirkan Pameran Otomotif Surabaya 2015. Event tahunan ini adalah kali keenam pameran diselenggarakan di Kota Pahlawan dan untuk tahun ini hadir dengan mengusung tagline *The Real Motor Show since 2010*. Pameran ini merupakan pameran otomotif terbesar di Jawa Timur dan sekitarnya. Pameran ini menggunakan total area seluas 9.760 m2 yang meliputi *indoor area* dan *outdoor area* Grand City Convex. Pameran diadakan 4-8 November. Acara dihadiri Wakil Gubernur Jawa Timur Drs. Saifullah Yusuf, Kepala

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur Ardi Prasetyawan, Ketua Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (Asperapi) Jawa Timur Suprpti Suprobo, dan Perwakilan Grand Prix International Thailand Komar Jauhari.

Saat pembukaan pameran, Wakil Gubernur Jatim yang akrab dipanggil Gus Ipul ini mengajak semua peserta dan pengunjung pameran agar senantiasa bersyukur karena penyelenggara pameran, yaitu Dyandra Promosindo terus berkomitmen tiap tahun mengadakan pameran otomotif. "Dengan adanya POS 2015, mampu memberikan ruang

yang lebih konkret kepada peminat otomotif tentang semua hal yang berkaitan langsung dengan produk kendaraan," katanya.

Muhammad Riza sebagai Direktur PT Dyandra Promosindo membawa sesuatu yang spesial untuk pengunjung POS 2015. Pengunjung bisa melihat dari dekat Dodge Charger yang digunakan oleh Dom Toretto pada film *Fast and Furious*, serta *Flying Ford Anglia* atau mobil terbang yang muncul dalam film *Harry Potter And The Chambers of Secrets* tahun 2002.

Sebagai rangkaian acara POS 2015, pihak penyelenggara

mempersembahkan beberapa program seperti uji coba kendaraan yang diikuti para peserta pameran. Tak ketinggalan penggemar mobil dan motor *custom* dimanjakan dengan *mini exhibition* yang digelar bengkel-bengkel *custom* lokal dalam *Surabaya Custom Garage* di *outdoor area* POS 2015.

Berbagai kompetisi dihadirkan untuk menyemarakkan pameran, di antaranya *Gymkhana War* yang diadakan dalam empat kategori, yaitu FWD Rookie, FWD Pro, RWD dan FFA. *Pimp My Helmet* yang diadakan untuk memberikan wadah bagi para kreatif untuk menggambar pada helm yang telah disediakan oleh penyelenggara.

Ada *Drone Photo Challenge* dan *Drone Fun Rally* serta *WRC Challenge*. Selain itu ada *Gymkhana Stuntskill Competition* bagi penyuka atraksi yang memicu adrenalin dengan menggandeng *Indonesian Stunride Association (ISA)*. Para peserta POS 2015 juga berkompetisi di ajang *Favorite Car*, *Favorite Booth*, serta *Favorite Female Presenter* yang ditentukan dari *polling* pilihan pengunjung.

Salah satu pengunjung, Mahfud asal Rungkut, Surabaya menuturkan, "Saya datang bersama keluarga, foto bersama dengan mobil yang dipakai di film. Acara ini cukup bagus dan berkesan buat saya, apalagi tahun depan diskon untuk kendaraan bisa ditambah lagi," tutupnya sambil tersenyum.

POS 2015 berhasil mendatangkan 45.047 pengunjung selama lima hari pelaksanaannya. Total transaksi sebesar Rp 289 miliar dengan 953 unit kendaraan terjual. Tofani Lazuardi, *Branch Manager* Dyandra Promosindo berharap, kemeriahan POS 2015 dapat berlanjut pada gelaran tahun depan.



Wakil Gubernur Jatim Drs. Saifulah Yusuf menyampaikan sambutannya



Direktur PT Dyandra Promosindo, Muhammad Riza



Pemotongan pita oleh Wakil Gubernur Jatim, menandakan POS 2015 resmi dibuka



Teks: Abdul Wachid | Foto: Dok. PT Sentras Varitama

MOBILE CLINIC

DIMINATI UNTUK PROGRAM CSR

Upaya peningkatan pemerataan jangkauan dan kualitas pelayanan kesehatan bagi masyarakat di wilayah terpencil rupanya telah menjadi kesadaran oleh banyak instansi kesehatan pemerintah dan perusahaan yang memiliki program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Kegiatan semacam ini biasanya dilaksanakan di daerah perdesaan yang belum tersedia infrastruktur jalan, transportasi yang memadai, dan jauhnya jarak tempuh ke lokasi.



Mobile clinic juga menyediakan berbagai fasilitas layanan kesehatan yang dilengkapi dengan perangkat medis, obat-obatan dan tenaga medis.

Guna mewujudkan program tersebut beberapa instansi melakukan inovasi dengan menyediakan *mobile clinic* sebagai sarana pendukungnya. Tak hanya berfungsi sebagai sarana transportasi, *mobile clinic* juga menyediakan berbagai fasilitas layanan kesehatan yang dilengkapi dengan perangkat medis, obat-obatan, dan tenaga medis.

Menurut Daniel Budiman, Direktur PT Sentras Varitama, belakangan ini *mobile clinic* juga telah digunakan di perkotaan oleh perusahaan yang memiliki program CSR. Sasarannya ialah masyarakat kurang mampu dengan mendatangi langsung di lokasi dekat permukiman mereka. PT Sentras Varitama merupakan



Desain interior bisa disesuaikan dengan permintaan pemesan

perusahaan karosesi spesialis boks berpendingin tetapi juga memproduksi karoseri khusus, seperti *food truck*, trailer caravan termasuk *mobile clinic*.

"Tidak ada standar jenis truk yang dipakai tapi karena banyak peralatan yang perlu dibawa jadi biasanya jenis truk enam ban dengan kapasitas angkut 4-5 ton ke atas. Untuk jenisnya yang saya tahu ada *mobile clinic* yang umum dan spesialis. *Mobile clinic* umum isinya tempat tidur periksa, ruang dokter dan toilet, sedangkan *mobile clinic* spesial seperti *mobile rontgen*, *mobile dentist*," papar Daniel.

Pemesan *mobile clinic* berasal dari beragam instansi baik pemerintah maupun swasta. Daniel menyebutkan, salah satu instansi pemerintah yang pernah memesan *mobile clinic* ialah TNI Angkatan Darat yang digunakan untuk bantuan jika terjadi bencana alam. Dalam pengerjaan *mobile clinic* PT Sentras Varitama melakukan banyak penyesuaian, mulai aturan tentang modifikasi kendaraan terutama dimensi karosesi oleh



MOBILE CLINIC

Ditjen Perhubungan Darat. Kemudian, dilakukan penyesuaian desain *outdoor*, interior maupun fitur-fitur tambahan yang telah disiapkan oleh pemesan.

Terdapat tiga bahan baku yang digunakan, yakni *sandwich panel*, *extruded polystyrene*, dan *fiber glas*. Ketiganya kemudian dikombinasi, lapisan dalam, yaitu *sandwich panel* dan *extruded polystyrene* setebal 75 mm, kemudian lapisan luar *fiber glass* dengan ketebalan 1,5 mm. Daniel mengatakan, bahan baku yang perusahaannya gunakan memiliki keamanan tinggi karena telah terstandardisasi dari pabrikannya, yakni Jerman.



Mobile Clinic umumnya berisi tempat tidur periksa, ruang dokter dan toilet



Pemesan mobile clinic berasal dari beragam instansi baik pemerintah ataupun swasta

Bahan ini di negara asalnya memang digunakan oleh industri makanan dengan kelebihan tahan api. Artinya, ketika bahan tersebut terbakar tidak akan merambat seperti halnya kertas. *Polystyrene* merupakan bahan baku yang biasa digunakan oleh PT Sentras Varitama untuk pembuatan boks pendingin atau biasa disebut Sentras Box. Keuntungan lain *fiber glass*, membuat bobot karoseri sangat ringan, yakni hanya seberat 600 kg.

Secara umum, material yang digunakan guna memproduksi *mobile clinic* hampir sama dengan material boks berpendingin. Perbedaannya hanya terletak pada konstruksi di mana diperkuat dengan penambahan rangka besi. Sementara guna menghindari kebocoran saat hujan, PT Sentras Varitama menggunakan engsel jendela dan pintu khusus. Material engsel yang digunakan berbahan alumunium dikombinasi lapisan karet sehingga tidak ada celah samasekali saat engsel ditutup.



Caption goes here



Peran Sektor Pergudangan Dalam Menjaga Mutu Barang

Teks : Citra D. Vresti Trisna

Makin ketatnya persaingan di dunia usaha membuat kualitas barang menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Menjaga kualitas barang adalah salah satu cara agar dapat memenangkan persaingan. Karena itu, keberadaan sektor pergudangan menjadi sesuatu yang penting agar sebuah perusahaan mampu menjaga kualitas produknya tetap prima. Selain itu, bagi perusahaan yang sudah mengelola pergudangan dengan modern bisa dipastikan mampu menerapkan GDP (*Good Distribution Practice*).

Logistics General Manager PT Enseval Putera Megatrading, Berty Argiyantari mengatakan, sektor pergudangan memiliki peran yang cukup penting dalam menjaga mutu barang. Berdasarkan fungsinya, gudang menjadi tempat penerimaan, penyimpanan, pemeliharaan, pendistribusian, pengendalian dan pemusnahan barang. Selain itu, gudang juga difungsikan sebagai tempat menyortir, membungkus, dan mengepak barang yang akan dijual atau pun dikirim ke pelanggan. "Segala proses di pergudangan harus sesuai dengan standar prosedur dan ketentuan yang berlaku dan dilakukan pengawasan mutu agar mutu barang tetap terjamin," tutur Berty.

Meski demikian, proses menjaga kualitas barang dengan memfungsikan pergudangan memerlukan biaya untuk investasi dan pengadaan infrastruktur yang memadai. Namun, menurut Berty, biaya yang dikeluarkan akan meningkatkan harga barang yang dijual karena sebanding dengan *value* yang didapat konsumen. "Mutu barang tidak hanya berkaitan dengan manfaat dari suatu produk yang bisa diambil atau pun dari cara pembuatannya, tapi juga ditunjang oleh cara penyimpanan di gudang dan pendistribusian yang tepat," kata Berty.

Dia menambahkan, meski menyimpan barang di gudang mendatangkan keuntungan lebih, apabila selama proses penyimpanan barang mengabaikan mutu barang akan membuat kerusakan pada barang, kadaluwarsa, busuk, dan tidak laku dijual sehingga harus dimusnahkan. Akibatnya, perusahaan mengalami penurunan laba.



Fungsi gudang cukup penting untuk menjaga kualitas produk

Menurut Berty, meski menyimpan barang di gudang dapat mendatangkan keuntungan yang cukup besar, tidak semua keuntungan bisa dinilai dengan besaran angka. Alasannya, keuntungan menyimpan barang di gudang bisa berupa *intangible benefit*, seperti meningkatnya *brand product* dan *company image*. "Bila *brand* dan *company image* sudah rusak di mata pelanggan, maka akan sangat sulit dan membutuhkan biaya besar untuk mengembalikannya lagi," papar Berty.

Faktor yang menentukan keberhasilan di sektor pergudangan

1	Lokasi gudang	Sebisa mungkin memilih lokasi gudang di area yang bebas dari banjir.
2	<i>Lay out</i> gudang	Adanya pemisahan barang sesuai dengan peruntukkannya.
3	Infrastruktur dan fasilitas	Gudang harus memiliki kapasitas dan penerangan yang cukup dan aman dari gangguan cuaca.
4	<i>IT system</i>	<i>IT System</i> yang digunakan memudahkan melakukan penelusuran transaksi pergudangan (keluar masuknya barang) atau investigasi stok.
5	SOP kerja dan pengelolaan stok	Terdapat SOP yang menjamin gudang dalam keadaan bersih, rapi, suhu, dan kelembaban yang tercatat, dokumentasi yang rapi dan adanya rotasi stok dan pengontrolan stok yang rutin.
6	SDM	SDM yang terlatih menjadi faktor yang paling menentukan dalam menentukan kualitas.

Penerapan GDP

Selain memfungsikan gudang sebagai upaya menjaga mutu barang, perusahaan juga dituntut untuk menerapkan GDP (*Good Distribution Practice*). GDP adalah sistem jaminan kualitas yang berhubungan dengan persyaratan pengadaan, penerimaan, penyimpanan, dan pengiriman. Selain itu, GDP (*Good Distribution Practice*) merupakan bagian dari fungsi penjaminan kualitas (*quality assurance*) untuk memastikan produk agar secara konsisten disimpan, dikirim, dan ditangani sesuai kondisi yang dipersyaratkan oleh spesifikasi produk. "Untuk pergudangan yang sudah dikelola secara modern dan *concern* terhadap mutu, maka akan menerapkan GDP tersebut," papar Berty.

Menurut Berty, berdasarkan GDP,

yang dibutuhkan untuk menjaga mutu barang adalah tempat penyimpanan yang memiliki persyaratan suhu dan kelembaban yang selalu dapat diawasi. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah lokasi dan jumlah titik pengawasan suhu harus dapat mewakili kondisi ruangan. Selain itu, alat ukur suhu dan kelembaban juga harus memiliki standar ukuran yang sudah terkalibrasi oleh pihak yang berkompeten. Frekuensi pengawasan juga perlu dilakukan secara teratur untuk memastikan bahwa kondisi gudang selalu terpantau dengan baik.

Untuk mencegah terjadinya penurunan mutu, produk-produk tertentu yang memiliki kondisi penyimpanan khusus dan tidak boleh

dijadikan satu dengan produk lain dengan kondisi penyimpanan berbeda. Tempat penyimpanan barang juga harus memenuhi standar keamanan bagi produk yang disimpan. Kemudian yang terpenting adalah gudang juga harus memiliki pengendalian hama, serangga atau hewan pengganggu. "Dengan menerapkan klausul-klausul GDP dalam kegiatan pergudangan dan transportasi, maka akan diperoleh komitmen yang jelas dalam menjamin kualitas dalam tujuannya meraih kepuasan pelanggan," papar Berty.



Berty Argiyantari, Logistics General Manager PTEnseval Putera Megatrading

Komponen dalam GDP

Pembuatan struktur organisasi atau manajemen yang jelas, ringkas, dan memiliki fungsi yang saling mendukung antara satu dengan lainnya.

Salah satu persyaratan penting bagi karyawan yang bertugas menjalankan aktivitas logistik adalah mendapatkan pelatihan dan evaluasi agar keahlian terjadi peningkatan kualitas karyawan.

Penyusunan *quality management*.

Memastikan pergudangan dan penyimpanan memenuhi standar dan metode kerja yang ditentukan.

Memastikan *vehicles and equipment* memiliki standar keamanan yang ditentukan dan memiliki SOP penanganan kendaraan secara keseluruhan.

Containers and container labelling atau proses memastikan pemberian label alamat dan tujuan serta jenis barang untuk menghindari kesalahan dalam pengiriman barang.

Dispatch atau memastikan pengiriman barang memiliki data pendukung, SOP dan kontrak yang jelas dengan penyedia jasa transportasi.

Transportation and products in transit atau proses memastikan barang dalam keadaan aman dan tetap terjamin kualitasnya.

Documentation atau proses memastikan bahwa seluruh dokumen yang digunakan baik itu berupa SOP, *working instruction*, form maupun catatan (*record*) harus memiliki identitas yang jelas dan pencatatan perjalanan dokumen.

Repackaging and relabelling atau aktivitas pengemasan kembali kemasan terkecil suatu barang.

Complaints atau aktivitas penanganan *complain* pelanggan terhadap produk.

Recalls atau aktivitas penanganan penarikan produk.

Rejected and returned products.

Counterfeit pharmaceutical products.

Importation.

Contract activities.

Self inspection.

Berty menambahkan, selain pergudangan, hal lain yang harus diperhatikan dalam menjaga mutu barang adalah kondisi barang selama dalam perjalanan. Oleh karena itu, barang dalam pengiriman harus dilengkapi dengan prosedur sesuai standar GDP. Alat pengukur suhu juga harus disediakan agar dapat memonitor dan mencatat kondisi-kondisi khusus. "Temperatur harus dipastikan sesuai dengan standar yang dipersyaratkan. Untuk beberapa jenis barang yang sensitif terhadap suhu, karena kondisi penyimpanan bisa berpengaruh pada kualitas barang," imbuhnya.

Yang harus diperhatikan selama barang berada di perjalanan:

- Identitas barang tidak boleh hilang agar mudah terlacak bila terjadi masalah dan tidak menimbulkan kerancuan.
- Barang tidak boleh terkontaminasi dan mengontaminasi barang lain.
- Barang aman dari kebocoran, kerusakan, atau pencurian.
- Barang-barang yang berbahaya harus ditangani ditempat yang berbeda, khusus dan mudah diawasi agar tidak mencemari produk lainnya.



KOPABA

BERTAHAN KARENA SEMANGAT ANGGOTA

Teks : Citra D. Vresti Trisna
Foto : Giovani Versandi

Meski dukungan pemerintah terhadap koperasi di Indonesia dirasa sebagian orang masih minim, tidak sedikit koperasi yang tetap bertahan dan terus berupaya menyejahterakan anggotanya. Salah satu koperasi yang terus berupaya bertahan di tengah kondisi pelemahan ekonomi adalah Kopaba (Koperasi Angkutan Barang).

Kopaba didirikan pada 1982 untuk mewadahi para pengusaha yang bergerak di bidang angkutan barang, khususnya angkutan khusus pelabuhan. Kopaba sempat beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar pada tahun 2005, kemudian pergantian terakhir terjadi pada akhir 2014. Sampai saat ini jumlah anggota Kopaba mencapai 1.200 anggota yang terdiri dari pemilik usaha transportasi perorangan.

Ketua Umum Kopaba, Zainuri mengatakan, di Indonesia ada dua jenis pengusaha truk. Pertama,

pengusaha yang membentuk PT yang kemudian bergabung di dalam Aptrindo. Kedua, pengusaha perorangan yang bergabung di dalam koperasi.

Bagi anggota yang sudah bergabung di dalam Kopaba diharuskan membayar simpanan pokok dan simpanan wajib. "Anggota kami 80% adalah pemilik truk kontainer. Mereka bisa mulai beroperasi itu ketika mereka mendapatkan izin usaha KIU (Kartu Izin Usaha) yang dikeluarkan oleh Pusat Terpadu Satu Pintu," katanya.



Kantor baru KOPABA yang berada di semper Jakarta Utara



Drs. H Zanuari Ketua KOPABA
(Koperasi Angkutan Barang)

Layanan Kopaba sebagai berikut:

Pengurusan KIU. Seluruh anggota Kopaba dapat mengurus KIU baru maupun perpanjangan melalui Kopaba.

Pengurusan TID (Truck ID). Sesuai dengan Surat Otoritas Pelabuhan, Kopaba dapat langsung memberikan rekomendasi pengurusan TID bagi seluruh anggotanya.

Peremajaan armada. Kopaba dapat mewakili seluruh anggotanya yang ingin melakukan peremajaan armada.

Pembelian oli Pertamina. Kopaba melakukan kerja sama dengan PT Pertamina sebagai agen penyalur oli Pertamina. Seluruh anggota Kopaba dapat melakukan pembelian langsung melalui Kopaba.

Pembelian ban. Kopaba bekerja sama dengan beberapa perusahaan ban dengan berbagai merek untuk memenuhi kebutuhan anggota Kopaba.

VISI KOPABA

Menjadikan Kopaba sebagai koperasi besar dalam bidang jasa angkutan barang dengan berlandaskan profesionalitas yang amanah dan berperan aktif memberikan sumbangsih kepada pembangunan yang adil dan merata.

MISI KOPABA

- Berperan aktif memberikan pelayanan yang terbaik bagi anggota dalam hal pengembangan kualitas keanggotaan.
- Menjadi institusi yang mewakili anggota dalam berbagai kepentingan anggota.
- Menciptakan kegiatan usaha yang membawa kebaikan bagi seluruh anggota dan masyarakat.

Berdasarkan fungsinya, Kopaba memiliki peran dalam pelayanan anggota, terutama yang berkaitan dengan pemberian rekomendasi pengurusan izin operasional angkutan barang bagi anggota yang tergabung di dalamnya. Kopaba berperan untuk mewakili seluruh anggotanya dalam hal perizinan operasional dan menjaga eksistensi seluruh anggota di bawah naungan Kopaba. Kegiatan pengurusan izin operasional ini sesuai dengan keluarnya Peraturan Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta Nomor 5 Tahun 2014 Pasal 120 tentang Transportasi.

Di dalam peraturan daerah tersebut disebutkan bahwa setiap pengusaha yang melakukan usaha angkutan umum wajib dengan badan usaha yang berbentuk badan hukum Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Badan hukum Indonesia dapat berbentuk Badan Usaha Milik Negara; Badan Usaha Milik Daerah; Perseroan Terbatas; atau Koperasi. Dalam hal kondisi khusus dan selektif, bagi pengusaha angkutan umum yang ada saat ini, dapat diberikan waktu paling lama 12 bulan dan tidak dapat diperpanjang terhitung mulai peraturan daerah ini diberlakukan.

"Kalau para pengusaha itu butuh bantuan yang ada hubungannya dengan transportasi, mereka minta tolong ke Kopaba. Istilahnya, Kopaba adalah payung bagi pengusaha trailer yang perorangan, yang bukan dari PT (Perseroan Terbatas). Karena kalau mereka mengurus perizinan sendiri itu tidak bisa dan kami



Ir. H. Achmad Solih MM Sekretaris KOPABA
(Koperasi Angkutan Barang)

yang memayungi. Kalau perusahaan, Aptrindo yang menangani, tapi kalau pengusahanya adalah di Kopaba," kata Sekretaris Kopaba, Achmad Solih.

Menurut Zainuri, selain mendapat kemudahan dalam melakukan pengurusan izin usaha, keuntungan lain yang didapat dengan bergabung pada Kopaba adalah mendapat informasi terbaru terkait regulasi yang dikeluarkan pemerintah dan OP (Otoritas Pelabuhan). Anggota Kopaba juga akan mendapat informasi terkait pembelian armada dan order, serta mendapatkan akses dari sesama anggota.

Meski Kopaba sudah berdiri sejak 1982, kepengurusan Kopaba baru berjalan efektif sejak awal 2015. Sehingga, yang menjadi prioritas utama koperasi ini adalah membenahi tataran internal organisasi. Menurut Zainuri, hal ini terjadi karena perubahan regulasi pemerintah terkait koperasi di Indonesia. Pada 1982, koperasi di Indonesia mendapat dukungan penuh dari pemerintah untuk maju dan berkembang. Namun, saat ini koperasi di Indonesia, terutama Kopaba harus mengandalkan usaha sendiri agar dapat bertahan tanpa bantuan pemerintah.

Ia menambahkan, kondisi koperasi masih

diperparah dengan adanya pelemahan ekonomi yang terjadi di Indonesia. Karena, menurut dia, melemahnya ekonomi membuat bisnis anggota menurun tajam. Padahal, ia dan para pengurus berharap pemerintah memberikan dukungan penuh kepada koperasi di Indonesia. "Dukungan pemerintah selama ini belum ada, terutama yang menyangkut finansial. Kalau dalam hal perizinan, kami tidak diganggu, kami diperlancar perizinan usaha saja itu sudah sangat membantu," ujar Zainuri.

Minimnya dukungan pemerintah pada koperasi di Indonesia, terutama Kopaba juga diakui oleh Widodo Putu Prawiro, Ketua Pengawas Kopaba. Menurut dia, selama ini dukungan konkret pemerintah kepada koperasi masih belum tampak. Sehingga menurut dia, yang paling mungkin dilakukan adalah terus bekerja tanpa berharap dari pemerintah. Meski, dia mengaku tetap terbuka pada bantuan pemerintah untuk koperasi. "Jadi yang selama ini bertahan sebenarnya bukan Kopaba, tapi semangat anggotalah yang membuat Kopaba tetap bertahan. Meski kondisi sedang sulit dan bahkan sampai ada pemilik truk yang harus menjadi sopir karena tidak mampu membayar orang," tambah Putu.

Zainuri mengakui bila Kopaba kembali aktif pada masa-masa sulit ketika dukungan pemerintah pada koperasi mulai berkurang. Kendati demikian, ia dan pengurus Kopaba saat ini tetap berkomitmen untuk mempermudah anggota dalam melakukan pengurusan dan pembaruan izin beroperasi. Selain itu, komitmen dalam memperjuangkan anggota diwujudkan dengan menempuh kerja sama dengan pengusaha oli agar anggota Kopaba bisa mendapatkan oli dengan harga lebih murah.

"Kami juga akan menggandeng bank untuk memberikan angsuran. Kami juga ada kerja sama dengan penyalur suku cadang, kami memberikan angsuran ke anggota agar mereka dapat bertahan. Karena selama ini mereka harus beli secara tunai. Tapi, yang membuat kami tetap semangat adalah dukungan penuh dari dan respons yang baik dari anggota. Para anggota sangat berterima kasih dengan kami karena kami ikut memudahkan anggota dalam hal pengurusan perizinan," papar Zainuri.

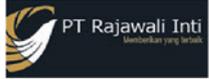
Zainuri berharap ke depannya pemerintah bisa terus membantu koperasi di Indonesia, terutama dalam hal finansial dan pembinaan bagi anggota-anggota koperasi. Karena, menurut dia, sampai saat ini, dari sekian banyak koperasi hanya sedikit yang bisa eksis. "Kami berharap ke depannya dapat menjadi pengayom anggota secara keseluruhan dan membantu usaha anggota. Kami ingin menjadi kebanggaan anggota dan meningkatkan kesejahteraan anggota," harapnya.



Widodo Putu Prawiro, Ketua Pengawas Kopaba



Pengawasan kinerja karyawan KOPABA

 <p>1. PT. Dyandra Promosindo // Dyandra Convention Center Surabaya Lt. 1 Jl. Basuki Rahmat 93-105 Surabaya 60271, Indonesia Telp. 031- 5313177 Fax. 031- 5323277 Website: www.dyandra.com</p>	 <p>2. PT Bumi Benowo Sukses Sejahtera// Graha Gramaron Jl. Bunguran 23-25A Surabaya Telp. (031) 355 6666</p>	 <p>3. PT Sentras Varitama // Jl. Alternatif Sentul No. 8 Babakan Madang, Sentul 16810, Indonesia. Telp. 021 87951025, 021 87951106 Fax. 021 87950702 Email: danielbudiman@gmail.com</p>	  <p>4. PT. Intraco Penta Wahana Sinotruck // INTA Headquarter Building Raya Cakung Cilincing Km 3.5 RT. 005 RW 010, Kel. Semper Timur Kec. Cilincing, Jakarta Utara Telp. 021- 4401408, 4410255 (Hunting) Fax. 021-448 309 18 Web. www.ipwahana.com</p>
 <p>5. PT Rajawali Shakti Nusantera // (Graha Rakhmat 1st Floor) Jln. Raya Prambanan No. 5 Surabaya 60131 Telp. (031) 31 5010076 Fax. (031) 5010085</p>	 <p>6. PT. Gaya Makmur Mobil // Jl. Lingkar Luar Brt 9, Jakarta, 11740 Telp. 021- 5830 0788 Fax. 021- 5830 0127 Email: info@gmmobil.com Website: http://gmmobil.com</p>	 <p>9. PT. KURNIA MITRA SELARAS // Jl. Baru Terusan I gusti Ngurah Rai No.9 Pondok Kopi, Jakarta Timur Tel. (021) 8660 7190 / 8661 5966 Fax. (021) 8661 4261</p>	 <p>8. PT Isuzu Astra Motor Indonesia // Jl. Danau Sunter Utara Blok O-3 Kav. 30 Sunter II Jakarta 14350, Indonesia Telp: 021- 650 1000 ext 7700 Fax: 021- 650 3854</p>
 <p>9. PT. DUNIA EXPRESS TRANSINDO // Jl. Agung Karya VII No. 1, Sunter, Jakarta Utara 14340, Indonesia Telp. 021- 6511137 Fax. 021- 6510187 Web : www.dunextr.com</p>	 <p>10. PT. Mandiri Tunas Finance // Graha Mandiri Lt. 3 Jl. Imam Bonjol 61, Jakarta 10310, Indonesia Telp. 021- 230 5608 Fax. 021- 230 2548</p>	 <p>11. PT. Guna Pratama // Jl. Meruya Utara no. 58, RT 07, RW 11, Jakarta Barat 11620, Indonesia Telp. 021- 585-1406/7288 Fax. 021- 6888-1840 Web : www.gunapratama.com</p>	 <p>12. PT Chakra Jawaara // Gedung TMT 1,3rd Floor, Suite 301 Jl. Cilandak KKO No. 1, Jakarta Selatan Telp. 021-29976849 Fax. 021-22976840</p>
 <p>13. PT Mercu Gramaron // Jln. Klampis Anom No. 12 Kompleks Perumahan Wisma Mukti - Surabaya Telp. (031) 5932600 - 2700 Faks. (031) 5946370</p>	 <p>14. PT Catur Kokoh Mobil Nasional // Jl. Raya Kalimas Baru No. 22-24, Surabaya Telp. 031-3293843 Fax. 031-329537</p>	 <p>15. PT Cemaco Makmur Corporatama // Jl. Perintis Kemerdekaan 42 Pudak Payung, Semarang Telp. 024-7466333 Fax. 024-7466222</p>	 <p>16. Supply Chain Indonesia // Komplek Taman Melati B1/22 Pasir Impun Bandung 40194 Telp: +62 22 720 5375 Mobile: +62 821 1515 9595 Email: sekretariat@SupplyChainIndonesia.com</p>
 <p>17. PT Putra Rajawali Kencana // Jl. Letjend Sutoyo Surabaya Ruko Niaga Sentosa Surabaya, Indonesia Telp. (031) 3537939 (hunting) Fax. (031) 3537531</p>	 <p>18. PT Rajawali Dwi Putra Indonesia // Jln. Letjen Sutoyo 110-112. Waru Sidoarjo Telp. 031-8531668</p>	 <p>19. PT Rajawali Inti // Jln. Brantas Km 1 Probolinggo Telp. (0335) 423259</p>	 <p>20. Reed Panorama // Panorama Building 5th Floor Jl. Tomang Raya No. 63. Jakarta Barat 11440 T : (021) 2556 5033 F : (021) 2556 5040 E: riyan.haritama@reedpanorama.com W: www.reedpanorama.com</p>
 <p>21. HJ Bridge Axle // Komp Duta Harapan Indah (DHI) Blok 00/12 - Jakarta Utara 14450 Telp : +6221 66694881-82 Fax : +6221 66694883 Email : info@dwiwimultimakmur.com</p>	 <p>22. PT Tata Motors Distribusi Indonesia // Pondok Indah Office Tower 3 Suite. 801-8 Jln. Sultan Iskandar Muda Kav V-TA Pondok Pinang Kebayoran Lama Jakarta Selatan 12310 Indonesia Telp. (021) 29328041 Fax. (021) 29328042</p>	 <p>23. PT. RAJA PINDAH // Jl. Tanjung Barat Raya No. 168, Pasir Minggu, Jakarta 12520, Indonesia Telp. 021- 7884877 Fax. 021- 7991288 Web : www.RAJAPINDAH.com</p>	 <p>24. PT. FOTON MOBILINDO // Jl. Letjen S. Parman Kav. 37, Slipi, Jakarta 11480, Indonesia Telp. 021- 53675705 Fax. 021- 53674529 Web : www.foton.com.cn</p>

TRUCKMAGZ

PREMIUM BUSINESS TRUCK MONTHLY MAGAZINE

that discusses the truck and other related industries. Rising premiere in June 2014, TruckMagz targeting truck entrepreneurs and related industries throughout Indonesia with a circulation of **5,000 copies** per issue.



Graha Gramaron 2nd Floor Jalan Bunguran 23-25 Surabaya.
+6231 3556677. info@arveo.co.id

682

STRENGTH AT WORK

Tractor Head



Tipper



Mixer



CURSORS 9



DESIGN



CHASSIS



682

The NEW 682 marks the entry into the heavy truck market and cuts the edge of the latest technology in terms of design, comfort and quality standards. The NEW 682 features a cab inspired by the award winning Iveco Stralis cabs, and is powered by Iveco Fiat Powertrain Cursor engine, which is equipped with the latest-generation common rail fuel injection system. The on-road version offers the best mix among comfort, reliability, flexibility and performance giving to the vehicle the right characteristics to face a wide range of transports.

3E

Energy

Efficiency

Ecology



DESIGN



CUSTOMIZATION



COMFORT & ERGONOMICS



PERFORMANCE



SAFETY



VERSATILITY



RELIABILITY



SERVICES

The Authorized Indonesian Distributor

Head Office :
Gedung TMT 1, Lantai 3 Suite 301 - Jl KKO Raya No.1
Cilandak Jakarta Selatan 12560 INDONESIA
Tel : +62 21 29976849 Fax : +62 21 29976840 - 41
Email : info@chakrajawara.co.id | www.chakrajawara.co.id

STRENGTH AT WORK