BUSINESS PRODUCTS MARKET

TRUCKMAGZ

DEC
2020

PUKULAN SANGAT BERAT

IDR 50.000

9 772355 584573

Edisi 78 / VI / 2020

RAMAI-RAMAI LAKUKAN EKSTENSIFIKASI

MASALAH MESIN DARI WARNA ASAP

DOMINASI SUZUKI NEW CARRY SELAMA PANDEMI

SISTEM LOGISTIK PANGAN UNTUK KETAHANAN PANGAN

MEMBACA TREN PERGUDANGAN MASA DEPAN

ONLINE EXHIBITION

10-12 December 2020

International Indonesia Seafood & Meat Expo
Focusing on Food Cold Chain Technology

www.iism-expo.com

Globalizing Indonesia's Food Cold Chain Markets

Get **IISM** mobile app

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Organized by :

PT. PELITA PROMO INTERNUSA

PT PELITA PROMO INTERNUSA
Perkomplekan Graha Kencana Blok CH
Jl. Raya Pejuangan No. 88 Kebon Jeruk
Jakarta 11530
Tel: (62) 21 5366 0804
Fax: (62) 21 5325 890
Email: sales@pelitapromo.com

seafood.meat.expo

@iismexpo

DIPO STAR FINANCE
Solusi Kredit Otomotif

FUSO

MEGAPROMO AKHIR TAHUN COLT DIESEL

Bisnis Makin Untung!

BUNGA 0%* SAMPAI DENGAN 1 TAHUN
* CHASSIS ONLY

DP MULAI DARI 15% TENOR 5 TAHUN

PROMO SERVICE GRATIS*
10.000KM s/d 40.000KM atau 2 Tah
*Syarat & Ketentuan Berlaku

HALO! DIPO STAR 0804-1-235235

WhatsApp Halo Dipo Star
0813-8005-8850
(Chat Only)

Terdaftar & Diawasi oleh:
OTORITAS JASA KEUANGAN

@dipostarfinance | Dipo Star Finance | WWW.DIPOSTAR.COM

TRUCKMAGZ

INDONESIA TRUCKERS CLUB

Gabung dan ikuti diskusi online bersama pakar di bidangnya melalui aplikasi Telegram

Online di akun Grup Telegram ***INDONESIA TRUCKERS CLUB :***

https://t.me/IndonesiaTruckersClub

0821 3912 1239

The Unpredictable Year

Tahun 2020 mencetak sejarah sebagai 'the unpredictable year' selama hampir dua dekade awal abad ke-21. Wabah virus korona telah melumpuhkan hampir sebagian besar sendi-sendi perekonomian dunia termasuk Indonesia. Situasi ini berimbas pada penurunan permintaan pasar truk yang sangat sensitif terhadap gejolak ekonomi, apapun itu penyebabnya. Berdasar data *retail sales* Gaikindo, total penjualan truk Januari-Oktober 2020 ambruk hingga minus 66 persen, dibandingkan dengan total penjualan ritel pada periode yang sama tahun 2019.

Kondisi ini pun menjadi pukulan besar karena dampak penurunan pasar sangat memberatkan seluruh distributor maupun agen pemilik merek (APM) truk. Meski demikian, pelaku bisnis otomototif segmen truk berupaya tetap fokus menyediakan produk dan jasa terbaiknya bagi seluruh pelanggan. Selama situasi pandemik pemerintah memang telah berjanji memberi insentif sebagai stimulus untuk sektor industri otomotif. Tapi sepertinya belum cukup berdampak terhadap permintaan pasar hingga menjelang penghujung tahun ini.

Pihak APM berharap tahun 2021 pemerintah dapat memberi kebijakan yang lebih berdampak langsung terhadap pasar. Antara lain kebijakan terkait proses perizinan untuk kepentingan homologasi. Selain itu, dukungan untuk pembiayaan kendaraan bagi konsumen juga sangat diperlukan, seperti bunga rendah dalam kurun waktu tertentu mengingat sebagian besar konsumen truk melakukan transaksi pembelian secara kredit. Serta dukungan terkait insentif pajak kendaraan, seperti BBN dan PKB.

Di lain pihak, para pemain truk Eropa berharap agar pemerintah lebih memerhatikan standar keamanan dan keselamatan dari produk truk yang dipasarkan di Indonesia. Hal ini penting bagi mereka karena bisa menjadi peluang baru untuk bersaing di kalangan distributor *European truck*. Tak ketinggalan tentang program B40 untuk aplikasi standar emisi Euro 4 yang diharapkan dapat diterapkan setelah para produsen diberikan waktu yang cukup, untuk mengembangkan dan melakukan pengujian kendaraannya dengan sewajarnya.

REDAKSI

Pemimpin Umum
Ratna Hidayati

Penanggung Jawab /Pemimpin Redaksi
Antonius Sulistyo

Pemimpin Perusahaan
Felix Soesanto

Redaktur Bahasa
Tendy Soemantri

Redaksi
Sigit Andriyono
Abdul Wachid

Fotografer
Giovanni Versandi

Kontributor Ahli
Zaroni
Bambang Widjanarko
Ahmad Wildan

Accounting
Evi Kumala Putri

Sirkulasi
M. Abdurrohman

Penasihat Hukum
Rakhmat Santoso, S.H. & Partners

TruckMagz
@TruckMagz
+62 821 3912 1239

www.truckmagz.com

TRUCKMAGZ

Cover

PUKULAN SANGAT BERAT / 78

Ilustrasi: TruckMagz

DAFTAR ISI

TRUCKMAGZ *#78*

Laporan Utama	06	PASAR TRUK 2020 PUKULAN SANGAT BERAT
	10	PERMINTAAN PASAR TRUK TURUN HINGGA 60%
	14	PEMETAAN SEGMEN PASAR
	18	STRATEGI APM HADAPI KETIDAKPASTIAN PASAR
	22	BUSINESS PLANNING 2021
	26	JUAL BELI TRUK BERGESER KE ONLINE
Liputan Khusus	30	RAMAI-RAMAI LAKUKAN EKSTENSIFIKASI
	34	PERSAINGAN LOGISTIK SEGMEN RITEL MAKIN SENGIT
Market Review	38	DOMINASI SUZUKI NEW CARRY SELAMA PANDEMI
Rantai Pasok	44	SISTEM LOGISTIK PANGAN UNTUK KETAHANAN PANGAN
Road Safety	50	UPDATE (JANUARI-NOVEMBER 2020)
Data Gaikindo	52	MITSUBISHI FUSO GELAR GEBYAR UNDIAN BERHADIAH
ATPM Update	54	GUDINGS
Info Produk	56	INDEKS HARGA TRUK BEKAS
Bursa Truk	58	MASALAH MESIN DARI WARNA ASAP
Tips & Trik	62	PERAWATAN SISTEM SUSPENSI
Variasi	66	MEMBACA TREN PERGUDANGAN MASA DEPAN

Penerbit
PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Komplek Ruko SectionOne Blok F7-F11
Jl. Rungkut Industri I Kendangsari - Tenggilis Mejoyo, Surabaya
Kode Pos 60292 / Tlp. 031-9984-2822 / Email. info@truckmagz.com

Percetakan
PETEMON GRAFIKA

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

PASAR TRUK 2020 PUKULAN SANGAT BERAT

Teks: ***Antonius Sulistyo*** / Foto: ***Giovani***

Selama dua dekade awal abad ke-21, tahun 2020 menjadi catatan khusus dalam industri otomotif nasional. Seluruh agen pemegang merek (APM) truk yang tergabung di Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) maupun pemegang oktroi penjualan truk di luar Gaikindo mengalami penurunan penjualan.

"Tahun 2020 menjadi 'the unpredictable year' akibat wabah Covid-19. Pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) menyebabkan turunnya permintaan, sehingga pasar truk turun sekitar 50 persen. Ini merupakan sebuah pukulan besar untuk seluruh distributor truk di Indonesia," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara, pemegang oktroi penjualan truk Iveco di Indonesia.

"Selama masa pandemik Covid-19, kondisi pasar cukup menantang. Tidak hanya di pasar truk, tetapi pasar otomotif secara umum. Kami melihat permintaan untuk pangsa pasar medium dan *heavy-duty truck* menurun hingga 64 persen pada bulan September. Kami memprediksi kondisi ini akan berlanjut hingga akhir tahun," kata Jung-Woo Park, *President Director* PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia (DCVI) selaku APM kendaraan komersial Mercedes-Benz di Indonesia.

"Sebelum muncul Covid-19 pasar kendaraan niaga sejalan dengan harapan kami. Kecuali sektor logistik, sejak pertengahan Maret sampai dengan akhir Agustus hampir semua sektor kendaraan mengalami permintaan yang kurang baik. Kita tidak dapat membandingkan situasi saat ini dengan krisis di Asia tahun 1998, tetapi dampak di pasar kendaraan tahun ini sangat berat," kata Duljatmono, *Sales & Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC).

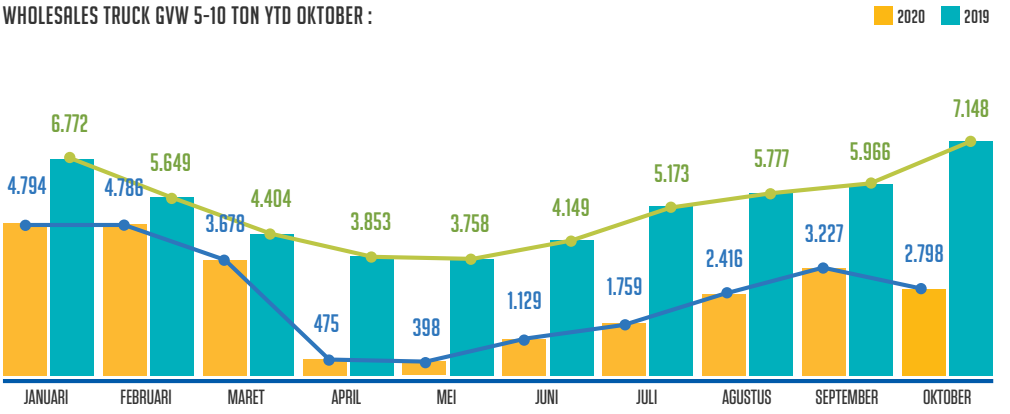
APRIL MULAI AMBRUK

Chief Operating Officer (COO) PT Hino Motors Sales Indonesia, Santiko Wardoyo mengatakan bahwa pasar truk mengalami kontraksi hingga 30 persen lebih. "Pasar niaga selama Januari-Oktober 2020 masih terus mengalami penurunan, baik untuk *light* maupun *medium duty truck*. Sampai dengan Oktober 2020, pasar kendaraan komersial mengalami penurunan sebesar 31 persen jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu," kata Santiko.

"Pasar komersial yang dimulai dari pikap *low* sampai dengan medium dan *heavy truck*, berdasarkan data Gaikindo *retail sales* Januari-Oktober 2020 mengalami penurunan sebesar 40,3 persen. Januari-Oktober 2019 tercatat di 200.050 unit, sedangkan YtD Oktober 2020 tercatat 119.423 unit," kata Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, APM kendaraan Isuzu di Indonesia.

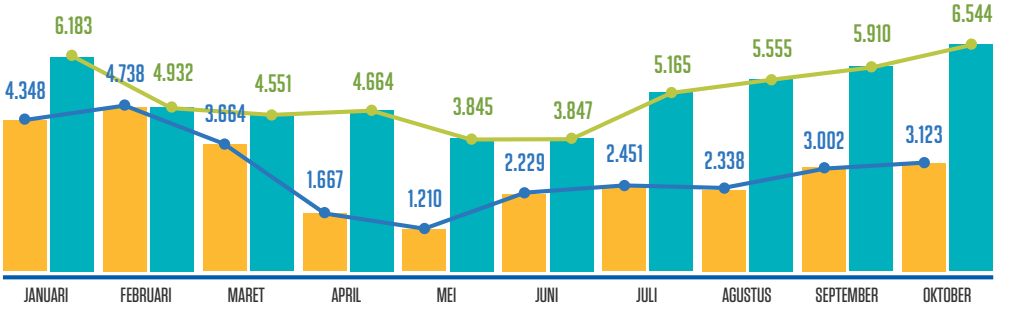
Berdasarkan data Gaikindo *year-to-date* (YtD) Oktober, penjualan truk baik secara *wholesales* maupun secara *retail sales* sama-sama menunjukkan tren penurunan yang signifikan.

WHOLESALES TRUCK GVW 5-10 TON YTD OKTOBER :



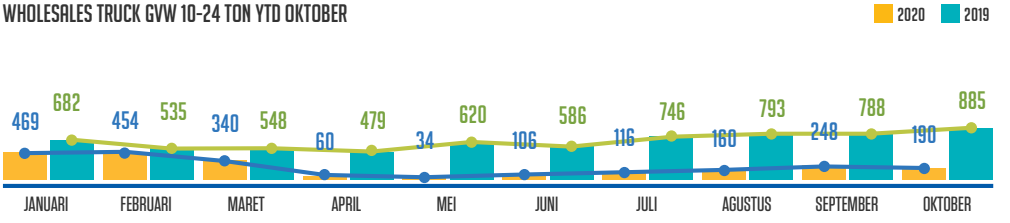
Total *wholesales* truk GVW 5-10 ton YtD Oktober 2020 adalah 25.460 unit, turun 27.189 unit atau minus 52 persen dibandingkan total *wholesales* YtD Oktober 2019 sebesar 52.649 unit.

RETAIL SALES TRUCK GVW 5-10 TON YTD OKTOBER:

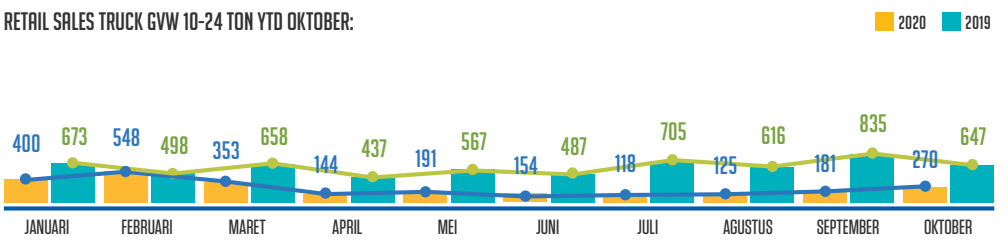


Total *retail sales* truk GVW 5-10 ton YtD Oktober 2020 adalah 28.770 unit, turun 22.426 unit atau minus 44 persen dibandingkan total *retail sales* YtD Oktober 2019 sebesar 51.196 unit.

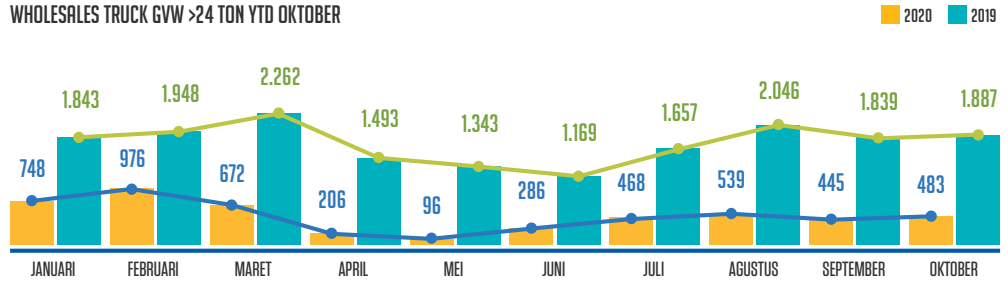
WHOLESALES TRUCK GVW 10-24 TON YTD OKTOBER



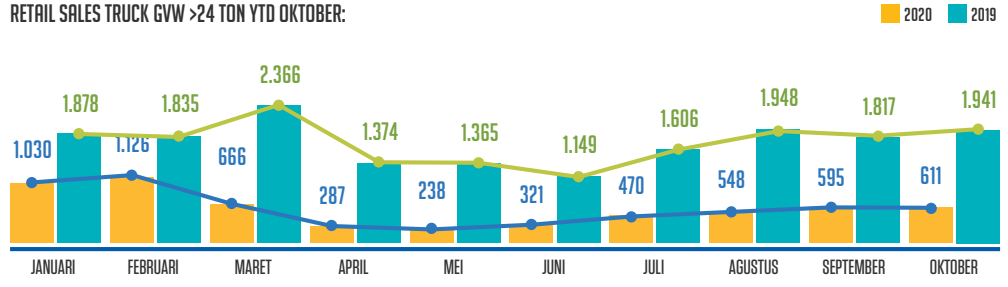
Total *wholesales* truk GVW 10-24 ton YtD Oktober 2020 adalah 2.177 unit, turun 4.485 unit atau minus 67 persen dibandingkan total *wholesales* YtD Oktober 2019 sebesar 6.662 unit.



Total *retail sales* truk GVW 10-24 ton YtD Oktober 2020 adalah 2.484 unit, turun 3.639 unit atau minus 59 persen dibandingkan total *retail sales* YtD Oktober 2019 sebesar 6.123 unit.



Total *wholesales* truk GVW >24 ton YtD Oktober 2020 adalah 4.919 unit, turun 12.568 unit atau minus 72 persen dibandingkan total *wholesales* YtD Oktober 2019 sebesar 17.487 unit.



Total *retail sales* truk GVW >24 ton YtD Oktober 2020 adalah 5.892 unit, turun 11.387 unit atau minus 66 persen dibandingkan total *retail sales* YtD Oktober 2019 sebesar 17.279 unit.

Grafik data Gaikindo menunjukkan bahwa penjualan truk semua kategori (GVW) mulai ambruk pada April 2020, kendati demikian tren penjualan mulai *rebound* sekitar Agustus-September 2020. "Penurunan pasar Januari-Oktober sebesar -49,7 persen, sedangkan Mitsubishi Fuso dapat memperlambat penurunan permintaan sebesar -43,5 persen. Angka ini lebih kecil dibandingkan penurunan pasar. Periode April-Oktober 2020, jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019, penurunan permintaan Mitsubishi Fuso sebesar -55,3 persen sedangkan penurunan pasarnya sebesar -60,1 persen. Sejak September sampai saat ini kondisinya semakin baik, karena sektor perkebunan terutama kelapa sawit mulai menunjukkan peningkatan," kata Duljatmono menerangkan.

"Secara persentase, penurunan paling besar adalah di bulan April saat mulai berlakunya masa PSBB . *Market* kami sangat bergantung pada kondisi pasar batu bara yang lesu karena banyak pemilik konsesi mengurangi kapasitas produksi untuk mengimbangi penurunan *demand*. Secara keseluruhan sejak bulan April sampai dengan September, rata-rata penjualan turun sekitar 15 persen," kata Rudhi Wibawa.

Rudhi mengatakan bahwa perusahaannya masih bisa mempertahankan penjualan hingga September 2020. "Sampai dengan September, kami masih bisa mempertahankan penjualan untuk tetap stabil dibandingkan dengan tahun 2019, walaupun terjadi sedikit penurunan. Akan tetapi, dengan kondisi harga batu bara yang melemah sepanjang semester satu tahun 2020, tentunya ini memberikan dampak yang besar dalam persaingan penjualan truk karena turunnya *demand*. Kami tetap berharap bisa memenuhi target penjualan sampai dengan akhir tahun," kata Rudhi.

PERMINTAAN PASAR TRUK TURUN HINGGA 60%

Teks: ***Antonius Sulistyo*** / Foto: ***Giovani***

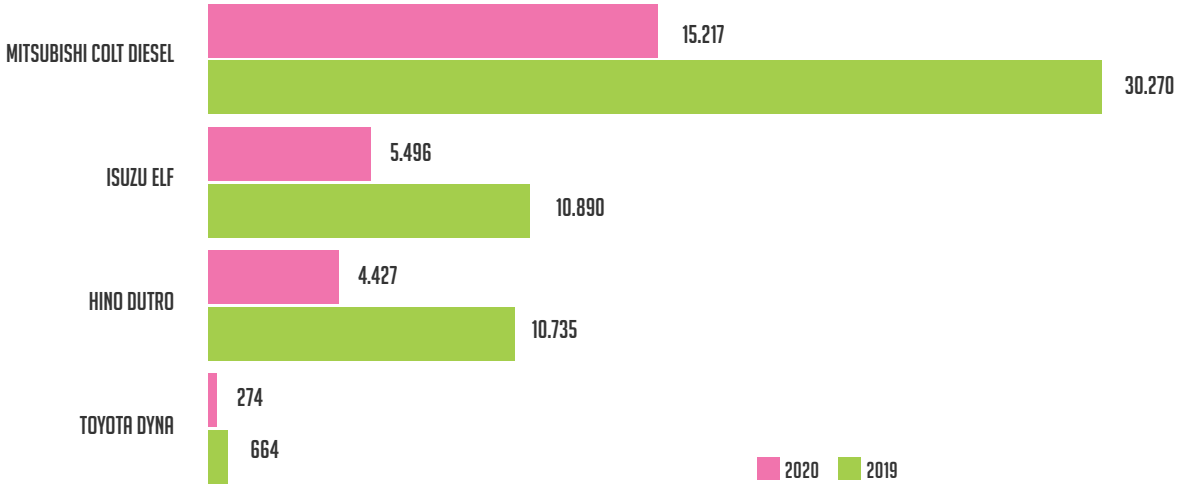
Penurunan permintaan pasar kategori *light-duty truck* tak terhindarkan, meskipun sempat membaik pada triwulan pertama tahun 2020. Truk GVW 5-10 ton ini memiliki populasi terbesar di Indonesia, serta penyumbang pendapatan tertinggi bagi pemimpin pasarnya, yakni Mitsubishi Fuso. "Kontribusi kelas *light-duty truck* sangat besar untuk pasar kendaraan niaga, yaitu sebesar 76 persen, tetapi kelas ini juga menurun sebesar -43,1 persen dibandingkan tahun 2019," kata Duljatmono, *Sales & Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi truk Mitsub dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) di Indonesia.

Isuzu Indonesia, sebagai salah satu pemain besar truk kelas GVW 5-10 ton, juga merasakan penurunan cukup signifikan untuk varian Isuzu Elf di kelas ini. "Berdasarkan data kami, pasar *light truck* mengalami penurunan sebesar -43,2 persen, dari total 52.557 unit menjadi 29.872 unit. Penjualan Isuzu Elf (GVW 5-10) April-Oktober sebesar 3.829 unit," kata Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, agen pemegang merek (APM) kendaraan Isuzu di Indonesia.

sumber: Gaikindo

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), penurunan *retail sales* truk GVW 5-10 ton (*light-duty truck*) terjadi mulai bulan Maret sebesar -22,67 persen menjadi 3.664 unit, dari sebelumnya 4.738 unit pada Februari. Penurunan berlanjut ke bulan April sebesar -54,5 persen dibandingkan Maret menjadi 1.667 unit, kemudian turun lagi sebesar 27,4 persen pada bulan Mei menjadi 1.210 unit.

PENJUALAN TRUK GVW 5-10 TON BERDASAR MEREK



sumber: Gaikindo

Posisi puncak varian truk di kelas GVW 5-10 ton berdasarkan data Gaikindo masih diduduki varian Colt Diesel sebagai andalan Mitsubishi Fuso di Indonesia. "Kelas *light-duty truck* paling banyak digunakan untuk sektor logistik, *backbone*-nya adalah Colt Diesel seri enam ban. Sejauh ini kami dapat meningkatkan pangsa pasar dari 43,5 persen di tahun 2019 menjadi 48,7 persen di tahun 2020," kata Duljatmono.

Sementara itu Isuzu Astra Motor Indonesia, yang menjajakan Isuzu Elf, secara resmi menyatakan bahwa kontribusi terbesar di kategori *light-duty truck* adalah model NMR 5.8. Di kubu lain, Hino Dutro 130 HD masih menjadi andalan Hino Indonesia di kelas GVW 5-10 ton. "Hino Dutro 130 HD masih menjadi andalan kami karena truk tangguh ini cocok di segala medan berat yang sempit. Pasar *light-duty truck* sendiri turun lebih dari 40 persen," ujar Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* PT Hino Motors Sales Indonesia, APM Hino di Indonesia.

Duljatmono

Sales & Marketing Director
PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors

Medium-Heavy Duty Truck

Truk kategori medium dan *heavy-duty truck* mengalami penurunan hingga 60 persen. "Untuk truk medium terkontraksi turun sekitar 60 persen dan penurunan lebih besar terjadi untuk *heavy duty*. Pandemik Covid-19 dan diterapkannya PSBB memberikan pengaruh terhadap turunnya permintaan. Selain itu, banyak proyek pemerintah yang mengalami penundaan karena perubahan konsentrasi pemerintah untuk alokasi proyek," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara, pemegang oktroi penjualan truk Iveco di Indonesia.

"*Medium truck* mengalami penurunan lebih dari 60 persen. Pengaruh Covid masih terasa di pasar sehingga membuat para pelaku bisnis berpikir ulang untuk menambah investasi. Di kelas *medium-duty truck*, FM 260 JD masih terus menjadi andalan penjualan kami," ujar Santiko.

"Pasar medium dan *heavy-duty truck* mengalami penurunan yang paling besar, yaitu sebanyak 65,5 persen. Dari total pasar 22.319 unit hanya tersisa 7.704 unit. Di kelas ini, Isuzu Giga bulan April sampai Oktober adalah 581 unit," kata Attias Asril.

"Kontribusi kelas *medium-duty truck* terhadap pasar kendaraan niaga sebesar 16 persen. Kelas ini di tahun 2020 menurun signifikan sebesar -67,1 persen. *Medium-duty truck* paling banyak digunakan untuk sektor pertambangan batu bara dan infrastruktur dengan permintaan sangat kecil. Kontribusi kelas *heavy-duty truck* terhadap pasar sangat kecil, sekitar tujuh persen sampai delapan persen, jika dibandingkan dengan kelas *light-duty truck* dan *medium-duty truck*. Penurunan di kelas *heavy-duty truck* juga sangat signifikan, -53,3 persen. *Backbone* di kategori *medium-duty truck* adalah seri 6x4," urai Duljatmono.

"*Retail sales medium-duty truck* Januari-Oktober 2020 turun signifikan, yaitu 59 persen. Penjualan *medium-duty truck* Januari-Oktober 2020 sebesar 2.484 unit, sedangkan penjualan Januari-Oktober 2019 mencapai 6.123 unit. *Retail sales heavy-duty truck* Januari-Oktober 2020 juga mengalami penurunan yang signifikan, yaitu 66 persen. Penjualan *heavy-duty truck* Januari-Oktober 2020 sebesar 5.892 unit, sedangkan penjualan Januari-Oktober 2019 mencapai 17.279 unit. Untuk kategori ini, tipe Quester CDE 280/250 dan GKE280 masih jadi andalan penjualan kami di segmen logistik tahun ini," kata Bambang Widjanarko, *Chief Operating Officer* Astra UD Trucks, pemegang oktroi penjualan UD Trucks segmen *on road*.

"Terlepas dari kondisi pasar yang menantang, kami berhasil memperkuat pangsa pasar kami di Indonesia. Salah satu contoh yang ingin saya sampaikan adalah produk Axor, yang *market share*-nya meningkat secara tajam. Di bulan September ini, *market share* produk Axor kami berhasil menembus 16 persen, rekor terbaik sejauh ini," kata Jung-Woo Park, *President Director* PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia, APM truk Mercedes-Benz di Indonesia.

Attias Asril

GM Marketing
PT Isuzu Astra Motor Indonesia

Pemetaan Segmen Pasar

Pertambangan, Konstruksi & Pariwisata Paling Merana

Teks & Foto: *Antonius Sulistyo*

Pandemik virus korona nyaris melemahkan seluruh segmen pasar truk secara nasional. Mengapa dikatakan nyaris? Pasalnya, hanya segmen logistik yang masih menunjukkan aktivitas meskipun beberapa pemda memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada awal-awal wabah merajalela. Bagaimanapun pasokan bahan pokok masyarakat dan barang penting lainnya harus tetap didistribusikan.

Berdasarkan data riset dari PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), segmen pasar yang berkontribusi terhadap kinerja penjualannya saat ini, yaitu logistik sebesar 50 persen, perkebunan 25 persen, sektor industri manufaktur 10 persen, tambang batu bara 3 persen, infrastruktur 3 persen, dan sektor lainnya 4 persen.

"Segmen paling berat adalah tambang batu bara yang banyak berkontribusi di pasar kelas *medium-duty truck*. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab pasar kelas *medium-duty truck* menurun signifikan, karena serapan pasar di segmen tambang batu bara sekitar 10 persen," kata Duljatmono, *Sales & Marketing Director* KTB. Duljatmono juga mengatakan bahwa kendala terberat di segmen tambang batu bara adalah permintaan yang sangat kecil karena kondisi ekonomi global. "Permintaan baru bara sebagian besar untuk pasar ekspor, sekitar 80 persen. Sedangkan pasar domestik hanya sekitar 20 persen, dan ekspor (baru bara) tahun ini juga menurun signifikan," katanya.

"Penurunan paling signifikan terjadi pada segmen konstruksi dan *mining,* sehingga penjualan UD Trucks mengalami penurunan 85 persen di kedua segmen ini. Segmen konstruksi dan *mining* berkontribusi sekitar 16 persen pada tahun 2019. Pada segmen konstruksi, banyak proyek pembangunan yang ditunda. Sementara itu, penyebab penurunan pada segmen *mining* adalah menurunnya harga komoditas dan permintaan bahan baku. Pembiayaan yang terbatas termasuk menjadi penyebab kendala penurunan penjualan di dua segmen ini," ujar Bambang Widjanarko, *Chief Operating Officer* Astra UD Trucks.

"Penurunan terbesar terjadi pada segmen truk *heavy duty* kelas GVW di atas 24 ton. Jika kita lihat data sampai dengan Oktober 2020, terjadi penurunan sekitar 60 persen sampai 70 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Dalam lima tahun tahun terakhir, rata-rata *market* untuk truk *heavy duty* ini sekitar 18 ribu unit per tahun. Puncaknya di tahun 2018, penjualan bisa sampai 29 ribu unit. Segmen ini memang sangat bergantung pada harga komoditas terutama batu bara yang memang membutuhkan unit banyak. Biasanya, saat harga batu bara bagus maka kontraktor tambang akan memaksimalkan kapasitas produksinya, sehingga berdampak pada kebutuhan alatnya. Selain itu, proyek konstruksi pemerintah juga berpengaruh pada kebutuhan alat transportasi logistiknya," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara selaku distributor eksklusif truk Iveco di Indonesia.

Tidak aneh jika Chakra Jawara menjagokan tipe *dump truck* dalam bisnisnya saat ini. "*Backbone* kami masih didominasi oleh *dump truck* yang diaplikasikan untuk angkutan material, baik itu di *quarry* maupun pertambangan karena segmen ini masih diperlukan untuk mendukung kesiapan energi nasional. Misalnya, batu bara yang digunakan untuk pembangkit listrik. Selain itu, *dump truck* juga digunakan untuk angkutan *nickel ore* yang disuplai untuk memenuhi kebutuhan *smelter* di Sulawesi Tenggara," kata Rudhi Wibawa.

"Dari seluruh sektor industri, yang mengalami penurunan paling tajam di antaranya sektor pariwisata, *retail*, *property*, serta *oil and gas*. Segmen-segmen tersebut memberikan sumbangan penjualan bagi

Rudhi Wibawa Rusadhi
GM-Commercial & Marketing
PT Chakra Jawara

Isuzu lebih kurang 10 persen sampai dengan 20 persen. Akibat PSBB, sektor pariwisata anjlok paling signifikan karena tidak ada transaksi," ujar Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia.

"Penurunan paling signifikan datang dari segmen tambang dan konstruksi yang penurunannya berkisar 60 persen sampai 70 persen. Serapan dari segmen tersebut di bawah 40 persen dibandingkan dengan segmen umumnya yang bermain di atas 60 persen. Dampak pandemik Covid - 19 sepertinya cukup terasa, karena melambatnya pertumbuhan ekonomi sangat memengaruhi pasar kendaraan niaga di Indonesia," kata Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI).

Revisi Target Penjualan 2020

Pada Januari 2020, Isuzu Astra Motor Indonesia sempat memprediksi kinerja penjualannya lebih kurang sama dengan perolehan pada tahun 2019. Saat itu Isuzu melihat tantangan terbesar muncul akibat kondisi perekonomian global yang belum stabil, sehingga akan berdampak pada perekonomian Indonesia. "Isuzu optimistis mematok target pertumbuhan volume penjualan sekitar 20 persen sampai 23 persen dari tahun 2019 dengan volume sebanyak 25.270 unit," kata Attias saat itu. Namun, kondisi melemahnya permintaan pasar truk akibat pandemik virus korona, akhirnya mengharuskan Isuzu merevisi penjualannya tahun ini. "Target revisi tahun 2020 menjadi 15.500 unit," ujar Attias.

Pada kuartal keempat 2019 sebelum muncul wabah virus korona di Wuhan, PT Chakra Jawara sempat merancang target awal untuk 2020 di angka 220 unit. "Melihat kondisi sekarang, kami juga harus realistis karena turunnya permintaan. Sektor manufatur dan sektor tambang juga terkena dampak. Kami mencoba kalau bisa *achieve* di 70 persen dari target tersebut itu menurut kami sudah cukup baik. Jadi dari 220 unit, kira-kira di 160-an unit ... *lah*," tutur Rudhi Wibawa

Menurut dia, revisi target ini juga mempertimbangkan suplai unit yang sangat terbatasi situasi pandemik. "Varian Iveco yang dijual di Indonesia masih didatangkan secara CBU dari Madrid (Spanyol), Piacenza (Italia), dan Tongkok. Kami berusaha me-*manage* realisasi target sampai dengan akhir tahun tidak terlalu jauh dari pencapaian periode sebelumnya, walaupun memang lebih menantang karena *market* mengalami penurunan yang lumayan," kata Rudhi menjelaskan.

Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) juga telah merevisi target penjualan keseluruhan anggotanya untuk tahun ini. Staf Ahli Gaikindo, Stefanus Soetomo mengatakan bahwa penjualan Januari-Maret 2020 masih sesuai rencana, tetapi memasuki akhir Maret mulai terganggu. "April menjadi titik terparah ketika penjualan *wholesales* hanya 3.500 unit dari biasanya sekitar 85 ribu sampai 90 ribu unit rata-rata per bulan. Itu artinya hanya lima persen saja dari normal, atau turun mencapai 95 persen. Dari situ Gaikindo berdiskusi dan keluarlah angka 600 ribu unit dari sebelumnya 1.050.000 unit sampai akhir tahun," kata Stefanus beberapa waktu lalu.

Strategi APM Hadapi Ketidakpastian Pasar

Teks: Antonius Sulistyo / Foto: Giovani

Pelaku bisnis perdagangan truk, agen pemegang merek (APM) maupun distributor tunggal truk, harus kerja ekstra keras agar kinerja penjualannya tetap *on the track* hingga akhir Desember 2020. "Kami berkonsentrasi pada target industri yang masih stabil dan yang masih mengalami pertumbuhan selama pandemik ini, seperti di sektor logistik," kata Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, APM kendaraan Isuzu di Indonesia.

"Pada masa seperti ini, penting bagi kami untuk tetap fokus dan termotivasi menyediakan produk dan jasa yang terbaik untuk seluruh pelanggan. Tentunya, usaha ini tidak akan lepas dari peran serta karyawan yang telah bekerja sangat keras selama masa pandemik. Selain itu, kami juga memastikan kolaborasi dengan para mitra bisnis terus berjalan dengan baik. Kami juga senantiasa menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dan calon pelanggan. Pada saat yang sama, kami terus memonitor perkembangan pasar dan kebijakan pemerintah. Lalu, kami pun memberikan penawaran-penawaran menarik untuk pelanggan melalui kerja sama yang baik dengan dealer-dealer resmi DCVI," kata Jung-Woo Park, *President Director* PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia (DCVI), APM kendaraan komersial Mercedes-Benz di Indonesia.

"Kami Memaksimalkan aktivitas digital, seperti *virtual customer gathering*, pelatihan secara virtual, aktivitas media sosial, webinar, dan transaksi *online* melalui *marketplace* Tokopedia. Kami juga memperkuat layanan purnajual, karena banyak konsumen berpikir untuk memaksimalkan armada mereka dalam jangka waktu panjang, sehingga layanan purnajual menjadi faktor penting," tutur Duljatmono, *Sales & Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), APM truk Mitsubishi Fuso.

"Mayoritas fokus kami ke *loyal customer* Astra UD Trucks karena selama ini mereka yang banyak berkontribusi kepada Astra UD Trucks. Pada saat pandemik ini, kami fokus untuk membantu bisnis mereka. Kami juga memperkuat layanan purnajual kami yang sudah sinergi di seluruh cabang Astra UD Trucks supaya lebih responsif," ujar Bambang Widjanarko, *Chief Operating Officer* Astra UD Trucks, distributor resmi UD Trucks di Indonesia.

Bambang menjelaskan bahwa Astra UD Trucks saat ini terus meningkatkan layanan kepuasan pelanggan. "Makanya, kami mengoptimalkan layanan Astra UD Care melalui berbagai *channel* berbasis digital maupun nondigital, seperti *social media*, *live chat*, *direct email, call center* hingga *direct call* 24/7 langsung dengan tenaga ahli kami di semua cabang," katanya.

Jung-Woo Park

President Director
PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia

Kebijakan Pendorong Industri

Menjelang kuartal pertama 2021, APM berusaha tetap optimistis dan realistis meski kondisi ekonomi nasional maupun global masih belum jelas. "Tahun 2021 masih akan menjadi tahun yang menantang, tetapi kami percaya bahwa pemerintah akan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang bisa mendorong pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia." Jung-Woo Park mengungkapkan harapan dan optimismenya.

"Kami optimistis pasar akan lebih positif tahun depan, terlebih lagi ini merupakan periode kedua pemerintahaan Presiden Jokowi. Kami yakin pembangunan infrastruktur akan terus gencar dan merata di seluruh Indonesia. Kami juga punya harapan agar daya beli masyarakat semakin baik dibandingkan tahun ini, sehingga target pertumbuhan ekonomi 5,5 persen dapat tercapai di 2021. Kalau pertumbuhan ekonominya membaik pasti berimbas juga pada industri kendaraan komersial. Paling penting, kami yakin Hino terus menjadi *market leader* di segmen *medium-duty truck* tahun depan. Posisi ini sudah kami pertahankan selama 19 tahun terakhir," ujar Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* PT Hino Motors Sales Indonesia.

Sementara itu, Isuzu Indonesia lebih condong melihat dari sudut pandang kesehatan, yaitu ketersediaan vaksin untuk Covid-19. "Kami berharap pemerintah terus mendorong pengembangan vaksin agar bisa lebih cepat terwujud. Kemudian, pemerintah dapat memberikan stimulus ekonomi agar ekonomi Indonesia segera pulih," kata Attias Asril.

"Kami berharap ada kebijakan pemerintah yang mendukung pemulihan bisnis truk di Indonesia. Selain itu, proyek-proyek pemerintah kami harapkan kembali bergulir, sehingga ekonomi dapat lebih membaik," ujar Bambang.

"Untuk segmen *on road* kami berharap pemerintah lebih memperhatikan standar keamanan dan keselamatan. Dengan demikian, pelaku bisnis logistik maupun konstruksi di Indonesia akan lebih peduli pada pentingnya standar dan kualitas alat transportasi. Kami harap hal ini bisa menjadi peluang bagi kami selaku distributor *european truck* untuk bersaing. Dari segi *off road*, kami berharapan pemerintah bisa terus mempertahankan kondisi bisnis *mining* di pasar global, sehingga stabilitas ekspor impor serta harga komoditas bisa terus terjaga bahkan membaik," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

"Kami berharap program B40 yang dicanangkan oleh pemerintah dapat diuji untuk Euro 4 secara menyeluruh di lapangan. Kami juga berharap kebijakan B40 diterapkan setelah para produsen mendapat waktu yang cukup untuk mengembangkan dan melakukan pengujian *powertrain* yang sepatutnya. Selain itu, DCVI juga berharap pemerintah dapat memilih Green Diesel baru untuk porsi tambahan atau bahkan lebih, agar bisa menjaga lingkungan dengan lebih baik sekaligus meminimalkan ketidaknyamanan pelanggan," tutur Jung-Woo Park.

Sementara itu, KTB punya tiga harapan utama kepada pemerintah, yakni proses perizinan, dukungan pembiayaan, dan insentif pajak. "Proses administrasi perizinan yang lebih mudah untuk kepentingan homologasi, seperti SRUT, SKRB, dan lainnnya. Kemudian, *support* pembiayaan seperti bunga rendah dalam kurun waktu tertentu, mengingat sebagian besar konsumen kami melakukan transaksi dengan menggunakan metode pembayaran cicilan. Terakhir adalah *support* pajak, seperti BBN, PKB, dan lainnya," kata Duljatmono.

Business Planning 2021

Kerja Sama Finansial Hingga Perkuat Pasar On Road

Teks & Foto: *Antonius Sulistyo*

Banyak konsumen truk masih menahan diri untuk melakukan investasi kendaraan baru. Kondisi seperti itu diperkirakan masih akan berlanjut sampai kuartal pertama tahun 2021. "Pengaruh pandemik Covid-19 masih terasa di pasar. Para pelaku bisnis semakin hati-hati untuk menambah investasi. Pengusaha angkutan truk saat ini masih menahan diri karena mereka belum bisa membaca stabilitas bisnis masa depan," kata Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* PT Hino Motors Sales Indonesia, agen pemegang merek (APM) Hino di Indonesia.

"Kondisi pasar truk mengalami penurunan yang signifikan akibat wabah Covid-19. Operasional bisnis yang tidak maksimal berpengaruh terhadap *cashflow* sehingga terjadi kesulitan pembayaran. Akibatnya, mereka menunda pembelian unit baru. Selain itu, lembaga pendanaan atau *leasing* memperketat pembiayaan dan pelanggan yang mengikuti restrukturisasi hutang tidak bisa mengajukan kredit baru," kata Bambang Widjanarko, *Chief Operating Officer* Astra UD Trucks, distributor resmi UD Trucks di Indonesia.

Bambang menjelaskan bahwa sebagian besar segmen belum berani mengadakan truk baru karena *cashflow* perusahaan belum kembali normal dan perusahaan pembiayaan masih terbatas. "Namun, ada juga bisnis pelanggan loyal kami yang meningkat karena perubahan gaya hidup atau *new normal.* Mereka tidak ragu untuk berinvestasi truk baru. Beberapa *customer* baru membeli produk Kuzer dan Quester karena mendapatkan pendanaan. Kami juga bekerja sama dengan Astra Financing Group dalam hal pembiayaan," ujar pria yang murah senyum ini.

Menurut Bambang, jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu, kinerja penjualan UD Trucks secara *market share* kelas *medium-heavy duty truck* 250PS ke atas mengalami peningkatan. "*Market share* penjualan April sampai Oktober 2020 sebesar 17,3 persen, sedangkan periode yang sama tahun 2019 sebesar 13,8 persen. Dari data perolehan ini, kami masih menargetkan *market share* minimal 20 persen pada tahun 2021," katanya menerangkan.

"Pada tahun 2021, kami akan berkonsentrasi pada target industri yang diperkirakan mengalami pertumbuhan. Namun, kami tetap melakukan *retention* terutama pada layanan *after sales* untuk industri yang mengalami perlambatan,. Selama perkembangan vaksin untuk Covid-19 dalam *track* yang baik maka kami optimistis perkembangan industri secara keseluruhan akan membaik. Target kami tahun 2021 bisa menaikkan penjualaan 30 persen sampai 40 persen dibandingkan tahun ini," kata Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, APM kendaraan Isuzu di Indonesia.

Bambang Widjanarko, Chief Operating Officer Astra UD Trucks

"Kami mencoba memahami bahwa dalam kondisi serba tidak pasti ini, beberapa konsumen menunda investasi. Perusahaan pembiayaan juga sangat terdampak negatif dan sangat berpengaruh pada permintaan pasar. Namun, kami yakin kondisi ini hanya sementara," kata Duljatmono, *Sales & Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC).

Duljatmono menyatakan bahwa KTB tidak membuat perencanaan khusus untuk menghadapi pasar tahun 2021. "Tidak ada yang spesial. Sebenarnya, yang paling penting adalah kami dapat menjaga komunikasi secara aktif dengan konsumen. Kemudian, kami menyediakan layanan purnajual berdasarkan kebutuhan konsumen. Kami juga akan meneruskan pendekatan digital kepada konsumen. Dalam hampir satu tahun masa pandemik, kami merasa peran digital sangat penting dan masyarakat kini cenderung menggunakan media digital dalam mendukung aktivitas mereka," ujarnya lagi.

Sementara itu, untuk target penjualan pada 2021, KTB masih enggan menetapkan angka. "Kami masih mencoba mencari tahu, karena tahun 2020 juga belum berakhir. Kami yakin kondisi pasar akan lebih baik tahun depan sehingga targetnya harus lebih tinggi dari pencapaian 2020, dan juga fokus mempertahankan posisi *absolute market leader*. Angkanya secara lebih rinci akan kami informasikan kemudian," ulas Duljatmono.

"Tidak bisa dimungkiri, kondisi *market* truk sudah dapat mencerminkan kondisi bisnis yang saat ini, merosot jauh dbandingkan dengan tahun lalu. Ini dipicu oleh ekonomi dan bisnis Indonesia yang masih tidak menentu, sehingga berdampak pula pada para pengusaha yang masih menahan diri. Kondisinya saat ini *wait and see*, tapi di sisi lain secara *global demand* ada walaupun tidak besar karena bisnis tetap harus berjalan," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

Perkenalkan Produk Terkini

PT Chakra Jawara rupanya sangat tertarik menggarap pasar *on road,* yang penetrasinya baru dilakukan beberapa tahun belakangan ini. "Berkaca pada kondisi tahun 2020 yang sangat tidak menentu, salah satu fokus rencana kami tahun 2021 adalah terus melebarkan sayap di *market on road*. Hal ini sudah kami mulai dengan membuka cabang baru kami di Surabaya pada bulan November 2020. Harapan kami, Chakra Jawara bisa memperkuat *market* tidak hanya di segmen *off road* tapi juga *on road* sehingga menjadi *balance* dalam bisnis kami. Tidak ada yang bisa memprediksi kondisi tahun depan, sebelum vaksin ditemukan. Kami melihat kondisi masih akan sama dengan tahun 2020. Oleh karena itu, kami membuat target yang lebih realistis," urai Rudhi Wibawa.

"Langkah strategis kami di tahun 2021 mendatang masih sama dengan akhir tahun 2020 ini. Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama dari setiap aktivitas yang kami selenggarakan. Oleh karena itu, tahun depan kami akan menghadirkan produk-produk terkini sesuai dengan kebutuhan pasar di Indonesia. Selain itu, kami juga akan menawarkan serangkaian *financing program* menarik dengan harapan bisa meringankan upaya pengembangan bisnis pelanggan kami," kata Jung-Woo Park, *President Director* PT Daimler Commercial Vehicles Indonesia, APM kendaraan komersial Mercedes-Benz di Indonesia.

"Kami melihat tahun 2021 masih akan menjadi tahun yang menantang bagi industri otomotif Indonesia. Kami tidak bisa menyampaikan detail target penjualan kami secara rinci. Tahun depan kami masih harus menghadapi berbagai isu, seperti kondisi pasar yang tidak pasti, kepercayaan pelanggan terhadap kondisi pasar, dan lainnya. Namun, fokus dan strategi kami tidak akan berubah, yaitu senantiasa mengedepankan kepuasan pelanggan dan menghadirkan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan kami di seluruh Indonesia," ujar Jung-Woo Park.

Tren jual beli truk saat ini mulai bergeser dari *offline* ke *online*. **TruckMagz** melakukan survei Jual Beli Truk Bekas pada Oktober hingga November secara *online* terhadap 500 responden per bulan. Karakteristik responden, 100% pria dengan usia di bawah 35 tahun (22,6%), 36-45 tahun (41,9%), 46-50 tahun (12,9%), di atas 50 tahun (22,6%).

Jual Beli Truk Bergeser ke *Online*

Teks: ***Antonius Sulistyo*** / Foto: ***Giovani***

Klasifikasi jenis usaha responden; distributor (3,2%), *freight forwarding* (6,5%), jasa angkutan umum (74,2%), logistik (3,2%), rental (6,5%), *trading* (3,2%), transportasi untuk sendiri (3,2%) dengan bentuk badan usaha PT (71%), CV (16,1%), dan perseorangan (12,9%).

Hasil survei Cara Menjual, sebesar 29,41% responden menyatakan 'promosi melalui WA/Telegram'; 9,8% responden menyatakan 'promosi melalui media sosial (Facebook, Twitter, IG)'; 21,57% responden menyatakan 'jual melalui situs jual beli'; 25,49% responden menyatakan 'jual melalui agen/perusahaan jual beli truk bekas'; dan 13,73% responden menyatakan 'jual via teman/relasi/calo'.

Hasil survei Tujuan Membeli Truk Bekas, sebanyak 80,6% responden menyatakan 'untuk penambahan unit', sementara 19,4% responden menyatakan 'untuk peremajaan unit'. Dalam hal persentase DP, hasil survei memperlihatkan bahwa sebesar 64,5% responden menyatakan 'DP di atas 10%'; 12,90% responden menyatakan 'kurang dari 10%'; dan 22,6% responden menyatakan 'DP 0%' dengan persentase yang sama dalam metode pembelian unit, yakni tunai (25,8%) dan kredit (25,8%).

Sementara itu, hasil survei Google Indonesia pada April-Juli kepada 1.000 orang responden menyatakan bahwa 43% responden 'mau membeli mobil via *online*., sedangkan mayoritas responden sebesar 71% menyatakan 'ingin membeli mobil langsung dari *website showroom*. "Ini merupakan kenaikan yang sangat pesat jika dibandingkan tahun 2019 yang hanya 4% konsumen yang siap membeli kendaraan via *online*," kata Randy Jusuf, *Managing Director* Google Indonesia dalam diskusi *online* beberapa waktu lalu.

Berikutnya, hasil survei Google Indonesia tentang rencana konsumen membeli kendaraan (baru/bekas), 38% responden menyatakan 'tidak tahu kapan', dan 29% lainnya menyatakan 'menunggu sampai situasi membaik'. "Dua data poin ini sebenarnya menggambarkan ada penundaan pembelian," ujar Yudistira Adi, Manajer Industri Otomotif Google Indonesia.

Yudistira menyebutkan bahwa penundaan pembelian tersebut juga didukung kesimpulan hasil survei lainnya, tentang pengaruh pandemik pada pendapatan pribadi. "Sebanyak 25,8% menyebutkan pendapatannya berkurang signifikan, sebanyak 31,7% berkurang sedikit, sisanya mengatakan tidak ada perbedaan dan ada yang justru meningkat," katanya.

Pembiayaan Truk Baru

Dalam hal pembiayaan pengadaan truk baru, para distributor resmi didukung agen pemegang merek (APM) melakukan kerja sama lebih intens dengan perusahaan pembiayaan. Kerja sama khususnya dilakukan dengan perusahaan pembiayaan yang masih dalam satu grup usaha.

"Kami bekerja sama dengan Astra Financing Group membuat program yang mempermudah dan mempercepat proses kredit sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Kami siapkan proses bisnis baru yang lebih mendukung pelayanan untuk pelanggan *fleet* dan *corporate*. Bersama Astra Financing Group, kami dapat memberikan pendanaan kepada pelanggan yang potensial," kata Bambang Widjanarko, *Chief Operating Officer* Astra UD Trucks.

Bambang menambahkan bahwa upaya pemaksimalan seluruh layanan finansial kepada pelanggan dilakukan Astra UD Trucks dengan mempercepat proses digitalisasi. "Kami mempercepat proses digitalisasi sehingga proses transaksi penjualan dan layanan purnajual menjadi lebih mudah dan lebih jauh menjangkau area di seluruh Indonesia. Pelaksanaan sistem *single ID* pada pelayanan akan membuat layanan menjadi sama kepada pelanggan di mana pun dengan data histori yang terintegrasi," urai Bambang.

Randy Jusuf
Managing Director
Google Indonesia

"Kami sadar betul kondisi bisnis belum pulih. *Voice of customer*, saat ini sulit mendapatkan pembiayaan dari bank maupun *leasing*. Oleh karena itu, kami mencoba membantu *customer* untuk memenuhi kebutuhan melalui kerja sama dengan bank dan juga *leasing* untuk pembelian truck Iveco. Kami sudah menjalankan dua program. Pertama adalah program Fantastis Trakker bersama CSUL finance. Kedua adalah program untuk Iveco 682 bersama Mandiri Tunas Finance. Dalam program ini, kami memberikan *rate* yang kompetitif serta kemudahan dalam cicilanya," kata Rudhi Wibawa Rusadhi, *General Manager-Commercial and Marketing* PT Chakra Jawara, *exclusive distributor* Iveco di Indonesia.

Ramai-Ramai Lakukan Ekstensifikasi

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

Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aptrindo) mencatat sektor jasa logistik mengalami kontraksi cukup dalam akibat pandemik Covid-19. Pada kuartal II 2020 penurunan pendapatan jasa logistik mencapai 30,84 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019. Imbas penurunan tersebut bisnis *trucking* juga merugi. Omzet perusahaan *trucking* hanya mencapai 60 persen atau utilisasi bisnisnya hanya sekitar 40 persen.

Anjloknya permintaan jasa logistik atau *trucking* tak lepas dari beberapa industri manufaktur yang mengalami penurunan kapasitas produksi sekitar 40 sampai 50 persen. Padahal, industri manufaktur adalah konsumen utama jasa logistic.

"Hal ini tentu sangat berdampak pada menurunnya utilisasi jasa logistik pada tahun ini," kata Gemilang Tarigan, Ketua Umum Aptrindo dalam sebuah diskusi virtual. Menurutnya, sebelum masa pandemik Covid-19, bisnis *trucking* tumbuh pesat. Pada 2019, pertumbuhan jumlah truk di Indonesia meningkat 7 persen, menjadi 93,594 unit. Kemudian, pertumbuhan potensi pasar jasa logistik mencapai 15,2 persen dan realisasi angkutan barang mencapai Rp 139 triliun.

Dengan kondisi saat ini, Tarigan mengatakan akan berupaya masuk ke digital agar bisnis tetap bisa bertahan dan bersaing di masa depan. Sampai akhir tahun ini, Aptrindo mengusahakan untuk berkolaborasi dengan platform *warehousing*, transportasi, menerapkan *single stakeholder profile* secara terbatas, perluasan penerapan *Integrated Single Risk Management (*ISRM), hingga kolaborasi Inaportnet ke dalam portal *Indonesia National Singel Window* (INSW) yang juga sedang diusahakan oleh Kementerian Perhubungan.

Kondisi penurunan jasa logistik turut diamini PT Tiga Permata Logistik (3PL), yang merupakan perusahaan *third party logisticsi*. PT 3PL focus bergerak di dua segmen bisnis, yakni pergudangan dan jasa transportasi domestik. Menurut Artha Nugraha Johar, *Business Development Manager* 3PL, kuartal I - 2020 lalu menjadi fase terburuk bagi perusahaan.

Pada kuartal II – 2020 beberapa pelanggan mulai melakukan penjadwalan ulang untuk pembayaran, walaupun pada masa itu bisnis berjalan stagnan. Berbeda dengan dua kuartal sebelumnya, pada kuartal III - 2020 bisnis PT Tiga Permata Logistik mulai membaik.

"Sebagian besar pelanggan terdampak oleh pandemik. Namun, pada kuartal III mulai membaik. Ini ditandai dengan pelanggan yang mulai bisa melakukan pembayaran dengan waktu normal. Pelanggan juga bertumbuh secara signifikan di kurtal ini," ucapnya.

Hal yang sama turut dialami PT Lookman Djaja. Permintaan jasa angkutan kepada perusahaan angkutan barang ini telah kembali normal pada kuartal III 2020. "Kalau turun, pasti turun. Nemun, ini kan masalah semua pengusaha dan ini temporer. Akhirnya *rebound* juga. Kondisi perekonomian sekarang sudah mulai normal," tutur Kyatmaja Lookman, Presiden Direktur PT Lookman Djaja.

Andalkan Investasi Teknologi dan SDM

Merespons perubahan bisnis selama pandemik, PT Lookman Djaja sempat melakukan esktensifikasi pada Sepetmber 2020. PT Lookman Djaja melakukan perluasan unit bisnis di luar bisnis utama (B2B) dengan membuka layanan *parcel delivery* (B2C) rute Jakarta-Surabaya.

"*Parcel delivery* belum signifikan buat kami yang terbiasa menyasar *Business to Business* (B2B). *Parcel delivery* yang merupakan *Business to Customer* (B2C) memerlukan eksositem tersendiri dan harus ada kerja sama dengan platform lain," ucap Kyatmaja.

Berbeda halnya dengan PT Tiga Permata Logistik yang sejak awal memiliki dua sasaran bisnis sekaligus, yakni B2B dan B2C. Perusahaan yang berbasis di empat kota di Indonesia ini, menjawab dampak pandemi dengan menjalankan strategi bisni sesuai skenario program yang sudah dibuat pada tahun sebelumnya.

Gemilang Tarigan
Ketua Umum
Aptrindo

"Kami berekspansi kepada bisnis *e-commerce* di antaranya *fulfillment center* dan distribusinya. Sangat kebetulan, ternyata skenario ini sesuai dengan kondisi pandemik yang sedang dihadapi. Hingga saat ini tidak ada unit bisnis yang berhenti, meski secara omzet menurun," kata Artha menerangkan.

PT Tiga Permata Logistik juga memulai bisnis baru *boxku.id,* sebuah solusi penyimpanan barang bagi masyarakat perkotaan. Artha yakin bahwa *fulfillment center* akan menjadi bisnis logistik yang semakin berkembang pada masa mendatang. Permintaan pelanggan semakin tinggi dan mereka menginginkan barang lekas sampai dengan biaya pengiriman murah. Solusinya adalah *fulfillment center*.

Hal itu terbukti dengan data Kementerian Keuangan yang menyebutkan bahwa sektor logistik relatif stabil selama pandemik Covid-19. Adapun transaksi pembelian lewat niaga-el meningkat 18,1 persen atau menjadi 98,3 juta transaksi dengan total nilai transaksi

Rp 20,7 triliun (naik 9,9 persen).

"Saya melihat ada beberapa perusahaan logistik (B2B) yang membuka unit bisnis baru untuk melayani B2C, baik dengan membuka *fulfillment center* maupun perusahaan kurir. Pada masa pandemik ini, pertumbuhannya sangat terasa dan akan meningkat terus pada masa-masa mendatang, seiring dengan semakin masifnya penggunaan internet," ujarnya.

Meski begitu, Artha belum melihat sebuah perusahaan yang 100% *shifting* dari B2B ke B2C. Namun, ia menilai segmen baru ini sangat membantu perusahaan untuk dapat meraih target omzet. Sejauh ini PT Tiga Permata Logistik optimistis dan melihat indikator ekonomi mulai membaik. Hal itu bisa dilihat beberapa investor yang masuk ke Indonesia yang bisa menjadi peluang bagi banyak perusahaan logistik termasuk 3PL.

"Meski memang kita sudah masuk ke dalam resesi dan masa depan yang belum pasti, Tiga Permata Logistik masih bisa optimistis untuk meningkatan omzet dan jumlah pelanggan di tahun depan. Kami terus berusaha memperbaiki layanan melalui penambahan keahlian pada sumber daya manusia serta investasi di teknologi," tuturnya.

Artha Nugraha Johar

Business Development Manager
PT Tiga Permata Logistik

Persaingan Logistik Segmen Ritel Makin Sengit

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

Asosiasi E-Commerce Indonesia (IdEA) mencatat bahwa imbauan pembatasan aktivitas tatap muka sangat berpengaruh terhadap peningkaan transaksi belanja daring (*online*). Meski daya beli menurun, transaksi barang-barang pokok ternyata meningkat. Bahkan, transaksi produk yang berkaitan dengan hobi. Rata-rata kenaikan penjualan platform niaga-el (*e-commerce*) berkisar 25 persen pada masa pandemik Covid-19.

Sementara itu, data RedSeer menyebutkan industri niaga-el melonjak 69 persen yang kemudian berdampak positif pada permintaan jasa pengiriman, seperti yang dialami Anteraja. Volume pengiriman perusahaan jasar kurir ini hingga pertengahan Oktober 2020 sudah menembus 305.000 paket parsel per hari atau lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan masa sebelum Covid-19 mewabah.

"Sebelum Covid-19 hanya mencapai 100.000 parsel per hari," jelas Suyanto Tjoeng, *Chief Executive Officer* Anteraja dalam keterangan pers. Anteraja baru mulai beroperasi pada Maret 2019 sehingga peningkatan volume pengiriman ini merupakan suatu pencapaian yang signifikan,

Beni Syarifudin

Ketua Umum
IPCN

Anteraja merupakan bagian dari anak perusahaan PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) dengan layanan yang sudah tersedia lebih dari 90 persen di Indonesia. Kini, layanan jasa pengiriman ini menjadi kontributor terbesar kedua terhadap total pendapatan ASSA. Sebelumnya, mereka hanya berada di posisi keenam

Sepanjang semester I 2020, pendapatan ASSA berasal dari jasa sewa kendaraan mobil penumpang dan *autopool* sebesar 45,76%; jasa *online express logistics* (Anteraja) sebesar 19,24%; penjualan kendaraan bekas sebesar 14,21%; sewa juru mudi sebesar 9,56%; jasa lelang otomotif (JBA) sebesar 5,71%; dan jasa logistik sebesar 5,52%.

"Kenaikan pendapatan tertinggi di semester I 2020 berasal dari layanan jasa pengiriman Anteraja yang tumbuh menjadi Rp 269,92 miliar dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5,85 miliar. ASSA akan terus mengembangkan bisnis *end-to-end logisctics* yang berpeluang untuk terus berkembang seperti yang terjadi di Anteraja," kata Prodjo Sunarjanto, Presiden Direktur ASSA.

Sebagai upaya memperkuat segmen B2C yang sedang tumbuh, ASSA berencana menerbitkan obligasi konversi (*convertible bond*) melalui *right issue* atau Penambahan Modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMHMETD). ASSA akan menawarkan sebanyak 600 juta obligasi konversi bersifat *zero coupon* yang bisa ditukar dengan saham baru setelah 7 tahun sesuai dengan propektus yang diterbitkan. Setiap pemegang 453 saham lama ASSA yang tercatat pada 7 Januari 2020 berhak memperoleh 80 HMETD saham baru. Setiap satu HMETD memberikan hak kepada pemegangnya untuk membeli sebanyak satu obligasi konversi pada harga pelaksanaan yaitu Rp 750 per saham.

Jumlah dana yang akan diterima ASSA dari aksi korporasi ini adalah sebesar Rp 450 miliar. Dana tersebut akan digunakan untuk pelunasan pinjaman bank, serta untuk pengembangan anak usaha ASSA. Sunarjanto mengungkapkan bahwa 51,5% dana yang terkumpul ini akan digunakan untuk pengembangan usaha anak perseroan seperti PT Tri Adi Bersama (Anteraja) dan PT Adi Sarana Logistik (Titipaja).

M Feriadi

Ketua Umum
Asperindo

Kompetitor Bertambah, Pertumbuhan Bisnis Tipis

Sementara itu, Ikatan Pengusaha Cargo Nusantara (IPCN) yang memiliki anggota 200 perusahaan mengklaim tak terlalu terdampak pandemik Covid-19 karena 70% anggotanya bermain pada segmen *business to customer* (B2C) dan 30% *business to business* B2B. Saat ini utilisasi armada perusahaan B2B di IPCN telah membaik dengan rata-rata 80 persen dari total armada yang dimiliki.

"Penurunan bisnis ditanggapi dengan ada yang membuat inovasi dan terobosan baru dengan membuat *startup* kargo. Ada cukup banyak. Pencapaiannya saya rasa cukup menggembirakan karena terbukti masih tetap *survive*," ujar Beni Syarifudin, Ketua Umum IPCN.

Pendapat senada muncul dari Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo) yang menilai pola pertumbuhan logistik ritel khususnya jasa kurir sangat berbeda tahun ini. Pada tahun-tahun sebelumnya lonjakan pengiriman hanya mengalami puncaknya pada lebaran setelah itu kembali datar. Sekarang, jasa kurir tetap tumbuh meski puncak lebaran sudah terlewati.

"Setiap anggota Asperindo mengalami pertumbuhan berbeda-beda. Kami tidak punya data pertumbuhan setiap perusahaan. JNE juga ada pertumbuhan tetapi tidak signifikan hanya di bawah 10 persen," kata M. Feriadi, Ketua Umum Asperindo dalam sebuah diskusi virtual.

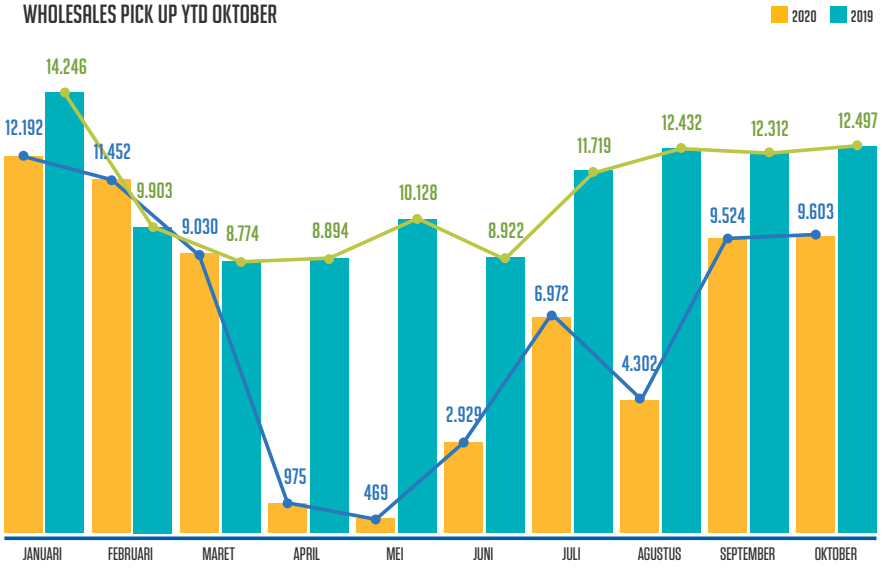
Ia mengakui bahwa kondisi sekarang merupakan masa sulit bagi model bisnis layanan B2B untuk meraih kinerja yang lebih baik. Ketidakstabilan sektor B2B sebagai imbas dari penurunan produksi industri manufaktur akibat aktivitas yang terbatas dan berkurang selama masa pandemik dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar).

Meski begitu, ia yakin sektor logistik masih menjadi jasa yang dibutuhkan masyarakat terutama dengan kepentingan pengantaran makanan dan kesehatan maupun mendukung layanan niaga-el. "Tentunya, pertumbuhan hanya terjadi secara tipis karena bermunculan banyak pemain di sektor ini. "Kue"-nya semakin terbagi. Belum lagi daya beli masyarakat yang mungkin juga berbeda dibandingkan dengan masa sebelum pandemik," katanya lagi.

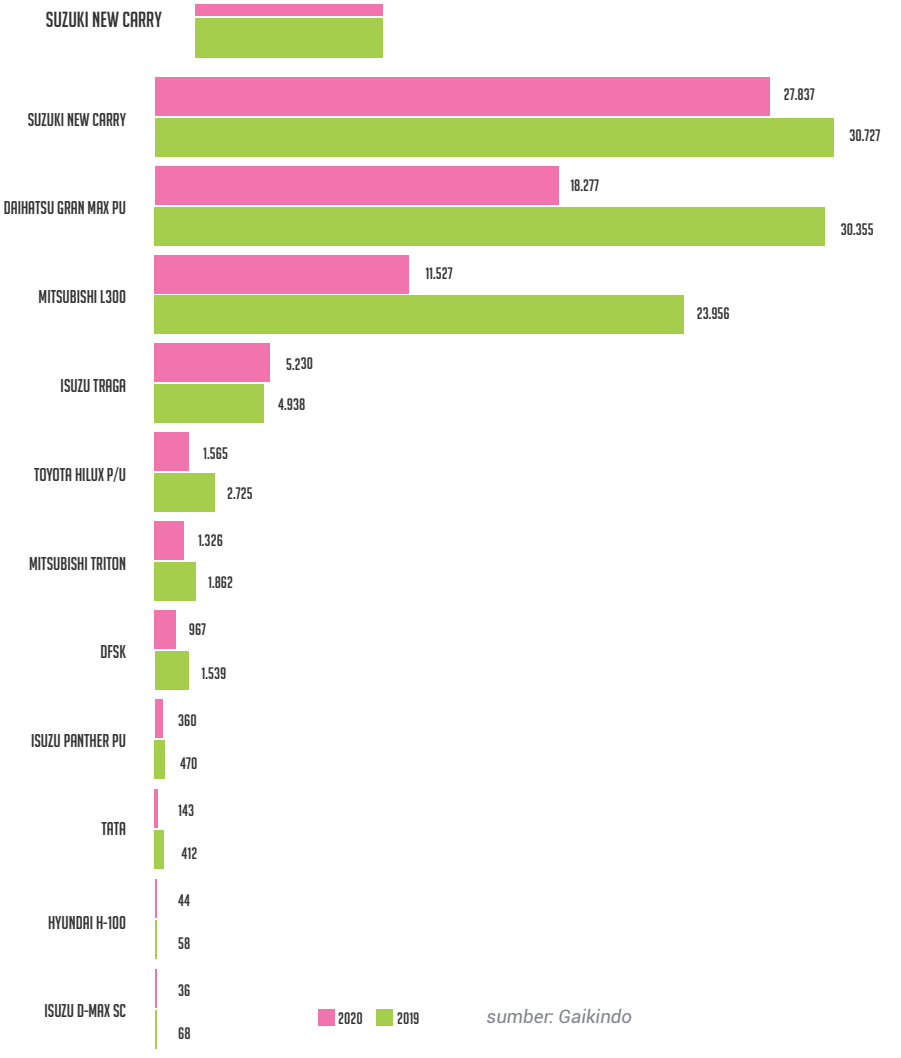
Dominasi Suzuki New Carry Selama Pandemi

Teks & Foto: *Antonius Sulistyo*

Selama Januari-Oktober 2020, pasar *light commercial vehicle* atau kategori pikap mengalami penurunan permintaan. Jika membandingkan data *retail sales* dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), terjadi penurunan total penjualan pikap *year-to-date* (YtD) Oktober sekitar -33 persen. Total *retail sales* Januari-Oktober 2020 adalah 72.818 unit, turun 36.249 unit dibandingkan total penjualan Januari-Oktober 2019 sebesar 109.067 unit.



sumber: Gaikindo



sumber: Gaikindo

Sementara itu, merek kendaraan niaga ringan yang masuk lima besar penjualan tertinggi secara *wholesales* YtD Oktober 2020, yaitu Suzuki New Carry, Daihatsu Gran Max PU, Mitsubishi L300, Isuzu Traga, dan Toyota Hilux. *Retail sales* New Carry sebagai *market leader* segmen pikap mencatatkan kontribusi terhadap pasar otomotif nasional sebesar 5.715 unit (12,4 persen), dan 5.143 unit (10,5 persen) untuk total *wholesales* nasional.

"Meski pasar otomotif sedang lesu tapi capaian penjualan Suzuki perlahan-lahan semakin stabil. Bulan September dan Oktober kami berhasil mencatat angka penjualan mendekati 6.000 unit. Tentunya hal ini juga berkat kepercayaan masyarakat yang memilih produk Suzuki sebagai kendaraan andalan. Kami berharap industri otomotif Indonesia semakin pulih dan stabil kembali menjelang akhir tahun," kata Donny Saputra, 4W *Marketing Director* PT Suzuki Indomobil Sales, agen pemegang merek (APM) kendaraan Suzuki di Indonesia.

Donny menjelaskan bahwa penjualan Suzuki Indonesia pada bulan Oktober masih didominasi oleh New Carry Pick Up sebanyak 3.363 unit, atau sekitar 64 persen dari total penjualan ritel Suzuki secara nasional. "Terima kasih atas kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap produk-produk Suzuki. Tentunya dukungan dan kepercayaan dari masyarakat semakin memotivasi kami untuk terus berkontribusi dalam menstimulus pasar. Sehingga dalam berbagai hal, baik ekonomi, industri, dan sektor lainnya bisa kembali stabil dan pulih seperti sedia kala," ungkap Donny.

"Total penjualan Isuzu April-Oktober sebesar 8.666 unit. Dari total tersebut, Isuzu Traga berhasil terjual sebanyak 3.662 unit. Varian ini bermain di segmen pikap medium dan Isuzu Traga hanya memiliki satu tipe dengan dua aplikasi, yaitu bak dan boks," kata Attias Asril, *GM Marketing* PT Isuzu Astra Motor Indonesia, APM kendaraan Isuzu di Indonesia.

Oktober Pemulihan

Menjelang akhir tahun 2020, pasar otomotif mulai memasuki masa pemulihan dengan kenaikan pasar secara bertahap. Pasar sebelumnya sempat berada di titik terendahnya pada kuartal II 2020 karena kondisi pandemi Covid-19 dengan tingkat penularan sangat masif saat itu. Penjualan otomotif secara nasional mengalami pemulihan menuju tren positif pada Oktober. Pemulihan pasar otomotif terjadi peningkatan positif seiring perbaikan ekonomi nasional, meskipun Indonesia memasuki kondisi resesi. Pada kuartal II-2020 perekonomian Indonesia berada di angka -5,32 persen, sementara pada kuartal III-2020 menjadi -3,49 persen.

Daihatsu di posisi kedua dari lima besar penjualan tertinggi secara nasional, membukukan *retail sales* sebesar 81.623 unit YtD Oktober 2020. Sementara peningkatan *market share*-nya menjadi 18 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar 16,9 persen. Secara *wholesales*, total penjualan seluruh model Daihatsu mencapai 77.471 unit, dengan penjualan varian Gran Max PU sebesar 18.277 unit YtD Oktober 2020.

Retail sales Daihatsu pada bulan Oktober 2020 tercatat 8.135 unit secara total, dan Gran Max PU berkontribusi sebesar 2.827 unit, atau memberikan sumbangsih 34,8 persen pada bukan Oktober. "Kami bersyukur penjualan Daihatsu hingga Oktober tetap mencatatkan hasil positif. Kami berharap peningkatan penjualan sektor otomotif dapat membantu pemulihan perekonomian Indonesia secara keseluruhan," kata Hendrayadi Lastiyoso, *Marketing & Customer Relations Division Head* PT Astra International Daihatsu Sales Operation, distributor resmi Daihatsu.

Seiring dengan peningkatan *retail sales* mobil sebesar 6,4 persen berdasarkan data Gaikindo, angka penjualan Suzuki pun perlahan kembali stabil. "Angka penjualan Suzuki pada bulan Oktober yang kembali stabil ini didominasi produk-produk buatan Indonesia sebesar 95 persen. Selain mendominasi angka penjualan di Indonesia, produk Suzuki buatan dalam negeri juga berkontribusi pada angka ekspor Suzuki dengan capaian ekspor selama Oktober 2020 sebesar 4.190 unit," kata Donny menjelaskan.

PUBLISHED SOON

INDONESIA TRUCKING DIRECTORY

INDONESIA LOGISTIC DIRECTORY

KUMPULAN DATA PENGUSAHA TRUK DAN LOGISTIK DI INDONESIA

Terdiri dari *Land Transporter, Warehouse Provider, 3PL, Cargo Handling Airport Operator, Bulk Terminal Operator, Container Terminal, Empty Container Depot Operator,* Distributor, Asosiasi, dan Instansi Pemerintah.

PASTIKAN PERUSAHAAN ANDA **TERCATAT**

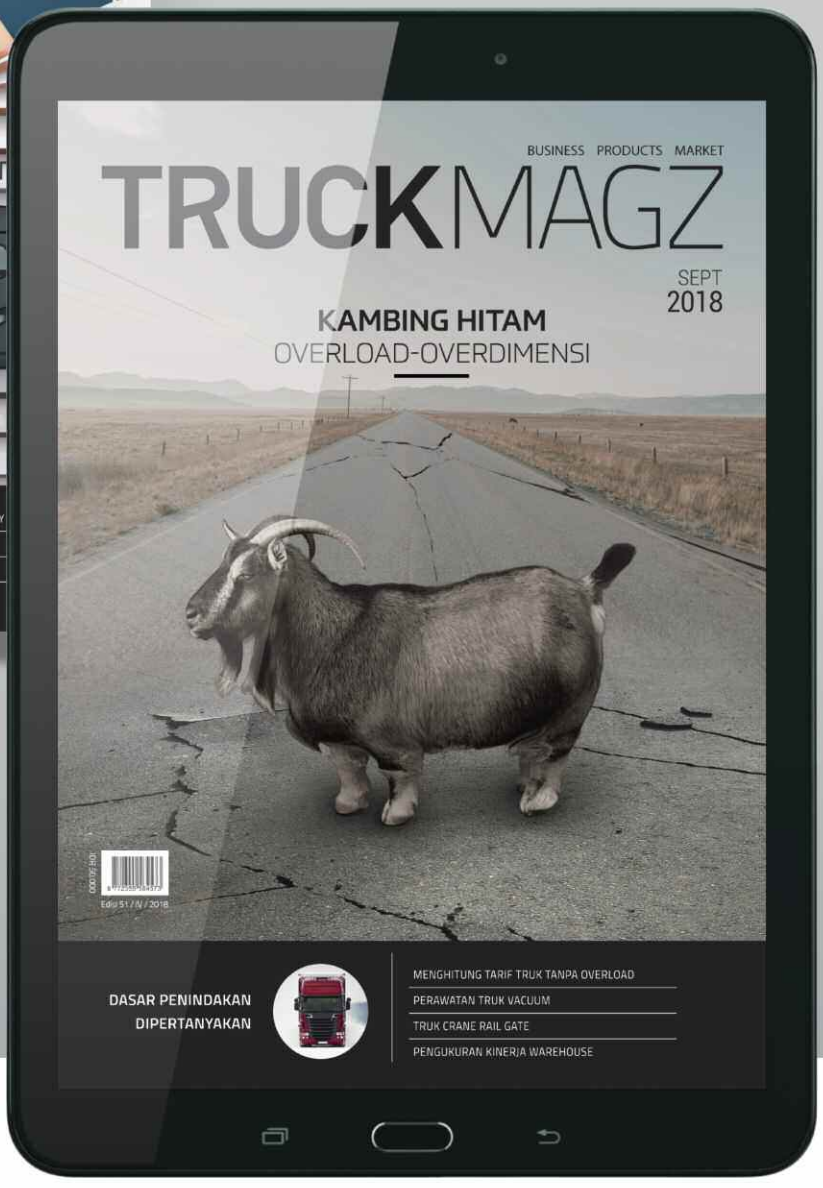
INFORMASI LEBIH LANJUT HUBUNGI TRUCKMAGZ

0821 3912 1239 | info@truckmagz.com

GO DIGITAL!

SUBSCRIBE NOW!

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



READ TRUCKMAGZ ON YOUR GADGET

www.truckmagz.com

PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Komplek Ruko SectionOne Blok F7-F11 • Jl. Rungkut Industri I Kendangsari - Tenggilis Mejoyo, Surabaya
Kode Pos 60292 • Tlp. 031-9984-2822 • Email. info@truckmagz.com

Sistem Logistik Pangan untuk Ketahanan Pangan

Nilai ekonomi dari kebutuhan pangan sangatlah besar. Penyediaan pangan melibatkan banyak ekosistem dari berbagai sektor ekonomi. Kontribusi sektor eksosistem penyediaan pangan terhadap GDP di Indonesia hampir 60%. Sektor kontribusi penyediaan pangan tidak hanya dari sektor pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, kelautan, dan industri manufaktur pengolahan pangan, namun melibatkan juga sektor transportasi, pergudangan, perbankan, riset, dan perdagangan.

Penyediaan pangan dalam jumlah yang tepat, mutu yang baik, ketersediaan pangan yang menjangkau semua penduduk Indonesia di mana pun berada, dan dengan harga yang terjangkau menjadi tantangan semua *stakeholder* pangan, baik pemerintah, dunia usaha dari BUMN, koperasi, dan swasta, maupun pihak-pihak lain.

Logistik pangan penting dalam menyediakan pangan untuk keberlanjutan manusia di bumi. Logistik pangan akan memastikan ketersediaan pangan tepat kuantitas, kualitas, pada saat yang tepat, dengan harga yang terjangkau. Selain itu, logistik pangan yang efektif mampu mengurangi kelangkaan stock komoditas pangan, pengendalian harga komoditas pangan, dan meminimalkan terjadinya disparitas harga. Dua hal terakhir ini, yakni disparitas harga dan kelangkaan komoditas pangan turut memengaruhi stabilitas perekonomian.

Zaroni

Senior Consultant
Supply Chain Indonesia

Sistem logistik pangan di Indonesia masih lemah. Indikator bahwa sistem logistik pangan kita masih lemah adalah masih terjadinya kelangkaan komoditas jenis pangan tertentu di suatu daerah dan adanya disparitas harga untuk beberapa jenis komoditas antardaerah. Selain itu, beberapa permasalahan logistik pangan masih ditemukan seperti penyusutan atau penurunan kualitas pangan karena pengelolaan logistik yang masih buruk, biaya logistik yang cukup tinggi, dan harga pangan pada tingkat eceran atau ritel yang relatif mahal.

Penyedia pangan terdiri dari petani, peternak, perkebunan, perikanan, dan manufaktur industri pangan. Distribusi pangan meliputi pedagang, distributor, pengelola gudang pangan, dan perusahaan transpotasi pangan.

Sistem logistik pangan akan memastikan penyediaan pangan ke rumah tangga dan setiap individu dalam memenuhi kebutuhan pangan secara tepat kuantitas, tepat kualitas, tepat waktu, dan biaya logistik distribusi pangan yang paling efisien. Sistem logistik pangan juga akan menjamin tidak ada kelangkaan pangan dan disparitas harga yang tinggi antardaerah. Utamanya untuk jenis pangan kebutuhan pokok.

Pemerintah telah menetapkan kebutuhan pokok pangan menurut Peraturan Presiden Nomor 71 tahun 2015 yang dikelompokkan sebagai berikut:

- Kebutuhan bahan pokok pangan hasil pertanian: beras, kedelai bahan baku tahu dan tempe, cabe, dan bawang merah.
- Kebutuhan bahan pokok pangan hasil industri: gula, minyak goreng, dan tepung terigu.
- Kebutuhan bahan pokok pangan hasil peternakan dan perikanan:

daging sapi, daging ayam ras, telur ayam ras, dan ikan segar yaitu bandeng, kembung dan tongkol/tuna/cakalang.

Perbaikan sistem logistik pangan perlu menjadi perhatian bersama. Pemahaman ekosistem rantai pasokan pangan (*food supply chain ecosystem*) akan membantu dalam melakukan perbaikan sistem logistik pangan. Penyediaan pangan sampai ke setiap rumah tangga dan individu membentuk rantai pasokan yang sangat kompleks. Setiap pihak yang terlibat dalam rantai pasokan saling berinteraksi yang memengaruhi kinerja rantai pasokan pangan.

Secara garis besar, rantai pasokan pangan melibatkan pihak-pihak:

- Institusi. Rantai pasokan pangan melibatkan institusi pemerintah sebagai regulator, pelaku usaha, perguruan tinggi, lembaga riset dan pengujian, penyedia benih, pupuk, dan pestisida, perbankan, MUI, dan organisasi publik.
- Infrastruktur dan sumber daya, yang meliputi: pelabuhan, jalan raya, stasiun, dan energi.
- Layanan delivery, mencakup penyedia jasa logistik, perusahaan transportasi, distributor, pengelola gudang pangan, cold chain, dan sistem ICT logistik.
- *Service chain*, mencakup pemasok (petani, peternak, dan nelayan), perusahaan industri pengolah makanan, pengepakan, dan retailer.

Harmonisasi Pelaku

Setiap pihak yang terlibat dalam rantai pasokan pangan perlu berbagi peran dengan kejelasan tingkat kualitas pelayanan dan indikator keberhasilan pihak masing-masing. Tolok ukur keberhasilan kinerja rantai pasokan pangan sejatinya sederhana, yaitu kelancaran penyediaan dan distribusi pangan yang menjangkau ke rumah tangga dan individu dengan biaya logistik yang paling murah.

Banyak faktor yang memengaruhi sistem logistik pangan ini. Tidak hanya penyediaan infrastruktur logistik seperti gudang penyimpanan dan transportasi barang untuk mengangkut komoditas pangan. Sistem logistik pangan – lebih tepatnya saya menyebut rantai pasokan pangan (*food supply chain*) sangatlah kompleks. Ia melibatkan banyak aktor, seperti produsen (umumnya sektor pertanian), pengolah pangan (*foodprocessor* atau *food manufacturing*), distributor dan pengecer, sektor hospitality (hotel, restauran, dan sejenisnya), dan konsumen akhir.

Kompleksitas rantai pasokan dan logistik pangan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: sektor pertanian sebagai produsen pangan, pemerintah, pengolahan, kualitas, pasar dan konsumen, kebijakan dan peraturan pemerintah daerah atau lokal, dan perusahaan logistik.

Setiap faktor tersebut berkontribusi terhadap rantai pasokan dan logistik pangan. Sebagai contoh, sektor pertanian yang merupakan produsen pangan sangat rentan dengan faktor cuaca, lingkungan, dan kualitas hasil panen. Sektor pertanian menghasilkan bahan pokok pangan, seperti beras, kedelai, jagung, gandum, dan lain-lain. Komoditas pangan tersebut sebagian dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sektor rumah tangga (*consumer*). Sebagiannya lagi menjadi bahan baku (*raw material*) produk pangan olahan (*food manufacturing*). Pasokan yang kontinu dengan ukuran dan kualitas standar menjadi tantangan dalam logistik pangan.

Sistem rantai pasokan dan logistik pangan harus mampu menjaga keseimbangan penawaran dan permintaan pangan, mulai dari produser pangan, manufaktur, distributor, pengecer, sampai konsumen akhir, melalui pengelolaan sistem informasi, aliran barang, dan aliran kas, dari hulu ke hilir, dan sebaliknya.

Penting untuk diperhatikan bahwa operasional, fasilitas, dan infrastruktur logistik pangan disesuaikan dengan jenis komoditas pangan. Dalam operasional logistik, berlaku kaidah "setiap jenis komoditas atau produk memerlukan pengelolaan dan layanan logistik yang ber-

beda". Meminjam istilah dalam akuntansi biaya, "*different cost for different purposes*". Dalam logistik, kita pun bisa menyebutnya, "*different logistics service for different food*".

Karenanya, bila sistem logistik pangan kita masih lemah, banyak perbaikan yang mesti dilakukan. Mulai dari sektor atau aktor dalam rantai pasokan pangan, peran pemerintah, perusahaan logistik, dan perbaikan fasilitas pendukungnya.

Harmonisasi pelaku usaha dan semua pihak yang berkepentingan terhadap logistik pangan perlu menjadi perhatian penting bersama. Pemerintah melalui kebijakan dan BUMN-nya memiliki instrumen dan mekanisme untuk menyeimbangkan pasar komoditas pangan. Bulog sebagai BUMN yang mengelola logistik komoditas pangan memiliki peran penting dalam mengendalikan harga komoditas pangan di tingkat petani, harga eceren, dan menjamin ketersediaan komoditas pangan.

Peran ini dijalankan Bulog dengan melakukan pembelian atau sering disebut dengan penyerapan komoditas pangan seperti beras, jagung, kedelai, dan lain-lain di tingkat petani, agar harga komoditas tersebut tidak jatuh. Selanjutnya, Bulog menyimpan komoditas pangan ini di gudang-gudang Bulog untuk menjaga ketahanan pangan.

Menilik peran Bulog yang sangat strategis dalam menjaga keseimbangan pasar komoditas pangan, upaya untuk meningkat peran Bulog dalam pengelolaan logistik pangan sangat diharapkan.

Kedepan, Bulog diharapkan memperluas cakupan aktivitas layanan logistiknya ke hilir, mulai dari pengelolaan gudang dalam bentuk distribution center atau fulfillment center, kolaborasi pengelolaan ritel untuk penjualan produk pangan Bulog, dan layanan last-mile delivery untuk mengantarkan pemesanan produk pangan Bulog.

Lingkup produk pangan yang dijual pun perlu tambah, terutama produk pangan unggul lokal. Standar kualitas produk pangan perlu dijaga. Layanan quality grading dan packing produk pangan dapat dilakukan di gudang Bulog. Penanganan dan penyimpanan produk pangan agar menyesuaikan dengan karakteristik produk. Beberapa produk pangan memerlukan pengaturan temperatur tertentu untuk menjaga kualitasnya. Penyiapan gudang dan transportasi dengan pengaturan temperatur diperlukan untuk menjaga kualitas produk pangan. Selain itu, Bulog perlu mengembangkan layanan logistik halal. Permintaan produk halal semakin meningkat, tidak hanya untuk konsumsi dalam negeri. Produk pangan halal memerlukan sistem logistik halal.

Dalam pandangan *supply chain* dan logistik, impor merupakan salah bentuk pengadaan (*procurement*). Pengadaan komoditas pangan dapat dilakukan dari pemasok dalam negeri atau pemasok luar negeri (impor). Banyak faktor yang menjadi pertimbangan pengadaan komoditas pangan dari pemasok luar negeri, antara lain kekurangan pasokan komoditas pangan dari dalam negeri, pertimbangan standar kualitas, dan harga.

Kebijakan impor komoditas pangan perlu dipandang dari perspektif yang lebih komprehensif. Perencanaan permintaan komoditas pangan perlu dihitung secara cermat, untuk menentukan apakah pengadaannya dipenuhi dari dalam negeri atau impor. Beberapa komoditas pangan yang tidak dihasilkan di dalam negeri memang harus dilakukan impor. Komoditas pangan yang mampu dihasilkan di dalam negeri sebaiknya dilakukan pembatasan impor – untuk tidak mengatakan pelarangan impor. Kebijakan pemberdayaan ekonomi petani perlu menjadi prioritas pemerintah, dengan mendorong sektor pertanian mampu menghasilkan komoditas pangan yang mencukupi kebutuhan permintaan domestik dengan standar kualitas yang baik dan harga yang bersaing dengan komoditas pangan impor.

Perusahaan penyedia jasa logistik berperan penting dalam sistem logistik pangan. Solusi layanan logistik pangan perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan layanan logistik pangan yang efisien. BUMN sektor logistik seperti Pos Indonesia diharapkan mampu memberikan solusi layanan logistik pangan mulai dari pengelolaan pergudangan, transportasi, distribusi, *fulfillment center*, dan layanan *last mile* sampai pengantaran ke alamat penerima. Penerapan sistem ICT layanan logistik di perusahaan logistik seperti *warehouse management system* (WMS), *transportation management system* (TMS), dan *order management system* (OMS), mampu memberikan solusi layanan logistik pangan yang efisien.

Peluang perbaikan

Sesungguhnya, logistik pangan telah menjadi isu penting dalam sistem logistik nasional. Dalam sistem logistik nasional, Pemerintah telah mengidentifikasi faktor-faktor penggerak logistik nasional, antara lain penetapan komoditas penting. Persoalannya, bagaimana sistem logistik nasional yang telah ditetapkan Pemerintah melalui Perpres no. 26 tahun 2012 tersebut mampu diterapkan secara efektif untuk meningkatkan sistem logistik nasional, utamanya logistik pangan?

Ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian Pemerintah agar sistem logistik nasional tersebut dapat dijalankan secara efektif dalam mendorong peningkatan kinerja logistik pangan.

Pertama, penyediaan sistem informasi permintaan dan penawaran setiap jenis komoditas pangan. Bisa dimulai dari jenis komoditas pangan pokok, seperti beras, jagung, kedelai, ikan, daging, dan lain-lain. Informasi digerakkan dari sisi permintaan (*demand side*). Pemerintah melalui perangkatnya, seperti dinas pemerintahan dan BUMN, perlu melakukan pendataan dan pembaharuan informasi apa dan berapa sebenarnya kebutuhan konsumsi dari sektor konsumen terhadap komoditas pangan. Informasi permintaan kebutuhan komoditas pangan ini dapat dikembangkan untuk setiap jenis komoditas, per wilayah pasar, dan per sektor konsumen.

Dari informasi permintaan ini selanjutnya menjadi dasar dalam perencanaan dan pemenuhan kebutuhan komoditas pangan. Dalam ilmu *supply chain management*, ini yang disebut dengan *consumer-driven value chains*.

Melalui sistem informasi permintaan konsumsi pangan, selanjutnya digunakan produsen pangan dalam melakukan pembibitan, penanaman, pengolahan, dan distribusi pangan sesuai kebutuhan konsumen.

Meski demikian, karena karakteristik komoditas pangan yang tidak dapat dihasilkan setiap waktu, penyediaan pergudangan pangan menjadi penting sebagai *buffer stock*. Berapa banyak *buffer stock* komiditas pangan ini bergantung pada demand dan lead time pemenuhan pasokan komoditas pangan.

Kedua, Pemerintah perlu melakukan pemetaan dan studi komprehensif potensi dan karakteristik suatu daerah dalam menghasilkan komoditas pangan unggulan tertentu. Selain itu, ketergantungan (*dependency*) antardaerah dalam penawaran dan permintaan komoditas pangan perlu "diciptakan". Tujuannya adalah untuk mendorong adanya aliran barang antardaerah karena ada pertukaran komoditas pangan. Akibatnya, operasional transportasi barang akan semakin efisien, karena truk akan selalu terutilisasi optimal. Berangkat dan balik akan selalu terisi muatan barang.

Ketiga, mendorong kolaborasi antarperusahaan logistik untuk menyediakan layanan logistik yang efisien dan lancar (*seamless*). Persoalan ketidaklancaran distribusi komoditas pangan ke daerah tertentu dan tingginya biaya distribusi pangan merupakan indikasi logistik pangan yang tidak efisien. Pemerintah perlu mendorong adanya kolaborasi secara alamiah bagi para perusahaan logistik. Berbagi kapasitas kendaraan, gudang, dan fasilitas logistik lainnya di antara perusahaan logistik untuk mengoptimalkan kapasitas fasilitas dan infrastruktur logistik agar dicapai biaya logistik yang paling efisien. Pemberian insentif berupa penurunan pajak bagi perusahaan logistik yang melakukan kolaborasi merupakan salah satu bentuk kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah.

Perbaikan sistem logistik bahan pokok pangan mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian logistik bahan pokok pangan. Perencanaan logistik mencakup perencanaan bahan pokok pangan, desain sistem distribusi, moda transportasi, dan pergudangan. Perencaanan bahan pokok pangan dimulai dari pemetaan *supply* dan *demand* bahan pokok pangan. Pemetaan kebutuhan pangan (*demand side*) dilakukan untuk mengidentifikasi jenis bahan

pokok pangan dan estimasi kebutuhan setiap jenis bahan pokok pangan di suatu daerah. Pemetaan pasokan pangan (*supply side*) dimaksudkan untuk mengidentifikasi pasokan setiap jenis pangan dan estimasi volume produksi pangan di suatu daerah.

Dari hasil pemetaan *supply* dan *demand* pangan akan diperoleh informasi apakah suatu daerah mengalami kelebihan (*surplus*) atau kekurangan (*shortage*) bahan pokok pangan. Logistik memberikan nilai tambah untuk mengatasi surplus atau kekurangan bahan pokok pangan. Bila suatu daerah mengalami surplus bahan pokok pangan tertentu, maka bahan pokok pangan tersebut dipindahkan ke daerah yang mengalami kekurangan. Sebaliknya, bila suatu daerah mengalami kekurangan bahan pokok pangan tertentu, maka akan dipenuhi dari daerah lain yang mengalami surplus.

Pergudangan berperan penting untuk mengatasi fluktuasi surplus dan kekurangan bahan pokok pangan. Penetapan jumlah gudang, lokasi gudang, dan standar pergudangan untuk pengelolaan gudang inventory bahan pokok pangan.

Penetapan tingkat inventory bahan pokok pangan yang aman (*buffer stock*) didasarkan pada parameter utama: *lead time* dan kebutuhan permintaan. *Lead time* pemenuhan inventory pangan mulai dari order sampai bahan pangan diterima di gudang. Keandalan transportasi pangan menentukan *lead time* pemenuhan inventory pangan. Kebutuhan permintaan pangan diestimasi dalam periode tertentu, misalnya 2 bulan.

Pengepakan dan proses handling bahan pokok pangan perlu dilakukan dengan aman untuk melindungi dari kerusakan, kehilangan, dan penurunan mutu pangan mulai dari primary producer (petani, peternak, dan nelayan), industrial producer (perusahaan manufaktur pengolahan pangan), *wholesaler*, *retailer* sampai diterima *consumer*.

Dalam pengelolaan gudang bahan pokok pangan perlu dipertimbangkan kadaluarsa pangan. Bahan pokok pangan merupakan komoditas yang mudah rusak (*perishable goods*). Standar gudang dan moda transportasi *cold chain* diperlukan untuk jenis bahan pokok pangan tertentu, seperti ikan dan daging segar. Untuk menjaga batas kadalursa pangan, penerapan FIFO (*first-in first-out*) dalam pengelolaan persediaan bahan pokok pangan mutlak dilakukan. Penggunaan kartu inventory akan memastikan pengawasan inventory pangan masuk dan keluar.

Pada gudang dengan SKUs (*stock keeping units*) persediaan bahan pokok pangan dalam jumlah besar dan kompleks memerlukan penggunaan sistem aplikasi WMS (*warehouse management system*). Dengan aplikasi WMS ini akan dapat dimonitor stock bahan pokok pangan, penerimaan, penyimpanan, *picking*, dan pengeluaran bahan pokok pangan dari gudang.

Tingkat inventory bahan pokok pangan diupayakan optimal. Tidak *overstock* atau *understock*. *Overstock* bahan pokok pangan akan menyebabkan biaya penyimpanan menjadi besar, modal kerja yang cukup besar, dan risiko bahan pokok pangan rusak. Sementara *understock* akan menyebabkan kekurangan atau bahkan kelangkaan bahan pokok pangan yang berakibat pada penaikan harga-harga bahan pokok pangan.

Pengelolaan logistik bahan pokok pangan yang efektif akan menjamin ketersediaan bahan pokok pangan dengan biaya logistik yang efisien untuk ketahanan pangan. Ketahanan pangan dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana terpenuhinya kebutuhan pangan bagi seluruh penduduk Indonesia. Hal ini tercermin dari ketersediaan pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya dan terjangkau oleh daya beli masyarakat. Logistik berperan penting untuk turut menjaga ketahanan pangan, mengurangi kelangkaan stock pangan dan disparitas harga bahan pokok pangan.

Data Gaikindo

Diolah oleh: Antonius Sulistyo

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

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	SUZUKI	27837	41.27%
2	DAIHATSU	18277	27.10%
3	MITSUBISHI MOTORS	12853	19.06%
4	ISUZU	5626	8.34%
5	TOYOTA	1565	2.32%
6	DFSK	967	1.43%
7	TATA MOTORS	143	0.21%
8	KIA	96	0.14%
9	CHEVROLET	40	0.06%
10	HYUNDAI	40	0.06%
	TOTAL PENJUALAN	**67444**	**100.00%**

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

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI MOTORS	3332	54.14%
2	TOYOTA	2620	42.57%
3	NISSAN	56	0.91%
4	ISUZU	146	2.37%
	TOTAL PENJUALAN	**6154**	**100.00%**

Wholesales Light-Duty Truck / GVW 5-10 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	15217	59.77%
2	ISUZU	5496	21.59%
3	HINO	4427	17.39%
4	TOYOTA	274	1.08%
5	TATA MOTORS	43	0.17%
6	FAW	3	0.01%
	TOTAL PENJUALAN	**25460**	**100.00%**

Wholesales Medium-Duty Truck / GVW 10-24 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	912	41.9%
2	ISUZU	565	26.0%
3	HINO	657	30.2%
4	UD TRUCKS	20	0.9%
5	MERCEDES-BENZ CV	20	0.9%
6	FAW	3	0.1%
	TOTAL PENJUALAN	**2177**	**100.00%**

Wholesales Heavy-Duty Truck / GVW >24 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	3335	67.8%
2	MERCEDES-BENZ CV	258	5.2%
3	UD TRUCKS	439	8.9%
4	MITSUBISHI FUSO	256	5.2%
5	FAW	181	3.7%
6	ISUZU	279	5.7%
7	SCANIA	142	2.9%
8	TATA MOTORS	19	0.4%
9	MAN	10	0.2%
	TOTAL PENJUALAN	**4919**	**100.00%**

PRODUKSI PICKUP, DOUBLE CABIN DAN TRUK DI INDONESIA TAHUN 2020

NO	KATEGORI	BULAN										TOTAL PRODUKSI
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	15052	13994	13877	2161	156	377	3443	2381	8913	9702	70056
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	7077	4782	5226	689	176	843	918	1829	2232	2448	26220
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	622	637	654	189	54	135	132	48	36	42	2693
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	1746	1294	1140	245	94	199	126	78	81	91	4950
	TOTAL PRODUKSI	24497	20707	20897	3284	480	1554	4619	4336	11262	12283	103919

WHOLESALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-OKTOBER 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-OKTOBER 2020	JANUARI-OKTOBER 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	67448	109827	-42379
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	6154	10179	-4025
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	25460	52649	-27189
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2177	6662	-4485
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	4919	17487	-12568

RETAIL SALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-OKTOBER 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-OKTOBER 2020	JANUARI-OKTOBER 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	72818	109067	-36249
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	5829	10217	-4388
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	28770	51196	-22426
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2484	6123	-3639
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	5892	17279	-11387

PRODUKSI BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-OKTOBER 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-OKTOBER 2020	JANUARI-OKTOBER 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	70056	118516	-48460
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	26220	55028	-28808
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2693	6526	-3833
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	4950	15181	-10231

Mitsubishi Fuso Gelar Gebyar Undian Berhadiah

Teks: Sigit Andriono ● **Foto:** KTB Fuso

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) menggelar undian berhadiah bagi setiap pembelian Truk Mitsubishi Fuso baru, baik secara daring ataupun langsung di jaringan resmi dealer Mitsubishi Fuso di Indonesia. Undian berhadiah dari distributor resmi Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) itu berlaku untuk periode 9 November sampai dengan 31 Desember 2020.

Pelanggan berkesempatan mendapatkan *grand prize* kendaraan Mitsubishi Fuso Espasio, Mitsubishi Xpander Cross, serta hadiah lainnya senilai lebih dari Rp 1 miliar yang akan diumumkan pada awal tahun 2021. Pelanggan akan mendapatkan satu nomor undian untuk setiap pembelian satu unit truk Mitsubishi Fuso Colt Diesel dan Fuso. Khusus untuk pembelian satu unit Mitsubishi Fuso Fighter, pelanggan akan mendapatkan tiga nomor undian.

Selain itu, KTB memberikan *privilege* kepada pelanggan setia Mitsubishi Fuso yang di kendaraannya telah terpasang fitur telematik RUNNER. Pelanggan ini bisa mendapatkan nomor undian tanpa melakukan pembelian truk baru. Caranya adalah dengan mengaktifkan dan menggunakan aplikasi telematik milik Mitsubishi Fuso Indonesia, RUNNER. Pengguna aktif RUNNER, minimal satu kali setiap bulan selama bulan November – Desember 2020, berhak mendapat satu nomor undian.

"Kami berharap momentum ini dapat memperkokoh Mitsubishi Fuso sebagai *market leader* kendaraan niaga di Indonesia, yang tahun ini memasuki usia ke-50. Selain itu, kami juga berharap dapat memperkuat hubungan antara Mitsubishi Fuso dengan seluruh pelanggan di Indonesia serta memperkuat semangat bisnis di tahun 2021. Kami yakin, Mitsubishi Fuso adalah mitra usaha yang tepat dan akan terus menjadi andalan bisnis sejati masyarakat Indonesia," ujar Duljatmono, *Sales & Marketing Director* PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors.

Pengundian dan pengesahan pemenang akan dilakukan pada 21 Januari 2021 di hadapan pejabat instansi berwenang dan notaris. Pemenang akan langsung dihubungi oleh pihak penyelenggara dan akan dipublikasikan melalui media digital yang ditunjuk oleh Mitsubishi Fuso. Untuk mengetahui syarat dan ketentuan pengundian ini, silakan kunjungi *microsite www.50tahun.ktbfuso.co.id* atau menghubungi secara langsung dealer Mitsubishi Fuso.

Hino Gelar Customer Satisfaction Contest Secara Virtual

Editor : Sigit Andriyono ● **Foto**: HMSI

PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI) secara berkesinambungan terus berupaya meningkatkan layanan dan menaikkan *service level* di seluruh jajarannya untuk kepuasaan konsumen. Salah satu upayanya adalah HMSI tetap mengadakan ajang tahunan *Customer Satisfaction (CS) Contest* walaupun harus dilaksanakan dengan protokol kesehatan. Hino meramu ulang ajang *CS Contest* yang digelar secara virtual.

Tahun ini, *Hino CS Contest* mengusung tema *Maximizing Total Support by Digital Communication and Human Touch in New Era*. Tujuannya agar setiap personel Hino dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Mereka diharapkan dapat memberikan solusi terbaik bagi bisnis para pelanggan melalui hubungan jangka panjang untuk pertumbuhan bisnis bersama-sama.

Hino CS Contest diselenggarakan pada 10-12 November 2020. Kompetisi ini merupakan ajang bergengsi untuk setiap dealer Hino, yang wajib mengirimkan personel terbaiknya pada setiap kategori yang dilombakan. Para kontestan dalam ajang *CS Contest* ini sudah menjalani serangkaian pelatihan dan tes yang dapat diterapkan untuk melayani kebutuhan bisnis para pelanggan.

"*CS Contest* sebagai bahan untuk mengevaluasi dan memotivasi kami dalam memberikan layanan terbaik dan melebihi standar SOP, sekaligus untuk meningkatkan layanan

Total Support demi kepuasan dan loyalitas pelanggan," kata Masato Uchida, *President Director* HMSI.

Tahun ini ada tujuh kategori yang dilombakan yaitu *Sales truk ringan*, *Sales truk medium, Field Advisor, Part Fleet Salesman, Customer Care Officer (CCO), Mekanik*, dan I*nternal Dealer Training (IDT)*. Sebanyak 271 peserta dari dealer Hino seluruh Indonesia hadir dalam *CS Contest 2020* yang dilaksanakan dalam format baru dengan pemenang berdasarkan region. Karena digelar secara virtual, terdapat perubahan mekanisme lomba untuk disesuaikan secara daring atau tes digelar secara daring dan *role model* dengan fokus pada praktik.

Takayuki Tsuchida, TS Pyramid Director HMSI mengatakan, "Pandemik dan situasi yang terbatas tidak membuat kami berhenti untuk terus menjaga kualitas *manpower* di seluruh jajaran dealer Hino. Sesuai janji kami *Hino Always with You*, untuk itu kami ingin terus memberikan yang terbaik bagi bisnis para konsumen," katanya.

"Kami tetap optimistis dan bersemangat dalam memberikan solusi terbaik bagi pelanggan setia Hino. Dengan pengalaman yang panjang dimiliki Irwan Supriyono tentunya akan semakin memaksimalkan program-program layanan purnajual untuk kebutuhan bisnis pelanggan karena komitmen kami adalah *HinoAlways withYou*," tutur Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* (COO) HMSI.

Gudings

MENGHEMAT BIAYA PEBISNIS MAKANAN BEKU HINGGA 80%

Teks: Abdul Wachid / **Foto:** Gudings

Saat wabah Covid-19 melanda Indonesia, bisnis produk makanan beku (*frozen food*) tumbuh pesat karena masyarakat membatasi kegiatan di luar rumah. Sayangnya, para pelaku usaha makanan beku, yang mengandalkan penjualannya lewat daring, terkendala dalam pendistribusian. Tarif ongkos kirim terasa masih terlalu tinggi akibat jumlah penyedia jasa kurir khusus makanan beku sangat terbatas.

Selama ini pelaku usaha makanan beku mengandalkan jasa kurir biasa. "Jasa pengiriman yang tersedia saat ini bentuknya *instant delivery* dan *same day delivery,* sehingga ongkos kirimnya pun cenderung mahal dengan jarak tempuh terbatas," kata Hendra Heryadi, pendiri Gudings.

Gudings merupakan platform yang menyediakan layanan sewa *cold storage* dan pengiriman dengan *cold chain* untuk para pelaku usaha makanan beku. Lewat layanan ini, pemilik usaha bisa mengirimakan barang atau paket makanan beku semudah mengimkan barang biasa. Tidak perlu khawatir makanan akan rusak selama pengiriman karena Gudings menerapkan c*old chain logistic* dalam operasionalnya.

Hendra mengklaim tarif pengiriman yang dipatoknya lebih efisien karena Gudings menyediakan layanan yang terintegrasi mulai dari penyimpanan hingga pengiriman. "Industri ini mengeluarkan dana yang tidak sedikit, karena harus menyewa gudang, merekrut pegawai, menyediakan c*old storage* hingga *freezer*," tuturnya menerangkan.

Ia menambahkan, sebagai mitra, Gudings akan membuat pemilik usaha fokus pada peningkatkan produksi dan kualitas produk. Gudings menyakini bahwa layanannya mampu menghemat biaya operasional pemilik usaha hingga 80%. Para pengguna jasa Gudings akan dikenakan biaya layanan penyewaan gudang c*old storage* mulai dari Rp 250.000 dan untuk layanan pengiriman *cold chain* dikenakan tarif Rp 15.000 per titik pengiriman.

Gudings mulai beroperasi pada April 2020 di kota Bogor. Saat ini Gudings sudah memiliki dan mengelola *cold storage* di dua titik yaitu di daerah Bogor Barat dan Bogor Utara. "Kami juga sangat terbuka untuk menjalin kerja sama dengan pemilik gudang pendingin dan armada pendingin," ucapnya.

Total kapasitas penyimpanan yang dimiliki hingga 300 ton dan saat ini sudah penuh. Selain itu, Gudings juga memiliki *Mini Cold Storage* seperti *freezer* yang berkapasitas mulai dari 300, 600, hingga 1000 liter. Untuk layanan pengiriman Gudings sudah memiliki satu unit mobil berpendingan dan beberapa armada pengiriman sepeda motor.

Webtrace

TAK PERLU KONTAK PENGEMUDI UNTUK LACAK ARMADA

Teks: Abdul Wachid / **Foto:** TrawlBens

Saat ini masih banyak pengusaha angkutan barang yang mengelola armadanya secara manual dan tradisional. Mereka tak mengandalkan teknologi untuk menghubungkan pemilik dengan armada yang sedang beroperasi. Selain itu, data analitik pun belum tersedia untuk membantu perusahaan dalam perencanaan dan manajemen armada serta meningkatkan utilisasi dan efisiensi operasional armada.

Supply Chain Mobile Campus

CARA MUDAH DAN GRATIS BELAJAR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Teks: Abdul Wachid / **Foto:** Supply Chain Mobile Campus

Belajar tentang *supply chain management* selama ini tidak mudah. Pembelajarannya biasanya dilakukan di perguruan tinggi atau melalui pelatihan lembaga sertifikasi. Di samping itu, jumlah literaturnya pun terbatas dan kebanyakan berbahasa asing. Kondisi itu tentu menyulitkan bagi pemula yang memiliki minat belajar *supply chain management*.

"Saya melihat kebanyakan pembelajaran dalam bahasa Inggris. Itu sulit mengerti oleh masyarakat umum. Memang, ada beberapa media yang menyelenggarakan pembelajaran *supply chain management* dalam bahasa Indonesia. Akan tetapi, itu berbayar," kata Andry Sofantri, *Creator Supply Chain Mobile Campus*.

Supply Chain Mobile Campus adalah sebuah *mobile platform* yang memberikan informasi seputar *supply chain management*. Aplikasi ini bertujuan sebagai sarana belajar untuk semua orang yang berminat untuk mempelajari *supply chain management*.

Untuk mengaksesnya, pengguna cukup mengunduh melalui Google Play Store dan mencari "Supply Chain Mobile Campus". Pengguna dapat langsung menggunakan aplikasi tanpa perlu registrasi. Artinya, semua pengguna pada aplikasi ini bersifat anonim. Beberapa

fitur yang dapat dimanfaatkan dalam aplikasi ini, antara lain menu "Campus" yang berisi informasi seputar kerangka *supply chain*.

Selain itu, aplikasi juga memuat menu "Event" yang berisi informasi seputar acara seperti seminar atapun webinar yang gratis ataupun berbayar. Menu lainnya, "Terbaru" berisi informasi seputar hal-hal di dalam *supply chain* yang tidak terdefinisikan pada kerangka *supply chain management.*

Fitur-fitur dalam aplikasi akan terus dikembangkan dengan menghadirkan menu "Simulasi" dan fitur tanya-jawab. "Aplikasi ini akan tetap bersifat *online* karena sifatnya yang dinamis dan kontennya terus diperbarui sesuai dengan perubahan di *dalam supply chain management* secara global," katanya menambahkan.

Sebuah platform teknologi bernama Webtrace hadir menjawab beragam masalah tersebut. Kehadiran Webtrace memang bertujuan membantu para pengusaha angkutan barang untuk selalu terhubung dengan armada mereka yang sedang melakukan pengiriman barang.

"Ini untuk mempermudah para pengusaha memonitor aktivitas armada dan melakukan analisis dalam meningkatkan utilisasi serta mengurangi biaya operasional armada," ujar Erwin Subroto, *Chief Executive Officer* Webtrace. Ia menjelaskan bahwa Webtrace menyediakan data *real time* armada dan data analitik untuk membantu pengguna dalam mengelola armada.

Lebih lanjut, kata Erwin, Webtrace mengombinasikan antara perangkat keras yang dipasang di dalam armada dan perangkat lunak *web base dashboard.* Perangkat keras tersebut berfungsi untuk memperoleh data *real time,* yang selanjutnya dikirimkan ke *web base dashboard* untuk diolah dan disajikan kepada pemilik armada.

Beberapa fitur yang dimiliki Webtrace, antara lain *real time location, geofence, alert, service record/reminder*, asuransi muatan, dan lain-lain. Dengan bantuan fitur-fitur tersebut, aktivitas pemantauan armada dapat dilakukan oleh sedikit SDM karena analisis armada pun dapat dilakukan secara otomatis.

Berkaitan dengan percepatan bisnis, Erwin membandingkan cara manual dengan penggunaan Webtrace. "Sebagai perbandingan, untuk hal sesederhana *inquiry* posisi armada terkini. Waktu berangkat atau saat tiba armada dapat dilakukan secara langsung di *dashboard*.

Pada proses manual petugas *monitoring* harus mengontak supir atau kenek, yang tentunya mengeluarkan biaya dan waktu tidak sedikit," jelasnya.

Erwin juga menjelaskan bahwa cara mendapatkan layanan Webtrace pun cukup mudah dan murah. Pengguna hanya berinvestasi mulai dari Rp150 ribu per kendaraan untuk biaya berlangganan. Kemudian, perangkat keras akan dipasang di kendaran sebagai pinjaman, sehingga pelanggan tidak perlu melakukan investasi besar di awal untuk pembelian perangkat keras.

INDEKS HARGA **TRUK BEKAS**

MEREK	TIPE	TAHUN	RENTANG HARGA
Hino 300	Dutro 110 SD	2013	Rp 145 juta-155 juta
Hino 300	Dutro 110 SDL	2013	Rp 160 juta-165 juta
Hino 300	Dutro 110 HD	2014	Rp 170 juta-180 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2017	Rp 255 juta-270 juta
Hino 300	Dutro 130 MD	2017	Rp 220 juta-230 juta
Hino 300	Dutro 130 HD	2018	Rp 265 juta-280 juta
Hino 500	FG 260 J	2008	Rp 335 juta-345 juta
Hino 500	SG 260 TI	2009	Rp 325 juta-330 juta
Hino 500	FM 260 TI	2010	Rp 435 juta-450 juta
Hino 500	FL 235 JW	2011	Rp 465 juta-475 juta
Hino 500	FL 235 JW	2012	Rp 530 juta-540 juta
Hino 500	FL 235 TI	2012	Rp 450 juta-500 juta
Hino 500	FG 215 TI	2012	Rp 300 juta-325 juta
Hino 500	FG 235 TI	2012	Rp 350 juta-360 juta
Hino 500	FM 260 TI	2012	Rp 480 juta-500 juta
Hino 500	FM 260 JD	2013	Rp 500 juta-525 juta
Hino 500	FM 260 TI	2013	Rp 530 juta-540 juta
Hino 500	FG 235 JS	2013	Rp 400 juta-410 juta
Hino 500	FM 260 TI	2015	Rp 525 juta-550 juta
Hino 500	FM 260 JD	2017	Rp 600 juta-650 juta
Hino 500	FM 260 JD	2018	Rp 680 juta-700 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2010	Rp 140 juta-150 juta
Isuzu Elf	NKR 71	2013	Rp 170 juta-175 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2014	Rp 120 juta-125 juta
Isuzu Elf	NHR 55	2015	Rp 125 juta-130 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2015	Rp 135 juta-150 juta
Isuzu Elf	NKR 55	2016	Rp. 155 juta-160 juta
Isuzu Elf	NKR 71	2016	Rp 210 juta-225 juta
Isuzu Elf	NMR 71	2017	Rp 245 juta-255 juta
Isuzu Elf	NMR 71	2018	Rp 255 juta-265 juta
Isuzu Elf	NLR 55	2019	Rp 235 juta-245 juta
Isuzu Giga	FTR 99	2012	Rp 220 juta-230 juta
Isuzu Giga	FVM 34	2013	Rp 370 juta-380 juta
Isuzu Giga	FVR 34	2014	Rp 380 juta-390 juta
Isuzu Giga	FVM 34	2015	Rp 390 juta-400 juta
Isuzu Giga	FVZ 285PS	2015	Rp 395 juta-400 juta
Isuzu Giga	FVZ 34	2016	Rp 480 juta-490 juta
Isuzu Giga	FVR 34	2016	Rp 480 juta-487 juta
Isuzu Giga	FVM 34	2016	Rp 450 juta-460 juta
Isuzu Giga	GVR 34	2017	Rp 410 juta-465 juta
Isuzu Giga	GVR 34	2018	Rp 450 juta-470 juta
Isuzu Giga	FVZ 34	2018	Rp 600 juta-635 juta
Isuzu Giga	FRR 90	2019	Rp 400 juta-405 juta
Mercedes-Benz	Axor 2528C	2017	Rp 570 juta-590 juta
Mercedes-Benz	Axor 2528R	2017	Rp 550 juta-570 juta
Mercedes-Benz	Axor 4028T	2018	Rp 570 juta-590 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2008	Rp 125 juta-128 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2009	Rp 150 juta-155 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2011	Rp 160 juta-165 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2012	Rp 195 juta-220 juta

Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 125 HD	2013	Rp 155 juta-205 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2013	Rp 165 juta-170 juta
Mitsubishi Fuso	Colt Diesel 110PS	2014	Rp 175 juta-205 juta
Mitsubishi Fuso	Canter Super 125 HD-X	2014	Rp 240 juta-250 juta
Mitsubishi Fuso	Canter Super 125 HD	2014	Rp 235 juta-245 juta
Mitsubishi Fuso	Canter 125 HD	2015	Rp 230 juta-235 juta
Mitsubishi Fuso	Canter 125 HD	2016	Rp 235 juta-240 juta
Mitsubishi Fuso	Canter Super 125 HD	2016	Rp 260 juta-265 juta
Mitsubishi Fuso	Canter Super Speed 125	2018	Rp 300 juta-310 juta
Mitsubishi Fuso	Canter 125 HD	2018	Rp 270 juta-280 juta
Mitsubishi Fuso	FN 527 ML	2012	Rp 355 juta-365 juta
Mitsubishi Fuso	FM 517 HL	2013	Rp 350 juta-360 juta
Mitsubishi Fuso	FN 527 ML	2014	Rp 590 juta-598 juta
Mitsubishi Fuso	FN 517 HL	2015	Rp 480 juta-490 juta
Mitsubishi Fuso	FJ 2523	2017	Rp 585 juta-595 juta
Mitsubishi Fuso	FM 517 HS	2018	Rp 470 juta-480 juta
Scania	P420	2011	Rp 425 juta-450 juta
Scania	P460	2015	Rp 800 juta-850 juta
Scania	P460	2016	Rp 860 juta-900 juta
Scania	P360	2016	Rp 515 juta-550 juta
Toyota Dyna	110 ET	2007	Rp 60 juta-65 juta
Toyota Dyna	110 ST	2008	Rp 65 juta-70 juta
Toyota Dyna	110 ET	2008	Rp 75 juta-85 juta
Toyota Dyna	110 ST	2010	Rp 80 juta-90 juta
Toyota Dyna	110 ST	2011	Rp 90 juta-95 juta
Toyota Dyna	130 HT	2011	Rp 110 juta-115 juta
Toyota Dyna	110 FT	2012	Rp 115 juta-125 juta
Toyota Dyna	110 ST	2012	Rp 125 juta-130 juta
Toyota Dyna	130 HT	2012	Rp 130 juta-135 juta
Toyota Dyna	130 HT	2013	Rp 150 juta-155 juta
Toyota Dyna	110 FT	2013	Rp 140 juta-145 juta
Toyota Dyna	130 XT	2014	Rp 175 juta-180 juta
Toyota Dyna	130 HT	2016	Rp 190 juta-200 juta
Toyota Dyna	130 HT	2017	Rp 210 juta-225 juta
UD Trucks	CDA 220	2006	Rp 215 juta-230 juta
UD Trucks	CWA 260	2007	Rp 250 juta-290 juta
UD Trucks	CDA 260	2007	Rp 260 juta-270 juta
UD Trucks	CWM 330	2008	Rp 320 juta-350 juta
UD Trucks	PK 260	2008	Rp 240 juta-255 juta
UD Trucks	PK 260	2009	Rp 280 juta-290 juta
UD Trucks	CWM 330	2010	Rp 280 juta-290 juta
UD Trucks	PK 260CT	2011	Rp 410 juta-420 juta
UD Trucks	CWM 330	2011	Rp 290 juta-300 juta
UD Trucks	CWA 260	2011	Rp 300 juta-330 juta
UD Trucks	CDA 260	2011	Rp 400 juta-410 juta
UD Trucks	CWA 260	2012	Rp 325 juta-350 juta
UD Trucks	CWA 260	2013	Rp 370 juta-390 juta
UD Trucks	PK 260	2013	Rp 400 juta-450 juta
UD Trucks	PK 260	2014	Rp 470 juta-490 juta
UD Trucks	Quester CWE 280	2017	Rp 630 juta-650 juta
UD Trucks	Quester GKE 280	2017	Rp 520 juta-560 juta
UD Trucks	Quester CDE 250	2017	Rp 370 juta-380 juta
Volvo	FH16	2014	Rp 500 juta-550 juta

CATATAN :: Daftar harga disusun berdasarkan data yang terkumpul sampai dengan 24 November 2020. Data merupakan harga pasaran truk bekas dalam kondisi laik jalan dari pedagang dan pemilik pribadi unit truk bekas di wilayah Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Kalimantan. Harga tidak mengikat dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

MASALAH MESIN DARI WARNA ASAP

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi

Mesin diesel dengan kondisi yang sehat tidak mungkin mengeluarkan asap pekat. Oleh karena itu, saat kepulan asap mesin mulai pekat berarti kendaraan mulai membutuhkan perhatian khusus. Kepulan asap tipis pada truk yang hanya mengangkut beban sedikit pun masih dianggap wajar, terutama pada truk tua. "Namun, apabila asap mulai pekat, kendaraan sudah harus mendapat perhatian. Kepekatan asap bisa menjadi indikasi bahwa ada masalah pada mesin diesel. Beberapa kemungkinan masalah bisa dianggap serius," ujar Rozak Hamid, Kepala Bengkel Selaras Laju Driyorejo, membuka pembicaraan.

Kompresi yang tepat harus dijaga di dalam ruang bakar agar terjadi pembakaran yang tepat. Pada truk baru, setelan injektor membutuhkan waktu untuk mencari momentum dengan tepat dan mengatur *seal* kedap udara. Mesin diesel yang terawat baik seharusnya tidak menghasilkan asap yang terlihat jelas dari knalpot.

"Ada tiga warna asap mesin diesel yang umum, yaitu putih, hitam, dan biru. Asap yang terus-menerus keluar dari knalpot kemungkinan besar menunjukkan masalah pada mesin. Kepulan asap kecil selama akselerasi masih bisa diterima. Itu bisa terjadi karena aliran udara dari *turbocharger* terlambat menyamai peningkatan volume bahan bakar diesel yang diinjeksikan ke dalam silinder. Sementara itu, diesel *common rail* secara bersamaan menyesuaikan kecepatan turbo dengan aliran bahan bakar diesel yang terukur ke dalam silinder," tutur Rozak.

ASAP PUTIH:

Asap putih yang keluar dari knalpot biasanya menunjukkan satu titik masalah; injektor. Biasanya, asap putih menandakan BBM tidak terbakar dengan sempurna. BBM yang tidak terbakar akan langsung menuju knalpot. Hati-hati dengan asap putih karena bisa mengiritasi mata dan kulit. Asap putih juga kerap muncul ketika mesin dipanaskan pada cuaca dingin. Namun, asap putih tersebut tidak muncul terus-menerus. Hal itu menunjukkan adanya endapan jelaga yang membeku di sekitar ring ruang bakar kemudian terbakar habis setelah mesin memanas.

"Asap putih tipis yang hilang dengan cepat hanyalah kondensasi dan tidak menunjukkan adanya masalah. Namun, asap putih yang tebal dan terus menerus dapat mengindikasikan bahwa ada masalah serius. Bisa disebabkan blok mesin yang retak, *paking head* yang bocor, atau kepala silinder yang rusak. Semua masalah itu serius dan biaya perbaikannya pun cukup mahal. Alasan lain mesin diesel mengeluarkan asap putih jika bahan bakar melewati mesin dan mencapai knalpot tanpa terbakar. Masalah lain yang muncul dari gejala asap putih adalah kompresi rendah dalam silinder, filter udara tersumbat, injektor bahan bakar rusak, atau BBM yang buruk," katanya.

Beberapa kemungkinan masalah lain dapat diselesaikan sendiri jika mengetahui penyebabnya. Misalnya, membersihkan sistem bahan bakar dapat menyelesaikan banyak masalah antara tangki dan injektor. Menambahkan pemanas BBM otomatis dapat membantu menaikkan suhu untuk pembakaran bahan bakar dengan benar.

PENYEBAB UMUM ASAP PUTIH:

- Injektor bermasalah;
- Kesalaham *timing* injeksi;
- *Crankshaft* bermasalah;
- Kesalaham *timing gear;*
- Air tercampur dalam BBM sehingga masuk *Cracked Head Gasket, Cylinder Head*, atau *Block engine;*
- Kerusakan saluran BBM;
- Tekanan BBM rendah ke *fuel pump*.

ASAP HITAM:

Asap hitam, tidak seperti asap putih. Asap hitam mengandung partikel karbon berkonsentrasi tinggi. Pembakaran BBM di dalam silinder memecah rantai panjang molekul karbon menjadi rantai molekul yang semakin kecil. Knalpot membuang sisa pembakaran dengan produk sampingannya adalah kombinasi karbon dioksida dan air. Jika terjadi kesalahan selama pembakaran, reaksi kimia yang terjadi menyebabkan hidrokarbon tetap dibiarkan utuh dan dikeluarkan dalam bentuk kabut asap atau jelaga. Pembakaran sebagian bahan bakar diesel menghasilkan partikel karbon dioksida yang besar serta gas efek rumah kaca yang berkontribusi terhadap polusi udara. Kehadiran *Selective Catalytic Converter, Diesel Exhaust Fluid*, dan *Diesel Particulate Filter* membantu meregenerasi gas buang kembali ke ruang pembakaran untuk memecah materi partikulat.

"Ada banyak kemungkinan penyebab asap hitam. Bisa jadi salah satunya adalah konsentrasi rasio udara atau bahan bakar, *turbocharger* yang aus, *intake manifold* kotor, injektor kotor, injektor *common rail* terbuka terlalu lama, filter udara tersumbat, kualitas bahan bakar yang buruk, kompresi silinder yang rendah, atau terlalu banyak penumpukan karbon di ruang bakar," kata Rozak.

Solusinya, tutur Rozak, yang sederhana adalah dengan membersihkan injektor atau mengganti filter udara pada saat servis rutin. Solusi yang lebih kompleks adalah memeriksa *intake manifold*, mengganti *turbocharger*, ataupun menyesuaikan rasio udara atau bahan bakar.

Asap hitam adalah gejala paling umum bila ada masalah pada pembakaran BBM. Saat mendiagnosis, hal pertama yang harus diperiksa adalah campuran udara dan bahan bakar di dalam silinder. Mesin mungkin dalam keadaan terlalu kaya bahan bakar atau terlalu sedikit udara.

PENYEBAB UMUM ASAP HITAM:

- *Dryer* tersumbat;
- Injektor bermasalah;
- Nozel Injektor aus;
- Kesalahan *timing injector*;
- Filter udara, BBM, atau oli tersumbat;
- *Injection pump* bermasalah;
- *Turbocharger* bermasalah;
- *Intercooler* bermasalah;
- Kompresi rendah ;
- Timbunan polutan berlebihan.

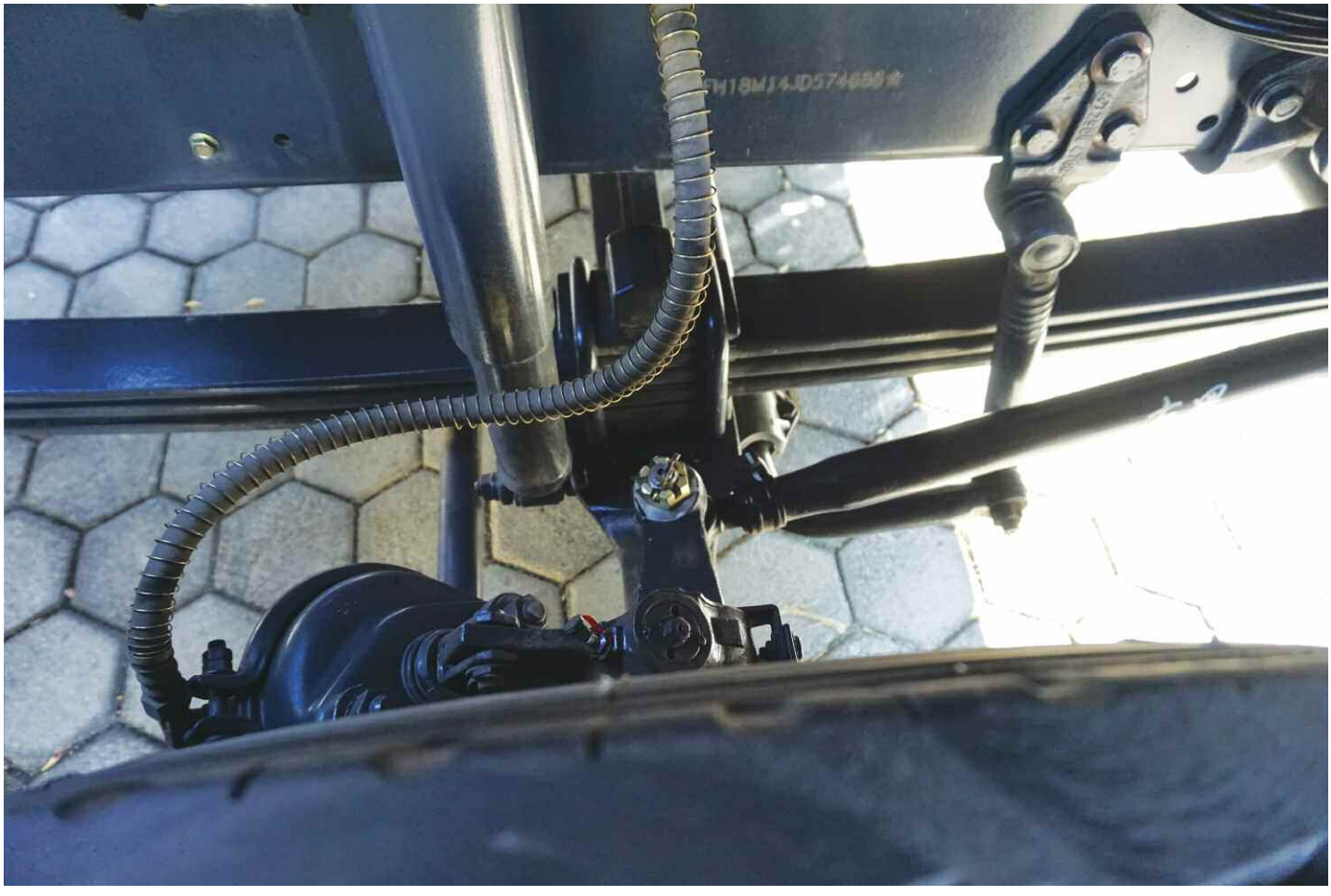
ASAP BIRU:

Asap biru sebenarnya paling jarang terjadi pada mesin diesel. Adanya asap biru merupakan indikasi oli yang terbakar. "Asap biru jangan diabaikan. Hal ini lazim terjadi saat menghidupkan mesin dalam cuaca dingin. Oli surut saat mesin dingin dan sebagian keluar ke blok silinder. *Seal* antara ruang bakar dan blok mesin harus tertutup rapat saat proses di ruang bakar," jelasnya.

PENYEBAB UMUM ASAP BIRU:

- *Ring Piston* rusak atau aus;
- *Seal crankshaft* aus;
- BBM tercampur dengan oli;
- *Grade* oli salah.

Mesin diesel yang bekerja dan dirawat dengan baik seharusnya tidak menghasilkan asap yang terlihat. Segera matikan mesin jika melihat asap yang berlebihan akibat panas atau beban. Jika masalah ini dibiarkan, mesin akan semakin rusak.



PERAWATAN SISTEM SUSPENSI

Berbicara tentang kendaraan apa pun, kenyamanan pasti tetap ada dalam alasan pemilihan. Salah satu tugas suspensi adalah bertanggung jawab pada hal itu. Pekerjaan utama dari sistem suspensi adalah mengisolasi kendaraan dari getaran akibat kondisi jalan.

Amir Syahroni, Kepala Bengkel Huda Putera Jawa Gresik, mengatakan bahwa setiap sistem yang digunakan dalam kendaraan untuk mengurangi guncangan dan getaran dikenal sebagai sistem suspensi. *Springs, shock absorber* dan *torsion bar* adalah komponen dari sistem suspensi. Sistem suspensi juga menawarkan stabilitas kendaraan ketika kendaraan berjalan.

DUA FUNGSI DASAR SISTEM SUSPENSI ADALAH:

1. Mengurangi guncangan akibat ketidakteraturan jalan.

2. Mengurangi getaran saat kondisi mesin hidup.

"Banyaknya permukaan jalan yang tidak rata menyebabkan guncangan pada kendaran. Di jalan yang baru diaspal pun dapat menyebabkan guncangan karena juga ada bagian yang tidak rata dan bersentuhan langsung dengan roda kendaraan. Guncangan pun dapat terjadi akibat getaran mesin dan bagian lainnya yang tidak dapat diabaikan. Jika tidak ada sistem suspensi, guncangan dan getaran akan ditransmisikan ke badan kendaraan. Itu bisa berakibat buruk pada pengemudi, penumpang, atau muatan. Artinya, sistem suspensi termasuk yang paling penting di dalam kendaraan," ujar Amir menjelaskan.

Komponen dasar dari sistem suspensi bekerja dengan prinsip dasar energi pegas. Beban pegas dikompresi dan menyimpan energi ini tanpa mengirimkan beban pada badan kendaraan. Fungsi pegas ini cenderung untuk memperluas dan mengurangi secara terus-menerus getaran sebagai elemen redaman yang mengubah energi kinetik menjadi energi panas dan memberikan perlawanan berkelanjutan. Kondisi jalan seburuk apa pun bisa diredam untuk kenyamanan berkendara.

Berdasarkan susunan perangkatnya, ada dua jenis suspensi yang umum pada kendaraan komersial, yakni mekanika dan *air suspension*. Perbedaan mendasar kedua suspensi ada pada segi perawatan dan biaya. "Suspensi mekanik lebih murah dibandingkan dengan *air suspension*. Paling baik memang *air suspension* karena terasa nyaman dan lebih halus sehingga jalan pun bisa lebih awet. Kekurangan *air suspension* adalah tidak bisa *overload*. Kendaraan yang menggunakan suspensi ini adalah truk yang membawa muatan dengan berat standar," tuturnya menerangkan.

PERAWATAN SISTEM SUSPENSI

Menjaga kondisi kendaraan tetap aman dan efisien membutuhkan sejumlah perawatan rutin. Akan tetapi, sistem suspensi modern tidak membutuhkan banyak perawatan. Selama pengemudi melakukan beberapa hal secara rutin, menjaga suspensi agar selalu dalam kondisi kerja yang baik sangatlah mudah.

"Salah satu komponen suspensi yang paling sering diperiksa adalah ban. Pertama, penting untuk memeriksa inflasi semua ban secara teratur. Pengemudi bisa menggunakan alat pengukur ban sendiri dan memeriksa setiap ban diisi angin. Tekanan angin perlu diperiksa setiap 1.500 km. Takaran di bawah inflasi beberapa kilogram saja dapat menurunkan penghematan bahan bakar, meningkatkan keausan ban, dan membuat kendaraan tidak aman untuk dikendarai. Jadi, periksalah selalu tekanan angina dan segera tambah bila kurang," kata Amir.

Banyak pengemudi tidak memeriksa tekanan ban karena berpikir dapat melihat atau merasakan saat ban pada tekanan angin yang rendah. "Kebiasaan itu dulu mungkin baik-baik saja. Akan, tetapi ban sekarang dibuat dengan teknologi modern sehingga tidak terlihat perbedaan secara mencolok sampai benar-benar angin habis. Perikasalah tekanan angin dengan pengukur ban," kata Amir.

Pabrikan biasanya merekomendasikan pemeriksaan kondisi ban truk sesuai jadwal yaitu setiap 15.000 km atau lebih. Pengemudi dan mekanik juga harus memeriksa kedalaman tapak ban secara berkala untuk memastikan tidak ada keausan dini.

Satu-satunya perawatan rutin lain yang dibutuhkan sistem suspensi adalah penyelarasan roda. Sebaiknya semua roda diselaraskan secara berkala. "Bisa setiap dua tahun atau 45.000 km, interval maksimum untuk kendaraan yang sering melewati jalan tidak rata. Bahkan, jika sering melewati jalan yang rusak parah, penyelarasan bisa diperiksa etiap 24.000 km. Selain itu, setiap kali mengganti ban, pastikan juga melakukan penyelarasan," kata Amir menyarankan.

Pelumasan pada suspensi sebenarnya tidak diperlukan untuk kendaraan yang dibuat dalam dua puluh tahun terakhir. Namun, pemeriksaan seluruh sistem penting dilakukan secara berkala, kira-kira setiap 24.000 km. Hal itu untuk memastikan semua komponen masuk dalam toleransi dan bekerja dengan benar, termasuk memastikan oli *power steering* tidak berkurang drastis. Selama tidak ada yang bengkok atau aus, tidak perlu khawatir. Ketika komponen suspensi ada yang aus, mungkin perlu diganti, tetapi sebagian besar suspensi tidak membutuhkan penggantian setidaknya 80.000 km atau lebih." ujar Amir.

DAFTAR PEMERIKSAAN SUSPENSI

1. Setiap 1.500 hingga 5.000 km, periksa inflasi ban dan periksa kedalaman tapak;

2. Pada setiap penggantian oli, periksa oli *power steering*, tambahkan jika berkurang;

3. Sesuai jadwal dari pabrikan lakukan rotasi ban kira-kira setiap 16.000 km, jika memungkinkan;

4. Setiap 24.000 hingga 50.000 km, bergantung pada penggunaan kendaraan atau saat penggantian ban, selaraskan roda;

5. Setiap 24.000 km atau pada setiap penyelarasan roda, periksa keausan semua komponen suspense;

6. Jika kendaraan mengalami kecelakaan atau kemudi terasa ada perubahan, periksa keausan atau kerusakan semua komponen suspensi.

DAFTAR PERAWATAN SUSPENSI

1. Periksa secara visual dua sampai tiga kali dalam setahun;

2. Periksa tingkat keausan dan kerusakan semua onderdil;

3. Periksa kondisi pengencangan mur pada *equalizer*, jika longgar; kencangkan sesuai dengan torsi pada buku manual;

4. Periksa kondisi pengencangan sendi batang pada mur *axle*, jika longgar; kencangkan sesuai dengan torsi pada buku manual;

5. Periksa kondisi pengencangan pada mur penghubung, jika longgar; kencangkan sesuai dengan torsi pada buku manual;

6. Periksa kondisi pengencangan mur *equalizer*, jika longgar kencangkan sesuai dengan torsi pada buku manual;

7. Periksa kondisi pengencangan *U-Bolt*, jika longgar kencangkan sesuai dengan torsi pada buku manual;

8. Apakah *buffer* karet sudah aus atau rusak dan lapisan *equalizer* telah rusak parah atau tidak;

9. Periksa kondisi per daun sebelum mengemudi;

10. Untuk kendaraan baru, *U-Bolt* harus dikencangkan lagi dalam kondisi penuh muatan. Jika longgar, per daun bisa rusak.

MEMBACA TREN PERGUDANGAN MASA DEPAN

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

Pergudangan merupakan aktivitas inti dalam manajemen rantai pasok (*supply chain management*) dengan fungsi sebagai penyimpanan sementara dan pengambilan inventori untuk mendukung kegiatan operasional industri. Fungsi gudang muncul ketika terdapat aktivitas inventori pada tahap-tahap rangkaian perjalanan dalam rantai pasok (*supply chain*).

Inventori menjadi aspek penting dalam rantai pasok karena berfungsi untuk memastikan terpenuhinya permintaan. Inventori juga bisa menjadi fungsi lindung jika terjadi kenaikan harga. Namun, biaya inventori ini bisa mencapai 60-80% dari total biaya produksi.

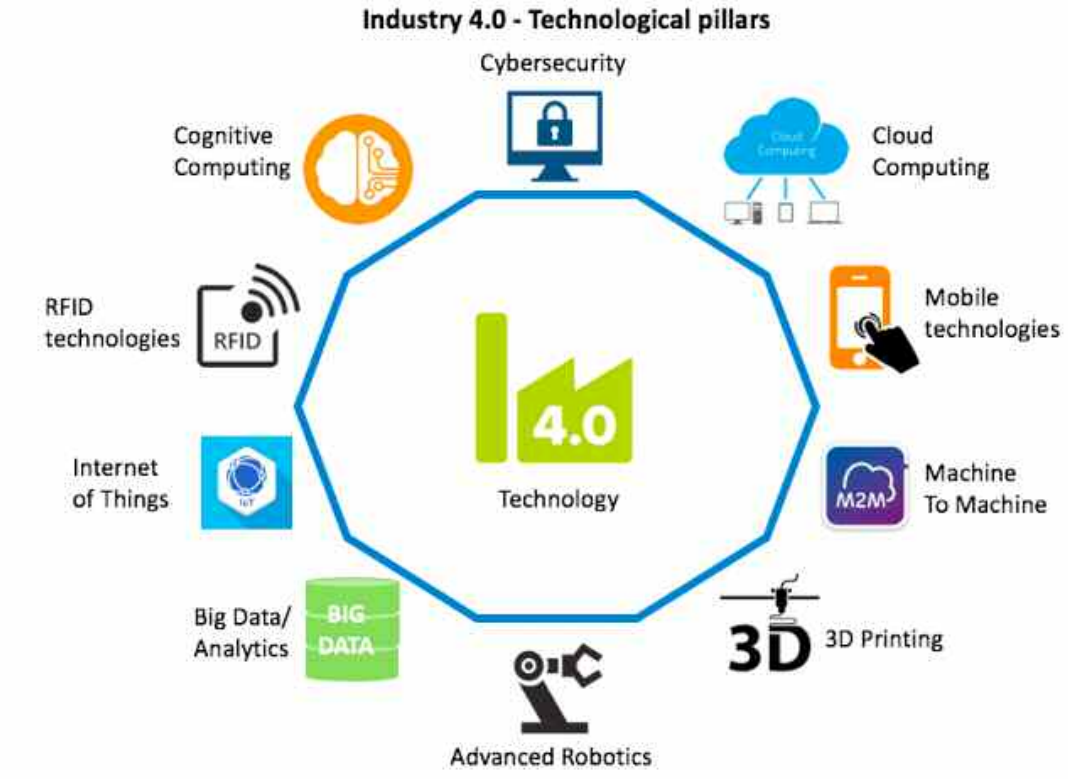
Terdapat tiga fungsi inventori yang perlu diketahui. Fungsi pertama adalah sebagai antisipasi fluktuasi permintaan dan menjaga sediaan barang untuk memberikan pilihan bagi pelanggan. Kedua, inventori dapat menjadi aktivitas pemanfaatan diskon kuantitas dari proses order material. Ketiga, inventori dapat melindungi terhadap inflasi atau kenaikan harga barang. Tipe-tipe inventori terbagi menjadi empat jenis, seperti *raw material, work-in-process* (WIP), *maintenance/repair/operating* (MRO), dan *finished goods*.

"Bahkan, inventori juga menjadi aset yang mahal bagi perusahaan karena hampir 50% dari total modal diinvestasikan di inventori. Oleh karena itu, gudang sebagai pengelola inventori menjadi penting sebagai penyeimbang antara investasi inventori dan kepuasan pelanggan," tutur Artha Nugraha Johar, *Business Development Manager* PT Tiga Permata Logistik.

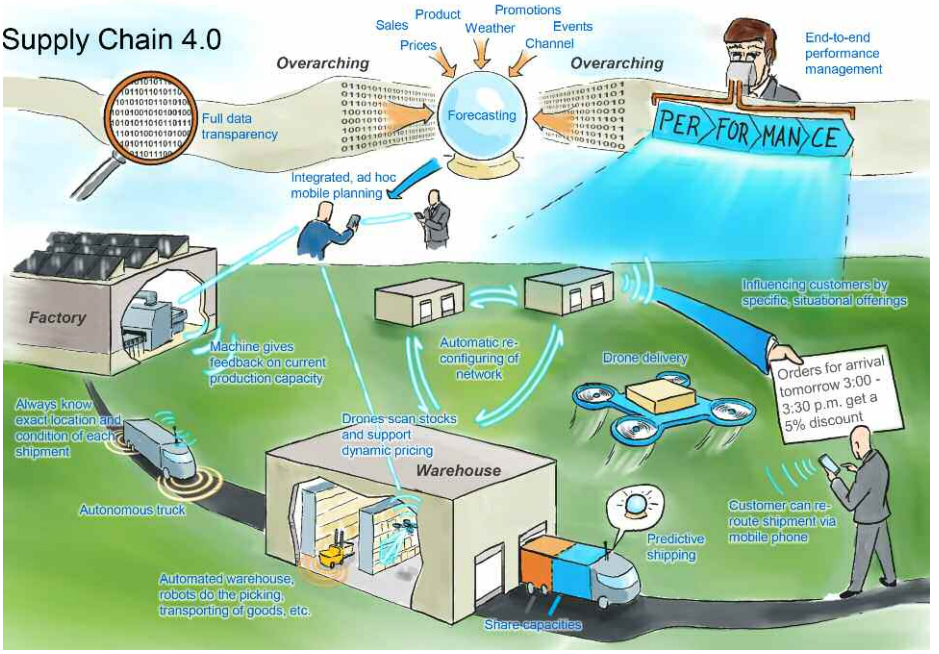
Nilai kepentingan yang berbanding lurus dengan nilai investasi yang besar membuat pergudangan harus dikelola secara efektif dan efisien. Pengelolaan seperti itu bisa dilakukan misalnya dengan kemampuan *tracing item* yang akurat, ataupun melakukan minimalisasi pergerakan fisik serta mengoptimalkan biaya operasional. Pada perkembangan selanjutnya, publik mengenal industri 4.0.

Pelaku logistik bisa melihat bagaimana perkembangan industri 1.0 hingga 4.0 atau yang disebut dengan era digitalisasi. Semua pihak sudah mulai merasakan bersama-sama bagaimana perubahan mulai muncul ketika masuk ke dalam 4.0. Misalnya, mereka merasakan perubahan pada cara bekerja atau cara melakukan proses jual beli, bahkan pada gaya hidup.

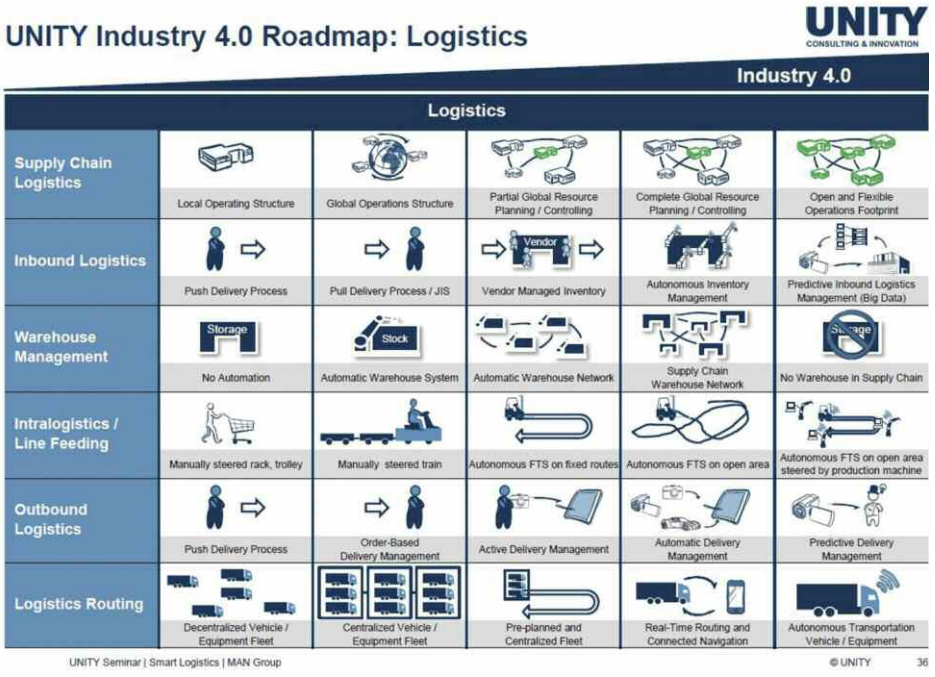
Hal itu juga tentu memberikan perubahan yang signifikan pada konsep rantai pasok. Gambar berikut adalah pilar-pilar utama teknologi yang berkaitan dengan implementasi industri 4.0:



Kemudian, implementasi rantai pasok 4.0 tertera dalam gambar sebagai berikut:



Berkaitan dengan dua gambar sebelumnya, perlu diketahui juga *roadmap* penerapan teknologi 4.0 pada logistik di gambar berikut:



Berkaitan dengan tren pergudangan, yang bisa dilihat pada gambar di atas, bahwa pada *warehouse management* dalam rantai pasok 4.0 tidak dibutuhkan lagi gudang. Hal itu bertolak belakang dengan kondisi saat ini bahwa pembangunan pergudangan serta investasi pergudangan semakin meningkat. "Namun, apakah benar pergudangan tetap diperlukan pada masa mendatang? Jawabannya bisa ya, bisa tidak," ucapnya.

Tiga Tren Pergudangan

Pada pengamatan Artha, pergudangan bisa tidak diperlukan pada masa depan jika empat aktivitas pada rantai pasok bisa ditangani dengan sempurna. Meski begitu, pergudangan tetap diperlukan jika masih ada ketidakpastian dan keterbatasan pada pemenuhan inventori. Selama masih diperlukan keseimbangan antara *supply* dan *demand* pegudangan tetap diperlukan.

Ia memprediksi bahwa setidaknya ada tiga tren perubahan pergudangan pada masa mendatang. Pertama, *customer* yang semakin *demanding*, terutama pada kecepatan pemenuhan permintaan. Pergudangan menjadi semakin dekat dengan *customer*, terutama pada segmen *consumer goods.* Kedua, pengelolaan inventori semakin efisien sehingga luasan gudang akan semakin kecil.

Terakhir, penggunaan berbagai teknologi 4.0 seperti *big data*, AI (*artificial intelligence*), robotik akan semakin masif dengan semakin mudahnya implementasi teknologi ini. "Tantangan berikutnya pada manusianya, yaitu bagaimana meningkatkan penguasaan teknologi dan pengelolaan pergudangan yang lebih efektif dan efisien lagi," katanya menambahkan.

Sementara itu, Artha juga melihat para pengembang properti telah melirik usaha pengembangan infrastruktur pergudangan saat ini,. Pada umumnya lokasi yang dipilih sudah sangat tepat, seperti mendekat ke daerah-daerah pelabuhan. Di Kendal dan Batang Jawa Tengah, mereka tengah mengembangkan karakeristik pergudangan di kawasan industri.

Artha Nugraha Johar

Business Development Manager
PT Tiga Permata Logistik

Ia menyebutkan bahwa spesifikasi gudang yang dibangun akan disesuaikan dengan tujuannya. Misalnya, gudang untuk ekspor maka yang dibangun adalah gudang untuk *raw material*. Hal ini sangat jauh berbeda dengan tantangan pemenuhan gudang di perkotaan, khususnya untuk niaga-el (*e-commerce*).

Saat ini jumlah gudang di lokasi yang terdekat dengan kota masih sangat kurang. "Gudang untuk *e-commerce* bisa sedekat mungkin dengan *customer*. Lalu, penggunaan teknologi sangat diperlukan untuk mempercepat proses. Misal teknologi *picking*.tentu ini akan *trade-off* dengan investasinya," katanya memungkas pembicaraan.

APTRINDO
Perkantoran Yos Sudarso Megah Blok B 3, Jalan Yos Sudarso No. 1, Tanjung Priok, Jakarta 14320
021-43900464

IPCN
Ikatan Pengusaha Cargo Nusantara
Ruko Grand Galaxy Blok RRG 7 Nomor 9, Bekasi
Telp. (021) 82741257

ASPERINDO
Ruko Grand Bintaro Blok A5,
Jalan Bintaro Permai Raya, Bintaro, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7351627

IVECO
PT Chakra Jawara
Gedung TMT 1,3rd Floor, Suite 301
Jl. Cilandak KKO No. 1, Jakarta Selatan
Telp. 021 – 2997 6849

ASSA
PT Adi Sarana Armada
Graha Kirana, Lt. 6
Jl. Yos Sudarso No.88, Sunter Jaya, Jakarta
Telp: (021) 65308811

ANTERAJA
Kuningan City Mall Level P7,Jakarta
Tepo: (021) 50603333

WEBTRACE
Jl. Jembatan 3 Raya No.25, Jakarta
Telp: (021) 22669123

GUDINGS
Jl. Komp. Gizi No.6, RT.02/RW.06, Bumi Menteng Asri
Kec. Bogor Barat., Kota Bogor, Jawa Barat 16111
Telp: 0851-5504-5508

DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN DARAT
Jl. Medan Merdeka Barat No.8 Jakarta
Telp. 021-3506138

PT HINO SALES MOTOR INDONESIA
Wisma Indomobil 2, Jl. MT. Haryono Kav.9, Jakarta
Telp. 021 8564570

KEMENKO PEREKONOMIAN
Gedung Ali Wardhana
Jl. Lapangan Banteng Timur No. 2-7,
Jakarta Pusat

KNKT
Jl. Medan Merdeka Timur No.5, Jakarta
Telp.021 – 384 7601

ALFI
Kantor Taman E3 Unit D3, Lantai 2
Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung, Jakarta 12950
Telp. 021-5795-6601

GAIKINDO
Jl Teuku Cik Ditiro I No 11 D-E-F, Jakarta Pusat.
Telp.: 021 315 7178.

PT DAIMLER COMMERCIAL VEHICLES INDONESIA
Cibis nine building lt.15
Jl. Raya, Jl. TB Simatupang No.2, East Cilandak, Jakarta

MITSUBISHI FUSO
PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors
Jl. Jend A. Yani, Proyek Pulo Mas, Jakarta
Telp. 021 – 489 1608

SUPPLY CHAIN INDONESIA
Komplek Taman Melati B1/22 Pasir Impung,
Bandung, Telp. 022- 7205375

ISUZU ASTRA MOTOR INDONESIA
Jl. Danau Sunter Utara Blok 0-3 Kav. 30, Sunter II,
Jakarta Utara
021 – 650 1000

PT PUTRA RAJAWALI KENCANA
Jln. Letjend Sutoyo Waru
Ruko Niaga Sentosa, Waru, Indonesia
T : (031) 3537939 F : (031) 3537531

PT TIGA PERMATA LOGISTIK
Pergudangan Zoodia Business Park Unit No.19
Jl. Husein Sastranegara No.1, Kota Tangerang
Telp: 0811-3131-300

READ TRUCKMAGZ ON YOUR GADGET

SUBSCRIBE NOW! https://ebooks.gramedia.com/id/majalah/truck-magz

PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA

Komplek Ruko SectionOne Blok F7-F11 • Jl. Rungkut Industri I Kendangsari - Tenggilis Mejoyo, Surabaya
Kode Pos 60292 • Tlp. 031-9984-2822 • Email. info@truckmagz.com

www.truckmagz.com