

BUSINESS PRODUCTS MARKET

# TRUCKMAGZ

OKT  
2020



TAK ADA PILIHAN LAIN

IDR 50.000



9 772355 584573

Edisi 76 / VI / 2020

**STAGNASI IZIN KONSESI  
BADAN USAHA  
PELABUHAN SWASTA**



ATASI MASALAH TRANSMISI OVERHEAT

APM TRUK BERTRANSFORMASI KE PLATFORM DIGITAL

E-LOGISTICS DAN DAYA SAING INDONESIA

SUMBER PENDANAAN & MODEL BISNIS STARTUP LOGISTIK

# CeMAT ASIA 2020

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

**3-6 November 2020**

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

[cemat-asia.com](http://cemat-asia.com)



Contact us for a participation or visitor enquiries:

Ms. Alexandra Nadbitova  
International Sales and Marcom Manager  
Email: [Alexandra.nadbitova@hmf-china.com](mailto:Alexandra.nadbitova@hmf-china.com)  
Tel. +86 21 20557033

Organizer:

Hannover Milano Fairs Shanghai is a joint venture of  
Deutsche Messe AG and Fiera Milano.

Partners:

- China Federation of Logistic and Purchasing
- Chinese Mechanical Engineering Society

[LinkedIn](#)



CeMAT ASIA

**CeMAT**  
ASIA



**DIPO STAR FINANCE**

Solusi Kredit Otomotif



# PROMO UNTUNG SI TANGGUH FUSO FIGHTER

**BUNGA  
MURAH**

**CICILAN  
RINGAN**

**DP MULAI  
DARI 15%**

**GRACE PERIOD  
2 BULAN \***

\* Syarat & Ketentuan Berlaku



**Term & Condition :**

- Khusus Area Pulau Jawa dan Bali
- Sektor Bisnis Logistik

Promo Berlaku Sampai Desember 2020

Terdaftar & Diawasi oleh:



@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



## Go Digital

Evolusi telah terjadi pada dua dekade di abad ke-21 ini, bahkan tahun ini terjadi evolusi yang dipercepat dengan kemunculan Covid-19 di muka Bumi. Pola hidup dan bekerja seluruh insan manusia berubah drastis seiring mewabahnya virus korona saat ini. *Stay at home, work from home, social distancing* demi memutus penyebaran virus mematikan ini lama-kelamaan menjadi kebiasaan baru yang kerap diistilahkan dengan *new normal*. Masyarakat pun kini berinteraksi dengan pola yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan, yakni secara virtual atau *online* menggunakan jaringan internet. Melakukan *meeting* atau sekadar ingin menyapa sanak keluarga yang jauh di sana dengan aplikasi Zoom atau MS Teams sudah menjadi hal biasa saat ini. Pola belanja konvensional juga mulai ditinggalkan, berganti dengan transaksi digital via *e-commerce* untuk mendapatkan segala produk yang diinginkan.

Bisa dibayangkan jika penyedia jasa logistik yang sangat dibutuhkan masyarakat ini tidak segera beranjak untuk bertransformasi ke digital, baik dari sisi proses bisnis di internalnya maupun layanan ke pelanggan. Bisa dipastikan akan ditinggal oleh pasar yang saat ini perilaku konsumennya ingin serba cepat dan akurat. Proses bisnis dengan *speed* yang mumpuni belum tentu akurat jika dilakukan hanya oleh manusia, mengingat keterbatasan kita yang bisa lelah dan jenuh. Sementara teknologi bisa dimanfaatkan untuk mengantisipasi keterbatasan manusia, sehingga kecepatan dapat dikontrol dan keakuratan tetap terjaga.

Berbagai aplikasi berbasis teknologi informasi kini mulai marak di pasaran. Tujuannya untuk memberikan kemudahan dan penyederhanaan dalam proses, transparansi dalam informasi, serta efisiensi dalam pemakaian biaya untuk operasional. Pada akhirnya semua tujuan tersebut akan menciptakan *service level* yang lebih baik dan berdampak pada sebuah pengalaman bagi pelanggan, selain akan mendatangkan profit bagi perusahaan.

Pemerintah juga telah meluncurkan program Ekosistem Logistik Nasional atau National Logistics Ecosystem (NLE) yang sarat dengan proses digitalisasi. Para pemangku kepentingan di bidang logistik baik sektor swasta maupun pemerintah hendaknya bisa saling bersinergi, dan meninggalkan segala ego sektoral yang telah dicap sebagai penyakit bawaan anak-anak bangsa ini sejak lama. Bagaimana kita bisa bersaing dengan pemain logistik asing, jika internal bangsa kita sendiri belum kompak? Kompak dalam konteks ini adalah keterbukaan dan saling melengkapi. Paling tidak, kita bisa memulainya dari internal perusahaan dengan tetap menjaga semangat kompetisi yang sehat. Tidak ada ruginya untuk bertransformasi menggunakan senjata digital ini, demi menghadapi masa depan yang semakin tidak pasti.

### REDAKSI

**Pemimpin Umum**  
Ratna Hidayati

**Penanggung Jawab**  
**/Pemimpin Redaksi**  
Antonius Sulistyono

**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](http://www.truckmagz.com)



Cover  
**TAK ADA PILIHAN LAIN / 76**

Ilustrasi: TruckMagz

## DAFTAR ISI TRUCKMAGZ #76

### Laporan Utama

- 06 TAK ADA PILIHAN SELAIN GO TO DIGITAL
- 10 DIGITALISASI PROSES BISNIS
- 14 DIGITALISASI ALIRAN DANA
- 18 KELOLA ARUS BARANG MELALUI EKOSISTEM DIGITAL
- 22 INTEGRASI SUPPLY & DEMAND
- 26 TEKNOLOGI BANYAK MENGURANGI HUMAN ERROR
- 30 STAGNASI IZIN KONSESI BADAN USAHA PELABUHAN SWASTA
- 34 PERLU DIBENTUK BADAN KHUSUS KELOLA INVESTASI PELABUHAN SWASTA
- 38 APM TRUK BERTRANSFORMASI KE PLATFORM DIGITAL
- 42 E-LOGISTICS & DAYA SAING INDONESIA
- 46 HUMAN ERROR PADA KECELAKAAN TRANSPORTASI
- 52 UPDATE ( JANUARI-AGUSTUS 2020)
- 54 95 PENGEMUDI IKUTI "SMART DRIVING HINO 500 SERIES"
- 56 KEMOODI
- 60 INDEKS HARGA TRUK BEKAS
- 62 ATASI MASALAH TRANSMISI OVERHEAT
- 66 SUMBER PENDANAAN & MODEL BISNIS STARTUP LOGISTIK

### Liputan Khusus

### Market Review

### Rantai Pasok

### Road Safety

### Data Gaikindo

### ATPM Update

### Info Produk

### Bursa Truk

### Tips & Trik

### Variasi

Penerbit  
**PT ARVEO PIONIR MEDIATAMA**

Percetakan  
**PETEMON GRAFIKA**

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

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



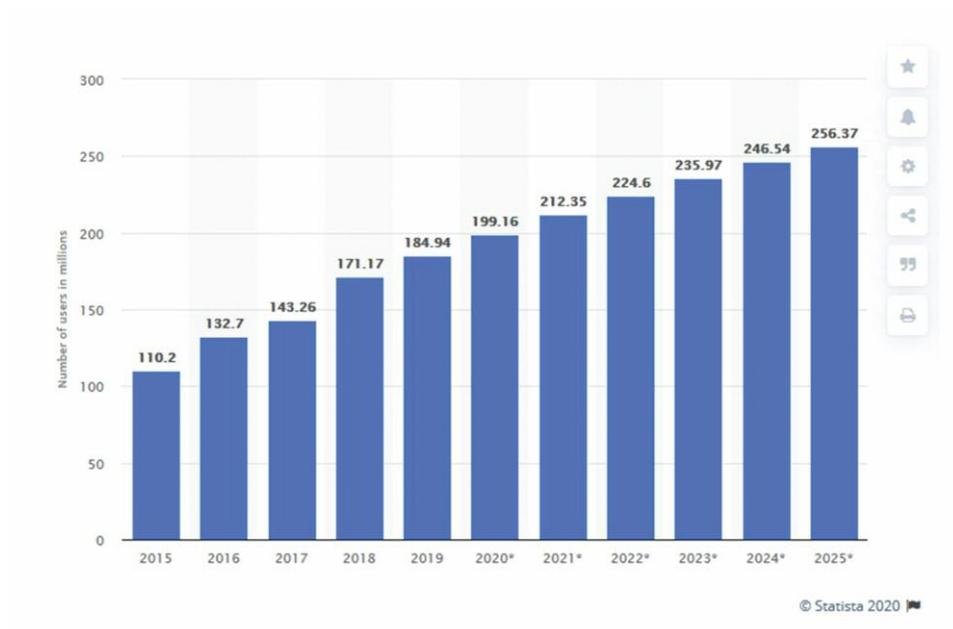
## Digitalisasi Logistik

# Tak Ada Pilihan Selain *Go to Digital*



Lebih dari satu dekade, penggunaan internet terjadi secara masif di berbagai belahan dunia. Bahkan, setiap tahun jumlah pengguna internet di Indonesia terus meingkat. **“Digitalisasi ini adalah sebuah perjalanan yang bukan secara tiba-tiba karena ada pandemik lalu masuk ke digital. Ini memang suatu proses yang tidak pendek. Digital ini adalah suatu perjalanan dan perkembangan internet. Kita ini sebenarnya negara yang cukup bagus sebagai pemilik aktivitas *mobile data* yang paling banyak,”** kata Zaldy Ilham Masita, Ketua Umum Asosiasi Logistik Indonesia (ALI).

Berdasarkan data Statista, penyedia layanan riset dan analisis pasar yang berpusat di Hamburg-Jerman, jumlah pengguna internet di Indonesia terus merangkak naik sejak 2015 dan diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2025.



Data yang tersaji pada grafik di atas menunjukkan *trend* kenaikan dalam penggunaan internet di Indonesia. Pada tahun 2020 diperkirakan 199.160.000 orang di Indonesia menjadi pengguna internet. Sementara itu, data kependudukan yang dirilis Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) per 30 Juni 2020 sebesar 268.583.016 jiwa. Artinya, 74,15 persen penduduk Indonesia sudah melek internet. Kenyataan itu menjadi potensi besar dalam bisnis logistik terutama yang berbasis digital. Apalagi saat pandemik seperti sekarang ini, segala bentuk kegiatan tatap muka dibatasi guna memutus penyebaran virus korona.

“Fenomena yang terjadi adalah pergerakan barang dan uang tetap terjadi di masyarakat dalam skala yang semakin masif. Sementara itu, umat manusia di dunia justru diminta untuk menjaga jarak. Ini merupakan suatu fenomena yang tidak pernah kita alami sebelumnya. Berkat teknologi, zaman pun berubah menjadi zaman yang virtual, *online*. Sebelum tahun 2007, kita semua tidak memiliki akses ke *smartphone* atau aplikasi media sosial ini, bahkan *e-mail* terbatas hanya untuk *desktop*. Kemudian kita melihat apa yang terjadi hari ini, transformasi digital telah merevolusi semua aspek kehidupan manusia di semua sektor. Itu mengalami puncaknya setelah adanya pandemik,” kata M. Feriadi, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo).

Menurut Vony Tjiu, *Small Medium & Corporate Director* Microsoft Indonesia, beberapa hasil riset yang dikaji oleh Microsoft Indonesia menyimpulkan beberapa fakta yang menarik dari keberadaan teknologi digital dalam industri. “Pertama menurut para CEO manufaktur. Mereka beranggapan bahwa peningkatan waktu ke pasar adalah prioritas strategis utama. Dalam kondisi sekarang, perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk yang berkaitan dengan kesehatan harus benar-benar memperhatikan *time to market*-nya. Poinnya adalah seberapa cepat kita merespons permintaan pasar, jangan sampai *market demand*-nya ada tapi keburu diambil orang lain,” kata Vony.

Fakta yang kedua adalah bisnis dengan rantai pasok yang optimal atau industri logistik berbasis digital memiliki biaya rantai pasok 15 persen lebih rendah. Kurang dari 50 persen kepemilikan inventaris serta siklus *cash-to-cash* setidaknya tiga kali lebih cepat dengan penggunaan teknologi. “Sebanyak 81 persen profesional di industri rantai pasok mengatakan bahwa analitik akan penting dalam mengurangi *landed costs*. Pada tahun 2024, lebih dari 60 persen organisasi manufaktur G2000 akan mengandalkan platform kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) untuk mendorong transformasi digital di seluruh mata rantai pasokan, yang menghasilkan peningkatan produktivitas lebih dari 20 persen,” ujar Vony.

Sementara itu, potensi di tingkat ritel juga sangat menjanjikan untuk segera digarap oleh para pemain logistik Indonesia. “Kita bisa lihat *start up companies* seperti Tokopedia, Lazada, Zalora, dan lainnya itu lagi *booming*. Bahkan, ibu-ibu yang biasa di rumah dan biasa beli sayur, sekarang pun bertransaksi lewat *online*. Khususnya saat pandemik,” kata Santi Nainggolan, *Small Medium Business Director* Lenovo Indonesia.

“Kalau semua orang sudah bertransaksi secara *online*, pasti kita tinggal memilih jasa pengirimannya. Contoh, ada JNE, ada Anter Aja, dan lainnya seperti perusahaan jasa logistik pada umumnya. Jadi, menurut saya, kondisi sekarang ini kita tidak bisa memungkiri bahwa sudah *go digital*. Perusahaan-perusahaan *e-commerce*, seperti Tokopedia pun menurut saya juga melakukan transformasi, yang mungkin dulunya bukan merupakan satu fokus poinnya. Saya berani mengatakan itu karena mereka adalah salah satu *customer* kami. *Customer* yang saya *handle* langsung,” ujar Santi.

## ***Service Level***

Ketua Umum ALI, Zaldy Ilham Masita mengatakan bahwa beberapa *opportunity* bisa digali dengan keberadaan digitalisasi di bidang logistik. "Kita juga tidak serta-merta langsung menjadi perusahaan digital. Akan tetapi, jika kita bisa melakukan kesempatan digitalisasi dengan baik, itu berarti *cost saving*, kenaikan *service level*, dan bisa memaksimalkan aset dengan baik. Yang paling penting adalah *inventory cost* karena memang bunganya di Indonesia cukup tinggi, kalau di perbankan itu 11 persen. Setiap penghematan satu hari yang kita bisa lakukan untuk *inventory* sehingga *saving*-nya sangat besar," kata Zaldy.

Zaldy mendambakan bisnis logistik dapat bertransformasi ke digital layaknya layanan *booking online* yang marak saat ini. "Jika bisa, digitalisasi dalam logistik segampang atau semudah *booking hotel* di *online travel*. Ini akan sangat mengubah bisnis logistik dengan sangat drastis. Bagaimana bisa *booking* kontainer antarpulau atau bahkan ke luar negeri semudah pesan tiket perjalanan melalui *online*. Tujuan melakukan digitalisasi di logistik ini untuk mencapai *service level* yang lebih baik dengan biaya yang lebih murah," ujarnya.

Asperindo melihat transformasi digital ini sebagai sesuatu yang meresahkan tetapi sangat penting. "Pada awalnya hal ini menjadi keprihatinan saya. Masih banyak perusahaan anggota Asperindo yang belum menyadari akan pentingnya melakukan transformasi digital dalam pelayanan. Sementara dinamika yang terjadi hari ini dan akan datang, kebutuhan akan digitalisasi sudah dalam genggaman masyarakat yang menjadi konsumen utama. Di sektor kami, ratusan juta orang pengirim dan penerima barang akan menjadi pelanggan utama kami di Indonesia. Apalagi, miliaran orang di seluruh dunia sudah terhubung dengan internet. Bahkan, koneksi internet *riil time* berkecepatan tinggi secara global saat ini, sehingga kita semua wajib menyesuaikan. Jadi, tema sentral kita tentang digitalisasi harus diarahkan langsung ke titik-titik kontak kemasyarakatan atau pelanggan. *We have no choice* terkait pergerakan Barang, uang, dan seluruh proses internal saat ini. *We have go to digital or die*," tutur Feriadi.



**Vony Tjiu**

Small Medium & Corporate Director  
Microsoft Indonesia



# Digitalisasi Proses Bisnis

Teks: *Antonius Sulisty* / Foto: *Giovani*

*Chief Executive Officer* (CEO) Microsoft, Satya Nadella mengatakan bahwa sebenarnya kondisi wabah Covid-19 secara tidak langsung dan mau tidak mau mendorong transformasi digital di perusahaan-perusahaan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Menurut Nadella, pada akhirnya transformasi digital menjadi penting karena 91 persen perusahaan mengatakan bahwa transformasi digital memicu inovasi; 68 persen mengatakan

transformasi digital membantu meningkatkan profit; 85 persen mengatakan mereka harus menawarkan layanan digital untuk tetap relevan; dan 64 persen mengatakan mereka hanya memiliki waktu empat tahun untuk bisa menyelesaikan rencana transformasi digitalnya, jika tidak maka mereka tidak akan bertahan dalam bisnisnya.

*Small Medium & Corporate Director* Microsoft In-

donesia, Vony Tjiu menjelaskan bahwa transformasi digital bagi Microsoft yang istimewa dan pertama dimulai dengan membantu para kliennya menjadi perusahaan berbasis data. "Untuk bisa mencapai itu, yang pertama dilakukan adalah memberdayakan karyawan Anda. Bagaimana karyawan di satu perusahaan dapat bekerja di mana saja, menggunakan *device* apa saja, dan menggunakan internet atau konektivitas apa saja yang tersedia. Terma-





suk, bagaimana mereka mengakses data dan aplikasi perusahaan secara aman, dan 'secara aman' ini yang penting. Kemudian, bagaimana mereka dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya baik itu lewat *e-mail* atau lewat *messaging platform* atau *online meeting* secara aman juga," kata Vony.

Menurut Vony, Microsoft sebenarnya membantu perusahaan-perusahaan menyiapkan *framework* dalam menghadapi *work from home*. Dengan demikian, bisnis tetap bisa beroperasi melalui proses digitalisasi. "Bagaimana *tools* kolaborasi tersebut bisa membantu mereka bekerja lebih produktif di mana saja, dengan solusi yang bisa terintegrasi dengan *tools* tersebut? Contoh, *fleet management* yang ternyata bisa terintegrasi dalam kolaborasi *tools* di internal perusahaan, atau mungkin dari aplikasi HR, bagaimana kita bisa mengirimkan *page lift* secara aman ke *devices* yang dimiliki para

karyawan. Mungkin, di perusahaan logistik dan transportasi tidak semua karyawan dibekali laptop, tetapi mereka dapat benar-benar efektif bekerja walaupun hanya bergantung ke *hand phone* mereka," tuturnya.

Di sisi lain, *Head of e-Commerce Development* PT Salam Pacific Indonesia Lines (SPIL), Joshua Jimmy Kai menyatakan bahwa proses digitalisasi bukan tentang *tools*-nya, "Kuncinya adalah kemauan para pelakunya untuk melangkah bersama dan mencoba satu hal yang baru. Tanpa komitmen, ketersediaan data, integrasi dan transparansi maka *tools* tidak akan berguna," kata Joshua.

## Track & Trace Bersifat Wajib



Hal yang penting juga untuk dilakukan pada saat ini adalah bermitra dan berkolaborasi dengan perusahaan ataupun mitra kolaborasi yang tepat. Tentunya, mitra itu harus mengerti digital transformasi sehingga seluruh industri yang terlibat di dalamnya akan mendapat keuntungan. Mitra itu juga harus dapat beradaptasi dan terutama dapat memberikan nilai lebih bagi para pelanggannya.

"Dunia transportasi dan logistik memiliki operasional yang sangat kompleks. Tujuan transformasi digital adalah membantu perusahaan untuk memiliki sistem operasional yang terintegrasi secara *end-to end*. Baik itu dari sisi *finance operation* dan *accounting* dengan *supply chain management*-nya, dengan *transport management system*, sampai ke *improvement* dengan *operational efficiency*. Itu semua hanya bisa dicapai menggunakan teknologi AI ataupun IoT," kata Vony Tjiu, *Small Medium & Corporate Director* Microsoft Indonesia.

Menurut dia, banyak sekali skenario operasional yang bisa diterapkan. Hal yang paling sederhana misalnya melakukan digitalisasi proses bisnis. "Mungkin masih banyak perusahaan yang mengadopsi *business process* menggunakan *paper* seperti untuk *approval*, atau *delivery order*-nya masih harus di-*sign* secara manual. Lantas bagaimana kita benar-benar melakukan digitalisasi seluruh *business process* menggunakan teknologi?" ujar Vony.

Vony mengatakan bahwa tidak menutup kemungkinan *internet of things* (IoT) diimplementasikan untuk manajemen armada (*fleet management*). "Mungkin kita bisa menggunakan IoT untuk *fleet management*, karena saya yakin banyak pengusaha transportasi dan logistik yang memiliki armada angkutan sangat banyak. IoT bisa dipakai untuk memonitor semua armada baik dalam hal *tracking*, memonitor lokasi atau *transport management*, ataupun *road optimization*-nya supaya bisa mengurangi *cost*. Terakhir adalah *preventive maintenance*, untuk mencegah mesin kendaraan armada kita supaya jangan sampai mogok atau *break-down* di tengah jalan. Kalau terjadi mogok atau kerusakan akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Jadi, itu semua sebenarnya bisa dihindari dengan menggunakan teknologi," kata Vony menerangkan.

Berdasarkan referensi dan pengalaman para anggota Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo), terdapat tiga langkah kunci menuju digitalisasi di sektor ini. Pertama, mengembangkan model dan solusi layanan terkini; kedua, mendigitalkan operasi inti; dan ketiga adalah membangun fondasi digital internal yang kuat.

"Mengembangkan model dan solusi layanan terkini itu penting bagi perusahaan untuk membuat platform digital yang bisa diakses secara cepat, bahkan platform tersebut harus bisa diakses secara *mobile*. Membangun platform tersebut akan menghindari ketidakefisienan pelanggan dalam mengakses layanan kita. Semua informasi dan kebutuhan pelang-

gan bisa diakses dengan mudah melalui platform tersebut. Mulailah menerapkan solusi berbasis data yang valid, dan data yang ada bisa digunakan untuk memberikan solusi kepada pelanggan untuk membantu mereka mengoptimalkan operasi dan efisiensi mereka sendiri," kata M. Feriadi, Ketua Umum Asperindo.

Feriadi juga menambahkan bahwa solusi layanan terkini yang bisa diterapkan, seperti membangun sistem *track and trace* yang bisa diakses pelanggan secara *online*. "Itu (*track and trace*) sifatnya wajib. *Tracking* saat ini adalah kebutuhan utama pelanggan, karena mereka butuh mengetahui proses pergerakan barangnya. Beberapa tahun yang lalu, kecepatan selalu diukur dari proses pen-*delivery*-an itu bisa cepat sampai ke pelanggan. Namun, pada hari ini kita melihat terjadi perubahan karena masyarakat atau pengguna tidak lagi mengukur dari kecepatan kita men-*delivery*, tetapi juga diukur dari kecepatan memberikan informasi. Apalagi di era digital yang saat ini semua serba cepat. Asperindo dan seluruh anggotanya juga akan memberikan informasi dengan cepat," katanya.

Langkah kunci kedua, yakni digitalisasi operasi inti, Feriadi mengatakan bahwa data yang baik tidak hanya digunakan untuk kepentingan pelanggan, tetapi juga untuk proses pengoptimalan dalam proses utama. "Mulai dari *collecting*, *processing*, *transporting*, dan *delivery*. Data yang baik dapat tersaji apabila kita melakukan digitalisasi dalam proses inti perusahaan. Memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan dengan menerapkan *front-end digital* akan memberikan kenyamanan pelanggan, dan meningkatkan visibilitas operasional interpersonal secara langsung. Ini akan mengotomatiskan proses manual sebelumnya," tuturnya menjelaskan.

Ia berpendapat bahwa meningkatkan otomatisasi proses bisnis internal inti dapat membantu memudahkan proses operasi yang biasanya membutuhkan banyak karyawan, seperti mendigitalkan pengadaan dengan *e-option*. "Data peralatan, memantau utilisasi peralatan secara digital dapat memfasilitasi pemeliharaan prediktif yang lebih efektif. Digitalisasi akan memperbaiki proses operasional yang lebih canggih melalui *robotic*, kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) dan bahkan *augmented reality* (AR). Ini



**M Feriadi**

Ketua Umum Asperindo

dapat membantu lebih meningkatkan efisiensi operasional dalam distribusi, pergudangan, serta proses pengambilan atau *pickup*, dan pengemasan atau *packing*," kata Feriadi lagi.

Langkah kunci ketiga, membangun fondasi digital internal yang kuat, Feriadi menegaskan untuk secara aktif menargetkan dan menarik talenta-talenta digital cerdas. Menurutnya, melalui digitalisasi, keputusan investasi dalam sistem teknologi yang lebih fleksibel dapat dilakukan di seluruh mata rantai proses, sehingga sistem pelayanan dan operasional akan lebih fleksibel, gesit, dan dirasakan manfaatnya secara cepat oleh semua pihak yang membutuhkan.

"Saya berharap, kesadaran tindakan untuk segera mengimplementasikan digitalisasi dalam proses operasional dan pelayanan kepada pelanggan dapat segera dilakukan. Saya juga mengingatkan bahwa digitalisasi juga tidak berarti menghilangkan sisi humanis, karena industri ini adalah industri yang padat karya. Sentuhan dari setiap karyawan kita terhadap pelanggan atau konsumen juga berperan sangat penting, agar masyarakat merasakan kedekatan dan kehangatan dengan seluruh perusahaan anggota Asperindo," ujar Feriadi.



# Digitalisasi Aliran Dana

Teks: *Sigit Andriyono, Antonius Sulisty* / Foto: *Giovani*



Sistem pembayaran tunai, baik menggunakan uang *cash* atau kartu debit, kini mulai bergeser dengan keberadaan teknologi *Quick Response Code* (QR Code – kode QR). Awalnya, pembayaran dengan kode QR di Indonesia menggunakan sistem *closed loop*. Artinya, sistem tersebut hanya memungkinkan pengguna uang elektronik bertransaksi di *merchant* (penyedia barang/jasa) yang juga penerbit uang elektronik tersebut. OVO dan GoPay merupakan dua aplikasi pembayaran yang turut memopulerkan kode QR.

“Sekitar dua atau tiga tahun yang lalu, metode pembayaran QR ini sudah diperkenalkan oleh beberapa PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran). Namun, sistemnya masih terbatas. Satu *merchant* atau pedagang misalnya menggunakan OVO, itu hanya bisa dipindai oleh aplikasi OVO. Ada lagi GoPay, QR yang diterbitkan oleh GoPay hanya bisa dipindai oleh aplikasi GoPay,” kata Gede Buwana Mahartapa, COO PT Buana Media Teknologi selaku PJSP produk GV e-Money.

Sistem pembayaran yang bersifat eksklusif ini menjadi kurang efisien lantaran keterbatasan interkoneksi, sehingga Bank Indonesia harus melakukan standarisasi. Hal itu sejalan dengan kebijakan Gerbang Pembayaran Nasional (GPN), yaitu sebuah sistem jaringan antarbank di Indonesia yang diinisiasi oleh Bank Indonesia. Tujuannya adalah mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien, lancar dan andal serta dapat memproses seluruh transaksi domestik secara interkoneksi dan interoperabilitas. Agar penggunaan kode QR di era *digital economy* bisa optimal, maka dibuatlah standar kode QR untuk pembayaran bernama QRIS (*QR Code Indonesian Standard*).

Sebelum adanya kode QR, pihak *merchant* harus bekerja sama dengan PJSP. “Misalnya dengan OVO sendiri, dengan Link Aja sendiri, dengan GoPay sendiri, dengan DANA sendiri, dan lain-lain. Di Indonesia ada 150 penyelenggara atau perusahaan PJSP, baik yang dikelola bank maupun non-bank. Bagaimana jika satu *merchant* harus bekerja sama dengan 150 perusahaan? Itu tidak mungkin. Itu tidak efisien. Sekarang cukup bekerja sama dengan satu penyelenggaraan (PJSP) maka pihak *merchant* sudah bisa menerima semua sistem pembayaran,” kata Gede.

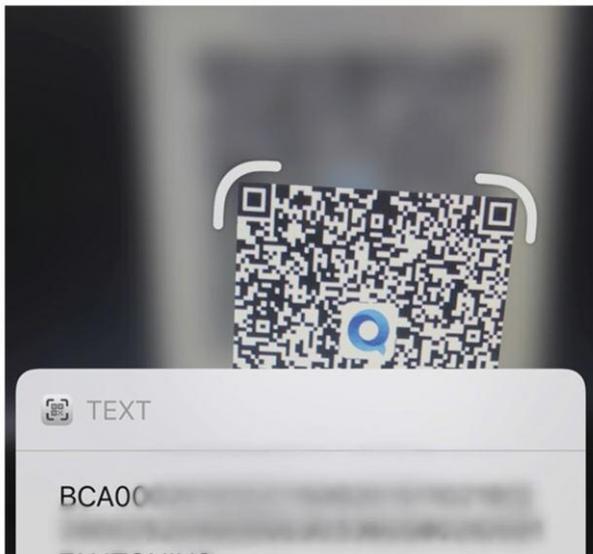
Jika sebelumnya satu kode QR hanya bisa digunakan untuk satu aplikasi pembayaran, kini dengan satu QRIS bisa dipakai untuk seluruh pembayaran. “Jadi, aplikasi OVO bisa memindai QR yang ada di GoPay. Sama halnya dengan aplikasi GoPay bisa memindai QR yang ada di OVO. Oleh karena itu, Bank Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Tentunya GoPay, OVO, GV e-Money, dan lainnya yang tergabung dalam ASPI memberikan dan menyusun standarisasi, sehingga satu QR bisa dibaca oleh semua sistem pembayaran. Itu adalah ide awalnya yang sudah diinisiasi sekitar tahun 2018 lalu,” tutur Gede menjelaskan.

Saat ini semua sistem pembayaran di Indonesia yang menggunakan kode QR harus berstandar QRIS. Hal itu merupakan peraturan Bank Indonesia dan sudah menjadi ketetapan hukum yang sifatnya wajib. QRIS adalah standar nasional pembayaran digital berbasis kode QR yang dikembangkan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dibuat dengan tujuan memperlancar sistem pembayaran nontunai yang aman, mendorong efisiensi perekonomian, mempercepat inklusi keuangan digital dan memajukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Bank Indonesia meluncurkan QRIS bertepatan dengan HUT ke-74 Kemerdekaan RI, 17 Agustus 2019 di Jakarta. Implementasi QRIS berlaku efektif sejak 1 Januari 2020 di seluruh Indonesia. Berlakunya QRIS secara nasional menjadikan semua aplikasi pembayaran domestik maupun asing yang ada di Indonesia wajib mengikuti standarisasi kode QR yang ditetapkan Bank Indonesia.

## Digital Payment Collaborator

Kode QR memiliki perbedaan dengan kode batang (*barcode*). "*Barcode* dibacanya dari kiri ke kanan satu arah, sedangkan kode QR bila dipindai dengan *handphone* bisa dibaca dari atas, dari bawah, dari kiri, dari kanan tidak ada masalah. Ternyata, karakteristik QR itu juga cukup fleksibel daripada *barcode*. Kalaupun rusak atau kotor 30 persen masih bisa dibaca oleh kamera pemindai," kata Gede. Informasi di dalam QR itu sendiri menurut Gede ada beberapa opsi. "Bisa jadi kalau QR itu dipindai isinya ada *e-mail address*, atau bisa jadi URL atau website. Bisa jadi label produk dan lainnya. Nah, yang kita bicarakan sekarang adalah yang pembayaran atau *payment*," katanya lagi.



"Mungkin masih ada yang belum tahu bahwa kode QR pada waktu di-*screenshot* atau disimpan ke dalam galeri foto di *handphone* kita, secara teknis itu bisa kita pindai melalui galeri selain melalui kamera. Itu bisa diimplementasi untuk *social commerce*. *Social commerce* ini buat orang-orang yang jualan lewat sosial media, seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain-lain. Itu juga suatu *market* yang belum di-*tap* karena harus ada sistem



### Beny Syamrizal

Product Director  
Clickargo

pembayaran yang *sophisticated* (canggih) dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Namun, jika bicara *marketplace*, yang cukup menjadi perhatian adalah COD (*cash on delivery*). COD ini kita benar-benar menerima uang *cash*, tapi ini pun tidak benar-benar *cash* karena sistem pembayaran yang satu sudah terhubung dengan QRIS. Jadi apa pun sumber dana yang klien punya bisa kita terima," ujar Gede.

Pembayaran digital juga menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan industri *e-commerce*. "Pertumbuhan uang elektronik juga semakin mendorong tumbuhnya transaksi pembayaran digital di Indonesia, seperti transfer antarbank dan *digital wallet* telah mampu mendominasi metode pembayaran yang dilakukan pelanggan *e-commerce* selain pembayaran secara *cash*. Mungkin saat ini yang melakukan transaksi di *e-commerce* itu masih ada yang menggunakan metode *cash*, seperti COD (*Cash On Delivery*) misalnya. Tentunya *digital payment* ini bisa juga diimplementasikan untuk mendorong pertumbuhan industri logistik," kata Beny Syamrizal, *Product Director* Clickargo, salah satu platform yang sudah tergabung dalam sistem *National Logistics Ecosystem* (NLE).



## Gede Buwana Mahartapa

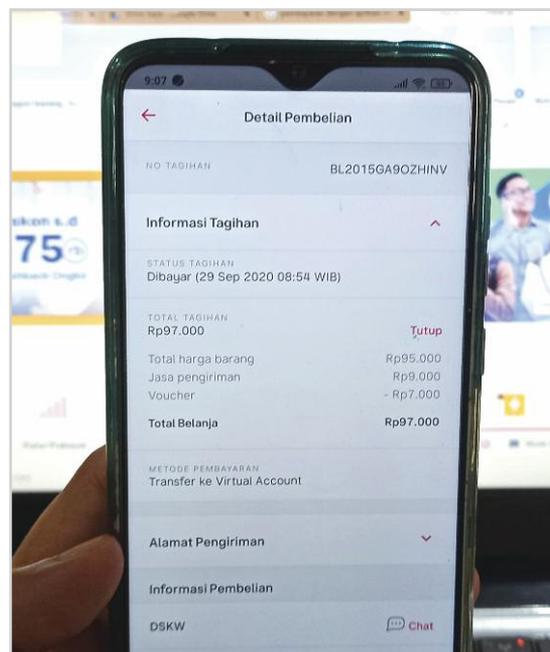
COO  
PT Buana Media Teknologi

Terkait dengan integrasi layanan logistik dan *single billing* dalam Ekosistem Logistik Nasional atau *National Logistics Ecosystem* (NLE), Beny mengatakan bahwa digitalisasi aliran dana dalam sistem NLE dapat dilakukan untuk skema *business to government* (B2G) maupun *business to business* (B2B). "Kami sebagai provider logistik membuat sebuah platform yang menjadi *collaboration workspace* menyesuaikan rekomendasi internasional nomor 37 tahun 2019 dari UNECE. Clickargo mencoba mentransformasi konektivitas antarpelaku di bidang logistik yang selama ini operasionalnya masih secara konvensional, untuk bertransformasi ke digital melalui *single submission portal logistic platform*," ujarnya.

Sebagai informasi, United Nations Economic Commission for Europe (UNECE) atau Komisi Ekonomi Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Eropa telah mengeluarkan rekomendasi No.37 tahun 2019 yang berisi panduan *single submission portal*. Di bagian article II.D.4. tentang *Single Submission Portal* terdapat standarisasi atas platform digital logistik.

Beny menjelaskan bahwa modul-modul yang tersedia di dalam Clickargo bisa dipilih sesuai dengan jenis layanan yang dibutuhkan. "Jadi, bukan termasuk logistik secara keseluruhan yang belum tentu dibutuhkan. Salah satunya ada modul untuk *digital payment*, yaitu *Clic Pay*. *Digital payment collaborator* dalam Clickargo ini memungkinkan semua pelaku logistik untuk melakukan pembayaran kepada *stakeholder* yang ada di dalam aktivitas logistik," katanya lagi.

Layanan *Clic Pay* dari Clickargo ini sudah terhubung dengan semua *stakeholder*. Ada *freight forwarder* atau PPJK juga termasuk di sini, *shipping line*, dan *trucking company* serta regulatornya atau pemerintahan, seperti Bea Cukai, terminal operator, bank, dan *insurance*. Selain itu, tentunya *shipper* atau *cargo owner* itu sendiri sebagai pengguna. "Pengguna atau *cargo owner* dapat melakukan proses pembayaran secara digital yang manfaatnya bisa cepat dan *real time*. Serta bisa dilakukan kapan saja selama 24 jam dalam tujuh hari," ujar Beny.





## Kelola Arus Barang Melalui Ekosistem Digital

Teks: Antonius Sulistyio / Foto: Giovani

Pertumbuhan bisnis *e-commerce* yang signifikan beberapa tahun ini membuat para penyedia layanan logistik memiliki kekuatan besar untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan *e-commerce*. "Pergerakan orang masih dibatasi. Namun yang terlihat, tren pergerakan barang kebutuhan masyarakat terus meningkat. Barang-barang kebutuhan primer, sekunder, tersier, dan barang-barang pokok yang remeh-temeh dikirimkan oleh masyarakat sehingga hari ini timbul jargon *di-online-in saja*. Ini menjadi pilihan masyarakat kita untuk berinteraksi dan berlanjut dengan pengiriman barang satu sama lain," kata M. Feriadi, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo).

Feriadi menjelaskan bahwa kebutuhan transformasi digital dalam industri ekspres, pos, dan logistik saat ini menghadapi persaingan sangat ketat dari sejumlah pendatang baru. "Sementara di survei terkait kurva digitalisasi, sektor kita tertinggal dibandingkan dengan industri lain. Saat ini banyak *start up* yang didanai dengan kuat menjadi pendatang baru yang bersaing secara langsung atau suka berkompetisi yang terkadang dengan cara yang tidak sehat. Akibatnya, pelanggan bisa berubah menjadi pesaing. Pesaing cerdas yang sama sekali belum pernah bermitra ini yang menciptakan model bisnis baru dan menyebabkan persaingan sengit di lingkaran industri ini," tutur Feriadi menguraikan.

Chief Executive Officer (CEO) PT Emco Digital Indonesia (Digitalindo), Ryan Febrianto mengatakan bahwa ketika kita memasuki era revolusi industri 4.0, maka hal penting yang perlu dipersiapkan adalah membangun ekosistem digital. "Kita mulai merasakan yang namanya *cyber physical system* sampai ke *internet of things* (IoT), dan di sini *big data* mulai bermunculan. Di sini juga ada *digital ecosystem* dan kita harus mempersiapkan *digital ecosystem* karena semua akan terintegrasi mulai dari *customer*, teknologi, *culture*, *channel*, dan lainnya," kata Ryan.

"Kita semua sudah merasakan begitu banyak *e-commerce*, terutama pada saat pandemik ini. Ketika kita tidak bisa mengikuti era digital ini maka kita akan tersisih. Seperti kita lihat mulai dari *open order*, kemudian nanti akan terkoneksi langsung ke sistem yang ada di pemain logistiknya sampai ke penerima barangnya, dan di situ terciptalah integrasi," kata Ryan lagi. Ia menambahkan bahwa dengan bermunculannya para pemain baru logistik *e-commerce* yang didukung teknologi digital dan kolaborasi pemain logistik, maka akan hadir sebuah industri logistik pintar.

"Dengan adanya para pemain di industri logistik pintar, kita tidak perlu mengeluarkan biaya lebih karena sudah ada vendor-vendor yang siap *handle* pengirimannya baik dari sisi SDM-nya maupun operasionalnya. Hal lainnya yang muncul dari adanya industri logistik pintar ini akan tercipta *fulfillment center* yang ditujukan kepada *e-commerce*," ujarnya. Meski demikian, Ryan mengingatkan bahwa penggunaan teknologi juga harus berintegrasi dengan para pelaku industri. "Jangan lupa, teknologi digital ini terdiri dari *hardware* dan *software*," katanya mengim-buhkan.



## Iman Kusnadi

CEO  
Ritase.com

Jika melihat dari perspektif layanan pengiriman barang, Lenovo Indonesia memastikan bahwa *hardware* dan *software* punya peran vital. "Saya melihat bahwa logistik perlu *movement* untuk perangkatnya, baik *software* maupun *hardware*. Kalau tidak didukung perangkat yang sinkron dengan perusahaan *e-commerce*, tentunya gerak perusahaan logistik akan terhambat karena persaingan *e-commerce* di era digital ini sangat ketat. Jangan sampai terjadi pada saat konsumen bertransaksi tiba-tiba tetapi respons jasa pengirimannya lambat karena teknologinya sudah ketinggalan zaman. Otomatis, kalau persaingan perusahaan *e-commerce* sangat ketat persaingan logistiknya juga ketat," ujar Santi Nainggolan, *Small Medium Business Director* Lenovo Indonesia.

## Integrasi API

Pola aktivitas masyarakat sekarang ini bisa dikatakan 'semua dalam genggamannya'. Saat ini era *smartphone*. Order apa pun tinggal klik, termasuk saat memilih layanan kurir. Jadi, semua langsung terintegrasi ke sistem niaga-el (*e-commerce*) atau lokapasar (*marketplace*). "Data secara otomatis dikirimkan ke sistem di pemain logistiknya. Lalu, barang akan di-*pickup* dan dikirimkan kepada si penerima barang. Untuk itulah muncul Synergy One sebagai sebuah platform yang menghubungkan antara *core system* dan kolaborasi antarpemain logistik. Ketika semuanya terhubung, maka muncullah industri logistik pintar yang semuanya akan tersistemasi antara pemain logistik A, B, dan C dalam sebuah platform yang bernama Synergy One ini," kata Ryan.



### Ryan Febrianto

CEO  
Digitalindo

Synergy One adalah sebuah platform yang dapat digunakan oleh para pemain logistik untuk berkolaborasi. "Misalnya, di dalamnya diisi para anggota Asperindo. Synergy One akan menghubungkan antara *core system* perusahaan logistik A, dengan *core system* perusahaan logistik B, dan seterusnya yang akan terintegrasi semua. Selain itu, Synergy One sudah memiliki API (*Application Programming Interface*) yang bisa dihubungkan ke *marketplace* atau *e-commerce* (*API integrate*). Jadi, semua anggota Asperindo akan merasakan manfaatnya dari mulai *real time* pengiriman barang, sampai nanti terhubung antara API ke *e-commerce*," ujar Ryan menjelaskan.

Manfaat yang ditawarkan platform Synergy One antara lain, antaranggota bisa saling tukar informasi. Misalnya, pada saat salah satu anggota tidak memiliki kendaraan atau mengalami *overload* barang sedangkan kendaraan anggota lain sedang *standby* atau sedang *ready*, mereka bisa saling memberikan informasi. "Jadi, bisa saling mengisi atau menutupi kekurangan sehingga terjadilah *win-win solution*," kata Ryan.

Selain itu, ujar Ryan menambahkan, ketika pengiriman barang dan kondisi di lokasi tujuan sedang tidak ada kendaraan yang kosong, maka situasi itu bisa di-*share* di platform ini. "Nantinya para pelaku logistik yang sudah tergabung dalam platform Synergy One akan bisa melihat kendaraan-kendaraan yang siap untuk dipakai. Ada pula fasilitas untuk jalur kereta api untuk mendapatkan harga spesial khusus anggota platform Synergy One. Ada juga *integrate* antar-*member* atau pemain logistik karena keterkaitan antarpemain logistik sangat diperlukan untuk menekan biaya operasional dan biaya SDM, dan untuk memperoleh informasi *tracking* barang secara *real time*," ujarnya.



Delivery to more than **50** locations across Indonesia archipelago.



Vast local connectivity network, calling into **30** major ports.



Linking International to Domestic or Domestic to International is as easy as 1-2-3

Menurut Ryan, saat ini ketika barang dikirimkan ke tujuan sementara di tujuan tidak ada kantor cabang atau pihak penerima secara *official*, otomatis barang tersebut akan kehilangan informasi. "Artinya si pelanggan tidak dapat menerima informasi keberadaan barangnya dan harus menunggu sehari-dua hari. Itu akan mengurangi kepercayaan dari *customer*."

Platform kolaborator lainnya ada MySpil yang diinisiasi oleh PT Salam Pacific Indonesia Lines (SPIL) pada tahun 2017. Layanan digital berfokus di bidang pelayaran khususnya pelayaran domestik. "Kami buat dalam format *web* dan *mobile apps*. Kini, SPIL tepat 50 tahun dan terus berproses menyediakan proses ekosistem digital pada tahun 2020. Ini dapat mempermudah proses-proses pengiriman barang dan terkoneksi dengan banyak pihak, agar proses pengiriman menjadi lebih efisien," kata Joshua Jimmy Kai, *Head of e-Commerce Development* SPIL.

"Kami memiliki *logistics services* dengan layanan *door to door* dan *port to port*. Kami punya jaringan merata di Indonesia dan hampir seluruh

pulau ter-cover. Kami pun baru buka di Lhokseumawe (Aceh). Kami punya akses ke setiap pulau di Indonesia. Digitalisasi di logistik dan pelayaran harus dilakukan oleh kita yang ada di logistik. Situasinya harus datang dari pelaku logistik dan *supply chain* yang ada di dalamnya," kata Joshua.

Beberapa fitur MySpil, seperti Jadwal Kapal, cukup memudahkan karena pengguna tinggal memasukkan data tujuan. Ada pula fitur Online Pricing, yang memudahkan pengguna melihat harga di awal ketika memilih Jadwal Kapal. Tarif akan langsung muncul dan estimasi biaya pengiriman yang akan dilakukan. "Setelah mendapat jadwal dan harga, proses sudah berjalan. Semua itu bisa dijalankan dari rumah atau kantor tanpa ketemu *sales* atau *marketing*. Untuk konsumen kami di konsinyasi atau penerimaan yang mau ambil kontainer, mereka cukup menggunakan aplikasi MySpil untuk pengeluaran barang. *E-payment* juga kami sediakan melalui *virtual account* tanpa harus datang ke kantor, termasuk *smart notification* dan MySpil *point* untuk *reward* bagi konsumen yang sudah menggunakan," kata Joshua menerangkan.

Layanan *trucking* berbasis digital, Ritase.com juga bisa dijadikan alternatif. "Kami adalah *digital trucking application marketplace* yang menghubungkan antarpengirim barang dan penyedia transportasi. Misalnya Nestle atau Unilever terkoneksi dengan Ritase, maka otomatis akan terhubung dengan *existing trucking company* mereka dan *marketplace* kami. Kami menyatukan satu ekosistem dan semua *stakeholder* yang terkait dalam satu pengiriman barang. Kami tidak punya aset truk sama sekali. Kami ingin menjadi satu teknologi platform yang akan mengubah tatanan aturan main dalam pengiriman barang berbasis truk di Indonesia," kata Iman Kusnadi, CEO Ritase.com.

Iman punya satu misi dan keyakinan, yakni efisiensi dan penghematan biaya. "Intinya adalah menekan biaya dan menaikkan KPI. Kami ingin menjadi *API integration* untuk semua *stakeholder* yang terkait di bidang logistik. Tidak menutup kemungkinan nanti masuk ke ekspor-impor maupun *custom clearance* yang terhubung dengan ekosistem logistik di Indonesia," ujarnya.



# Integrasi Supply & Demand

Teks: *Sigit Andriyono, Antonius Sulisty* / Foto: *Giovani*

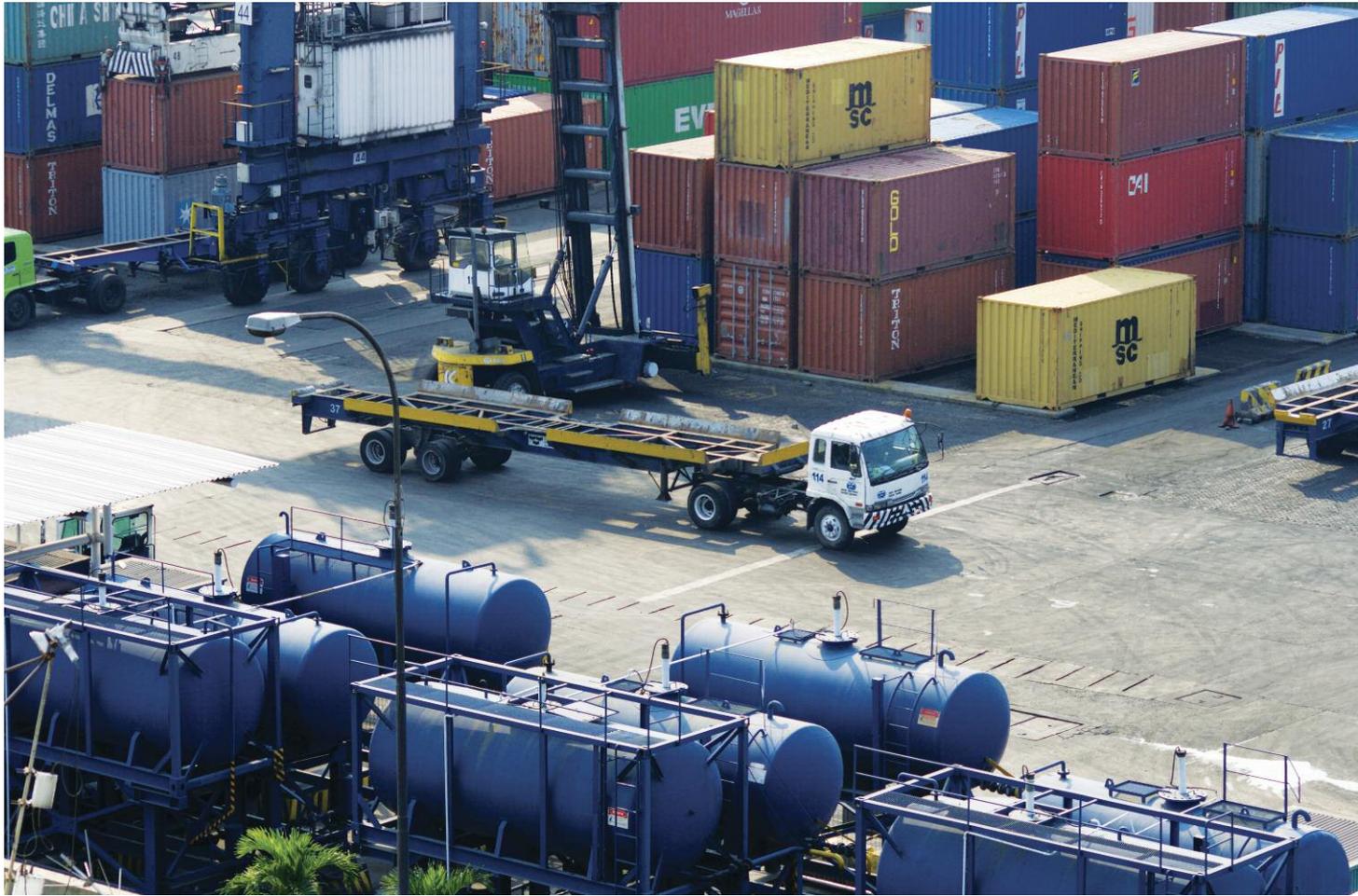




Ketua Umum Asosiasi Logistik Indonesia (ALI), Zaldy Ilham Masita mengatakan bahwa terkadang pengusaha logistik berpikir bahwa transformasi ke digital adalah membuat aplikasi. “Sebenarnya tidak seperti itu. Aplikasi *mobile* itu bukan tujuan, itu adalah salah satu alat. Kita juga tidak bisa mengklaim, kalau kita bikin *mobile apps* lalu secara otomatis perusahaan kita sudah masuk dalam proses digital. Tapi yang dilihat adalah, apakah *user experience* kita akan semakin bagus? Apakah *service level* kita lebih bagus? Atau malahan bisa memberikan harga yang lebih murah,” katanya.

Menurut Zaldy, butuh beberapa tahapan menuju transformasi digital. “Berapa tahap yang dilakukan banyak perusahaan untuk melakukan digitalisasi di logistiknya? Paling simpel adalah *offline to online*, bisa juga dengan *streamline*. Ada juga yang melakukan *sharing resource* seperti halnya Ritase.com. Dengan menggunakan sistem dari Ritase, kita bisa melakukan tiga hal sekaligus untuk memberikan *user experience* yang lebih bagus dan biaya yang lebih rendah. Jadi, tujuan kita melakukan digitalisasi adalah *goal-nya*,” ujarnya.

Sementara itu, CEO Ritase.com, Iman Kusnadi mengaitkannya dari sisi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). “Jika kita lihat dari sisi platform pasti ada satu benang merah, yaitu bagaimana *supply and demand* ini bisa terintegrasi secara optimal. Contohnya Gojek dan Traveloka. Logistik pun nanti akan ke arah itu. Mungkin sekarang belum banyak dan baru memulai untuk mengintegrasikan proses ERP, sistem dari *demand*, dan *trucking industry* sendiri. Ini yang akan kita lihat caranya dan apa yang paling efektif di *market* sekarang,” tuturnya.



Iman juga mengatakan bahwa banyak sekali proses logistik yang tidak standar. Padahal, standardisasi adalah salah satu kunci sukses untuk bisa *go digital*. "Yang terjadi adalah bukan kenapa logistik di Indonesia mahal, tapi yang paling mendasar adalah fundamental yang masih kita kontrol dari *supply and demand*, yaitu standarnya itu sendiri," ujarnya. Menurut dia, dari berbagai jenis klien FMCG, *retail* dan infrastruktur memang tidak mungkin bisa standar. Walaupun sudah menggunakan ISP (*internet service provider*) sebagai ERP (*enterprise resource planning*) *system*-nya, tapi ERP yang digunakan sebatas untuk operasional perusahaan sendiri.

"Lalu bagaimana dengan yang berada di satu ekosistem? Bagaimana dengan *custom clearance*, ekspor-impor, *trucking*, dengan terminal pelabuhan? Jelas tidak bisa karena mereka punya *restriction*. Sistem ini hanya bisa dipakai untuk perusahaannya dan tidak bisa di-*share* keluar. Ini yang menjadi salah satu faktor menjadi evolusi logistik digital di Indonesia terhambat tidak secepat seperti di Tiongkok. Misalnya, perusahaan A punya proses a, b, c, d. Lalu, perusahaan B juga punya proses sendiri walaupun lokasi tujuan, *end user*, dan distributornya sama. Inilah yang menjadi kendala semua pemain digital platform di Indonesia untuk bisa meng-*hold* semua industri, karena standarnya tidak sama," urainya.

Kemudian dari sisi pemainnya, menurut Iman, penyedia jasa layanan logistik *trucking*, laut, dan udara memiliki teknologi dan bisnis proses sendiri. "Akibatnya, mereka tidak mau mengubah proses ke yang standar. Jika mengubah berarti harus mengubah infrastruktur di dalam perusahaannya. Memang, bukan untuk diubah tapi untuk diperbarui atau diperbaiki agar terkoneksi secara digital," katanya.



## Berbasis Digital

Iman mencoba memberikan solusi kepada para pelaku logistik. "Apa yang Ritase buat sekarang supaya *shippers* bisa mendapatkan informasi secara *realtime*. Serta mendapatkan *update* rutin secara digital dan mendapatkan *proof of delivery* (POD) secara digital. Ini juga bisa terkoneksi langsung dengan ERP system mereka karena sudah terkoneksi juga secara digital. Jadi, tidak ada lagi campur tangan manusia. Tujuannya adalah meminimalkan *error*, dan tidak ada lagi yang namanya kenalan dekat lalu dapat *order*. Semua informasi ini masuk dalam satu *dashboard* dan langsung dilihat oleh manajemen tim. Tidak ada lagi *delay* atau *lag time* untuk mengetahui status KPI *performance on time delivery* untuk setiap pengiriman barang. Keputusan yang dibuat akan lebih cepat, akurasi data juga akan lebih maksimal dan *cost efficiency*," tuturnya menguraikan.

Solusi bagi pengusaha truk, Iman menyarankan untuk mengimplementasikan teknologi yang dapat meningkatkan utilitas armada angkutannya. "TMS (*transport management system*) itu memang salah satu *mandatory* yang harus dimiliki oleh semua perusahaan *trucking* atau logistik. Tapi apa hasilnya? Tidak ada. Kami berikan satu teknologi sekelas Oracle yang tujuannya untuk meningkatkan utilisasi truk mereka," kata Iman.

Menurut Iman, teknologi ini juga bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi siapa pemilik barang yang *available* di pasaran. "Jadi, saat Covid ini juga memudahkan. Tidak dapat order di pandemi, maka bisa cari order tambahan. Kami dibanjiri dengan order baru tiga bulan terakhir ini, karena banyak sekali klien tidak berhubungan dengan pemilik barang dan pemilik truk. Di sinilah saatnya industri melihat bahwa digital ini menjadi solusi untuk bisa meningkatkan bisnis dari sisi pengemudi, pemilik truk, atau dari sisi pemilik barang. Pada akhirnya adalah bagaimana mengirim secara cepat, murah, dan tidak ribet. Jadi tidak pusing lagi mengirim barang tapi kualitas layanan juga dipertahankan," katanya.

"Kami tidak berhenti di situ. Kami selalu melihat apa saja yang menjadi kesulitan di industri *trucking*. Kami melihat bahwa pengemudi kesulitan mendapatkan akses internet, sulit juga mengedukasi mereka tentang aplikasi digital. Kami edukasi pengemudi. Jadi perusahaan bisa memberikan uang jalan kepada sopir dan uangnya bisa ditarik di mana saja, karena kami bekerja sama dengan beberapa SPBU yang bisa mengambil uang tunai dan bayar BBM," ujarnya.

Arus lalu lintas barang di terminal pelabuhan juga menjadi fokus perhatian Ritase. "Cost terbesar di logistik laut adalah 60 persennya terjadi di darat, bukan di laut. Ini kami bantu koneksikan operator terminal pelabuhan dengan operator *trucking*, sehingga jika ingin *drop* kontainer di saat yang bersamaan bisa mengambil *full* kontainer dari *port* ke *consignation*, titik pengiriman. Di sini memang hanya untuk satu truk tapi dua kali *turn around* karena yang terjadi satu *turn around* yang ambil kontainer beda truk dan tidak terjadi integrasi secara komprehensif," katanya menerangkan.

Iman menjelaskan bahwa Ritase dapat mengatur *pickup* kontainer dalam satu siklus. "Kami sedang mencoba dengan *gate pass* dalam waktu dekat ini. Semua *gate pass* bisa diakses oleh satu aplikasi *driver*. Tidak perlu ambil dokumen atau *hard copy paper*-nya untuk masuk terminal. Jadi, dengan menggunakan aplikasi ini bisa masuk ke terminal secara *real time* dan keluar juga bisa. Semua berbasis digital. Untuk order kontainer juga akan lebih mudah karena tinggal cari titik pengiriman, titik pengambilan, dan otomatis semua terkoneksi karena kami sudah kerja sama dengan beberapa operator pelabuhan," ujarnya.



# Teknologi Banyak Mengurangi *Human Error*

Teks: Antonius Sulistyono / Foto: Giovanni

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), perusahaan pengiriman kurir dan ekspres yang berdiri sejak tahun 1990, memutuskan untuk melakukan transformasi digital dalam proses bisnisnya. "Bicara sejarah JNE yang 30 tahun lalu berdiri, kami memulai segala sesuatunya dengan cara yang sangat konvensional. JNE dibangun dengan model bisnis yang pada saat itu memang cocok pada zamannya. Namun, perkembangan teknologi dan perubahan *behaviour* masyarakat kita membuat JNE harus melakukan penyesuaian," kata Mohamad Feriadi Soeprapto, *President Director* JNE.

Feriadi menjelaskan bahwa yang dilakukannya bersama tim memiliki tujuan untuk meningkatkan *speed* dan efisiensi, *scalability*, mendorong produktivitas dan juga *growth* perusahaan. Selain itu, JNE juga menyederhanakan dan membakukan proses pelayanan agar bisa memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. "Sejak 2008, pada saat jaringan JNE sudah terbangun, kami mulai melakukan *digital transformation*. Bagaimana *real time information* itu bisa kita kembangkan, bagaimana *real time information* itu bisa kita berikan pada saat transaksi itu terjadi di JNE. Model layanan ini kami lakukan hingga hari ini dan masih akan terus kami sempurnakan," katanya.





Tidak mau tanggung-tanggung, saat ini kurir JNE telah dibekali perangkat elektronik dalam bertugas. "Memang betul, persaingan dalam informasi ini menjadi sangat penting. Jadi, kami membekali kurir-kurir JNE dengan *device*. Pada saat kiriman itu sukses ter-*delivery*, pelanggan bisa langsung memberikan tanda tangan di *device* itu dan itu bisa langsung diketahui oleh pengirim," kata Feriadi.

Pada situasi wabah Covid-19, JNE pun dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat. "*Digital banking* kini mejadi pilihan masyarakat, dan belanja *online* juga menjadi satu pilihan dalam memenuhi kebutuhan. JNE sebagai perusahaan logistik tentu juga harus bertransformasi. Kalau sebelumnya mungkin semua orang bisa mengatakan *digital transformation* dengan mudah, dengan adanya pandemik ini kita mau tidak mau, siap tidak siap harus melakukan *digital transformation*. Apa yang dilakukan JNE tentunya harus disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di masyarakat pada hari ini. Saya sangat percaya bahwa teknologi bisa membantu kita dalam banyak hal," urainya.

Menurut penghobi motor besar ini, ada dua manfaat dari keberadaan teknologi. "Pertama, teknologi banyak mengurangi *human error*. Kebetulan industri yang kami jalani ini adalah industri padat karya. Banyak pekerjaan yang dulu pada saat pertama kali JNE didirikan dilakukan secara manual, kini harus bertransformasi menggunakan teknologi. Kedua, membuat proses operasional menjadi lebih efisien. Kemudian, teknologi bisa mengakselerasi bisnis kita, sehingga pada akhirnya kita bisa punya daya saing yang lebih baik di industri ini," ujarnya.

JNE, sebagai perusahaan yang sudah memiliki jaringan sangat luas di seluruh Indonesia, pada tahap awal memulai operasi dengan membangun jaringan fisik atau *physical network*. "Dengan adanya teknologi, kita semua harus bisa memastikan bahwa kita bisa mengoneksikan *physical network* tadi, sehingga bisa memberikan *added value* bagi *customer* dan bagi perusahaan," kata Feriadi.

## Informasi & Edukasi

Bisnis logistik secara alami memang tidak terlalu berbeda dengan bisnis-bisnis yang lain. Bisnis ini juga terdiri dari *outlet*, *sales counter*, tempat pelayanan untuk menerima transaksi dari *customer*, proses logistik dan *last mile*. "Secara proses, bisnis ini sebetulnya ada *first mile*, ada *mid mile*, dan ada *last mile*. *First mile* itu lebih kepada *pickup*. *Mid mile* itu lebih kepada *transporting*. Sedangkan *last mile*, bagaimana kita melakukan pengantaran ke tujuan," kata Feriadi.

Dalam kondisi pandemik ini, JNE juga mengembangkan *website* dan aplikasi untuk memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan JNE. Usaha ini tentunya menuntut pembuatan siklus proses yang lebih *visible*, karena visibilitas menjadi sangat penting bagi pelanggan dalam dunia logistik.

**"Pelanggan tidak boleh kehilangan informasi. Pelanggan harus tahu di mana posisi kirimannya mulai dari pertama kali dikirimkan melalui JNE. *Point to point* harus bisa dimonitor. Dari sisi *last mile* pun demikian. Pada saat kiriman ini terantar, lantas bagaimana informasi itu bisa kita *deliver* tepat kepada *shipper*. Apa yang kita lihat saat ini bahwa *customer* itu berubah. *Customer* dalam memandang bisnis JNE itu tidak lagi melihat kecepatan JNE mengantarkan kiriman, tetapi seberapa cepat JNE itu bisa memberikan informasi,"** urai Feriadi.

Jika dikaitkan dengan bisnis *e-commerce* yang kini sedang menjadi tren, tentu ini sangat memengaruhi eksistensi JNE. "Dengan kecepatan informasi baik dari *seller* ataupun dari *shipper*, mereka tentu akan sangat *appreciate* karena ini berkaitan dengan *settlement* (penyelesaian) yang mereka terima. Sementara dari sisi *buyer* atau penerima barang, ini juga sangat penting karena memang tipikal *buyer* biasanya selalu ingin bertanya-tanya. Kalau saya kirim barang lewat JNE, lantas posisi barang saya ada di mana? Karena ini adalah hal yang sangat penting, makanya di dalam proses pengiriman,

JNE betul-betul ingin mengandalkan teknologi sehingga *customer* tidak akan kehilangan informasi sejak kirimannya itu dikirimkan hingga kirimannya itu diterima di tujuan," katanya.

JNE terus bertransformasi dan terus memperbaiki supaya masyarakat bisa merasakan kemudahan-kemudahan yang semakin baik manakala mereka mengirimkan kirimannya melalui JNE. Di dalam industri logistik, JNE juga menggunakan armada-armada yang telah dilengkapi teknologi. "Fasilitas *tracking and tracing* dan informasi yang diberikan oleh JNE kepada konsumen bisa dimonitor *point to point*. JNE sekarang melakukan banyak inovasi di dalam alih teknologi, yang salah satunya adalah membuat *apps* My JNE. Aplikasi ini sebagai solusi untuk memudahkan pelanggan tetap bisa berinteraksi dengan JNE. Melalui aplikasi My JNE, pelanggan juga bisa mencari tahu di mana lokasi JNE yang terdekat dengan posisinya," kata Feriadi.

My JNE juga ditujukan untuk membantu *startup* yang ingin memulai bisnis. "Sekarang ini kita tahu bahwa kebanyakan UKM memang dari sisi teknologi mereka sangat *lack* sekali. Jadi melalui teknologi yang JNE kembangkan, kami juga membuat program-program dan memgedukasi UKM-UKM di seluruh Indonesia, dengan harapan agar UKM-UKM ini bisa bersaing, ikut tumbuh dan berkembang. Termasuk saat pandemik sekarang, ini juga menjadi salah satu target kami untuk terus bisa melakukan pendekatan kepada UKM-UKM di seluruh Indonesia karena kelebihan dari JNE adalah adanya *physical network* (jaringan fisik) yang saat ini tersebar di seluruh Indonesia sehingga kami melihat potensi-potensi ataupun industri-industri yang ada di daerah itu bisa kita ajak dan bisa kita bantu agar bisnisnya menjadi tumbuh dan berkembang," ujarnya.



## *Stagnasi Izin Konsesi Badan Usaha Pelabuhan Swasta*

Teks: Abdul Wachid / Foto: Gioavanni Versandi



**Budi Karya Sumadi**  
Menteri Perhubungan

Asosiasi Badan Usaha Pelabuhan Indonesia (ABUPI) menilai perkembangan implementasi Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 432 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pelabuhan Nasional masih stagnan hingga kini. Pelaksanaannya oleh pemerintah belum optimal. Pada rekapitulasi jumlah pelabuhan laut sejak tahun 2017, Pelabuhan Utama (PU) ditargetkan berjumlah 28 Pelabuhan. Namun, sampai sekarang baru terwujud empat pelabuhan, yakni Tanjung Priok, Tanjung Perak, Makassar, dan Belawan.

"Pihak swasta belum leluasa penuh ketika akan berinvestasi di sektor pelabuhan. Pemerintah belum maksimal dalam menawarkan potensi investasi di sektor pelabuhan," kata Aulia Febrial Fatwa, Ketua Umum ABUPI.

Ia menjelaskan bahwa investor pelabuhan, khususnya swasta, juga belum banyak yang memahami persyaratan investasi di sektor pelabuhan. Banyak Badan Usaha Pelabuhan (BUP) swasta yang telah memiliki izin usaha sebagai BUP tetapi belum melakukan pemenuhan komitmen, realisasi mengoperasikan, membangun pelabuhan atau terminal umum.

Dalam kondisi tersebut, Aulia pun mempertanyakan komitmen pemerintah yang sebelumnya menyatakan serius menghapus monopoli di sektor pelabuhan, khususnya dengan cara pemisahan antara regulator dan operator.

“Pernyataan Menteri Perhubungan (tentang penghapusan monopoli pelabuhan) tidak disertai dengan petunjuk teknis, sehingga implementasinya tidak berjalan sesuai dengan pernyataan. Dalam tatanan kepelabuhanan nasional ada jenis ‘pelabuhan yang diusahakan secara komersial’ dan ‘pelabuhan yang belum diusahakan secara komersial’ tanpa dijelaskan definisi dari kedua jenis pelabuhan tersebut,” tuturnya menjelaskan.

Lebih lanjut, kata Febrial, pada jenis pelabuhan yang belum diusahakan secara komersial operator pelabuhan masih dominan dilakukan oleh regulator, yakni oleh Kantor Unit Penyelenggara Pelabuhan (KUPP). Masih sedikit sekali jenis pelabuhan tersebut yang dikonsesikan kepada pengelola atau operator pelabuhan (BUP).

Terlebih, perkembangan pengajuan konsesi yang dilakukan oleh BUP anggota ABUPI termasuk lambat, sejak diterbitkannya Undang-Undang Nomor 17 tahun 2008 tentang Pelayaran. Selama 12 tahun berjalan baru 13 BUP anggota ABUPI yang telah memperoleh izin konsesi.

Daftar lengkap BUP yang telah memperoleh izin konsesi sebagai berikut:



**Aulia Febrial Fatwa**

Ketua Umum ABUPI

### Daftar BUP Konsesi & Proses Konsesi s/d Asustus 2020

NO.	TERMINAL/PELABUHAN	OWNER AGREEMENT	NILAI INVESTASI	FEE KONSESI	JANGKA WAKTU	OWNER BUP
1	Pelabuhan Belawan	Pelindo I - OP Belawan.	-	2,5%	30 Tahun.	BUMN Pelindo
2	Pelabuhan Tanjung Priok	Pelindo II - OP Tanjung Priok.	-	2,5%	50 Tahun.	BUMN Pelindo
3	Pelabuhan Tanjung Perak	Pelindo III - OP Tanjung Perak.	-	2,5%	30 Tahun.	BUMN Pelindo
4	Pelabuhan Makassar	Pelindo IV - OP Makassar.	-	2,5%	30 Tahun.	BUMN Pelindo
5	Terminal Petikemas Belawan Fase II 350 mtr	Pelindo I - OP Belawan.	2,3 Triliun.	0,5%	70 Tahun.	BUMN Pelindo
6	Terminal Curah Cair Pelabuhan Kuala Tanjung	Pelindo I - OP Belawan.	3,8 Triliun.	2,5%	69 Tahun.	BUMN Pelindo
7	Terminal Kalibaru Pelabuhan Tanjung Priok	Pelindo II - OP Tanjung Priok	11,7 Triliun.	0,5%	70 Tahun.	BUMN Pelindo
8	Terminal Kijing Pontianak	Pelindo II - KSOP Pontianak.	14,45 Triliun.	2,5%	69 Tahun.	BUMN Pelindo
9	Terminal Multipurpose Teluk Lamong	Pelindo III - OP Tanjung Perak.	23 Triliun.	2,5%	72 Tahun.	BUMN Pelindo
10	Alur Pelayaran Barat Surabaya	Pelindo III - OP Tanjung Perak.	730 Miliar.	3,5%	25 Tahun.	BUMN Pelindo
11	Terminal Petikemas Makassar New Port Tahap I	Pelindo IV - OP Makassar.	1,89 Triliun.	2,5%	70 Tahun.	BUMN Pelindo
12	Terminal Cigading Pelabuhan Banten	PT. KBS (Krakatau Bandar Samudera) - KSOP Banten.	662 Miliar.	3,0%	75 Tahun.	BUMN
13	Terminal KCN Marunda	PT. KCN (Karya Citra Nusantara) - KSOP Marunda.	1 Triliun.	5,0%	70 Tahun.	BUMN & Swasta.
14	Terminal Manyar Pelabuhan Gresik	PT. BMS (Berlian Manyar Sejahtera) - KSOP Gresik.	32 Triliun.	2,75%	76 Tahun.	BUMN & Swasta.
15	Terminal DABN Pelabuhan Probolinggo	PT. DABN (Delta Artha Bahari Nusantara) - KSOP Probolinggo.	1,3 Triliun.	2,75%	64 Tahun.	BUMD.
16	Terminal Petikemas Muaro Jambi Pelabuhan Talang Duku	PT. WSI (Wahyu Samudra Indah) - KSOP Talang Duku.	700 Miliar.	5,0%	66 Tahun.	Swasta Murni.
17	Terminal Marunda Center	PT. PTI (Pelabuhan Tegar Indonesia) - KSOP Marunda.	2 Triliun.	2,75%	65 Tahun.	Swasta Murni.
18	Terminal Indo Kontainer Pontianak	PT. IKS (Indo Kontainer Sarana) - KSOP Pontianak.	1,07 Triliun.	5,5%	61 Tahun.	Swasta Murni.
19	STS Taboneo Banjarmasin	PT. IMPT (Indonesia Multi Purpose Terminal) - KSOP Banjarmasin.	617 Miliar.	4,5%	49 Tahun.	Swasta Murni.
20	Terminal Pelabuhan Swangi Indah Kotabaru	PT. PSI (Pelabuhan Swangi Indah) - KSOP Kotabaru.	159,6 Miliar.	5,0%	21 Tahun.	Swasta Murni.
21	Terminal SAL	PT. Sarana Abadi Lestari - KSOP Samarinda.	150,5 Miliar.	5,0%	37 Tahun.	Swasta Murni.
22	Terminal Bandar Bakau Jaya Cilegon	PT. Bandar Bakau Jaya - KSOP Banten.	1,2 Triliun.	3,50%	73 Tahun.	Swasta Murni.
23	Terminal Lamongan Shorebase	PT. Lamongan Integrated Shorebase - KUPP Brondong.	1,5 Triliun.	2,75%	72 Tahun.	BUMD & Swasta.
24	Terminal SMT	PT. Siam Maspion Terminal - KSOP Gresik.	465,5 Miliar	2,50%	43 Tahun	Swasta Murni.
25	Terminal Interport	PT. Indika Logistics Support Services - KSOP Balikpapan.	-	-	-	Swasta Murni.
26	Terminal Sluke	PT. Pelabuhan Rembang Kencana - KUPP Rembang.	-	-	-	BUMD & Swasta.
27	Terminal Eastkal	PT. Pelabuhan Penajam Banua Taka - KSOP Balikpapan.	-	-	-	Swasta Murni.
28	Terminal Mareдан	PT. Bandar Teguh Abadi - KSOP Pekanbaru.	-	-	-	Swasta Murni.
29	Terminal Bandar Bakau Jaya Bakauheni	PT. Bandar Bakau Jaya - KSOP Bakauheni.	-	-	-	Swasta Murni.
30	Terminal Batu Alam Makmur Cilegon	PT. Batu Alam Makmur - KSOP Banten.	-	-	-	Swasta Murni.
31	Terminal Lestari Samudera Sakti	PT. Lestari Samudera Sakti - KSOP Balikpapan.	-	-	-	Swasta Murni.
32	Terminal Kariangau	PT. Inti Pratama Bandar Kariangau - KSOP Balikpapan.	-	-	-	Swasta Murni.
33	STS Muara Jawa	PT. Pelabuhan Tiga Bersaudara - KSOP Samarinda.	-	-	-	Swasta Murni.
34	STS Muara Berau	PT. Pelabuhan Tiga Bersaudara - KSOP Samarinda.	-	-	-	Swasta Murni.
35	Alur Pelayaran Ambang Sungai Barito	PT. Ambang Barito Nusapersada - KSOP Banjarmasin.	-	-	-	BUMN & BUMD.
36	Alur Pelayaran Sungai Mentaya	PT. Kawan Selaras Sejahtera - KSOP Sampit.	-	-	-	Swasta Murni.
37	Terminal TIA Bunati	PT. Pelabuhan Buana Reja - KUPP Satui.	-	-	-	Swasta Murni.

### Rumitnya Perizinan dan Besarnya Investasi

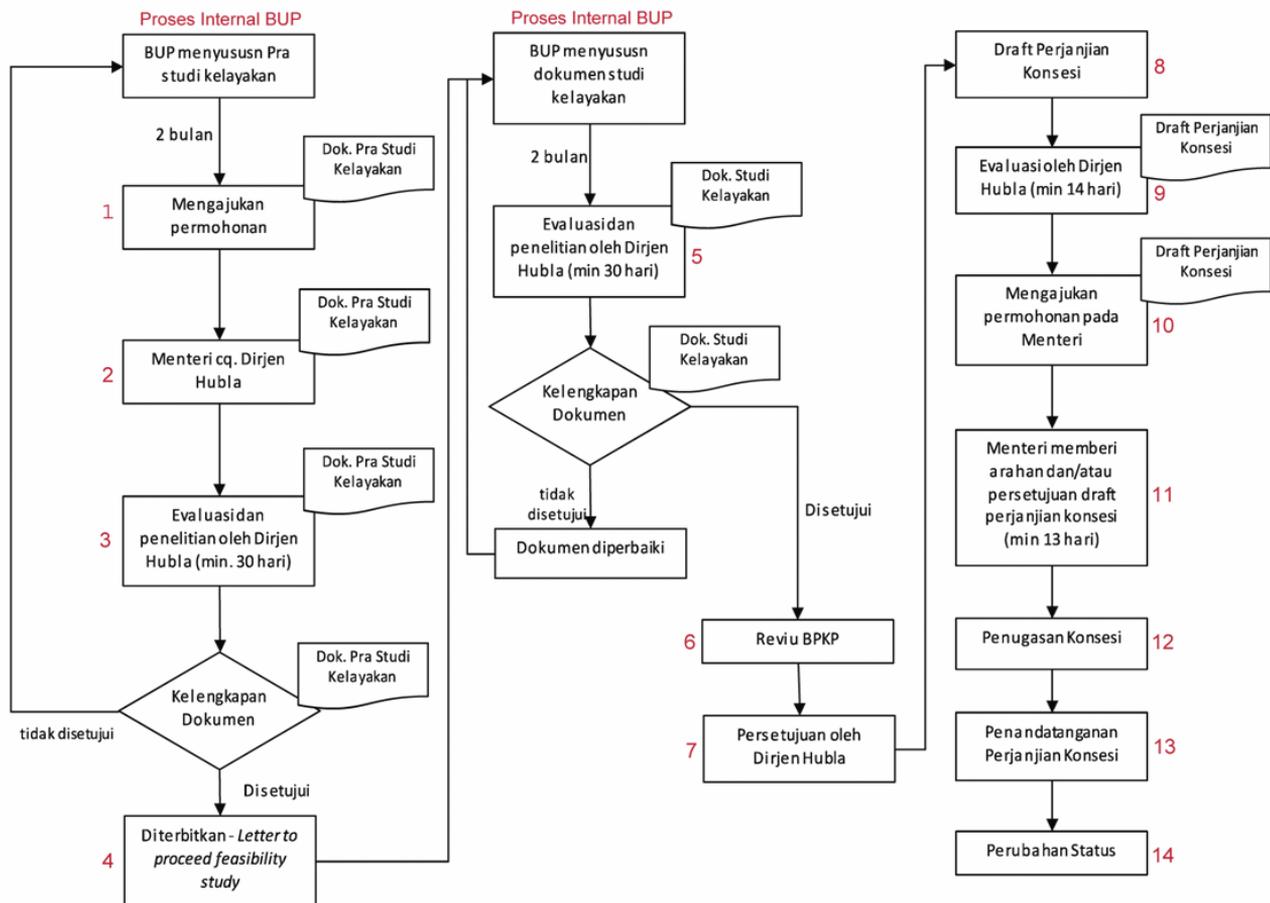
Catatan ABUPI, nilai investasi yang ditanamkan sangat bervariasi bergantung skala bisnis dari rencana investasi itu sendiri. Beberapa data nilai investasi yang dikeluarkan oleh BUP yang telah mendapatkan konsesi pelabuhan mulai dari Rp 465,5 miliar hingga yang terbesar Rp 23 triliun. Meski begitu, ada beberapa kendala dalam proses pengajuan izin konsesi tersebut.

Misalnya, kendala yang dialami adalah jangka waktu proses konsesi yang variabelnya bervariasi lebih dari

satu tahun hingga 4-5 tahun. Kemudian, masalah proses peralihan kepemilikan lahan atau area pelabuhan yang akan dikonsesikan. "BUP Non-Pelindo yang telah memiliki izin konsesi berjumlah 13 BUP. Semuanya berkontribusi besar terhadap arus barang dan penumpang di daerah atau nasional," ucap Febrial.

Berikut alur pengajuan pra *feasibility study* (FS) dan FS kelayakan konsesi:

### Alur Pengajuan Pra FS dan FS Kelayakan Konsesi



Total pengajuan memakan waktu 207 hari, dengan catatan jika seluruh dokumen dapat dilengkapi tanpa perbaikan. Jika dikurangi 120 hari untuk proses internal BUP saja, maka waktu proses di Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (Hubla) tersisa 87 hari atau tiga bulan. Sementara itu, asumsi pada proses Pra FS & FS ada perbaikan, maka proses di Hubla memakan waktu maksimal enam bulan.

Padahal, penerbitan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 7 Tahun 2020 seharusnya berdampak pada pendelegasian kewenangan perizinan usaha; dari 22 Kementerian kini cukup satu pintu melalui BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal). Febrial menilai Inpres tersebut hanya sebatas untuk perizinan usaha BUP, tidak terkait atau berbeda dengan perizinan konsesi.

“Izin BUP itu izin usaha sama seperti izin SIUPAL (Surat Izin Usaha Perusahaan Angkutan Laut), izin SIUPBM (Surat Izin Usaha Bongkar Muat), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), dan lain-lain,” katanya.

Sementara itu, dalam hal perizinan yang bersifat teknis dan operasional, seperti izin operasi Terminal Umum, pembangunan terminal, penetapan lokasi terminal, TUKS (Terminal untuk Kepentingan Sendiri), Tersus (Terminal Khusus) tetap pada Kementerian Perhubungan. Oleh karena itu, perusahaan yang sudah punya izin BUP tidak serta-merta dapat membangun dan mengoperasikan fasilitas kepelabuhanan.

“Izin BUP itu hanya bersifat sebagai izin usaha. Ibaratnya, izin BUP itu adalah SIM A, jadi setiap orang boleh punya SIM A. Akan tetapi, mobil yang akan dipakai harus juga punya STNK (izin operasi). Apakah boleh orang yang punya SIM A mengendarai mobil yang tidak ada STNK-nya?” tanya dia.

Sebelumnya, saat hadir dalam hari jadi Asosiasi Badan Usaha Pelabuhan (ABUPI) akhir Februari 2020 lalu, Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi mengatakan pemerintah menyatakan serius menghapus monopoli. Pemerintah akan



**Bahlil Lahadalia**

Kepala BKPM

menciptakan kesempatan yang lebih luas untuk investasi di sektor pelabuhan, sekaligus menciptakan kompetisi yang sehat dalam pelabuhan dan antarpelabuhan, pemisahan yang jelas antara regulator dan operator dengan pembentukan otoritas pelabuhan.

Pemerintah juga mengakomodasi daerah yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk mengelola pelabuhan. “Upaya-upaya yang kita lakukan sebagai suatu arahan presiden bahwa kita tidak boleh lagi monopoli. Jadi, kita berikan swasta dan Pemerintah Daerah peluang yang seluas-luasnya. Saya janjikan kecepatan karena dengan adanya kecepatan dari pengurus perizinan, maka pemilik pelabuhan juga akan cepat mendapatkan hak-haknya yaitu izin usaha,” ujarnya.

Di kesempatan berbeda, Bahlil Lahadalia, Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) memastikan instrumen hukum Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 7 Tahun 2020 dan lembaga yang dipimpinnya menjamin akan membantu para pengusaha untuk berkoordinasi dengan kementerian teknis.

“Izin usaha apa saja, dari laut sampai udara. Kecuali urusan teknis, teknisnya nanti kami kerja sama dengan kementerian teknis. Kalau ditanya apakah itu cepat atau lambat, saya yakin ke depan insyaallah semakin cepat,” ucapnya.



# Perlu Dibentuk Badan Khusus Kelola Investasi Pelabuhan Swasta

Teks: Abdul Wachid / Foto: Gioavanni Versandi

Asosiasi Badan Usaha Pelabuhan Indonesia (ABUPI) menilai sektor kepelabuhanan merupakan sebuah investasi yang bersifat infrastruktur. Investasi yang melibatkan banyak pemangku kepentingan, mulai dari Kementerian Perhubungan, Kementerian ATR/BPN (Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional), Kementerian Keuangan, BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal), BPKP (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan), Pemerintah Daerah, dan lain-lain.

Dengan demikian, menurut Ketua Umum ABUPI Aulia Febrial Fatwa, investasi kepelabuhanan tidak bisa hanya ditangani oleh pihak Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan saja. Oleh karena itu, ABUPI memandang perlu pembentukan badan khusus yang mengelola investasi swasta bidang infrastruktur kepelabuhanan, selayaknya BPJT (Badan Pengatur Jalan Tol) yang menangani investasi jalan tol.

“Dengan melihat *success story* dari pembangunan infrastruktur jalan tol, maka tidak salah bila kemudian kita mencoba mencontoh hal-hal yang telah menjadi *success story* tersebut,” ucapnya. BPJT dinilai berhasil dalam mengelola investasi swasta untuk jalan tol ketika menerapkan skema Kerja Sama Pemerintah Badan Usaha (KPBU).



**Agus H Purnomo**

Direktur Jenderal Perhubungan Laut  
Kementerian Perhubungan

KPBU sendiri telah diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 38 Tahun 2015 tentang Kerja Sama Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur. Kemudian, aturan tersebut diturunkan dalam Peraturan Menteri Bappenas Nomor 4 tahun 2015 tentang Panduan Kerja Sama antara Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur.

ABUPI menganggap setiap skema kerja sama dengan pemerintah memiliki kekurangan dan kelebihan. Semua bergantung pada kemampuan Badan Usaha Pelabuhan (BUP) dalam mengelola dan mendapatkan bisnis kepelabuhanan. Di luar skema KPBU, ada dua model kerja sama yang bisa menjadi pilihan, yakni konsesi yang bisa dengan penugasan atau lelang dan KSP (Kerja Sama Pemanfaatan). Ia mencontohkan, konsesi melalui lelang seperti halnya penentuan operator Pelabuhan Patimban yang kini pada tahap tender. Ada dua anggota ABUPI berminat ikut serta dalam proses tender yaitu dari Astra Group dan dari Samudera Indonesia Group.

Senada dengan Febrial, Praktisi Kepelabuhanan Rudy Sangian berpendapat bahwa regulasi dan proses birokrasi perlu disederhanakan sehingga dapat menurunkan biaya logistik. Penyederhanaan yang dimaksud bukan pada undang-undang melainkan pada turunan kebijakan dari heirarki undang-undang tersebut, yang selama ini menjadi masalah besar.

“Prosedural yang rumit saat ini disebabkan oleh banyaknya Peraturan Menteri dan Surat Keputusan Dirjen sehingga administrasi Kepelabuhanan Indonesia menjadi duplikasi, lama, dan berbiaya tinggi,” ujarnya mengungkapkan. Lebih lanjut, kata Rudy, berdasarkan *benchmarking* pelabuhan negara lain, membangun sebuah platform tunggal yang dapat menjadikan pelabuhan sebagai *trade facilitator* itu diinisiasi dari tiga sudut pandangan.

Pertama, beberapa negara, Otoritas Pelabuhan menjadi penggerak utama dan masyarakat pelabuhan yang terdiri dari berbagai lapisan menaatinya. Kedua, bukan Otoritas Pelabuhan, melainkan Operator Pelabuhan menjadi penggerak utama dan masyarakat pelabuhan merasakan manfaatnya lalu menggabungkan diri satu per satu pada *platform* tunggal yang dibangun Operator Pelabuhan. Ketiga, masyarakat pelabuhan dominan dan sepakat membenahi diri dan membangun *platform* tunggal dan Otoritas Pelabuhan hanya menjadi fasilitator. “Perlu diteliti lebih lanjut tentang sudut pandang manakah yang cocok untuk mewujudkan platform tunggal di Indonesia,” kata dia menambahkan.



**Rudy Sangian**

Praktisi Logistik Kepelabuhanan



## Potensi Pelabuhan UPT Orientasi Ekspor

Rudy Sangian menilai pemerintah memiliki peluang untuk menswastakan beberapa pelabuhan yang dikelola sendiri oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) Kementerian Perhubungan. "Secara garis besar pertimbangan pengelolaan pelabuhan dipengaruhi oleh adanya industri di sekitar pelabuhan, atau membangun industri baru termasuk pelabuhannya," ujarnya.

Ia menilai bahwa hal terpenting pada pengelolaan pelabuhan adalah menciptakan trafik bongkar muatnya. Masalahnya, kerangka pikir tentang pelabuhan di Indonesia saat ini masih pada kegiatan bongkar muat saja. Padahal, pelabuhan di berbagai negara lain telah bertransformasi menjadi *industrial port*. Bahkan, pelabuhan mereka telah terhubung secara horizontal dengan pelabuhan lainnya serta juga telah terhubung secara vertikal dengan pelaku usaha yang bergerak sebagai penyedia jasa logistik. Kemitraan itu termasuk dengan *original cargo owner* yang menjalankan usahanya pada sebuah lokal kawasan industri.

"Membangun konektivitas secara horizontal dan vertikal tidaklah mudah karena perlu pengetahuan yang mendalam tentang peta logistik daerah setempat. Selain itu, perlu juga dipahami perilaku logistik setempat yang telah bersinergi satu dengan lainnya. Dengan begitu, upaya menggeser fungsi pelabuhan dari kegiatan bongkar muat saja menjadi *industrial port* dan atau *connected port* dapat terwujud," katanya menjelaskan.

Menanggapi peluang swasta mengelola pelabuhan UPT Kemhub, Febrial berpendapat bahwa BUP berpotensi untuk menjadi operator UPT, sesuai dengan izin usaha yang dimilikinya. Peluangnya sudah ada sejak ditetapkan Undang-Undang Nomor 17 tahun 2008 tentang Pelayaran. "UPT yang strategis bagi ABUPI adalah yang daerahnya memiliki sumber daya alam untuk dikelola, khususnya ekspor," ujar Febrial.

Pengklasifikasian pelabuhan ditentukan dari volume kegiatan bongkar muat yang terbesar sampai dengan yang terkecil, dimulai dari Pelabuhan Utama, Pelabuhan Kelas I, II, III, dan IV. Pengklasifikasian terse-

but dinamis dan bersifat pendekatan umum sebagai pedoman bagi pelabuhan yang dikelola BUMN, operator pelabuhan, maupun swasta serta yang dikelola sendiri oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) Kementerian Perhubungan.

Ketersediaan perwakilan UPT Kementerian Perhubungan hanya sebanyak 287 lokasi atau 14.6% dari total pelabuhan seluruh Indonesia. Radius sebaran 14.6% itu terkonsentrasi pada lokasi-lokasi pelabuhan yang dikelola oleh BUMN operator pelabuhan. Sepanjang 60.000 kilometer daratan pada garis pantai Indonesia yang akan diberdayakan menjadi pelabuhan memerlukan persetujuan konsesi dari pemerintah untuk memperoleh izin Badan Usaha Pelabuhan (BUP).

Sementara itu, Agus H Purnomo, Direktur Jenderal Perhubungan Laut dalam siaran persnya mengklaim telah berupaya menghapus monopoli serta menciptakan kesempatan lebih luas untuk investasi di sektor pelabuhan termasuk bagi swasta. "Oleh karena itu, peran swasta sangat penting dalam pengelolaan pelabuhan secara profesional karena dipastikan memberi kemudahan, kemurahan, dan kecepatan," tuturnya. Sebagai bukti, tiga bulan terakhir Kementerian Perhubungan telah memberikan konsesi kepada tiga Badan Usaha Pelabuhan (BUP) swasta.

Pertama, pada Juli 2020, konsesi diberikan kepada PT Bandar Bakau Jaya untuk mengelola jasa kepelabuhanan pada Terminal Bandar Bakau Jaya di pelabuhan Banten. Pada bulan yang sama, PT Lamongan Integrated Shorebase (LIS) memperoleh konsesi untuk mengelola jasa kepelabuhanan di pelabuhan Tanjung Pakis Lamongan. Berikutnya, pada Agustus 2020 PT Siam Maspion Terminal (SMT) ditetapkan menjadi pengelola pelabuhan Terminal Siam Maspion, Gresik.



# APM Truk Bertransformasi ke Platform Digital

Teks & Foto: Antonius Sulistyio

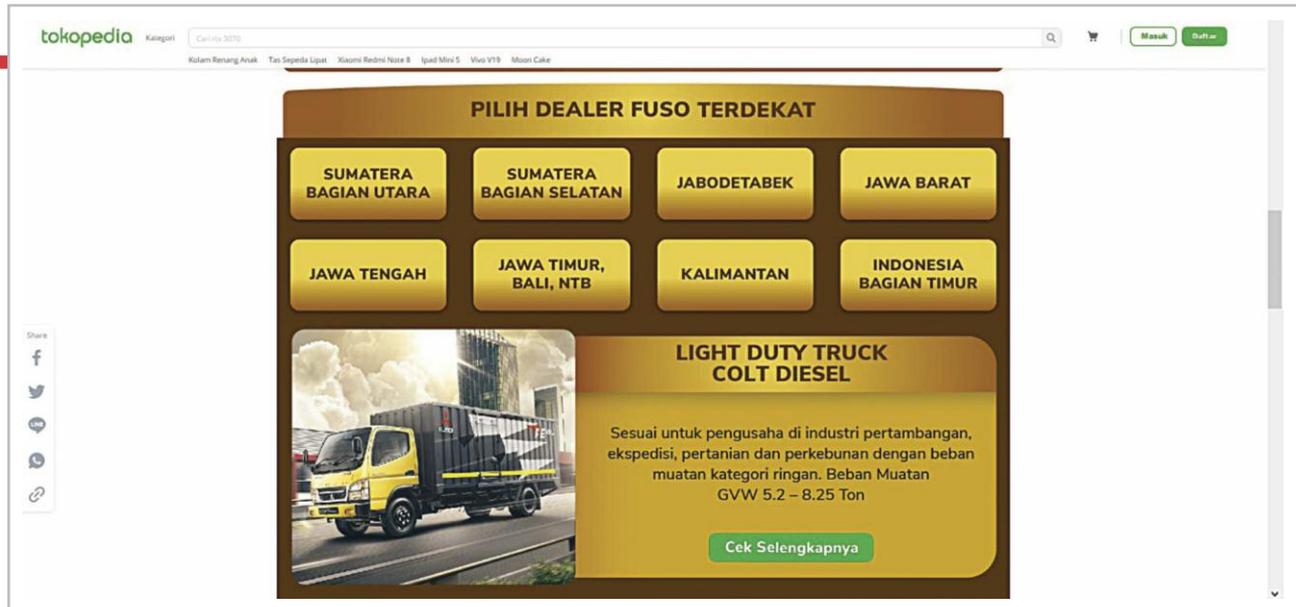


Transformasi digital dalam bisnis kendaraan niaga pada saat pandemik ini juga berperan untuk menekan angka penularan virus korona. Selain itu, area jangkauan yang lebih luas diyakini akan menciptakan tren baru dalam penjualan truk secara daring. PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi dari Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC), baru-baru ini meluncurkan gerai penjualan resmi produk truknya, yaitu Mitsubishi Fuso Official Store di Tokopedia melalui <https://www.tokopedia.com/-discovery/mitsubishiuso>.

Peluncuran ini sejatinya telah dipersiapkan beberapa bulan setelah wabah Covid-19 masuk ke Indonesia. “Kami sadar betul bahwa ini merupakan hal baru. Terlebih lagi untuk bisnis kendaraan niaga yang bersifat B to B (*business to business*) yang sangat mengandalkan kepercayaan para pelanggan, pertemuan tatap muka sangat dibutuhkan di dalam menjalin relasi bisnis. Namun, kami yakin bahwa pendekatan cara-cara baru melalui *marketplace* seperti ini dapat memberikan keleluasaan pilihan bagi para konsumen,” kata Duljatmono, Direktur Penjualan dan Pemasaran KTB.

Menurut Duljatmono, kerja sama antara Mitsubishi Fuso dan Tokopedia ini berawal dari komitmen KTB untuk senantiasa hadir dalam memberikan kemudahan layanan kepada konsumen. “Keterbatasan ruang gerak masyarakat akibat PSBB mengharuskan kami beradaptasi dengan kebutuhan konsumen untuk melakukan transaksi jarak jauh,” ujarnya lagi.

Sebagai truk nomor satu di Indonesia dengan jaringan yang tersebar luas, kata Duljatmono, Mitsubishi Fuso berkomitmen untuk melayani kebutuhan para pelanggannya, kapan pun dan di mana pun. “Begitu pula dengan *official store* Mitsubishi Fuso di Tokopedia yang akan terhubung dengan dealer resmi Mitsubishi Fuso di delapan area, yang mewakili seluruh wilayah di Indonesia dari Sabang sampai Merauke,” kata Momon - sapaan akrab Duljatmono. Delapan area tersebut adalah Sumatera bagian utara, Sumatera bagian selatan, Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur (termasuk Bali & NTB), Kalimantan, serta Indonesia bagian timur.



Sementara itu, PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI) juga memberikan pilihan alternatif bagi konsumen ketika hendak membeli truk Hino secara daring. HMSI juga bekerja sama dengan Tokopedia dalam menyediakan penjualan unit baru melalui Hino Official Store di Tokopedia yang dapat diakses melalui <https://www.tokopedia.com/discovery/hino>.

"Kami ingin terus mempermudah konsumen dalam hal apa pun, termasuk pembelian truk atau bus Hino. Kerja sama kami dengan Tokopedia menjadi salah satu upaya untuk mempermudah konsumen dan memberikan pilihan bagi konsumen untuk mencari armada bisnis tanpa repot keluar rumah," ujar Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer* HMSI.

*Assistant Vice President of Business* Tokopedia, David Kartono mengatakan bahwa inisiatif bertransformasi ke digital yang dilakukan KTB maupun HMSI sebagai langkah strategis. "Kami yakin bisa sama-sama bertumbuh. Konsumen dari Sabang sampai Merauke, yang tadinya kesulitan mencari produk kendaraan, kini bisa mendapatkannya dengan mudah. Penetrasi Tokopedia yang mencapai 98 persen kecamatan di seluruh Indonesia dapat bermanfaat untuk setiap warga negara Indonesia," kata David.



**Santiko Wardoyo**

*Chief Operating Officer  
HMSI*

## Potensi Bisnis Trucking & Logistik

Duljatmono mengatakan bahwa data yang dirilis VA Social pada awal tahun 2020 menunjukkan suatu *insight* yang menarik. "Dalam *insight* tersebut menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan internet tertinggi ketiga di dunia dan menjadi negara dengan adopsi *e-commerce* tertinggi pertama di dunia. Hal ini memberikan peluang besar termasuk bagi kami yang bergerak di bisnis kendaraan niaga," ujarnya.

**"Saya juga punya teman yang baru-baru ini mendirikan sebuah perusahaan di tengah situasi pandemik. Beliau membeli produk kendaraan niaga yang cukup banyak. Teman saya ini berpikir dan sudah menghitung, ternyata luar biasa potensi bisnis logistik dan *trucking* saat ini. Bahkan, kalau dihitung sejak awal tahun, industri otomotif semakin berjaya. Banyak sekali yang mulai masuk dan penetrasi ke dunia digital," ungkap David.**

David pun yakin peralihan ke penjualan secara digital dapat menekan angka penularan virus korona. "Kami percaya, dengan eksistensi di dunia digital, kita bisa mengurangi kemungkinan bertemu secara langsung, sehingga dapat sama-sama mengurangi risiko penularan virus," ujarnya.

Menurut David, pembukaan Mitsubishi Fuso Official Store dan Hino Official Store di Tokopedia menjadi langkah yang sangat baik untuk industri kendaraan niaga ke depannya. "Kami percaya dapat membantu konsumen di Indonesia, terutama yang membutuhkan produk-produk kendaraan niaga. Sejak Januari, secara industri Tokopedia sudah tumbuh sekitar 1,7 juta penjual dan hingga saat ini 8,9 juta penjual. Hal ini tidak terlepas dari bertumbuhnya area di industri otomotif. Oleh karena itu, Tokopedia selalu mendukung pelaku industri otomotif," katanya.

"Kami juga berharap dalam membangun sebuah superekosistem ini, pasar otomotif menjadi salah satu pilar yang dapat mendukung perekonomian di Indonesia. Kami percaya, dengan bersama-sama kita dapat melewati situasi sulit ini. Tokopedia tentunya juga bisa menjadi rumah bagi para pelaku bisnis untuk mendukung ekonomi Indonesia. Kami juga percaya bahwa kami dapat menjadi salah satu pilar yang memberikan kontribusi lebih dari satu persen GDP di Indonesia. Kami dapat bertransformasi menjadi sebuah superekosistem yang dapat bermanfaat buat bangsa Indonesia," kata David optimistis.



**David Kartono**

Assistant Vice President of Business  
Tokopedia



# E-LOGISTICS DAN DAYA SAING INDONESIA

Zaroni | Head of Consulting Division – Supply Chain Indonesia



Kebutuhan *e-Logistics* sejalan dengan perkembangan internet di Indonesia yang telah mengubah *platform* bisnis dari *platform* konvensional ke *platform* elektronik atau internet, termasuk di dalamnya adalah aktivitas logistik dan *supply chain management* (SCM).

Kita memahami bahwa *e-Logistics* sebagai pemindahan barang dan jasa menggunakan teknologi komunikasi internet seperti *Electronic Data Interchange* (EDI), e-mail, dan *world wide web* (www).

Secara sederhana, *e-Logistics* merupakan proses yang diperlukan untuk melakukan pemindahan barang yang dijual ke pelanggan melalui internet. Kim and Lee (2020) berpendapat bahwa *e-Logistics* merupakan aktivitas dan arsitektur bisnis logistik secara virtual antarperusahaan yang didasarkan pada teknologi internet.

Perkembangan teknologi internet yang semakin intensif dan masif digunakan para perusahaan atau pebisnis dalam mengintegrasikan rantai pasok dan distribusi barang dalam SCM, mengharuskan perusahaan atau pebisnis untuk segera menerapkan *e-Logistics* dalam sistem dan manajemen logistiknya.

Mengapa demikian? Perkembangan ini sebagai kesempatan untuk memperbaiki kinerja logistik di Indonesia, kinerja logistik pada perusahaan-perusahaan produsen, distributor, perdagangan dari berbagai sektor industri, dan penyedia jasa logistik (*third-party logistics*) dalam mempercepat produk tiba di pasar dengan biaya logistik yang paling efisien.

*e-Logistics* memberikan manfaat utama dari percepatan arus informasi, keakuratan data, dan yang penting adalah kemampuan untuk mengintegrasikan data dari berbagai sumber dari suatu sistem logistik, sehingga tiga aktivitas kunci dalam logistik - arus informasi, keuangan, dan barang - dapat berjalan secara lancar.



**Zaroni**

Head of Consulting Division  
Supply Chain Indonesia



## Kunci sukses e-Logistics

---

Implementasi *e-Logistics* memerlukan beberapa persyaratan. Pada tataran mikro, kunci keberhasilan penerapannya terletak pada tiga hal, yaitu: *people*, *process*, dan *infrastructure*.

*People*, kesiapan orang-orang yang terlibat dalam proses *e-Logistics*, baik sebagai penyedia informasi maupun pengguna informasi *e-Logistics*. Selain kompetensi sebagai prasyarat utama, perubahan pola pikir dan budaya juga harus menyesuaikan dengan sistem *e-Logistics*. Jangan sampai ketika semua sistem sudah terintegrasi secara on-line, real-time, dan bahkan *paperless*, namun untuk urusan proses administrasi logistik masih terlambat merespon dan minta semuanya tertulis.

Kemudian, kunci keberhasilan kedua adalah *process*. Dengan diterapkannya *e-Logistics* harus diikuti dengan perubahan proses bisnis, pola operasi, dan aktivitas atau prosedur sesuai dengan *platform e-Logistics* yang menggunakan teknologi elektronik atau internet. Ini pekerjaan besar, karena melakukan rekayasa ulang proses bisnis, proses operasi, dan aktivitas yang terkait dengan sistem logistik dan SCM perusahaan.

Sistem *e-Logistics* membutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai dan andal untuk menjalankan proses bisnis, operasi, dan prosedur *e-Logistics*. Infrastruktur dan sistem pendukung *e-Logistics* harus dipastikan andal.

Pada tataran makro, kunci keberhasilan *e-Logistics* memerlukan komitmen Pemerintah sebagai regulator dan pelayanan birokrasi yang terkait dengan sistem logistik, antara lain: kepabeanan, ekspor dan impor, regulasi logistik, transportasi, pelabuhan laut, dan bandar udara. Selain koordinasi dan sinkronisasi regulasi dan pelayanan birokrasi sistem logistik agar disesuaikan dengan *platform e-Logistics*.

Teknologi internet di Indonesia sudah mampu mendukung kebutuhan dan perkembangan aktivitas *e-Logistics*. Yang perlu ditingkatkan adalah kesiapan integrasi proses bisnis, proses operasi, dan prosedur dalam sistem *e-Logistics* baik di tingkat internal perusahaan, maupun antar perusahaan dalam SCM.

## Implementasi e-Logistics

---

Hal-hal yang harus disiapkan untuk menerapkan *e-Logistics* adalah perbaikan dan penyiapan faktor-faktor kunci keberhasilan *e-Logistics* seperti yang telah saya jelaskan di atas, yaitu: *people*, *process*, dan *infrastructure*.

Faktor *people* melalui pengembangan kompetensi dalam bentuk pelatihan, perubahan cara kerja dari tradisional ke sistem *e-Logistics*, dan kualitas *people* sebagai penghasil dan pengguna informasi sistem *e-Logistics*.

Faktor *process*, perlu penyiapan pada perubahan proses bisnis, pola operasi, dan prosedur yang disesuaikan dengan *platform e-Logistics*, dengan melakukan integrasi sistem informasi logistik dan SCM dari berbagai pelaku logistik dan penyedia jasa logistik.

Faktor infrastruktur, penyiapan sarana, sistem aplikasi, dan regulasi yang mendukung implementasi *e-Logistics*. Keandalan, kemudahan, dan responsif menjadi syarat mutlak dari kualitas infrastruktur sistem *e-Logistics*.

Penerapan *e-Logistics* di Indonesia sebenarnya sudah lama dimulai, meski pada tataran mikro perusahaan dan masih parsial, belum terintegrasi dalam sistem *e-Logistics*. Perusahaan sudah mulai menerapkan *e-Procurement* untuk

aktivitas logistik *in-bound* dari pemasok ke perusahaan, dan *e-Commerce* untuk aktivitas logistik *outbound* dari perusahaan ke konsumen. Pada pelayanan birokrasi kepabeanan sudah lama diterapkan *Electronic Data Interchange* (EDI) untuk kemudahan proses ekspor dan impor barang.

Hambatan yang mungkin muncul bila *e-Logistics* diterapkan antara lain: kendala integrasi sistem informasi dari berbagai aktivitas logistik antar produsen dengan perusahaan, dan antar perusahaan dengan pelanggan, sebagai satu sistem SCM.

Penerapan *e-Logistics* diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku logistik, penyedia jasa logistik, dan yang lebih penting adalah bagi konsumen secara keseluruhan, sehingga dapat menikmati ketepatan produk dengan biaya atau harga yang lebih efisien.

Implementasi *e-Logistics* secara intensif di perusahaan-perusahaan dan pemerintahan baik sebagai pelaku logistik maupun penyedia jasa logistik (*logistics service provider*) akan mampu memberikan nilai tambah bagi produk-produk Indonesia baik untuk konsumsi dalam negeri maupun untuk orientasi ekspor.

Nilai tambah ini terletak pada ketepatan: waktu, penerima, kuantitas, kualitas, dan harga. Secara keseluruhan dengan penerapan *e-Logistics* ini akan meningkatkan daya saing produk-produk asal Indonesia, karena:

- Memudahkan dalam melakukan tracing dan tracking posisi barang.

---

- Memudahkan proses administrasi, standardisasi, dan simplifikasi data

---

- Semua bagian atau pihak yang terlibat dalam sistem logistik dan SCM dapat mengakses satu versi data tunggal, sehingga validitas data dapat lebih terjamin.

---

- Meningkatkan kecepatan produk tiba di pasar.

---

- Membantu respon secara cepat untuk menyesuaikan jenis dan model produk terhadap perubahan pasar, terutama untuk produk-produk yang terkait dengan gaya hidup dan fashion.

---

- Akses pasar semakin luas dan dapat mengakses *best practice* dalam beragam aktivitas bisnis.



# HUMAN ERROR PADA KECELAKAAN TRANSPORTASI





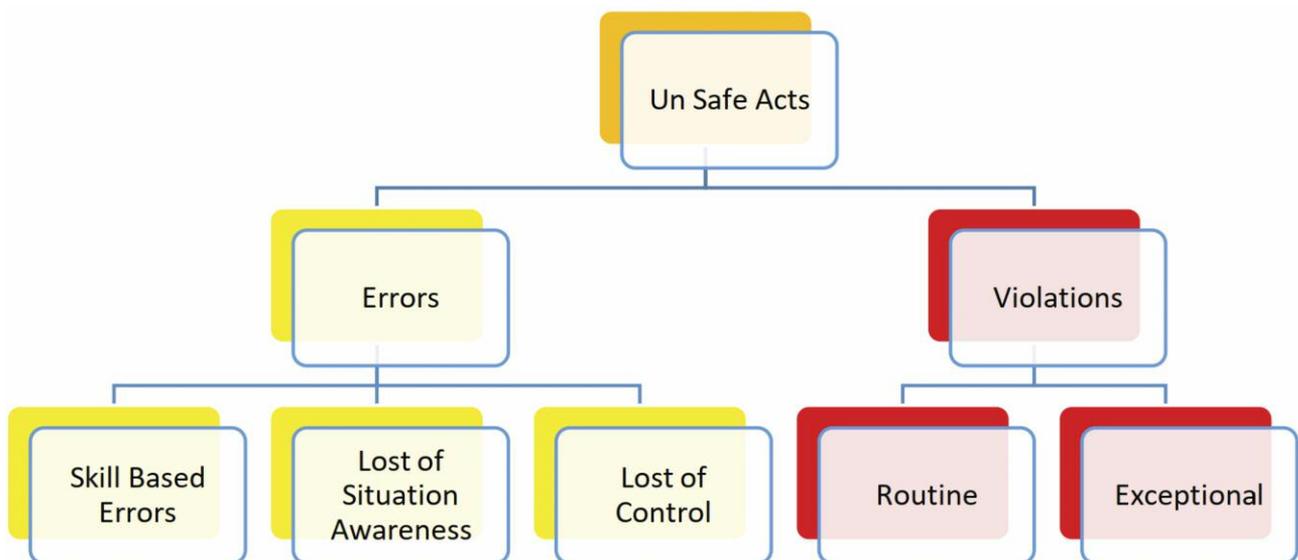
**Achmad Wildan**  
Senior Investigator KNKT

Konon, lebih dari 80 persen penyebab kecelakaan di jalan saat ini adalah faktor manusia (*human error*), sedangkan faktor kendaraan, jalan, dan kondisi lingkungan tidak signifikan. Informasi itu bukan hal baru. Saat pertama kali belajar ilmu transportasi di *Sekolah Tinggi Transportasi Darat Bekasi* pada tahun 1988, saya juga memperoleh penjelasan yang sama. Informasi dengan angka yang sama saya dapatkan dari dosen. Hal yang membuat saya

heran adalah angka dan penjelasan tersebut bertahan lebih dari 30 tahun dan angka kecelakaan di Indonesia memiliki kecenderungan meningkat setiap tahun. Apakah selama ini kita diam saja? Tidak memiliki program apa pun? Bukankah kita sudah tahu penyebabnya, mengapa angka kecelakaan tidak bisa dieliminasi atau setidaknya dikurangi dalam tempo yang cukup lama, 30 tahun!

Berbicara *human error*, selama ini kita hanya fokus pada masalah pelanggaran aturan. Bahkan, pemerintah melalui Kepolisian RI maupun Kementerian Perhubungan selalu mengatakan bahwa kecelakaan selalu diawali dengan pelanggaran. Oleh karena itu, program untuk mengatasi *human error* selama 30 tahun terakhir hanya satu; sosialisasi keselamatan agar pengguna jalan mematuhi peraturan lalu lintas. Cukupkah itu? Tentu saja, tidak! Kalau sosialisasi saja cukup, tentu akan terjadi pengurangan persentase atau penurunan angka kecelakaan di Indonesia. Lalu, apa masalah sebenarnya?

Kecelakaan di jalan sebenarnya terjadi karena dua keadaan yaitu *Unsafe Condition* dan *Unsafe Act*. *Unsafe Condition* adalah kondisi yang tidak berkeselamatan, seperti jalan yang tidak berkeselamatan dan kendaraan yang tidak berkeselamatan. Lalu apa itu *Unsafe Act*? Apa itu tindakan yang tidak berkeselamatan? Mari kita lihat diagram berikut:



Tindakan yang tidak berkeselamatan (*unsafe act*) terdiri atas dua elemen dasar, yaitu yang disebut *errors* dan *violations*. *Violations* (pelanggaran) dapat dibedakan atas pelanggaran yang bersifat rutin, seperti melaju dengan kecepatan di atas 100 km/jam di tol Cipali. Pelanggaran tersebut merupakan pelanggaran rutin karena hampir semua kendaraan pribadi melakukannya. Sementara itu, pelanggaran yang bersifat *exceptional* misalnya menerobos lampu merah. Apakah semua pelanggaran di jalan antarkota – melanggar batas kecepatan misalnya – selalu menjadi penyebab kecelakaan? Hasil investigasi KNKT tidak menunjukkan hal tersebut. Namun, pelanggaran *exceptional* di ruas jalan dalam kota bisa menjadi penyebab kecelakaan, seperti keluar dari gang langsung ke jalan raya tanpa berhenti, menerobos *traffic light*, dan sebagainya.

KNKT tidak memiliki cukup data kecelakaan pada ruas jalan dalam kota, karena sebagian besar investigasi kecelakaan KNKT dilakukan pada ruas jalan antarkota atau jalan tol. Sementara itu, untuk kasus kecelakaan pada jalan antarkota, umumnya akibat *human error*. Apa saja *human error* itu? *Human error* terbagi atas tiga jenis. Pertama, *error* yang terjadi karena seseorang tidak kompeten (tidak memahami dengan baik sistem kendaraan dan sistem lalu lintas) yang disebut dengan *skill based error*. *Error* jenis ini obatnya jelas, yaitu melalui pembinaan teknis, edukasi, pelatihan, asesmen kompetensi, dan lain-lain.

Sebagian besar kasus rem blong pada bus dan truk, lebih dari 80% akibat *human error* jenis ini. Ketidakhahaman pengemudi terhadap prinsip kerja sistem rem mengakibatkan *brake fading*, *vapour lock*, ataupun angin tekor. Jadi, kalau selama ini kita beranggapan bahwa faktor penyebab rem blong adalah kendaraan, ternyata kita salah duga. Investigasi yang benar menunjukkan justru *human error* sebagai faktor dominan yang menyebabkan rem blong.



*Human error* berikutnya adalah yang disebut dengan *Lost of Situation Awareness* atau penurunan kewaspadaan. Dalam lingkungan operasional transportasi, banyak keputusan yang harus diambil dalam ruang dan waktu yang sempit berkaitan dengan waktu reaksi manusia. Penelitian dari *Australian Transportation Safety Board* (ATSB) menunjukkan bahwa faktor manusia adalah penyebab sekitar 70 % dari seluruh *incident* dan *accident*. Sebanyak 85 % di antaranya adalah kasus penurunan kewaspadaan (*Lost of Situational Awareness*). Penurunan kewaspadaan dapat mengarah kepada ketidakmampuan membuat keputusan (*decision making*) dan tindakan yang tidak sesuai. Terdapat tiga kegiatan yang tercakup di dalam *situational awareness* ini, yaitu; 1)



Persepsi atau mengamati, 2) Memahami secara komprehensif, dan 3) Memproyeksikan apa yang akan terjadi ke depan.

Kecelakaan di tol Cipali sebagian besar terjadi akibat *error* jenis ini, seperti kecelakaan Bus Widya yang baru saja terjadi, kecelakaan tabrak depan belakang, dan lain-lain. Obat dari *error* jenis ini adalah dengan melakukan inovasi dalam memberikan panduan delineasi di jalan. Dalam mengemudi, seorang pengguna jalan cenderung secara aktif akan mencari informasi terkait jalan yang dilaluinya, dan 90% informasi tersebut diperoleh melalui indra pelihatan. Penurunan kewaspadaan kebanyakan terjadi akibat perasaan jenuh, monoton, minim informasi, emosi, dan sebagainya. Beberapa

kejadian penurunan kewaspadaan ini juga disebabkan oleh faktor lelah. Oleh karena itu, untuk mencegah terjadinya *error* ini, lakukan rekayasa lalu lintas dan manajemen lalu lintas yang berbasis pada pemberian informasi melalui indra pelihatan maupun memberi ilusi mata untuk menurunkan kecepatan, dan sebagainya. Selain itu, tentunya, Berikan edukasi yang baik kepada pengemudi.

*Error* ketiga adalah *Lost of Control* atau kehilangan kendali. Hal ini bisa terjadi karena pengemudi mengalami *fatigue* (lelah) sehingga tidur pada saat mengemudi (*micro sleep*) selama beberapa detik. Namun, kondisi tersebut menjadi fatal karena pada saat itu dia kehilangan kendali atas kendaraannya. Khusus *fatigue* ini akan saya bahas tersendiri pada tulisan saya berikutnya.

Nah dari tulisan di atas, kita memiliki semakin banyak gambaran tentang situasi sebenarnya. Mengapa angka 80% itu mampu bertahan selama lebih dari 30 tahun? Itu karena kita tidak punya cukup data yang dapat menunjukkan *eviden* dari suatu kecelakaan lalu lintas sehingga kita melakukan generalisasi pada satu kasus yang terjadi di jalan dalam kota. Kemudian, generalisasi itu menjadi kesimpulan umum dari semua kejadian kecelakaan yang ada di Indonesia; bahwa semua kecelakaan itu selalu diawali dengan pelanggaran dan itulah *human error*. Obatnya selama ini hanya satu, yaitu sosialisasi keselamatan yang berisi pesan waspada, hati-hati, dan selalu mematuhi peraturan lalu lintas. Pesan yang sama untuk semua jenis kampanye keselamatan yang diselenggarakan di seluruh Indonesia oleh siapa pun institusinya atau organisasinya selama 30 tahun terakhir ini.

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](mailto:info@truckmagz.com)

# ONLINE EXHIBITION

10-12  
December  
2020



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



[www.iism-expo.com](http://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  
EXHIBITION & CONVENTION EXPERT

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



[seafood.meat.expo](https://www.facebook.com/seafood.meat.expo)



[@iismexpo](https://www.instagram.com/@iismexpo)



# Data Gaikindo

Diolah oleh: Antonius Sulisty

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

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	SUZUKI	20277	41.96%
2	DAIHATSU	12958	26.82%
3	MITSUBISHI MOTORS	9096	18.82%
4	ISUZU	4181	8.65%
5	TOYOTA	897	1.86%
6	DFSK	660	1.37%
7	TATA MOTORS	124	0.26%
8	KIA	52	0.11%
9	CHEVROLET	40	0.08%
10	HYUNDAI	37	0.08%
<b>TOTAL PENJUALAN</b>		<b>48322</b>	<b>100.00%</b>

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

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI MOTORS	2851	60.74%
2	TOYOTA	1760	37.49%
3	NISSAN	56	1.19%
4	ISUZU	27	0.58%
<b>TOTAL PENJUALAN</b>		<b>4694</b>	<b>100.00%</b>

## Wholesales Light-Duty Truck / GVW 5-10 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	11418	58.59%
2	ISUZU	4387	22.51%
3	HINO	3369	17.29%
4	TOYOTA	273	1.40%
5	TATA MOTORS	38	0.19%
6	FAW	3	0.02%
<b>TOTAL PENJUALAN</b>		<b>19488</b>	<b>100.00%</b>

## Wholesales Medium-Duty Truck / GVW 10-24 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	MITSUBISHI FUSO	688	41.0%
2	ISUZU	437	26.0%
3	HINO	516	30.7%
4	UD TRUCKS	20	1.2%
5	MERCEDES-BENZ CV	16	1.0%
6	FAW	3	0.2%
<b>TOTAL PENJUALAN</b>		<b>1680</b>	<b>100.00%</b>

## Wholesales Heavy-Duty Truck / GVW >24 Ton

NO	MEREK	PENJUALAN (UNIT)	PERSENTASE
1	HINO	2690	67.4%
2	MERCEDES-BENZ CV	246	6.2%
3	UD TRUCKS	342	8.6%
4	MITSUBISHI FUSO	207	5.2%
5	FAW	154	3.9%
6	ISUZU	215	5.4%
7	SCANIA	110	2.8%
8	TATA MOTORS	18	0.5%
9	MAN	10	0.3%
<b>TOTAL PENJUALAN</b>		<b>3992</b>	<b>100.00%</b>

## PRODUKSI PICKUP, DOUBLE CABIN DAN TRUK DI INDONESIA TAHUN 2020

NO	KATEGORI	BULAN								TOTAL PRODUKSI
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	15052	13994	13877	2161	156	377	3443	3422	52482
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0	0	0	0	0		0
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	7077	4782	5226	689	176	843	918	1829	19711
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	622	637	654	189	54	135	132	12	2435
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	1746	1294	1140	245	94	199	126	78	4922
	<b>TOTAL PRODUKSI</b>	<b>24497</b>	<b>20707</b>	<b>20897</b>	<b>3284</b>	<b>480</b>	<b>1554</b>	<b>4619</b>	<b>5341</b>	<b>79550</b>

## WHOLESALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI -JULI 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-AGUSTUS 2020	JANUARI-AGUSTUS 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	48322	85018	-36696
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	4694	8321	-3627
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	19488	39535	-20047
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	1685	4989	-3304
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	3992	13761	-9769

## RETAIL SALES BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-JULI 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-AGUSTUS 2020	JANUARI-AGUSTUS 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	54108	85517	-31409
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	4987	8426	-3439
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	22673	38742	-16069
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2005	4641	-2636
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	4686	13521	-8835

## PRODUKSI BERDASARKAN KATEGORI JANUARI-JULI 2020

NO	KATEGORI	JANUARI-AGUSTUS 2020	JANUARI-AGUSTUS 2019	+/-
1	PICK UP (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	52482	89603	-37121
2	DOUBLE CABIN (LIGHT COMMERCIAL VEHICLE/LCV GVW < 5 TON)	0	0	0
3	LIGHT-DUTY TRUCK / GVW 5-10 TON	21540	44297	-22757
4	MEDIUM-DUTY TRUCK / GVW 10-24 TON	2435	5325	-2890
5	HEAVY-DUTY TRUCK / GVW >24 TON	4922	12699	-7777

# 95 Pengemudi Ikuti “Smart Driving Hino 500 Series”

Teks: Sigit Andriano

Foto: HMSI



PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI) terus memberikan layanan purnajual terbaiknya untuk menunjang bisnis pelanggan walaupun dalam kondisi pandemik. Pada Rabu (2/9/2020), Hino menggelar pelatihan secara daring bertajuk *Smart Driving of Hino500 Series* kepada 95 pengemudi dari 11 pelanggan setia. Pelatihan itu juga merupakan salah satu bentuk layanan dari program “Total Support”.

Banyak pengusaha angkutan truk mengalami kesulitan dalam mencari pengemudi yang baik dan mengutamakan keselamatan bekerja. Oleh karena itu, Hino menganggap penting acara *Smart Driving of Hino500 Series* yang memberikan pelatihan pengemudi dan penyegaran materi bagi pengemudi yang sudah pernah mengikuti pelatihan sebelumnya.

Para pengusaha angkutan truk pun menyambut baik acara pelatihan itu. Sebelas perusahaan tercatat mengirimkan pengemudinya untuk mengikuti pelatihan. Mereka adalah PT Sumisho Global Logistik, PT Nittsu Lemo Indonesia Logistik, PT Grahaprima Sukses Mandiri (Graha Trans), PT Indosarana Jaya Perkasa (Adhi Mix Group), PT Syncrum Logistics, PT Ansaf Inti Resources, PT Duta Trans, PT SCG Barito Logistics, PT Karyamas Adi Nusantara, PT Handal Guna Sarana, dan PT Armas Logistic Services.

Materi pelatihan yang diberikan mulai dari *daily inspection*, *proper driving* dan *safety driving* sampai *eco driving*. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan tambahan pengetahuan mengenai *update* spesifikasi kendaraan Hino. “Memiliki pengemudi terbaik dapat menghemat bahan bakar

sampai 30%. Untuk itu, saya berharap pelatihan ini dapat mencetak pengemudi terbaik dari yang terbaik di Indonesia,” ujar Masato Uchida, Presiden Direktur HMSI

Andri Hendrawan, *HRD-SHE Improvement Manager* PT Armas Logistic Services, menyampaikan apresiasinya atas penyelenggaraan *Smart Driving of Hino500 Series*. “Kegiatan ini sangat kami perlukan dan kami apresiasi. Hino memang tidak hanya memiliki produk-produk andal, tetapi juga memiliki keinginan atau *concern* terhadap edukasi yang detail kepada kami. Ini menjadi satu paket yang sangat bermanfaat atau bernilai untuk operasional sehari-hari, dan dapat kami teruskan ke rekan-rekan operator di kantor,” katanya.



Hal senada juga disampaikan Putra Sanjaya, *SQA Asst. Manager* PT Sumisho Global Logistik. “Kegiatan ini sangat positif. Sebagai konsumen kami perlu masukan *maintenance* kendaraan dan juga cara mengemudi yang *proper*. Jadi, kerja kami dapat lebih aman, pengiriman terjamin dan kepuasan *customer* dapat terjaga,” ujarnya menjelaskan.

Santiko Wardoyo, *Chief Operating Officer (COO)* HMSI secara langsung menyampaikan dukungan penuh kepada peserta. “Pengemudi adalah aset yang sangat berharga untuk keluarga dan perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan *training* ini tetap kami lakukan sebagai bentuk Total Support Hino bagi pelanggan. Kami ingin setiap pengemudi dapat berkendara dengan aman dan mengirimkan barang dengan selamat sehingga pulang ke rumah dengan ceria dan perusahaan tempat bekerja semakin maju,” tuturnya.

# KTB Serahkan Armada Mobile Workshop Service

Editor : Sigit Andriyono • Foto: KTB

PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB), distributor resmi kendaraan niaga Mitsubishi Fuso di Indonesia, menyerahkan satu unit armada *Mobile Workshop Service* (MWS) versi terbaru kepada salah satu dealernya di Kalimantan Barat, PT Gemilang Berlian Indah Pontianak, Grup Srikandi Diamond Motors. Penyerahan MWS versi terbaru yang dikembangkan oleh KTB ini dilakukan secara virtual pada Kamis, 17 September 2020.

Tahun ini, MWS hadir dengan desain baru yang lebih inovatif. MWS yang diserahkan kepada PT Gemilang Berlian Indah menggunakan kendaraan Mitsubishi Triton S.C 4x4 yang spesifikasi *tools* dan *equipment*-nya sudah disesuaikan dengan kebutuhan di area pertambangan. Kendaraan dengan penggerak empat roda (*four wheels drive*) ini khusus dirancang untuk mendukung kegiatan di wilayah tambang bermedan ekstrem. Ini sesuai dengan kebutuhan konsumen *fleet* Mitsubishi Fuso yang bisnisnya di area pertambangan di kota Pontianak dan sekitarnya.



Dengan penambahan tersebut, total MWS Mitsubishi Fuso kini menjadi 107 unit, termasuk 1 unit MWS *New Branding*. Dua unit MWS lainnya sedang dalam proses akhir pembuatan. KTB juga merencanakan untuk merancang MWS versi Colt



Diesel FE 74 HD dan terus menambah jumlah armada MWS versi terbaru ini.

Direktur Sales & Marketing KTB, Duljatmono mengatakan bahwa penyerahan MWS ini adalah bentuk dukungan yang diberikan terhadap dealer sebagai garda depan dalam melayani konsumen Mitsubishi Fuso. MWS kini menjadi solusi bisnis efektif bagi para pengusaha dalam melakukan servis kendaraan pada saat wabah Covid-19 merebak di Indonesia. "Kami memahami bahwa tidak mudah bagi konsumen untuk pergi ke dealer karena jarak lokasi kegiatan bisnisnya jauh dari dealer (*on site*). Kami berharap MWS dapat memberi kemudahan bagi konsumen, termasuk konsumen *Fighter*," ujar Duljatmono.

MWS, sebagai bengkel berjalan, dilengkapi dengan peralatan servis yang sangat memadai untuk perawatan ringan hingga sedang pada semua jenis kendaraan Mitsubishi Fuso di mana pun. "Terlebih sejak pandemik Covid-19 serta penerapan PSBB, ruang gerak konsumen menjadi terbatas meski beberapa sektor bisnis tetap berjalan. Kami berinisiatif mengambil langkah-langkah proaktif untuk tetap memenuhi kebutuhan pelanggan guna mengurangi *down-time* armada konsumen," tutur Duljatmono.

Di kesempatan yang berbeda, Direktur utama PT Gemilang Berlian Indah Pontianak, Sjamsiar Achmat Bunjamin mengatakan, "Pontianak menguasai sebagian besar penjualan *Fighter*. Banyak kendaraan Mitsubishi Fuso yang beroperasi di pertambangan Bauksit dengan medan yang ekstrem dan waktu tempuh yang jauh dari dealer. Dengan adanya MWS ini kami yang akan menjemput bola ke lokasi *on site*."



## Kemoodi

BANTU DIGITALISASI PROSES BISNIS  
NASABAH DIPO STAR FINANCE

Teks: Abdul Wachid / Foto: Dipo Star Finance



PT Dipo Star Finance (DSF) pada 28 Agustus 2020 lalu memperkenalkan Kemoodi, aplikasi digital khusus untuk nasabahnya secara gratis. Aplikasi ini merupakan upaya DSF membantu nasabah mendigitalkan pengelolaan proses operasional pengiriman barang sehingga menjadi lebih efisien dan terorganisasi.

"DSF merupakan perusahaan pembiayaan kendaraan komersial, dengan kebanyakan nasabahnya yang bergerak di bidang logistik dan ekspedisi. Kemoodi ditujukan untuk memberikan nilai tambah dalam pelayanan kami kepada nasabah setia DSF dalam menunjang usahanya," ujar Johannes P. Hutagalung, *Assistant to EGM Marketing Kemoodi*

Kemoodi menggunakan dua cara kerja, yakni situs web dan aplikasi. Situs web Kemoodi Portal dengan alamat domain [www.kemoodi.com](http://www.kemoodi.com) dapat digunakan untuk operasional kantor dalam pengelolaan pengiriman barang. Kemudian, Kemoodi Driver berupa aplikasi *smartphone* untuk digunakan para sopir dalam proses pengiriman barang dapat diunduh di Google Playstore.

Melalui portal, staf operasional kantor membuat rencana perjalanan pengiriman barang dengan mengisi data-data pengiriman seperti informasi muatan barang, sopir dan armada, lokasi dan rute pengiriman, waktu pengiriman, dan penugasan sopir. Kemudian, melalui aplikasi Kemoodi Driver, sopir akan menerima penugasan tersebut dan memulai pengiriman.

Sopir juga dapat memberikan informasi-informasi akurat selama proses pengiriman seperti kemacetan, insiden, dan foto bukti pengiriman melalui Kemoodi Driver. Selanjutnya, semua pengiriman dapat dipantau secara *realtime* oleh staf operasional kantor.

"Kemoodi adalah sebuah solusi untuk melakukan *end to end* pengelolaan operasional logistik secara digital. Layanan Kemoodi ini dibuat karena masih banyak nasabah kami yang menggunakan sistem operasional logistik secara manual atau konvensional. Usaha mereka sudah berjalan cukup lama dari generasi pertama," ucapnya

Johannes mengatakan bahwa Kemoodi dapat meningkatkan daya saing usaha para pengusaha melalui transformasi digital pengelolaan operasional logistik. Khususnya, dengan transformasi digital, penghematan biaya dapat diperoleh karena terjadi percepatan proses bisnis dan efisiensi dalam penggunaan tenaga manusia.

"Dalam metode manual, biasanya *customer* menggunakan form atau dokumen terpisah untuk pencatatan atau pengelompokan penerimaan order, daftar armada, daftar sopir, histori perjalanan, alamat *shipper*, dan lainnya," kata Johannes. Hal itu tentunya membutuhkan waktu panjang untuk melakukan perencanaan pengiriman. Selain itu, pemantauan pengiriman barang juga kurang efisien karena operator harus menghubungi sopir secara berkala.

Kelemahan-kelemahan pada sistem manual dan konvensional itulah yang dieliminasi oleh Kemoodi. Fitur-fitur pada Kemoodi memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan sistem operasionalnya. Kemoodi memiliki beberapa fitur penting yaitu fitur penugasan sopir dan armada, penentuan rute perjalanan, pelacakan armada, pemantauan kegiatan pemuatan dan penurunan barang, foto bukti pengiriman, pemantauan perilaku berkendara para sopir, serta pengingat jadwal perawatan armada,

Setelah peluncuran, Kemoodi telah disosialisasikan kepada para nasabah DSF dan mendapatkan respons yang sangat baik. Bahkan, beberapa nasabah sudah mulai mencoba menggunakan Kemoodi. Selanjutnya, Kemoodi akan terus mengembangkan fitur-fitur baru untuk menjawab dinamika kebutuhan para penggunanya.

"Terus dapat menjawab dan membantu kebutuhan para nasabah setia kami dalam pengelolaan operasional logistik secara digital dengan selalu mengikuti perkembangan teknologi agar dapat terus berkembang dan tetap dapat bersaing dalam industri logistik," tuturnya.

## Melancarkan DIGITALISASI OPERASIONAL Perusahaan Logistik Anda



### Apa itu **Kemoodi** ?

Aplikasi untuk membantu Pelanggan Setia Dipo Star Finance dalam pengelolaan & perencanaan proses pengantaran barang secara digitalisasi.



### Mengapa harus **Kemoodi** ?



#### **Pengelolaan Order**

Proses pengantaran barang dikelola secara digital



#### **Kemudahan Akses**

Kemudahan mengakses aplikasi dari mana saja



#### **Kemudahan Bagi Sopir**

Mudah digunakan oleh sopir sebagai pelaku utama pengantaran barang



#### **Pengelolaan Data**

Seluruh data pengantaran barang menjadi lebih mudah diakses dan terorganisir



#### **Realtime Monitoring**

Monitoring lokasi armada saat pengantaran secara akurat dan *realtime*



#### **Perawatan Armada**

Pengingat jadwal dan pencatatan histori perawatan armada

Daftar & Download Aplikasinya di

[www.kemoodi.com](http://www.kemoodi.com)



# BISAAJA

## URUS SURAT KENDARAAN BERMOTOR LEWAT APLIKASI

Teks : Abdul Wachid / Foto : :Dok.BISAAJA



Pengurusan surat-surat kendaraan bermotor sering dianggap memakan waktu dan tidak praktis karena pemilik harus mendatangi kantor samsat atau gerainya. Para pemilik kendaraan yang pengusaha tentu merasa terganggu karena waktunya tersita dan bisnisnya tersendat. Memahami akan kebutuhan itu, PT Insan Kreatif Altama Indonesia meluncurkan aplikasi berbasis digital BISAAJA untuk memudahkan pengurusan surat-surat kendaraan bermotor.

Aditya Wiwoho, Presiden Direktur BISAAJA, mengatakan bahwa pemilik kendaraan tidak perlu repot lagi mengurus surat-surat kendaraan bermotor. "Cukup dengan klik [www.bisaja.id](http://www.bisaja.id) atau melalui aplikasi BISAAJA, pengguna bisa langsung memilih layanan yang dibutuhkan. Kemudian, tim [bisaja.id](http://bisaja.id) akan

melakukan penjemputan berkas dan memproses di samsat yang dituju secara cepat, aman, dan mudah," katanya men-erangkan.

Layanan yang disediakan BISAAJA adalah perpan-jangan pajak STNK tahunan, perpanjangan STNK 5 tahun (ganti pelat baru), balik nama, mutasi antarsamsat (Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi), mutasi luar kota (tarik berkas), dan STNK hilang. Area layanan masih dalam area DKI Jakarta, Depok, Bekasi, Tangerang kota, dan Tangerang Selatan (pelat B).

Dalam waktu dekat BISAAJA direncanakan akan mencakup juga area lain di Indonesia. "Kami berharap BISAAJA bisa membantu pemerintah dan masyarakat untuk melaksanakan kewajiban secara mudah, mengurangi jumlah masyarakat yang berkumpul di Samsat, dan meningkatkan tertib administrasi," ujar AKP Dodin Awaludin, Kanit Samsat Depok

Senada dengan AKP Dodin Awaludin, Aditya menam-bahkan bahwa melalui BISAAJA masyarakat turut membantu pemerintah dalam mencegah penularan Covid-19. Selain mencegah berkumpulnya massa di kantor samsat, BISAAJA pun menerapkan protokol kesehatan saat di kantor, penjem-putan berkas, proses di samsat, dan pengembalian berkas.

### Seva.id

## RAMBAH LAYANAN SURAT KENDARAAN BERMOTOR LEWAT DARING

Teks : Abdul Wachid / Foto : :seva.id

Seva.id, lokapasar (*marketplace*) dari PT Astra Digital Inter-nasional, menawarkan layanan *one stop solution* eDokumen untuk penurusan dokumen kendaraan bermotor roda empat maupun roda dua. Layanan eDokumen memudahkan konsumen membayar pajak kendaraan bermotor (PKB) tahunan, pajak lima tahunan, hingga layanan balik nama kendaraan. Konsumen dapat melakukannya di mana saja secara daring.

"Layanan eDokumen memberikan jawaban bagi konsumen yang ingin mengurus dokumen kendaraan tetapi tidak punya waktu untuk mengurusnya. Entah itu karena sibuk oleh urusan kantor, rumah, atau bahkan masih khawatir untuk ke luar rumah," kata Fandi Musjafir, *Product Owner* Seva.id.

Layanan eDokumen dari Seva.id sudah tersedia di berbagai kota besar, antara lain Jabodetabek, Yogyakarta, Semarang, dan Makasar. Pengguna dapat mengunjungi situs resmi <https://www.seva.id/otomotif/in/layanan-edokumen-seva-id> kemu-dian klik "Minta Estimasi Biaya" untuk mengetahui transaksi pengur-suran dokumen.

Setelah itu, lengkapi data yang dibutuhkan untuk melanjutkan transaksi melalui formulir pendaftaran yang muncul pada layar. Jika sudah diisi secara benar dan sesuai, pengguna tinggal menekan tombol "Kirim" untuk proses transaksi. Pengguna kemudian menunggu konfirmasi dari tim Seva.id yang akan menghubungi melalui Whatsapp, selambat-lambatnya satu hari kerja setelah pendaftaran dan data diter-ima.

Sebelum melakukan transaksi pengurusan dokumen, pengguna perlu mempersiapkan dokumen berupa foto atau *scan file* seperti STNK, KTP dan BPKB. Apabila data sudah di-validasi dan biaya pun sudah disetujui, pengguna diminta untuk melakukan pembayaran kepada Seva.id dengan cara transfer ke rekening bank atas nama Seva.id.

Jika pembayaran rampung, Seva.id akan memproses pengurusan bersama kurir rekanan yang akan melakukan pen-jemputan dokumen ke alamat yang didaftarkan konsumen. Semua aktivitas transaksi yang ditawarkan Seva.id di layanan eDokumen dilakukan secara daring, dapat melalui PC ataupun *smartphone*.

# 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](mailto:info@truckmagz.com)

[www.truckmagz.com](http://www.truckmagz.com)



## INDEKS HARGA TRUK BEKAS

MERЕК	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 25 September 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.



# ATASI MASALAH TRANSMISI OVERHEAT

Teks : Sigit Andriyono / Foto : Giovanni Versandi



Transmisi truk mengalami banyak tekanan ketika beroperasi, tetapi perawatan preventif dapat membantu menghindari kerusakan fatal sekaligus meminimalkan *down time* dan mengurangi biaya perbaikan. Seringkali kerusakan transmisi dapat disebabkan karena perawatan yang tidak rutin.

Baik transmisi truk medium atau *light truck*, keduanya sama mengalami banyak tekanan akibat beban muatan, gaya mengemudi, hingga panas tinggi karena gesekan internal. Kerusakan besar pada transmisi tak bisa terelakkan jika panas tinggi tidak terkendali.

Yoyok Chaeruman, Asisten Kepala Bengkel Salam Wijaya Pasuruan, mengatakan bahwa ada dua jenis kerusakan yang paling sering terjadi pada transmisi yaitu mekanis dan elektrik. Kerusakan elektrik termasuk koneksi listrik, *input/output* aki, sensor dan sistem kontrol. Kerusakan mekanis termasuk *bearing*, kompresor, dan koneksi transmisi.

Langkah-langkah untuk mengurangi masalah yang lebih besar adalah secara proaktif tetap menjaga jadwal perawatan preventif dan inspeksi berkala. Misalnya, semakin cepat menemukan kebocoran oli, biaya perbaikan pun berkurang.

## Pahami masalah sejak dini

Pengemudi berada pada posisi yang sangat penting untuk menangkap masalah sebelum kerusakan parah terjadi. Pengemudi harus memeriksa kebocoran oli sebelum berangkat dan secara visual memeriksa kebocoran di sekitar *seal*, tutup PTO dan bagian mesin lainnya.

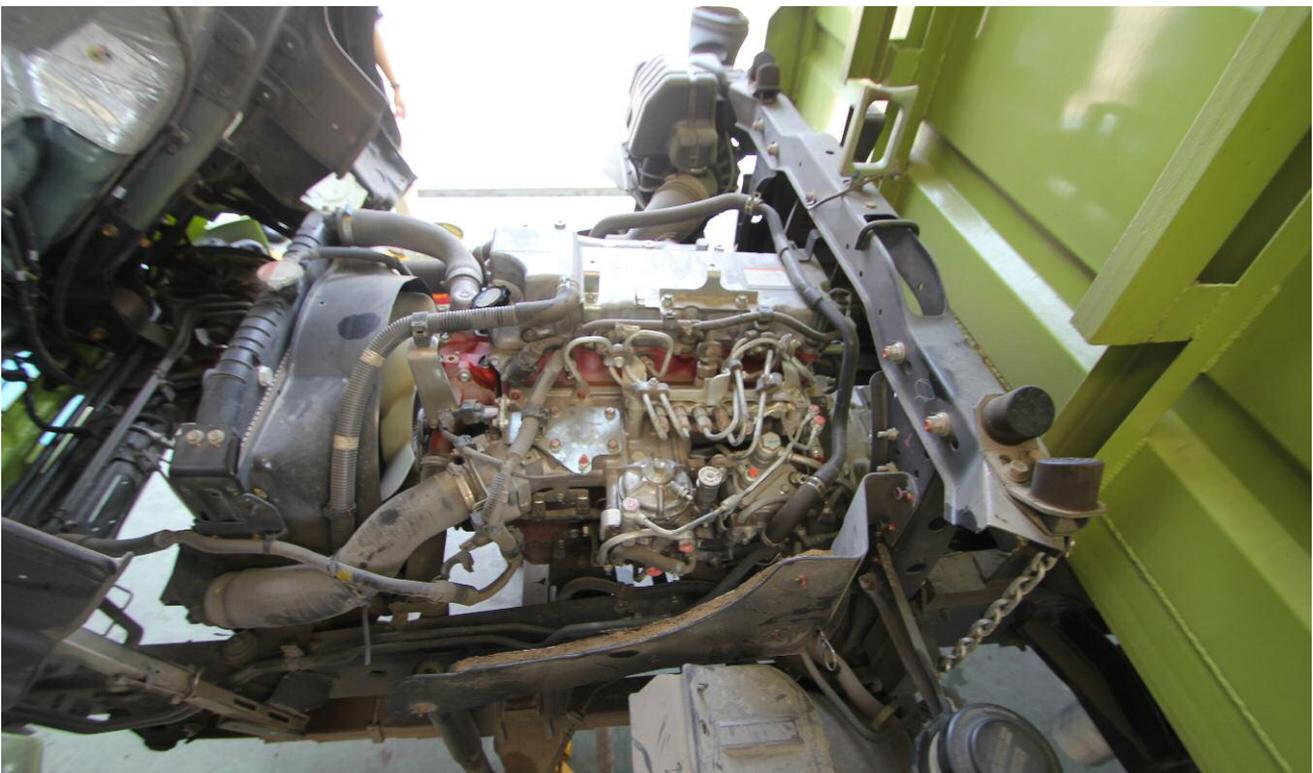
“Pastikan pengemudi melaporkan masalah terkait pemindahan gigi, seperti pemindahan gigi yang keras atau gigi loncat. Keluhan pengemudi dapat menjadi indikasi masalah yang muncul dan harus ditangani,” kata Yoyok.

Pada transmisi manual, masalah-masalah tipikal seperti bunyi-bunyi yang tidak biasa, kebocoran, getaran, dan perpindahan gigi yang keras bisa diketahui oleh pengemudi. Memang, jenis transmisi dapat memengaruhi persyaratan perawatan. Sebagai perbandingan, transmisi mekanis otomatis cenderung lebih tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh kesalahan pengemudi karena sistem elektronik yang mengendalikan komponen seperti kopling dan pemindahan gigi. Selain itu kontrol dapat dioptimalkan untuk memperpanjang masa pakai kopling dan mengurangi terjadinya kesalahan.

## Pertahankan level oli

Menggunakan oli rekomendasi dan mempertahankan level oli yang benar adalah langkah paling penting untuk menjaga umur transmisi. Jika langkah-langkah penggunaan yang benar tidak diikuti, apalagi tidak ada perawatan preventif yang efektif, transmisi akan segera menemui masalah.

“Sangat penting untuk menjaga level oli yang tepat untuk memastikan masa pakai gigi dan *bearing* yang tepat. Level oli transmisi baik otomatis dan manual sangat berguna untuk proses pelumasan. Maka dari itu, level oli ideal merujuk ke manual servis untuk prosedur yang tepat ketika memeriksa level oli pada transmisi tertentu. Seringkali, oli transmisi dihubungkan dengan suhu operasional dan bisa dilihat melalui lubang pengisian yang biasanya terletak di sisi pengemudi dari transmisi. Jangan sekali-kali memeriksa oli transmisi pada saat truk parkir di tanjakan atau turunan, karena hasilnya pasti berbeda dengan sebenarnya. Ingat juga, satu penyebab potensial ketika oli berkurang adalah terjadi kebocoran serta perawatan yang tidak tepat,” kata Yoyok .



Membersihkan saluran udara dan inspeksi kebocoran bisa dilakukan oleh pengemudi

Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan inspeksi :

**1** Saat mencoba mengidentifikasi sumber kebocoran oli, selalu periksa lubang udara transmisi yang terpasang. Volume oli akan mengembang saat memanas, jadi jika lubang pernapasan tersumbat, *seal* akan rusak.

**2** Sebelum menambahkan oli, pastikan memilih jenis oli yang tepat karena dapat memengaruhi viskositas, usia, dan efisiensi transmisi.

**3** Sebagian besar pabrikan transmisi lebih menyarankan oli sintetis karena memberikan kinerja yang lebih baik dalam menahan panas, cuaca dingin, oksidasi, dan gesekan. Jadi, jenis oli ini yang mampu mengatasi semua penyebab kerusakan yang bisa mempersingkat masa pakai transmisi.

**4** Hindari juga pencampuran merek, berat, dan jenis oli. Jangan menambahkan lebih dari satu jenis oli transmisi tanpa terlebih dahulu memeriksa bahan utama oli yang digunakan pada truk. "Oli berbasis mineral dan pelumas transmisi sintetis semua boleh digunakan dalam transmisi, tetapi tidak ada satu pun yang secara khusus kompatibel. Mencampur oli transmisi dapat menyebabkan kerusakan sifat pelumas dan menimbulkan kerusakan internal mesin," ujar Yoyok menambahkan.

**5** Variasi dalam level oli juga akan menyebabkan masalah. Penumpukan kotoran berlebih biasanya menyebabkan kerusakan oli karena aerasi yang disebabkan oleh pengadukan roda gigi. Kerusakan oli akan menciptakan endapan yang akan menyumbat jalur sirkulasi oli dan menumpuk di *seal*, *filter* dan *bearing*.

Kebersihan oli juga sangat penting. Oli kotor dapat merusak roda gigi dan *bearing* yang secara langsung terkait dengan umur transmisi. Sebaiknya ikuti interval penggantian oli dan inspeksi pabrikan. Interval penggantian oli yang rutin adalah metode paling tepat untuk memastikan kondisi oli. Ganti oli sesuai pedoman pada buku manual. Ketidaksiplinan menjaga jadwal penggantian oli dapat mengurangi umur transmisi dengan mempercepat keausan dini pada permukaan logam dan juga memengaruhi bagian lain seperti *countershaft*.

**6** Saat menguras oli transmisi, periksa partikel logam dalam oli yang dapat mengindikasikan keausan berlebihan dan dapat memperingatkan gejala kerusakan. Bukan hal aneh jika transmisi yang baru saja retak memiliki partikel logam kecil dalam endapan olinya.

**7** **Awasi perubahan temperatur** , Penumpukan panas yang berlebihan pada transmisi umumnya disebabkan oleh oli yang susut atau kerusakan viskositas. Banyak sekali kejadian seperti ini pada truk dengan trayek panjang. Hal ini terjadi karena truk tidak diistirahatkan dalam perjalanan.

**8** Karena gesekan bagian yang bergerak, transmisi akan menghasilkan panas tinggi. Semakin banyak daya dan semakin tinggi beban maka semakin banyak panas yang dihasilkan. Fungsi oli adalah membuang panas, ketika fungsi itu hilang maka panas akan semakin tinggi meskipun pada pemakaian normal. Temperatur operasional transmisi tidak boleh melebihi 120 ° C untuk periode waktu yang lama. Jika ini berlangsung lama viskositas oli akan berubah dan masa pakai oli bisa pendek.



Servis rutin salah satu tindakan preventif atasi masalah *overheat*

**Ada banyak penyebab *overheating*, di antaranya adalah:**

- Pelumasan yang tidak tepat.  
\_\_\_\_\_
- Level oli terlalu rendah atau terlalu tinggi.  
\_\_\_\_\_
- Jenis oli transmisi yang salah.  
\_\_\_\_\_
- Beroperasi secara konsisten dengan kecepatan lambat.  
\_\_\_\_\_
- Aliran udara tersumbat di sekitar transmisi.  
\_\_\_\_\_
- Sistem pembuangan terlalu dekat dengan transmisi.  
\_\_\_\_\_
- Operasi PTO tinggi untuk periode yang lama tetapi truk tidak bergerak.  
\_\_\_\_\_
- *Overdrive*.  
\_\_\_\_\_
- Meluncur menuruni turunan dengan menginjak kopling terus menerus.  
\_\_\_\_\_
- Membiarkan mesin dalam kondisi RPM yang tinggi untuk periode yang lama.  
\_\_\_\_\_



## SUMBER PENDANAAN & MODEL BISNIS STARTUP LOGISTIK

Teks: Abdul Wachid / Foto: Giovanni Versandi

Catatan Indonesia Logistics Community (ILC); sumber pendanaan perusahaan rintisan teknologi (*startup*), termasuk *startup* logistik, berasal dari tiga sumber yakni dari perseorangan (*angel investor*), *venture capital* atau *private equity* (PE), dan IPO (*Initial Public Offering*).

Teguh Siswanto, Ketua Umum ILC mengatakan bahwa pada umumnya sumber pendanaan (*seed funding*) perusahaan *startup* yang baru berdiri didapatkan dari perseorangan. Dana itu bisa langsung dari para pendiri perusahaan atau orang-orang terdekat di sekitar mereka yang berminat menginvestasikan uangnya. Di Indonesia perkiraan besaran *seed funding* biasanya antara Rp 500 juta hingga Rp 2,5 miliar.



**Teguh Siswanto**  
Ketua Umum ILC



Kemudian, ketika bisnis telah pada tahap pertumbuhan transaksi atau sudah mulai matang biasanya perusahaan *startup* mencari sumber pendanaan ke perusahaan *venture capital* dan *private equity*. "Pendanaan ini biasanya digunakan untuk pengembangan produk, ekspansi bisnis dan pengembangan sumber daya manusia," katanya menjelaskan.

Ia menerangkan bahwa *venture capital* pada dasarnya adalah *private equity*, tetapi lebih menasar kepada perusahaan rintisan yang masih dalam tahap awal pengembangan atau pertumbuhan. Fokusnya adalah perusahaan-perusahaan muda yang diperkirakan akan tumbuh dan sukses pada masa depan.

*Private equity* yang umum cenderung berinvestasi pada perusahaan yang sudah *established* tetapi *undervalued* atau memiliki potensi untuk peningkatan nilai dengan merestrukturisasi operasional maupun sistem keuangannya. Putaran pendanaan dari *venture capital* biasanya dari Seri A dengan pendanaan sebesar Rp 10 miliar sampai Rp 33 miliar, lalu Seri B antara Rp 22 miliar sampai 80 miliar. Terakhir, putaran Seri F dengan pendanaan hingga triliunan rupiah.

Opsi untuk menggunakan sumber pendanaan dari *Initial Public Offering* (IPO) merupakan kondisi ketika secara finansial perusahaan *startup* telah stabil. "Perusahaan *startup* sudah harus memiliki kondisi finansial yang stabil, tata kelola perusahaan yang telah berjalan dengan baik, dan mampu tumbuh lebih besar dengan pasar yang terus berkembang," kata Teguh.

Meski begitu, salah satu tantangan perusahaan *startup* saat ingin melakukan IPO adalah proses yang panjang, tidak sederhana, serta biaya yang cukup besar. Untuk itu, perlu perencanaan yang matang agar proses pengajuan IPO dapat lebih lancar dan terlaksana tanpa banyak kendala. Tantangan lain adalah pada saat memutuskan untuk melantai di bursa saham, perusahaan *startup* harus transparan, mulai dari ide dan inovasi, perencanaan strategi usaha, tata kelola perusahaan, hingga kondisi keuangan perusahaan.

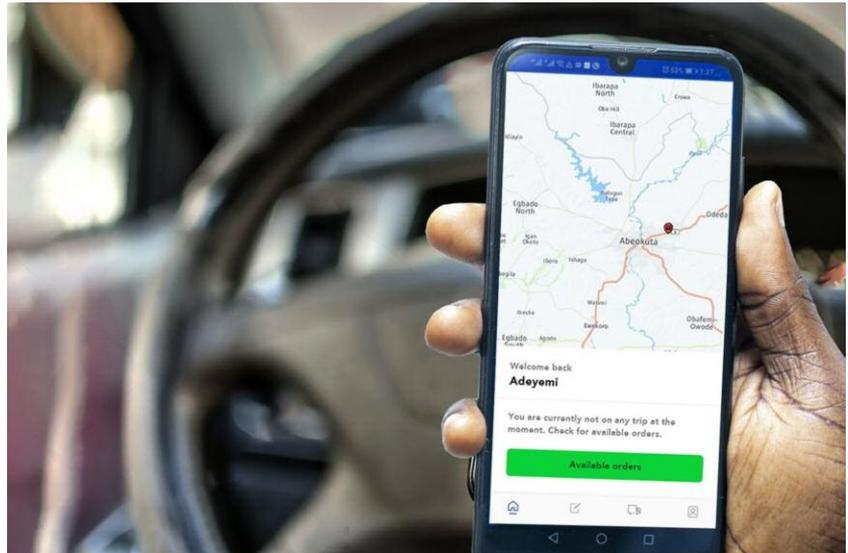
"Ini *unique challenge* untuk perusahaan *startup*. Selama ini mereka tumbuh dengan konsep, ide, dan inovasi. Saat masuk ke IPO, mereka dituntut untuk transparan pada semua hal itu. Kekhawatirannya adalah konsep, ide dan inovasi mereka bisa saja di-ATM (amati, tiru, modifikasi)," ujarnya.

## Peran Pemerintah sebagai Konsolidator

Ketika mengawali bisnisnya, perusahaan *startup* pada umumnya menerapkan strategi "bakar uang" lewat berbagai promosi atau potongan harga guna mendapat transaksi sebanyak mungkin. Menurut Teguh, strategi tersebut sudah menjadi rahasia umum, sebab cara itu sangat efektif untuk memperbesar pasar secara masif

"Jika kita berbicara 'bakar uang', sebenarnya sah-sah saja untuk perusahaan *startup*. Penjelasan singkatnya adalah strategi apa yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan *startup* dengan 'bakar uangnya' untuk mengganggu pasar," ujarnya. Ia menyebut, karakteristik perusahaan *startup* yang 'bakar uang' dimulai dengan mendirikan skala bisnis dengan ukuran besar dengan banyak cabang yang dimiliki.

Kemudian, mereka akuisisi pasar sebagai mayoritas sehingga konsumen memiliki ketergantungan kebutuhan, lalu mereka memonopoli harga pasar. Hal tersebut biasanya dibarengi dengan promosi besar-besaran atau yang selama ini dianggap 'bakar uang'. "Startup seperti itu umumnya diinisiasi oleh perusahaan besar yang sudah *establish* dan membutuhkan *support* tambahan dari sisi logistik berbasis digital," kata Teguh menerangkan.



Meski demikian, tak sedikit juga perusahaan *startup* yang menjalankan bisnisnya secara organik. Maksudnya, mereka mendirikan perusahaan secara bertahap dengan rekrutmen sesuai kebutuhan dan kemampuan modal. Lalu, secara bertahap merka mendirikan cabang.

*Startup* seperti itu umumnya muncul atas ide dari perseorangan atau sekelompok orang dengan kesamaan ide, tekad, dan visi-misi. Pengamatan Teguh, para pelaku bisnis *startup* bisa disebut sebagai pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) karena kebanyakan mengawali bisnisnya dengan modal seadanya.

"Hasil survei saya ke beberapa daerah di luar Jakarta banyak sekali ide brilian yang akhirnya kan-

das karena keterbatasan akses sumber pendanaan serta kurangnya *campaign* akses permodalan dari pemerintah. Beberapa yang bertahan akhirnya justru mendapatkan pendanaan dari luar negeri dan bukan dari pemerintah melalui perusahaan-perusahaan BUMN-nya," ujarnya.

Oleh karena itu, dibutuhkan program inkubasi yang dipelopori pemerintah maupun swasta agar para pelaku *startup* potensial tadi tidak kandas sebelum berkembang. Program inkubasi secara menyeluruh, dengan aktif melakukan kampanye berupa pelatihan dan mentoring perusahaan *startup* di berbagai daerah. Dengan demikian, terjadi desentralisasi teknologi sampai ke daerah-daerah di seluruh pelosok Indonesia.



"Pemerintah hendaknya mampu menjadi konsolidator dengan mengolaborasikan seluruh *stakeholder* perusahaan startup logistik buatan anak bangsa untuk bersama sama ikut serta menyukseskan Inpres Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penataan "Ekosistem Logistik Nasional" atau akrab kita sebut NLE (National Logistics Ecosystem)," ucapnya.

Kemudian, pemerintah tidak ikut-ikutan mendirikan perusahaan *startup* BUMN agar iklim usaha semakin bergairah. Ia menilai bahwa pemerintah mampu bersinergi dengan swasta lokal dalam membangun ekosistem logistik berbasis digitalisasi. Pemerintah cukup mengumpulkan dan menyinergikan seluruh elemen perusahaan *startup* logistik mulai dari *startup* angkutan barang, pergudangan, kepelabuhanan, sampai ke sistem transaksi pembayaran.

ILC juga menghendaki pemerintah memberi ruang pada perusahaan *startup* logistik untuk mendapat kemudahan perizinan dan bantuan perpajakan. Perusahaan *startup* logistik merupakan perusahaan teknologi informasi yang fokus pada bisnis teknologi, bukan perusahaan logistik konvensional yang memiliki armada.

Pemerintah juga perlu melakukan perbaikan infrastruktur teknologi penunjang. Konkretnya, pemerintah meningkatkan akses *broadband* di seluruh wilayah di Indonesia. Seperti diketahui sinyal telepon seluler milik sopir truk dan sinyal GPS (Global Position System) pada truk sangat bergantung kepada hal ini. Jika sinyal lambat – bahkan banyak daerah yang masih sering hilang sinyal – akan menghambat sistem informasi teknologi.

"Terakhir, diharapkan implementasi National Logistics Ecosystem (NLE) atau yang akrab kita sebut Ekosistem Logistik Nasional dapat cepat terwujud dengan menggunakan *single platform* yang saling terkoneksi. Dengan demikian, tercipta sistem yang transparan serta berkesinambungan," harapnya.

 <p><b>APTRINDO</b> Perkantoran Yos Sudarso Megah Blok B 3, Jalan Yos Sudarso No. 1, Tanjung Priok, Jakarta 14320 021-43900464</p>	 <p><b>ABUPI</b> Asosiasi Badan Usaha Pelabuhan Indonesia ASOSIASI BADAN USAHA PELABUHAN INDONESIA Jl. Wijaya I No.381, RT.11/RW.1, Petogogan, Jakarta Telp. 0813-8823-4109</p>	 <p><b>ASPERINDO</b> Ruko Grand Bintaro Blok A5, Jalan Bintaro Permai Raya, Bintaro, Jakarta Selatan Telp. (021) 7351627</p>	 <p><b>IVECO</b> PT Chakra Jawa Gedung TMT 1,3rd Floor, Suite 301 Jl. Cilandak KKO No. 1, Jakarta Selatan Telp. 021 – 2997 6849</p>
 <p><b>BKPM</b> BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL Jl. Gatot Subroto No.44, RT.7/RW.1, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190 Telp. 021- 500 765</p>	 <p><b>CLICKARGO</b> The Prime Office Suites 7th Floor, Suites C Jl. Yos Sudarso Kav. 30, Sunter Jaya, Jakarta Telp.021-2265 5073</p>	 <p><b>DIPO STAR FINANCE</b> Solusi Kredit Otomotif Terpercaya PT DIPO STAR FINANCE Sentral Senayan 2, 3rd Floor Jl. Asia Afrika No.8, Senayan, Jakarta Telp. 021 5795 4100</p>	 <p><b>RITASE</b> Menara Rajawali, Kawasan Mega, Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung No.1, Jakarta Telepon: (021) 29553540</p>
 <p><b>DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN DARAT</b> Jl. Medan Merdeka Barat No.8 Jakarta Telp. 021-3506138</p>	 <p><b>HINO</b> PT HINO SALES MOTOR INDONESIA Wisma Indomobil 2, Jl. MT. Haryono Kav.9, Jakarta Telp. 021 8564570</p>	 <p><b>KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA</b> KEMENKO PEREKONOMIAN Gedung Ali Wardhana Jl. Lapangan Banteng Timur No. 2-7, Jakarta Pusat</p>	 <p><b>KNKT</b> Jl. Medan Merdeka Timur No.5, Jakarta Telp.021 – 384 7601</p>
 <p><b>ALFI</b> Kantor Taman E3 Unit D3, Lantai 2 Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung, Jakarta 12950 Telp. 021-5795-6601</p>	 <p><b>GAIKINDO</b> The Association of Indonesia Automotive Industries GAIKINDO Jl Teuku Cik Ditiro I No 11 D-E-F, Jakarta Pusat. Telp.: 021 315 7178.</p>	 <p><b>UD TRUCKS</b> UD TRUCKS PT Volvo Indonesia Sentral Senayan III 12th floor Jl. Asia Afrika No.8, Jakarta Telp. 021-29354200</p>	 <p><b>FUSO</b> MITSUBISHI FUSO PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors Jl. Jend A. Yani, Proyek Pulo Mas, Jakarta Telp. 021 – 489 1608</p>
 <p><b>SUPPLY CHAIN INDONESIA</b> Komplek Taman Melati B1/22 Pasir Impung, Bandung, Telp. 022- 7205375</p>	 <p><b>ISUZU</b> ISUZU ASTRA MOTOR INDONESIA Jl. Danau Sunter Utara Blok 0-3 Kav. 30, Sunter II, Jakarta Utara 021 – 650 1000</p>	 <p><b>PURATRANS</b> LEADING THE WAY PT PUTRA RAJAWALI KENCANA Jln. Letjend Sutoyo Waru Ruko Niaga Sentosa, Waru, Indonesia T : (031) 3537939 F : (031) 3537531</p>	 <p><b>INDONESIAN LOGISTICS COMMUNITY</b> Jl. Benyamin Sueb. The Springhill Office, Blok S.18, Jakarta</p>

PTC  
MDA  
ASIA

# POWER TRANSMISSION AND CONTROL 2020

International Trade Show for Hydraulics, Pneumatics, Seals, Gears,  
Motors, Chains, Belts, Bearings and Springs

3-6 November 2020 Shanghai New Int'l Expo Centre  
[ptc-asia.com](http://ptc-asia.com)

Driven to be **SMART**



Contact us for a participation or visitor enquiries:

Ms. Alexandra Nadbitova  
International Sales and Marcom Manager  
Email: [Alexandra.nadbitova@hmf-china.com](mailto:Alexandra.nadbitova@hmf-china.com)  
Tel. +86 21 20557033

[LinkedIn](#) [Twitter](#) [Facebook](#) PTC ASIA

Organizer:

Hannover Milano Fairs Shanghai is a joint venture of  
Deutsche Messe AG and Fiera Milano.

Partners:

China Hydraulics Pneumatics & Seals Association  
China General Machine Components Industry Association