



**KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DASAR
DAN MENENGAH**

MANAJEMEN LOGISTIK

**Dela Dewi Ramdani
Deary Wahyu Nugroho**

SMK/MAK Kelas XII

Hak Cipta pada Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia.
Dilindungi Undang-Undang.

Penafian: Buku ini disiapkan oleh Pemerintah dalam rangka pemenuhan kebutuhan buku pendidikan yang bermutu, murah, dan merata sesuai dengan amanat dalam UU No. 3 Tahun 2017. Buku ini disusun dan ditelaah oleh berbagai pihak di bawah koordinasi Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. Buku ini merupakan dokumen hidup yang senantiasa diperbaiki, diperbarui, dan dimutakhirkan sesuai dengan dinamika kebutuhan dan perubahan zaman. Masukan dari berbagai kalangan yang dialamatkan kepada penulis atau melalui alamat surel buku@kemendikdasmen.go.id diharapkan dapat meningkatkan kualitas buku ini.

Manajemen Logistik untuk SMK/MAK Kelas XII

Penulis

Dela Dewi Ramdani
Deary Wahyu Nugroho

Penelaah

Yekti P. Suradji
Doni Wahartika

Penyelia/Penyelarass

Supriyatno
Futri F. Wijayanti
Sistya Devi Apriliana
Galih Sekarini

Kontributor

Santi Yuliana
Nurhadi Joko Prakoso
Juliana Sofhia Damu

Ilustrator

Kevin Richard Budiman

Editor

Nurhasanah Widianingsih
Wuri Prihantini

Editor Visual

Ilhamsyah

Desainer

Muhamad Isnaini

Penerbit

Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah
Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta Pusat 10270

Dikeluarkan oleh

Pusat Perbukuan
<https://buku.kemendikdasmen.go.id>

Cetakan Pertama, 2025

ISBN 978-634-00-0183-9 (no.jil.lengkap)
ISBN 978-634-00-3307-6 (jil.2 PDF)

Isi buku ini menggunakan huruf Noto Serif 10/12 pt., SIL Open Font License
xii, 204 hlm.: 21 x 27 cm.

Kata Pengantar

Pusat Perbukuan; Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan; Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah memiliki tugas dan fungsi mengembangkan buku pendidikan pada satuan Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah, termasuk Pendidikan Khusus. Sebagai sumber belajar utama dalam pembelajaran, buku dirancang untuk mendukung proses pembelajaran yang terarah, sistematis, dan relevan dengan kebutuhan zaman. Dalam rangka mendukung terciptanya pembelajaran yang bermutu, pemerintah mengembangkan buku teks utama yang terdiri atas buku siswa dan panduan guru. Buku ini merupakan sumber belajar utama dalam pembelajaran bagi siswa dan menjadi salah satu referensi atau inspirasi bagi guru dalam merancang dan mengembangkan pembelajaran sesuai karakteristik, potensi, dan kebutuhan peserta didik. Keberadaan buku teks utama ini diharapkan dapat menumbuhkan generasi yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, dan berakhlak mulia; berpengetahuan luas; mandiri; kritis; kreatif; mampu bekerja sama; serta berdaya saing di tingkat nasional maupun global.

Buku teks utama, sebagai salah satu sarana membangun dan meningkatkan budaya literasi masyarakat Indonesia, perlu mendapatkan perhatian khusus. Pemerintah perlu menyiapkan buku teks utama yang mengikuti kebutuhan zaman untuk semua mata pelajaran wajib maupun mata pelajaran peminatan, sehingga dapat dimanfaatkan oleh semua jenjang dan jenis pendidikan, termasuk Pendidikan Khusus.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkolaborasi dalam upaya menghadirkan buku teks utama ini. Semoga buku teks utama ini dapat menjadi tonggak perubahan yang menginspirasi, membimbing, dan mengangkat kualitas pendidikan kita ke puncak keunggulan.

Jakarta, November 2025

Kepala Pusat Perbukuan,

Supriyatno, S.Pd., M.A.

Prakata

Salam hangat untuk para murid Manajemen Logistik SMK di seluruh Indonesia. Semoga semangat belajar senantiasa menyertai langkah kalian. Buku ini lahir sebagai upaya untuk mendampingi perjalanan kalian dalam memahami dan menguasai bidang logistik, bukan sekadar sebagai materi bacaan, tetapi sebagai jembatan menuju pemahaman yang lebih luas, mendalam, dan kontekstual. Tujuannya adalah agar setiap pengetahuan yang kalian dapatkan dapat diinternalisasi, dipraktikkan, dan akhirnya menjadi bekal nyata ketika kalian menghadapi tantangan dalam dunia kerja yang dinamis.

Materi dalam buku ini dirancang untuk memperkaya wawasan kalian tentang berbagai aspek penting dalam manajemen logistik, mulai dari pelayanan pelanggan logistik, teknologi dan sistem informasi logistik, serta perdagangan internasional. Seluruh materi tersebut disusun dengan memperhatikan perkembangan zaman serta perubahan industri, sehingga tidak hanya relevan untuk masa kini, tetapi juga visioner untuk menjawab kebutuhan masa depan.

Sejalan dengan prinsip Pembelajaran Mendalam (PM), buku ini tidak hanya mengajak kalian untuk belajar, tetapi juga untuk mengalami. Pembelajaran akan menjadi menyenangkan ketika kalian menemukan makna di balik setiap aktivitas; berkesadaran ketika kalian mampu merefleksikan nilai dari apa yang dipelajari; dan bermakna ketika ilmu yang diperoleh bisa langsung dipraktikkan dalam kehidupan nyata. Dengan cara ini, proses belajar tidak berhenti di ruang kelas, tetapi akan menuntun kalian untuk terus berkembang, beradaptasi, dan berkontribusi bagi masyarakat serta dunia industri.

Semoga buku ini dapat menjadi ruang terbuka bagi kalian agar lebih kritis, lebih ingin tahu, dan lebih berani untuk menambah serta memperkaya pengetahuan. Besar harapan kami, buku ini juga dapat menjadi pijakan awal bagi kalian untuk menapaki jalan sukses di bidang logistik, sekaligus memberikan kontribusi positif dalam membangun masa depan yang lebih baik.

Garut, 04 September 2025

Tim Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Prakata	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	x
Apa Saja Fitur Buku Ini?	xi

BAB I Pelayanan Pelanggan Logistik 1

Tujuan Pembelajaran	2
Kata Kunci	2
Peta Materi	2
A. Konsep dan Prinsip Pelayanan Pelanggan	4
1. Kategori Pelayanan	5
2. Jenis Pelanggan	13
3. Elemen Pelayanan	22
B. Prosedur Pelayanan Pelanggan	25
1. Keterampilan dalam Pelayanan	26
2. Langkah-Langkah Pelayanan	31
3. Menangani Pengaduan	34
4. Pelayanan Prima	36
5. Contoh Kasus	42
Uji Kompetensi	45
Pengayaan	51
Refleksi	52





BAB II

TEKNOLOGI DAN SISTEM INFORMASI LOGISTIK

53

Tujuan Pembelajaran	54
Kata Kunci	54
Peta Materi	54
A. Teknologi Logistik dan Transformasi Digital	56
1. Teknologi Logistik	56
2. <i>Big Data</i> , IoT, dan AI	60
B. Sistem Informasi Logistik (SIL)	62
1. Komponen Sistem Informasi Logistik	62
2. Aplikasi dalam Logistik	64
C. Implementasi Sistem Informasi Logistik	76
1. Implementasi <i>Warehouse Management System</i> (WMS)	76
2. Implementasi <i>Distribution Management System</i> (DMS)	86
3. Contoh Kasus	98
Uji Kompetensi	100
Pengayaan	105
Refleksi	106



BAB III

PERDAGANGAN INTERNASIONAL

107

Tujuan Pembelajaran	108
Kata Kunci	108
Peta Materi	108
A. Gambaran Umum Perdagangan Internasional	110
1. Faktor Penyebab, Manfaat, dan Tantangan pada Perdagangan Internasional	110
2. Daerah Pabean, Ekspor, dan Impor	113
B. Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Ekspor–Impor	119
C. Regulasi dan Dokumen pada Perdagangan Internasional	121

1. Regulasi pada Perdagangan Internasional	121
2. Dokumen dalam Perdagangan Internasional	134
D. <i>Freight Forwarding</i>	158
1. Pengertian <i>Freight Forwarding</i>	159
2. Peran <i>Freight Forwarder</i>	159
3. Alur Kerja Umum <i>Freight Forwarder</i>	160
E. Kargo Internasional	162
1. FCL dan LCL	162
2. Jenis-Jenis Kontainer	164
3. Perhitungan Biaya Via Laut dan Udara	168
4. Prosedur Pengiriman Barang Ekspor Via Laut	175
5. Prosedur Pengiriman Barang Ekspor Via Udara	176
6. Prosedur Pengiriman Barang Impor Via Laut	176
7. Prosedur Pengiriman Barang Impor Via Udara	177
8. Contoh Kasus	180
Uji Kompetensi	182
Pengayaan	186
Refleksi	188
Glosarium	189
Daftar Pustaka	191
Daftar Sumber Gambar	194
Indeks	195
Profil Pelaku Perbukuan	197

Daftar Gambar

Gambar 1.1	Keluhan Pelanggan	3
Gambar 1.2	Pelayanan Pelanggan	5
Gambar 1.3	Distribusi Perlengkapan Darurat Nasional	20
Gambar 1.4	Menangani Pengaduan Pelanggan	34
Gambar 1.5	Saluran untuk Menerima Keluhan dan Masukan Pelanggan	36
Gambar 2.1	AGV/AMR	56
Gambar 2.2	Konveyor	56
Gambar 2.3	AS/RS	57
Gambar 2.4	<i>Robot Picking</i>	57
Gambar 2.5	GPS	57
Gambar 2.6	<i>Barcode</i>	57
Gambar 2.7	RFID	58
Gambar 2.8	<i>Drone</i>	58
Gambar 2.9	Perangkat Keras	62
Gambar 2.10	Perangkat Lunak	62
Gambar 2.11	Data	62
Gambar 2.12	<i>Brainware</i>	63
Gambar 2.13	Prosedur	63
Gambar 2.14	WMS	64
Gambar 2.15	IMS	65
Gambar 2.16	TMS	67
Gambar 2.17	EDI	68
Gambar 2.18	ERP	70
Gambar 2.19	CRM	74
Gambar 2.20	Alur Penerimaan Barang ke Gudang	76
Gambar 2.21	Alur Pengeluaran Barang	77
Gambar 2.22	Input Data Penerimaan Barang	77
Gambar 2.23	Menu <i>Release</i> Penerimaan Barang	79
Gambar 2.24	<i>Receipt and Putaway List</i>	80

Gambar 2.25	Menu Input Data Pengeluaran Barang	80
Gambar 2.26	Tampilan <i>Picking List</i> pada WMS	82
Gambar 2.27	Contoh Penggunaan Proses <i>Stock Take</i>	82
Gambar 2.28	Contoh Hasil Cetakan Proses <i>Stock Take</i>	83
Gambar 2.29	<i>Reporting System</i>	84
Gambar 2.30	Contoh Hasil Cetakan Proses <i>Stock by Location</i>	85
Gambar 2.31	Menu <i>Report Stock by Location</i>	85
Gambar 2.32	Contoh Tampilan Aplikasi DMS	86
Gambar 2.33	Tampilan Bagian Bawah <i>Sidebar</i>	88
Gambar 2.34	Contoh <i>Connote</i>	92
Gambar 2.35	Contoh <i>Trace and Tracking</i>	95
Gambar 3.1	Contoh <i>Purchase Order</i>	144
Gambar 3.2	Contoh <i>Commercial Invoice</i>	147
Gambar 3.3	Contoh <i>Packing List</i>	149
Gambar 3.4	Contoh <i>Shipping Instruction</i>	152
Gambar 3.5	Contoh COO	156
Gambar 3.6	Kontainer Standar	164
Gambar 3.7	Kontainer Berpendingin	164
Gambar 3.8	Kontainer Rak Datar	165
Gambar 3.9	Kontainer Tangki	165
Gambar 3.10	Kontainer Samping Terbuka	165
Gambar 3.11	Kontainer Terbuka Atas	166
Gambar 3.12	<i>Refrigerated ISO Containers</i>	166

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Contoh Penerapan Model Bisnis	19
Tabel 3.1	Contoh Dokumen L/C	141
Tabel 3.2	Perbandingan Singkat Mengenai FCL dan LCL	163

Apa Saja Fitur Buku Ini?

Buku Siswa Manajemen Logistik untuk SMK/MAK Kelas XII ini merupakan buku yang dapat digunakan olehmu sebagai sumber belajar dan petunjuk dalam memperoleh informasi serta mempermudah dalam melaksanakan kegiatan belajar-mengajar. Penggunaan buku ini dapat dilakukan dengan memperhatikan komponen-komponen berikut.

Pertanyaan Pemantik

Di awal setiap bab, kamu akan menemukan sebuah pertanyaan yang dirancang untuk membangkitkan rasa ingin tahu. Pertanyaan ini berfungsi sebagai pintu masuk agar kamu lebih siap dan tertarik untuk mendalami materi yang akan dipelajari.

Tujuan Pembelajaran

Bagian ini menjelaskan capaian yang diharapkan setelah kamu menyelesaikan proses belajar dalam setiap bab, sehingga kamu bisa memahami arah dan makna dari pembelajaran yang sedang dijalani.

Kata Kunci

Di setiap bab akan disajikan istilah-istilah penting yang berkaitan langsung dengan materi. Kata kunci ini membantumu mengenali konsep inti yang perlu diingat dan dipahami secara lebih mendalam.

Apersepsi

Setiap bab diawali dengan pengantar berupa ilustrasi, narasi, atau aktivitas sederhana yang mengaitkan pengalaman belajarmu sebelumnya dengan materi baru. Dengan cara ini, kamu bisa melihat hubungan nyata antara apa yang sudah kamu ketahui dengan hal-hal yang akan dipelajari.

Peta Materi

Bagian ini berisi gambaran umum berupa alur konsep utama yang akan dipelajari dalam bab dan subbab. Peta materi membantumu melihat keterkaitan antarbagian dan memudahkan memahami struktur isi bab.

Materi Pembelajaran

Ini lah inti dari buku ini. Materi disajikan dalam berbagai bentuk teks, gambar, hingga tautan ke media digital seperti audio, video, atau multimedia lainnya. Penyajian yang beragam diharapkan membuatmu lebih mudah memahami dan menguasai isi pembelajaran.



Aktivitas

Tersedia berbagai kegiatan yang dirancang untuk membuatmu lebih aktif dalam belajar. Melalui aktivitas ini, kamu tidak hanya memahami teori, tetapi juga berlatih menerapkannya dan mengaitkannya dengan kehidupan nyata.



Uji Kompetensi

Untuk mengukur sejauh mana pemahamanmu, tersedia beragam soal dan tugas, mulai dari pilihan ganda, isian singkat, menjodohkan, uraian, hingga praktik langsung. Semua ini bertujuan memastikan kamu menguasai kompetensi yang ditargetkan.



Refleksi

Di akhir pembelajaran, kamu akan diajak untuk berhenti sejenak, merenung, dan menilai kembali apa yang sudah dipelajari. Melalui refleksi, kamu dapat memahami manfaat, dampak, serta relevansi materi terhadap diri sendiri maupun dunia sekitar.



Pengayaan

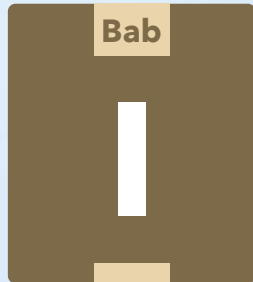
Buku ini juga menyediakan materi tambahan atau tugas khusus yang mendorongmu untuk menggali lebih dalam materi yang dipelajari. Dengan pengayaan, kamu akan semakin termotivasi untuk belajar mandiri dan memperluas wawasan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Manajemen Logistik untuk SMK/MAK Kelas XII

Penulis: Dela Dewi Ramdani, Deary Wahyu Nugroho

ISBN: 978-634-00-3307-6 (jil.2 PDF)



PELAYANAN PELANGGAN LOGISTIK

Sebagai pelanggan, apa yang kamu lakukan jika merasa puas atau mungkin merasa kecewa terhadap suatu layanan?





Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari Bab 1, kamu diharapkan dapat menerapkan konsep dan prinsip dasar pelayanan pelanggan serta menerapkan prosedur pelayanan pelanggan dengan baik.



Kata Kunci

- pelayanan pelanggan
- *customer service*
- keterampilan pelayanan



Peta Materi



“Siapa yang salah? Toko atau kurir?”

Setiap hari, konter layanan Paradisa Express Indonesia ramai oleh pelanggan yang ingin mengirim dan mengambil barang. Hari itu, ada seorang ibu datang dengan wajah kesal. Paket hadiah ulang tahun yang dia kirim untuk anaknya belum juga sampai. Padahal seharusnya paket tersebut sudah dikirim sejak dua hari yang lalu. Di layar sistem, tertulis bahwa “paket sudah diterima”, tetapi ibu itu bersikeras bahwa anaknya belum menerima paket tersebut.

Petugas *Customer Service* (CS) pun merasa kebingungan. Kurir mengatakan bahwa paket sudah diantar, sedangkan si penerima tidak merasa menerimanya. Lalu, apa yang salah? Apakah salah dalam penginputan? Ataupun salah alamat? Atau mungkin salah paham?

Situasi seperti ini sering terjadi dalam industri logistik. Terkadang, bukan hanya masalah mengantar paket, tetapi juga bagaimana cara berkomunikasi, menangani keluhan, dan mengelola kepercayaan pelanggan.

Bayangkan jika kamu adalah petugas CS di Paradisa Express tersebut. Apa yang akan kamu lakukan jika menghadapi pelanggan seperti pada cerita tadi?

1. Langsung menyalahkan kurir;
2. Meminta pelanggan bersabar tanpa memberikan solusi; atau
3. Menggali informasi dengan sopan dan mencari jalan keluar.



Gambar 1.1 Keluhan Pelanggan

A. Konsep dan Prinsip Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan dalam konteks logistik adalah layanan yang berkaitan dengan penerimaan pesanan dan kiriman atau pengambilan kiriman ke tempat pelanggan. Selain itu, pelayanan pelanggan juga mencakup pengelolaan kiriman, transportasi dan pengiriman kepada pelanggan akhir, hingga penanganan pengembalian barang.

Pelayanan di Counter Layanan Paradisa Express

- CS : "Selamat pagi, Pak. Selamat datang di Paradisa Express. Ada yang bisa kami bantu?"
- Pelanggan : "Pagi. Saya mau kirim paket ke Surabaya."
- CS : "Tentu, Pak. Boleh saya lihat barangnya terlebih dahulu? Apakah sudah dikemas?"
- Pelanggan : "Belum, masih saya bawa di tas. Isinya buku dan baju."
- CS : "Baik, Pak. Untuk alasan keamanan dan standar pengiriman, kami sarankan barang dikemas dalam kardus atau amplop tebal. Kami juga menyediakan layanan pengemasan. Apakah Bapak ingin kami bantu untuk mengemasnya?"
- Pelanggan : "Boleh, sekalian saja. Biaya pengemasan berapa, ya?"
- CS : "Untuk ukuran barang Bapak, biaya pengemasan Rp10.000,00. Sebelum kami informasikan biaya pengiriman, izinkan kami menimbang paketnya terlebih dahulu."
(CS menimbang paket dan memproses data di sistem)
- CS : "Berat paket Bapak adalah 1,2 kg. Untuk tujuan Surabaya, berikut layanan pengiriman yang kami sediakan:
1. Reguler : Estimasi 3 hari kerja, Rp20.000,00/kg
 2. Kilat : Estimasi 1–2 hari kerja, Rp35.000,00/kg
 3. Same Day : Hanya berlaku jika pengiriman pagi dan wilayah mendukung, mulai Rp70.000,00.
- Saat ini, *lead time* untuk reguler ke Surabaya adalah maksimal 3 hari kerja dan layanan tersebut sudah termasuk pelacakan dan notifikasi otomatis via WhatsApp. Bapak mau memilih layanan pengiriman yang mana?"
- Pelanggan : "Cukup yang reguler saja, Mas."
- CS : "Baik, kami hitung total biayanya, ya Pak.
- Ongkos kirim (1,2 kg x Rp20.000,00) = Rp24.000,00
 - Biaya pengemasan = Rp10.000,00
 - Total: Rp34.000,00
- Apakah Bapak ingin menambahkan asuransi untuk perlindungan tambahan? Biayanya hanya Rp2.000,00."
- Pelanggan : "Tidak perlu, cukup yang ini saja."
- CS : "Baik. Sekarang kami bantu input data pengirimannya.
Mohon disebutkan nama dan alamat lengkap penerima."
- Pelanggan : "Nama: Buyung Reza. Alamat: Jalan Kenari No. 17, Surabaya, Jawa Timur. Kode Pos: 60123."
- CS : "Terima kasih, Pak. Ini resi pengiriman Bapak dan paket akan kami proses hari ini. Estimasi sampai, maksimal 3 hari kerja. Bapak akan menerima notifikasi jika paket sudah sampai."
- Pelanggan : "Wah, cepat dan informatif. Terima kasih banyak!"
- CS : "Sama-sama, Pak. Terima kasih telah menggunakan Paradisa Express."



1. Kategori Pelayanan

Dalam dunia kerja, khususnya di bidang logistik dan pelayanan pelanggan, cara menyampaikan bantuan atau informasi kepada pelanggan sangat menentukan tingkat kepuasan mereka. Pelayanan bukan hanya sekadar cepat dan tepat, tetapi juga bentuk komunikasi dan tindakan kita saat membantu pelanggan. Pelayanan dikategorikan dalam tiga bentuk, yaitu:

a. Pelayanan dengan Lisan

Jenis pelayanan ini diberikan secara langsung melalui komunikasi verbal. Biasanya dilakukan oleh petugas yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Di antaranya, bagian informasi atau bagian lain yang memberikan penjelasan dan keterangan kepada orang yang membutuhkan bantuan atau informasi.

b. Pelayanan dengan Tulisan

Pelayanan ini merupakan bentuk layanan yang paling sering digunakan, terutama dalam kegiatan administrasi atau komunikasi jarak jauh. Layanan tertulis dianggap lebih efisien karena tidak perlu dilakukan secara tatap muka. Namun, agar pelayanan ini memuaskan, petugas harus cepat dan tanggap dalam menangani dan menyelesaikan permasalahan yang disampaikan oleh pelanggan secara tertulis.

c. Pelayanan dengan Perbuatan

Pelayanan ini dilakukan dalam bentuk pekerjaan langsung, seperti mengangkat barang, memperbaiki alat, atau melayani secara fisik. Pelayanan ini biasanya banyak dilakukan oleh para pekerja lapangan. Oleh karena itu, kemampuan dan keterampilan petugas sangat memengaruhi kualitas hasil pelayanan yang diberikan.



Gambar 1.2 Pelayanan Pelanggan

Tahukah Kamu?

Setiap perusahaan logistik dapat memiliki beberapa bentuk layanan yang berbeda. Tidak semua jasa pengiriman menyediakan layanan yang sama. Beberapa perusahaan memiliki paket layanan lengkap, sementara yang lain hanya menawarkan paket layanan dasar. Oleh karena itu, baik sebagai pelanggan ataupun sebagai calon petugas layanan logistik, kamu perlu memahami jenis-jenis layanan yang biasa tersedia di industri pengiriman.

Layanan pengiriman dibagi menjadi dua jenis, yaitu layanan pengiriman domestik dan layanan pengiriman internasional.

a. Layanan Pengiriman Domestik

- 1) Pengiriman Reguler
Layanan standar dengan estimasi waktu pengiriman beberapa hari. Layanan ini cocok untuk pengiriman yang tidak terlalu mendesak.
- 2) Pengiriman Ekspres
Layanan dengan waktu pengiriman lebih cepat daripada pengiriman reguler. Layanan ini merupakan pilihan yang tepat untuk kebutuhan mendesak.
- 3) Pengiriman Kargo
Jenis layanan ini digunakan untuk pengiriman barang besar, berat, atau dalam jumlah yang banyak. Pengiriman kargo dapat dilakukan melalui darat, laut, atau udara.
- 4) Layanan *Same Day*
Apabila menggunakan layanan ini, paket dijamin tiba di hari yang sama. Umumnya hanya berlaku di area tertentu. Layanan jenis ini ideal digunakan untuk pengiriman darurat.
- 5) Layanan *Next Day*
Layanan ini menjamin barang akan tiba keesokan harinya. Pengiriman menjadi cepat, tetapi tidak secepat *same day*.
- 6) Layanan Instan
Layanan instan melakukan pengiriman super cepat, biasanya 2–4 jam. Layanan ini cocok untuk dokumen atau barang penting dalam kota.

b. Layanan Pengiriman Internasional

Layanan jenis ini digunakan untuk pengiriman lintas negara. Pengiriman internasional membutuhkan dokumen bea cukai dan penanganan yang lebih kompleks.



c. Layanan Tambahan Lainnya

Selain jenis layanan pengiriman yang umum tersebut, terdapat juga beberapa jenis layanan tambahan yang terdapat di industri pengiriman.

- 1) Asuransi Pengiriman (*Marine Cargo Insurance*)
Asuransi pengiriman digunakan untuk melindungi barang dari risiko hilang, rusak, atau terlambat. Layanan ini sangat disarankan untuk barang yang bernilai tinggi.
- 2) Layanan Pengemasan (*Packing*)
Pengemasan kiriman dilakukan dengan menggunakan bahan pengemas, seperti kardus, kotak kayu, *styrofoam*, *bubble pack/wrap*, kardus, karton, atau plastik sesuai dengan kondisi barang yang akan dikirim. Pengemasan ini berfungsi untuk mengurangi risiko kerusakan selama pengiriman.
- 3) Layanan Jemput Barang (*Pick-Up*)
Pada layanan jenis ini, kurir datang langsung ke rumah atau kantor pengirim. Dengan demikian, pelanggan dapat menghemat waktu dan tenaga.

Catatan:

Tidak semua jasa pengiriman menawarkan semua layanan tersebut. Maka, pelanggan maupun petugas layanan wajib bertanya dan menyesuaikan pilihan layanan dengan kebutuhan pengirimannya.

Siapa yang Harus Dilayani Dahulu?



AKTIVITAS

1.1

Aktivitas Kelompok

- a. Perhatikan ilustrasi berikut dengan saksama.

Kamu adalah seorang petugas layanan di Konter Paradisa Express Indonesia yang berkedudukan di Jakarta. Hari ini adalah hari Senin, pukul 09.00 pagi. Kamu baru membuka konter ketika tiga pelanggan tiba—hampir bersamaan dan berdiri dalam antrian yang tidak berurutan. Mereka semua terlihat terburu-buru, tetapi tidak ada sistem nomor antrian. Sehingga, kamu harus mengambil keputusan sendiri siapa yang akan dilayani terlebih dahulu.



b. Amati profil ketiga pelanggan dan catatan petugas konter berikut.

- 1) Pelanggan A: Kirim Kue ke Jakarta
 - a) Nama Pengirim: Maya Puspita
 - b) Tujuan: Jakarta Timur
 - c) Jenis Barang: kue basah (lapis legit)
 - d) Berat Barang: 0,8 kg
 - e) Barang belum dikemas dan hanya dibungkus plastik biasa.
 - f) Permintaan: “Segera dikirim agar tidak basi.”
 - g) Pilihan layanan yang tersedia:
 - (1) Reguler (3 hari): Rp15.000,00/kg
 - (2) Kilat (1–2 hari): Rp25.000,00/kg
 - (3) *Same Day* (jika dikirim sebelum pukul 10.00): Rp50.000,00 *flat*
 - h) Biaya pengemasan khusus makanan: Rp8.000,00
 - i) Asuransi opsional: Rp2.000,00
- 2) Pelanggan B: Kirim *Speaker* ke Yogyakarta
 - a) Nama Pengirim: Buyung Reza
 - b) Tujuan: Kota Yogyakarta
 - c) Jenis Barang: *speaker* Bluetooth tanpa dus asli
 - d) Berat Barang: 1,5 kg
 - e) Permintaan: “Aman dan tidak rusak. Tidak tahu harus pilih layanan apa.”
 - f) Pilihan layanan tersedia:
 - (1) Reguler (3–4 hari): Rp18.000,00/kg
 - (2) Kilat (1–2 hari): Rp30.000,00/kg
 - g) Biaya pengemasan standar elektronik: Rp12.000,00
 - h) Asuransi direkomendasikan: Rp3.000,00
- 3) Pelanggan C: Kirim Dokumen ke Bandung Timur
 - a) Nama Pengirim: Rizky Nugraha
 - b) Tujuan: Bandung Timur
 - c) Jenis Barang: dokumen tender
 - d) Berat Barang: 0,3 kg
 - e) Permintaan: “Harus sampai besok pagi.”
 - f) Pilihan layanan tersedia:
 - (1) Reguler (1–2 hari): Rp10.000,00/kg
 - (2) Ekspres/*Same Day*: Rp25.000,00 *flat* (jika diproses sebelum pukul 10.00)
 - g) Biaya pengemasan dokumen: gratis
 - h) Asuransi tidak diperlukan.



- 4) Catatan Petugas Konter:
 - a) Saat ini pukul 09.10 WIB.
 - b) Pelanggan A masih sibuk membuka bungkus kue.
 - c) Pelanggan B siap di tengah antrean.
 - d) Pelanggan C datang paling akhir, tetapi langsung berbicara.

c. Ikuti instruksi berikut untuk mengerjakan aktivitas ini.

- 1) Bentuklah kelompok yang terdiri atas 3–4 orang!
- 2) Diskusikanlah tentang kebutuhan dan urgensi dari masing-masing pelanggan!
- 3) Tentukan urutan pelanggan yang harus dilayani terlebih dahulu! Jelaskan alasannya!
- 4) Rekomendasikan jenis layanan untuk masing-masing pelanggan!
- 5) Input data pengiriman masing-masing pelanggan pada formulir pengiriman berikut.

- 6) Setelah melakukan input data pada sistem, lengkapi juga formulir pengiriman berikut.

PARADISA EXPRESS INDONESIA
FORMULIR PENGIRIMAN PELANGGAN

No.	Nama Pengirim	Tujuan Pengiriman	Jenis Barang	Berat (kg)	Layanan Dipilih	Dimensi P x L x T	Biaya Pengemasan	Asuransi	Total Biaya	Catatan Khusus
1										
2										
3										

Dibuat oleh :

Tanggal :

Aktivitas 1.1 tersebut memberikan gambaran tentang tugas seorang *customer service* di sebuah kantor jasa pengiriman. Aktivitas tersebut dapat melatihmu dalam mengidentifikasi pelanggan, melakukan input data pelanggan, dan menyesuaikan pilihan layanan sesuai dengan kebutuhan pengirimannya. Selanjutnya, silakan kamu kerjakan Aktivitas 1.2 berikut agar kamu lebih memahami tentang proses tersebut.

Saatnya Kamu Menjadi CS Profesional



AKTIVITAS

1.2

Aktivitas Kelompok

Ayo, kita lakukan *role play* untuk Aktivitas 1.1.

(Kalian dapat merekam praktik kelompok ini sebagai simulasi video layanan profesional.)

a. Langkah-Langkah Pengerjaan

- 1) Tentukan peran untuk masing-masing anggota (*customer service*, pelanggan A, pelanggan B, dan pelanggan C)!
- 2) Lakukan *role play* secara langsung seperti di dunia kerja (Kalian boleh berdiri, menggunakan meja buatan yang difungsikan sebagai konter (*counter table*) dan saling memberi dokumen.)!
- 3) Lakukan percakapan dengan bahasa yang sopan dan profesional, tetapi tetap hangat dan solutif!
- 4) Kalian bebas mengimprovisasi dialog, asalkan tetap sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan prosedur layanan!
- 5) Hal-hal yang perlu ditunjukkan pada *role play*, di antaranya:
 - a) Cara menyapa pelanggan yang berbeda karakter;
 - b) Cara menggali informasi tanpa membuat pelanggan merasa diinterogasi;
 - c) Cara menjelaskan layanan dengan bahasa yang mudah dipahami; dan
 - d) Cara mengambil keputusan dengan cepat dan tetap adil.

b. Pertanyaan Refleksi

- 1) Berdasarkan situasi tersebut, siapa yang akan kalian pilih untuk dilayani terlebih dahulu? Jelaskan alasannya (Apakah karena jenis barang, posisi antrean, atau alasan lain?)!
- 2) Jika semua pelanggan merasa “terburu-buru”, apa yang dapat kalian lakukan agar mereka tetap merasa dilayani dengan baik?
- 3) Jika kalian keliru dalam menentukan urutan, apa risiko yang dapat terjadi terhadap kepuasan pelanggan?



Dengan melakukan simulasi tersebut, tentunya kini kamu semakin memahami peran dari seorang petugas layanan pada jasa pengiriman. Lalu, bagaimana jika hasil kerjamu tersebut mendapatkan pengaduan dari pelanggan? Apa yang harus kamu lakukan? Kerjakan Aktivitas 1.3 untuk menambah pengetahuanmu tentang hal tersebut.

Bagaimana Menanggapi *Email* Pengaduan?



AKTIVITAS

1.3

Aktivitas Individu

Wah... terjadi masalah, nih!

- a. Hari ini, kamu mendapatkan *email* pengaduan untuk ketiga paket yang dikirim pada Aktivitas 1.1. Perhatikan rincian *email* dari pelanggan berikut.

1) *Email* Pengaduan–Pelanggan A

Subjek: [KELUHAN] Paket kue basah rusak dan berbau saat diterima.

Kepada: Tim Layanan PT Paradisa Express

Saya pelanggan atas nama Maya Puspita yang mengirim paket berisi kue lapis legit tujuan Jakarta pada tanggal 10 Mei dari konter Bandung. Saya sangat kecewa karena paket tersebut tiba dalam kondisi hancur, basah, dan berbau tidak sedap. Padahal kue tersebut akan diberikan sebagai oleh-oleh kepada keluarga saya di Jakarta. Saat pengiriman, saya memang sempat meminta agar dikemas dengan aman karena makanan ini cepat rusak, tetapi tidak diberi saran atau layanan tambahan. Saya mohon kejelasan mengenai hal berikut.

- Apakah makanan seperti ini memang tidak direkomendasikan untuk pengiriman reguler?
- Mengapa tidak ditawarkan layanan cepat atau pengemasan tambahan saat itu?

Saya lampirkan foto kondisi paket saat diterima. Mohon ada tanggapan dan solusi dari pihak PT Paradisa Express.

Terima kasih,

Maya Puspita
0821-xxxx-xxxx

2) Email Pengaduan–Pelanggan B

Subjek: Komplain paket *speaker* rusak–tidak ada panduan layanan.

Kepada: *Customer Service*

Saya kirimkan keluhan terkait paket saya yang berisi *speaker* Bluetooth yang dikirim dari Jakarta ke Yogyakarta pada tanggal 12 Mei. Saya merasa kurang dibantu dalam proses pengiriman. Waktu itu, saya membawa barang tanpa dus karena hilang dan saya sempat bingung memilih layanan yang aman. Petugas konter tidak memberikan penjelasan jelas tentang risiko atau perlunya asuransi. Dia hanya langsung memproses paket saya dengan layanan reguler. Hasilnya, paket tiba dalam kondisi penyok dan tidak berfungsi.

Mohon penjelasan dan pertanggungjawaban. Saya merasa sebagai pelanggan yang kurang pengetahuan, seharusnya mendapat panduan lebih baik.

Hormat saya,
Buyung Reza Muhammad
0813-xxxx-xxxx

3) Email Pengaduan–Pelanggan C

Subjek: Kiriman dokumen mendesak terlambat sampai–urusan saya gagal!

Yth. PT Paradisa Express

Saya Rizky Nugraha, pelanggan yang mengirim dokumen penting dari Kota Bandung ke Bandung Timur menggunakan layanan Ekspres (*Same Day*) pada 9 Mei pagi.

Petugas konter sudah saya beri tahu bahwa dokumen ini sangat penting dan harus sampai sebelum pukul 6 sore karena berkaitan dengan presentasi tender. Namun, paket baru sampai pada besok paginya (10 Mei). Saya sangat kecewa karena klien membatalkan kerja sama akibat dokumen tidak sampai tepat waktu.

Saya meminta dari pihak konter.

- Penjelasan mengapa layanan *same day* bisa gagal.
- Permintaan maaf resmi.
- Kompensasi atas kerugian yang saya alami.

Saya tunggu tanggapan profesional dari tim Anda.

Salam,
Rizky Nugraha
0895-xxxx-xxxx



- b. Sebagai petugas *Customer Service* (CS), kamu buatlah *email* balasan resmi yang sopan dan profesional. Pastikan balasan mencakup beberapa hal berikut.
- 1) Ucapan terima kasih dan permintaan maaf.
 - 2) Penjelasan singkat penyebab keterlambatan (buatlah sesuai logika).
 - 3) Estimasi waktu pengiriman yang baru.
 - 4) Tanggapan atas permintaan terkait kompensasi atas kerugian yang dialami pengirim.
 - 5) Ajakan untuk menghubungi kembali jika ada pertanyaan.
- c. Simpan *email* dalam format dokumen Word atau PDF, lalu lampirkan sebagai hasil tugas.

2. Jenis Pelanggan

Pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam menerima langsung manfaat dari layanan unit atau perusahaan logistik. Pemahaman tentang jenis dan kebutuhan pelanggan menjadi kunci bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat, efisien, dan memuaskan. Sebelum kita membahas mengenai jenis pelanggan, silakan kamu kerjakan terlebih dahulu Aktivitas 1.4 berikut.

Kemukakan Pendapatmu!



AKTIVITAS

1.4

Aktivitas Individu

- a. Amati kasus berikut dengan saksama.

Pada hari ini, bagian layanan pelanggan Paradisa Express Indonesia menerima *email* dari Divisi Operasional Perusahaan yang meminta pengiriman cepat untuk lima unit alat *scanner* ke kantor cabang Bandung. *Scanner* ini akan digunakan untuk mempercepat proses input data barang masuk di gudang Bandung.

Setelah menangani permintaan Divisi Operasional, kamu kembali ke konter layanan. Di sana, sudah menunggu Bu Lilis, seorang pengusaha kecil, yang sudah menjadi pelanggan tetap PT Paradisa sejak 2019. Hari ini, ia membawa 20 paket pesanan pelanggan dari tokonya yang harus dikirim ke berbagai kota. Bu Lilis mengatakan: "Tolong dikirim hari ini, ya! Jangan telat. Kalau telat, nanti saya bisa mendapatkan bintang satu dari pelanggan."

- b. Menurutmu, apakah Divisi Operasional dan Bu Lilis termasuk jenis pelanggan yang sama? Jelaskan perbedaan keduanya berdasarkan kasus tersebut!

Dalam industri logistik, pelanggan adalah pihak yang menerima produk, jasa, atau dukungan dari unit atau perusahaan logistik. Mereka dapat berasal dari dalam organisasi (internal) maupun dari luar organisasi (eksternal). Selain itu, hubungan antara penyedia jasa logistik dan pelanggannya juga dapat diklasifikasikan menurut model bisnis atau layanan yang terjamin.

a. Pelanggan Internal

Pelanggan internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Mereka bukan pelanggan yang membayar secara langsung, tetapi tetap membutuhkan layanan logistik untuk menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Adapun yang termasuk ke dalam pelanggan internal, di antaranya, Divisi Produksi yang membutuhkan bahan baku dari gudang logistik atau Divisi Keuangan yang memerlukan dokumen pengiriman dari logistik untuk verifikasi pembayaran.

b. Pelanggan Eksternal

Pelanggan eksternal adalah pihak di luar perusahaan yang menerima barang, jasa, atau layanan logistik. Mereka melakukan transaksi bisnis langsung dan menjadi sumber pemasukan perusahaan. Pelanggan eksternal dapat berupa individu, perusahaan lain, instansi pemerintah, bahkan masyarakat.

Melayani Pelanggan Berbahasa Asing



AKTIVITAS

1.5

Aktivitas Individu
dan Kelompok

Aktivitas ini merupakan lanjutan dari Aktivitas 1.4. Perhatikan petunjuk pengerjaan berikut.

a. Amati kasus berikut dengan cermat.

Setelah melayani Bu Lilis, kamu menghadapi situasi yang lebih menantang. Dua pelanggan asing datang ke konter dan berbicara menggunakan bahasa Inggris (Mr. Yhung dan Bu Santi). Kamu sudah mengelompokkan jenis pelanggan Paradisa Express sebelumnya, termasuk pelanggan seperti Bu Lilis sebagai pelanggan eksternal. Kini kamu menghadapi pelanggan eksternal lainnya, yaitu Mr. Yhung dan Bu Santi.



- Situasi Pertama–Pelanggan Global: Mr. Yhung
Mr. Yhung ingin mengirim dokumen bisnis ke Seoul. Ia berkata dengan cepat:
"This is an urgent paper, must arrive before Friday morning. Do you provide fastest international express? With tracking, please!"
Kamu hanya menangkap kata "urgent", "express", dan "tracking".
- Situasi Kedua–Pelanggan B2C Global: Bu Santi
Bu Santi, yang ternyata seorang ekspatriat, berkata:
"I ordered a folding chair to be delivered to Bekasi. Please, I want it to arrive quickly, maybe by tomorrow? Can I know how to track it?"
Kamu mengerti maksudnya, tetapi merasa kesulitan untuk menjelaskan bahwa layanan ekspres ke Bekasi tergantung dari waktu pengiriman di hari itu.

- Apa yang akan kamu lakukan jika berhadapan dengan kedua situasi tersebut? Jelaskan alasannya!
 - 1) Menggunakan Google Translate.
 - 2) Menunjukkan brosur layanan berbahasa Inggris.
 - 3) Meminta pelanggan menuliskan informasi.
 - 4) Mengajak rekan kerja yang lebih fasih.
 - 5) Menggunakan ilustrasi atau tabel pilihan layanan.
 - 6) Mengulangi permintaan pelanggan dengan kalimat sederhana (verifikasi).
- Simulasikan percakapan dari salah satu kasus tersebut bersama teman sebangkumu (susun naskah percakapan terlebih dahulu)! Jangan lupa untuk mendokumentasikan kegiatan ini.
- Praktikkan simulasi ini secara langsung di hadapan guru dan teman sekelas!
- Setelah itu, lakukan refleksi singkat dengan menjawab pertanyaan berikut.
 - 1) Menurutmu, apa bagian tersulit dari percakapan tersebut?
 - 2) Apa perbaikan yang dapat kamu lakukan agar lebih siap melayani pelanggan asing?

Tahukah Kamu?

Pelanggan eksternal tidak hanya perorangan, tetapi bisa juga berupa perusahaan, instansi, bahkan pemerintah.

Jenis-jenis pelanggan eksternal dikelompokkan berdasarkan layanannya. Silakan kamu kenali satu per satu jenis pelanggan eksternal berikut.

- 1) *Business to Business* (B2B), yaitu hubungan bisnis antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, misalnya penjualan barang dalam jumlah besar atau kerja sama layanan.

Contoh:

- a) Toko grosir mengirim produk ke lima cabangnya di kota lain.
- b) Distributor mengirim barang ke toko-toko retail pakai jasa ekspedisi.

- 2) *Business to Consumer* (B2C), yaitu perusahaan menjual barang atau layanan secara langsung kepada konsumen individu atau rumah tangga.

Contoh:

- a) Kamu memesan barang di *e-commerce*, lalu kurir mengantarkannya ke rumahmu.
- b) Toko *online* mengirim hadiah ke pelanggan.

- 3) *Business to Employee* (B2E), yaitu perusahaan yang menyediakan atau menjual barang dan layanan khusus untuk karyawan mereka sendiri sebagai bentuk fasilitas atau kesejahteraan.

Contoh:

- a) Perusahaan mengirim laptop kerja ke rumah staf WFH.
- b) Perusahaan mengirim parcel Lebaran untuk seluruh pegawai.

- 4) *Consumer to Consumer* (C2C), yaitu perorangan yang menjual barang atau layanan secara langsung kepada orang lain. Biasanya dilakukan langsung secara pribadi atau melalui platform *online*.

Contoh:

- a) Penjual baju *preloved* mengirim ke pembeli melalui *marketplace*.
- b) Kamu mengirim kado ulang tahun ke teman.



- 5) *Business to Government* (B2G), yaitu perusahaan yang menyediakan barang atau layanan kepada instansi pemerintah, misalnya melalui sistem pengadaan barang dan jasa secara elektronik (*e-procurement*).

Contoh:

- a) Perusahaan logistik mengirim dokumen penting ke kementerian.
- b) Perusahaan mengirim alat proyek pengadaan ke lembaga pemerintahan.

- 6) *Government to Business* (G2B), yaitu situasi di mana pemerintah memberikan layanan, bantuan, atau fasilitas logistik kepada perusahaan atau pelaku usaha.

Contoh:

- a) Pemerintah mengirim formulir tender ke perusahaan.
- b) Distribusi barang bantuan subsidi ke UMKM.

- 7) *G2C (Government to Citizen)*, yaitu pemerintah memberikan layanan atau mengirim barang langsung kepada masyarakat atau warga negara, seperti dokumen resmi atau bantuan sosial.

Contoh:

- a) Pengiriman kartu vaksin, e-KTP, atau bantuan sosial ke rumah warga.

- 8) *G2G (Government to Government)*, yaitu proses pelayanan atau pengiriman yang terjadi antarinstansi atau lembaga pemerintahan.

Contoh:

- a) Pengiriman logistik pemilu dari pusat ke daerah.
- b) Pengiriman dokumen rahasia antarkementerian.

Agar lebih memahami jenis pelanggan eksternal tersebut, simaklah skenario berikut.

Distribusi Perlengkapan Darurat Nasional

Pemerintah Indonesia meluncurkan program bantuan perlengkapan darurat nasional berupa “kit kesehatan dan logistik” yang akan disalurkan ke berbagai pihak, yaitu kementerian, perusahaan, hingga warga. Untuk pelaksanaannya, pemerintah bekerja sama dengan berbagai mitra logistik.

a. *Government to Government* (G2G)

Kementerian Kesehatan mengirimkan surat resmi dan logistik awal ke BNPB sebagai mitra pelaksana program bantuan.

Contoh:

Logistik berupa APD dan disinfektan dikirim dari gudang Kemenkes ke markas BNPB.

b. *Government to Business (G2B)*

BNPB bekerja sama dengan PT Nusantara Logistik untuk mendistribusikan barang ke daerah.

Contoh:

Pemerintah memesan jasa ekspedisi milik swasta untuk mendistribusikan bantuan ke seluruh provinsi di Indonesia.

c. *Business to Business (B2B)*

PT Nusantara Logistik tidak memiliki armada darat yang cukup, maka mereka menggandeng PT TransKargo sebagai subkontraktor.

Contoh:

Pengiriman dari gudang pusat ke agen regional dilakukan oleh perusahaan mitra.

d. *Business to Employee (B2E)*

PT TransKargo memberikan perlengkapan keselamatan kerja (masker, vitamin, dan jas hujan) kepada semua kurirnya agar tetap aman saat distribusi.

Contoh:

Perusahaan logistik mengirimkan perlengkapan ke alamat rumah kurirnya masing-masing.

e. *Business to Consumer (B2C)*

Dalam prosesnya, perusahaan logistik juga menangani pengiriman langsung ke relawan dan penerima individu.

Contoh:

Pengiriman paket bantuan ke rumah-rumah warga terdampak bencana atau isolasi mandiri.

f. *Consumer to Consumer (C2C)*

Seorang relawan mengirimkan bantuan pribadi (makanan dan vitamin) kepada temannya yang sedang melakukan isolasi mandiri di kota lain.



Contoh:

Pengiriman melalui aplikasi kurir instan antarindividu (bukan dari instansi).

g. *Business to Government (B2G)*

Setelah program berjalan, perusahaan logistik mengirim tagihan dan laporan kerja kepada BNPB sebagai klien utama mereka.

Contoh:

PT Nusantara Logistik mengirim dokumen penagihan dan log laporan pengiriman ke kantor BNPB.

h. *Government to Citizen (G2C)*

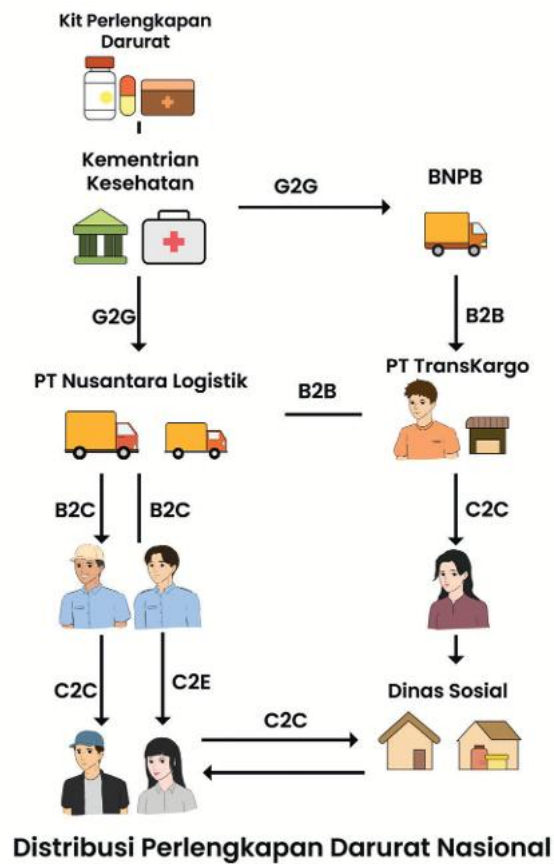
Pemerintah melalui Dinas Sosial setempat mengirimkan bantuan tahap akhir berupa sembako langsung ke warga yang terdata.

Contoh:

Paket bantuan sosial dikirim langsung dari kantor desa ke rumah-rumah warga menggunakan kurir lokal.

Tabel 1.1 Contoh Penerapan Model Bisnis

Model Bisnis	Hubungan	Contoh Nyata dalam Skenario
G2G	Pemerintah ↔ Pemerintah	Kemenkes ke BNPB
G2B	Pemerintah ↔ Perusahaan	BNPB ke PT Nusantara
B2B	Perusahaan ↔ Perusahaan	PT Nusantara ke PT TransKargo
B2E	Perusahaan ↔ Karyawan	PT TransKargo ke kurir
B2C	Perusahaan ↔ Konsumen	Pengiriman ke warga/relawan
C2C	Konsumen ↔ Konsumen	Relawan ke temannya
B2G	Perusahaan ↔ Pemerintah	Perusahaan kirim tagihan ke BNPB
G2C	Pemerintah ↔ Warga	Dinsos kirim bansos ke warga



Gambar 1.3 Distribusi Perlengkapan Darurat Nasional

Identifikasi Pelanggan Eksternal



AKTIVITAS

1.6

Aktivitas Individu

- a. Amati kasus berikut dengan saksama.

Misi Logistik Vaksin dan Bantuan Pendidikan

Awal tahun ini, Pemerintah Daerah Garut menggelar program “Garut Peduli” untuk menyalurkan vaksinasi massal dan bantuan perlengkapan pendidikan ke wilayah-wilayah terpencil. Dalam pelaksanaannya, banyak pihak terlibat, mulai dari instansi pemerintah, perusahaan swasta, hingga perorangan.



Dinas Kesehatan Garut mengoordinasikan pengiriman ribuan dosis vaksin dan APD dari gudang farmasi pusat ke puskesmas-puskesmas di pelosok. Mereka menghubungi jasa ekspedisi lokal untuk mendistribusikannya dengan kendaraan berpendingin.

Sementara itu, perusahaan alat tulis PT Citra Ilmu menyumbangkan ribuan paket perlengkapan sekolah, seperti buku, seragam, dan tas kepada anak-anak dari keluarga prasejahtera. Untuk mendistribusikannya, mereka bekerja sama dengan jasa logistik PT KirimAman, yang kemudian mengajak mitra armada lokal di kecamatan-kecamatan untuk menjangkau daerah pegunungan yang tidak bisa dilalui oleh truk besar.

Sebagai bagian dari CSR, PT KirimAman juga mengirim perlengkapan *safety* (rompi dan lampu senter) ke semua mitra kurir mereka agar tetap aman saat mengantar di daerah yang rawan longsor dan minim penerangan. Tak hanya itu, komunitas relawan Garut Care juga aktif membantu. Salah satu relawan, Dede, mengirim paket makanan tambahan ke rumah sepupunya yang sakit di kampung lain menggunakan jasa ojek *online* karena daerahnya tidak dijangkau ekspedisi reguler.

Setelah semua pengiriman selesai, PT KirimAman membuat laporan operasional kepada PT Citra Ilmu dan menyampaikan data pengiriman sebagai bahan pelaporan CSR. Di sisi lain, kantor kelurahan mengirimkan langsung sisa perlengkapan ke rumah-rumah siswa yang belum sempat datang ke balai desa.

- b.** Berdasarkan kasus tersebut, lakukan identifikasi masing-masing peran dengan menggunakan tabel berikut.

Model Bisnis	Hubungan	Contoh Nyata dalam Skenario
G2G		
G2B		
B2B		
B2E		
B2C		
C2C		
B2G		
G2C		

- c.** Setelah itu, buatlah peta visual atau alur proses distribusi dari awal sampai akhir!
- d.** Menurutmu, bagian mana yang membutuhkan pelayanan paling baik? Jelaskan alasannya!

3. Elemen Pelayanan

Sebuah lembaga bernama *National Council of Physical Distribution Management* membagi layanan pelanggan ke dalam tiga bagian utama. Pembagian tersebut dilakukan berdasarkan waktu layanan yang diberikan pada saat proses pengiriman barang.

a. Layanan Sebelum Transaksi (*Pre-Transaction*)

Layanan ini dilakukan sebelum barang dikirim. Hal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dan jelas antara perusahaan dan pelanggan sejak awal. Berikut contoh dari layanan sebelum transaksi.

- 1) Memberikan informasi tentang waktu pengiriman;
- 2) Menjelaskan kebijakan retur (pengembalian barang); dan
- 3) Menyediakan rencana cadangan jika terjadi masalah dalam pengiriman.

Semua kebijakan perusahaan harus dijelaskan di awal agar pelanggan mengetahui apa yang dapat mereka harapkan dan perusahaan harus menepatinya.

b. Layanan Saat Transaksi (*Transaction*)

Layanan ini dilakukan pada saat barang sedang diproses dan dikirim ke pelanggan. Pada tahap ini, perusahaan harus melakukan hal-hal berikut.

- 1) Mengambil dan mengemas barang;
- 2) Mengirimkan ke alamat tujuan;
- 3) Menyesuaikan jadwal pengiriman;
- 4) Berkomunikasi dengan pelanggan; dan
- 5) Melacak status pengiriman serta memastikan barang diterima dengan baik.

Intinya, perusahaan harus mengirimkan barang ke alamat yang benar, secara tepat waktu, dan dalam kondisi yang baik.

c. Layanan Setelah Transaksi (*Post-Transaction*)

Layanan ini diberikan setelah pelanggan menerima barang. Berikut contoh bentuk dari layanan setelah transaksi.

- 1) Memberikan garansi, layanan perbaikan, atau bantuan instalasi;
- 2) Melacak barang setelah dikirim;
- 3) Menerima keluhan atau komplain dari pelanggan; dan
- 4) Menangani retur atau pengembalian barang.

Layanan ini penting karena akan memengaruhi kesan pelanggan secara keseluruhan terhadap perusahaan. Pelanggan tidak hanya menilai saat membeli, tetapi juga sesudahnya.



Tebak-Tebakan Logistik: *Pre-Transaction*, *Transaction*, atau *Post-Transaction*?



AKTIVITAS

1.7

Aktivitas Individu

Ayo Bermain Game!

Permainan ini berisi 50 pernyataan acak yang menggambarkan berbagai aktivitas logistik. Setiap pernyataan akan muncul secara bergiliran di layar utama kelas. Untuk melakukan permainan ini, perhatikan instruksi berikut.

- Tugasmu adalah menentukan, apakah pernyataan tersebut termasuk ke dalam tahap *Pre-Transaction*, *Transaction*, atau *Post-Transaction*.
- Kamu akan mendapatkan giliran menjawab satu per satu (Bagi yang belum mendapatkan giliran diperbolehkan memberikan pendapat atau diskusi secara cepat dengan teman di sampingnya).
- Akses *link* berikut untuk memulai permainan ini.
<https://wordwall.net/id/resource/92873246>
- Selama permainan, kamu tidak hanya ditantang untuk menjawab dengan benar, tetapi juga harus memberikan alasan singkat yang logis atas jawaban yang kalian pilih.



Giveaway Viral Masalah Aktual



AKTIVITAS

1.8

Aktivitas Kelompok

- Perhatikan ilustrasi kasus berikut.

Paradisa Express Indonesia bekerja sama dengan *online shop* bernama Kaifa.project, yang sedang viral karena strategi promosi uniknya (memberikan hadiah uang tunai secara acak dalam paket pelanggan melalui program *#SurpriseGiveaway*). Hadiah yang diberikan Kaifa.project berupa uang tunai Rp50.000,00–Rp100.000,00.

Hadiah tersebut dimasukkan langsung ke dalam paket tanpa label khusus, tanpa keterangan pada sistem, bahkan tanpa pemberitahuan kepada jasa logistik. Tujuannya agar

hadiah terasa seperti “kejutan asli”. Namun, beberapa minggu setelah program berjalan, banyak pelanggan mengeluhkan hal-hal berikut.

Beberapa paket datang dalam kondisi sobek atau rusak, seolah-olah telah dibuka sebelumnya. Ada pelanggan yang merasa yakin menang dalam program promo tersebut, tetapi tidak menemukan uang di dalam paket. CS Kaifa.project kebingungan menjawab komplain karena mereka tidak memiliki data penerima hadiah. Paradisa Express Indonesia turut disalahkan karena pelanggan menuduh kurir telah mencuri isi paket, padahal logistik tidak diberi informasi bahwa paket berisi uang. Di gudang transit, beberapa paket rusak karena tidak diberi label “*fragile*” atau pengemasan yang kuat. Program yang awalnya memberi kesan positif, kini malah membuat toko dan mitra logistik kewalahan karena tidak adanya koordinasi, pencatatan, dan transparansi sejak awal.

- b. Berdasarkan kasus tersebut, bekerjalah dalam kelompok (3–4 orang) untuk mengisi tabel berikut.

Tahap Layanan	Masalah/Kesalahan yang Terjadi	Siapa yang Bertanggung Jawab? (Toko/Logistik/Keduanya)
Sebelum Pengiriman		
Saat Pengiriman		
Setelah Pengiriman		

Setelah melakukan identifikasi masalah, susunlah saran perbaikan dengan mengisi formulir berikut (Lengkapi kolom saran perbaikan dengan saran lain sesuai dengan hasil analisis kelompokmu).

Masalah Utama	Saran Perbaikan	Siapa yang Harus Bertindak?
Hadiah tidak tercatat penerimanya.	Buatlah daftar nama pemenang dan integrasikan ke sistem logistik.	Pihak Toko
Paket rusak saat proses pengiriman.		



- c. Setelah menyelesaikan analisis, berikan pendapat kalian mengenai hal-hal berikut.
- 1) Dari kasus tersebut, apa yang bisa kalian pelajari tentang pentingnya komunikasi antara toko dan logistik?
 - 2) Jika kamu menjadi CS Kaifa.project, bagaimana kalian menghadapi pelanggan yang marah?
- d. Apa solusi sederhana yang bisa dilakukan oleh Kaifa.project agar hadiah tetap terasa seperti kejutan tanpa menimbulkan masalah logistik?

B. Prosedur Pelayanan Pelanggan

Pelayanan yang baik bukan hanya tentang menyelesaikan tugas, tetapi juga berkaitan dengan sikap dan nilai yang ditunjukkan oleh petugas saat berinteraksi dengan pelanggan. Berikut adalah prinsip dasar yang harus dimiliki oleh setiap petugas pelayanan logistik.

1. Disiplin Diri, Disiplin Kerja, dan Disiplin Tugas

Disiplin adalah fondasi utama dalam pelayanan. Disiplin diri mencerminkan bagaimana seorang petugas menjaga sikap dan penampilan, seperti datang tepat waktu, berpakaian rapi, serta bersikap sopan. Disiplin kerja berarti mengikuti semua aturan dan prosedur perusahaan serta tidak menyimpang dari standar operasional. Sedangkan, disiplin tugas berkaitan dengan tanggung jawab menyelesaikan pekerjaan secara tepat waktu, teliti, dan tanpa menunda-nunda. Jika ketiga disiplin ini diterapkan, maka pelayanan menjadi lebih andal dan pelanggan pun akan merasa puas.

2. Kebersamaan (*Togetherness*)

Pelayanan yang baik tidak dapat dilakukan sendirian. Dalam industri logistik, banyak proses yang melibatkan kerja tim, seperti antara petugas layanan pelanggan, gudang, bagian pengemasan, dan kurir. Kebersamaan berarti saling mendukung, berkoordinasi, dan mengutamakan kerja sama daripada ego pribadi. Jika setiap bagian bekerja sama dengan semangat tim, maka seluruh proses pelayanan akan berjalan lebih lancar dan efisien.

3. Memahami Perasaan Orang Lain (Empati)

Pelayanan bukan hanya sekadar menyelesaikan tugas teknis, tetapi juga berkaitan dengan memahami perasaan pelanggan. Seorang petugas harus bisa mendengarkan pelanggan dengan baik, memahami situasi yang sedang dihadapi pelanggan, dan memberikan respons

yang menunjukkan kepedulian. Dengan bersikap empati, pelanggan akan merasa dihargai, didengar, dan lebih mudah diajak bekerja sama dalam menyelesaikan masalah.

4. **Keramahtamahan (*Kindness*)**

Keramahtamahan adalah kunci penting dalam membangun suasana pelayanan yang menyenangkan. Menyapa dengan senyuman, menggunakan bahasa yang sopan, dan menunjukkan sikap yang hangat akan membuat pelanggan merasa nyaman dan dihormati. Keramahtamahan dapat mengubah suasana tegang menjadi tenang dan membantu menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

5. **Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa**

Prinsip terakhir ini menjadi landasan spiritual dan moral bagi setiap petugas. Bertakwa berarti menjalankan pekerjaan dengan niat yang benar, penuh kejujuran, dan rasa tanggung jawab. Seseorang yang bertakwa akan menghindari kecurangan, bekerja dengan hati, dan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dan perusahaan. Pelayanan yang dilandasi nilai ketuhanan akan memberikan keberkahan dalam setiap tindakan.

1. **Keterampilan dalam Pelayanan**

Agar dapat memberikan layanan yang profesional dan memuaskan, petugas layanan pelanggan harus memiliki beberapa keterampilan berikut.

a. **Keterampilan Komunikasi Efektif**

Kemampuan berkomunikasi secara jelas, sopan, dan empatik merupakan dasar dari pelayanan yang baik. Petugas harus mampu menyesuaikan gaya bicara dengan pelanggan dari berbagai latar belakang, menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti, serta mendengarkan keluhan atau permintaan dengan perhatian penuh. Komunikasi yang efektif menciptakan pemahaman dan membangun kepercayaan.

b. **Keterampilan Mendengarkan Aktif**

Terampil mendengarkan bukan hanya sekadar diam, tetapi juga memberikan perhatian penuh kepada lawan bicara, baik secara fisik maupun secara mental. Ada dua jenis keterampilan mendengarkan yang perlu dikuasai dalam melayani pelanggan.

1) **Perhatian Fisik (*Physical Attending*)**

- a) Berhadapan langsung dengan pembicara;
- b) Menjaga kontak mata;
- c) Sikap tubuh terbuka dan santai; dan
- d) Tidak melakukan gerakan yang mengganggu.



- 2) Perhatian Psikologis (*Psychological Attending*)
 - a) Fokus mendengarkan isi pembicaraan;
 - b) Tidak memotong pembicaraan;
 - c) Menyimak dengan pikiran terbuka;
 - d) Menganalisis dan mengevaluasi isi pesan; dan
 - e) Menyusun respons dengan tepat.

c. Empati dan Kesabaran

Petugas layanan harus mampu memahami perasaan pelanggan, terutama saat mereka merasa kecewa, bingung, atau marah. Sikap empati menunjukkan bahwa pelanggan dihargai, sedangkan kesabaran sangat penting untuk menjaga ketenangan dalam situasi yang menantang.

d. Kemampuan Pemecahan Masalah

Setiap permasalahan pelanggan membutuhkan solusi yang cepat, tepat, dan realistis. Petugas layanan harus mampu berpikir kritis, menganalisis situasi, dan menemukan solusi terbaik untuk menyelesaikan keluhan atau hambatan yang muncul selama proses pelayanan.

e. Pengetahuan Produk dan Prosedur

Petugas harus memahami secara menyeluruh produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan serta prosedur pengiriman, pengembalian, atau komplain. Pengetahuan ini memungkinkan mereka menjawab pertanyaan pelanggan dengan percaya diri dan akurat.

f. Kedisiplinan dan Ketegasan

Disiplin menunjukkan tanggung jawab terhadap tugas. Datang tepat waktu, mengikuti prosedur kerja, dan menjaga konsistensi layanan merupakan bagian dari profesionalitas. Di sisi lain, ketegasan diperlukan dalam menyampaikan informasi, mengambil keputusan, dan menangani pelanggan tanpa keraguan.

g. Keterampilan Teknis

Petugas layanan masa kini harus menguasai perangkat dan sistem digital, seperti aplikasi pelacakan, CRM (*Customer Relationship Management*), atau sistem tiket (*ticketing system*). Keterampilan ini mendukung efisiensi kerja dan kualitas layanan.

h. Keterampilan Interpersonal dan Kerja Sama Tim

Berinteraksi dengan berbagai jenis pelanggan dan bekerja sama dengan rekan kerja memerlukan sikap terbuka, komunikatif, dan saling menghargai. Keterampilan interpersonal yang baik mendukung suasana kerja yang positif dan produktif.



a. Amati ilustrasi kasus-kasus berikut dengan cermat.

Paradisa Express Indonesia menjalin kerja sama eksklusif dengan sebuah *marketplace* besar untuk program pengiriman cepat (*express*). Program ini menjanjikan pengiriman dalam satu hari untuk wilayah Jawa dan Bali. Hari Jumat sore, sebuah situasi darurat terjadi yang menguji kemampuan tim layanan pelanggan.

1) Keluhan dari tujuh Pelanggan dalam Satu Jam

Dalam waktu 60 menit, CS menerima tujuh keluhan berbeda, yaitu:

- Paket belum sampai, padahal status sistem sudah “terkirim”.
- Paket tiba dalam kondisi basah.
- Paket yang berisi barang pecah belah tidak dilabeli “*fragile*” dan tiba dalam kondisi rusak parah.
- Pelanggan asing (berbahasa Inggris terbatas) tidak paham status pengiriman.
- Paket dikembalikan ke gudang karena nama penerima tidak ditemukan.
- Pelanggan yang tidak sabar menelepon berkali-kali dengan nada tinggi.
- Pelanggan mengeluh CS hanya menjawab “kami cek dulu”, tanpa penjelasan lanjut.

Maya, CS *shift* sore, harus tetap tenang dan menanggapi keluhan-keluhan tersebut satu per satu sambil bekerja sama dengan bagian pengiriman dan gudang.

2) Sistem *Tracking* Bermasalah

Sementara itu, Tia, petugas *digital tracking*, menyadari bahwa sistem *tracking error* akibat *update* yang gagal. Semua paket hari itu tidak bisa dilacak secara *online*. Sehingga, Tia harus melakukan hal-hal berikut.

- Menyampaikan informasi ke semua CS.
- Mengirim klarifikasi ke pelanggan via *email*.
- Menyusun penjelasan agar pelanggan tetap percaya.

3) Gudang Kelebihan Beban dan Salah Label

Di gudang, Edo menemukan bahwa beberapa paket yang dikirim ke Jakarta tertukar dengan paket yang bertujuan Surabaya. Ia mencoba memberitahu CS bahwa itu bukan kesalahan kurir, tetapi dari proses input label. Namun, saat Edo ke ruang CS, Maya sedang menerima pelanggan asing yang frustrasi karena tak memahami instruksi berbahasa Indonesia.



4) Kurir Dituduh Mencuri Barang

Sore itu, Pak Budi, kurir senior, kembali ke kantor karena dipanggil atasan. Seorang pelanggan menuduh bahwa ia membuka paket dan mengambil isi (barang elektronik kecil). Padahal saat pengambilan tanda tangan, pelanggan tidak membuka paket di tempat. CS dan atasan harus menangani hal tersebut dengan melakukan hal-hal berikut.

- a) Klarifikasi ke pelanggan.
- b) Melindungi reputasi kurir.
- c) Mengecek prosedur penyerahan barang dan dokumentasinya.

b. Berdasarkan kasus-kasus tersebut, lakukan identifikasi dengan mengisi tabel berikut.

Situasi	Keterampilan Utama yang Dibutuhkan	Penjelasan
Keluhan Pelanggan Beragam		
Sistem <i>Tracking Error</i>		
Masalah Gudang dan Komunikasi		
Komunikasi dengan Pelanggan Asing		
Tuduhan terhadap Kurir		

c. Jawablah pertanyaan berikut, lalu kemukakan pendapatmu.

- 1) Menurutmu, siapa di antara tim layanan yang menghadapi tekanan paling besar? Jelaskan alasannya!
- 2) Jika kamu berada di posisi Maya atau Edo, apa yang akan kamu lakukan terlebih dahulu? Jelaskan alasannya!
- 3) Jika kamu bertugas sebagai petugas layanan pelanggan dalam situasi kompleks seperti ini, keterampilan apa yang paling kamu butuhkan agar dapat menyelesaikan tugas dengan baik? Jelaskan alasannya!



- a. Perhatikan ilustrasi berikut dengan saksama.

Kamu adalah seorang karyawan Paradisa Express Indonesia. Atasanmu memberikan tugas penting, yaitu:

“Tolong cari tahu di luar sana, apa saja kesalahan pelayanan pelanggan yang sering terjadi? Lalu bantu kami memperbaikinya!”

- b. Perhatikan instruksi berikut untuk mengerjakan aktivitas ini.

- 1) Bentuklah kelompok yang terdiri atas 3–4 orang!
- 2) Untuk mengerjakan tugas pada ilustrasi tersebut, kamu dan teman kelompokmu akan bertindak seperti detektif layanan pelanggan. Kalian akan berselancar di internet (dapat melalui YouTube, TikTok, atau Instagram) untuk menemukan video atau gambar yang menunjukkan pelayanan logistik yang buruk. Misalnya, kurir melempar paket, CS membalas pesan dengan ketus, atau pelanggan marah karena tidak mendapat jawaban yang jelas.

- c. Setelah kalian menemukan videonya, diskusikanlah hal-hal berikut.

- 1) Kesalahan apa yang terjadi?
- 2) Keterampilan apa yang tidak digunakan dengan baik?
- 3) Jika kalian menjadi petugas dalam video tersebut, apa yang akan kalian lakukan?

- d. Setelah itu, buatlah laporan kelompok. Laporan tersebut berisi:

- 1) Judul kasus yang kalian analisis.
- 2) Ringkasan kejadiannya.
- 3) Kesalahan yang terjadi.
- 4) Keterampilan yang kurang dikuasai atau yang dilanggar.
- 5) Saran perbaikan menurut kelompok.

- e. Selanjutnya, kalian jelaskan hasil investigasi tersebut di hadapan guru dan kelompok lain (kalian dapat menggunakan cerita, poster, atau bahkan peragaan ulang isi video berdasarkan versi kalian).



2. Langkah-Langkah Pelayanan

Dalam industri logistik, pelanggan tidak hanya menilai kualitas jasa pengiriman dari barang yang mereka terima, tetapi juga dari pelayanan yang mereka dapatkan. Setiap interaksi antara pelanggan dan petugas layanan adalah kesempatan untuk menciptakan kesan positif dan loyalitas. Itulah sebabnya, memiliki wawasan, sikap kerja yang baik, serta etika pelayanan menjadi fondasi utama dalam menjalankan pelayanan pelanggan. Tanpa semua itu, layanan akan terasa dingin, membingungkan, atau bahkan mengecewakan.

Dalam kegiatan pelayanan pelanggan, baik di konter layanan maupun saat pengantaran oleh kurir, terdapat sejumlah langkah standar yang harus dilakukan secara profesional. Materi ini akan membahas dua jenis skenario pelayanan, yaitu pelayanan pelanggan di konter (loket/ *front office*) dan pelayanan oleh kurir saat mengantarkan paket.

a. Pelayanan Pelanggan di Konter

- 1) Berikan salam pembuka dan sambut pelanggan dengan sopan.
 - a) Sapa pelanggan dengan senyum dan salam, misalnya:
“Selamat pagi, ada yang bisa saya bantu?”
 - b) Pastikan sikap tubuh tegak, rapi, dan kontak mata dijaga secara sopan.
- 2) Dengarkan kebutuhan pelanggan secara aktif.
 - a) Tanyakan keperluan pelanggan dengan bahasa yang sopan.
 - b) Biarkan pelanggan menyampaikan kebutuhan atau keluhan tanpa disela.
 - c) Tunjukkan bahwa kamu mendengarkan (anggukan, ekspresi netral, atau mencatat jika perlu).
- 3) Gali informasi penting dan catat data dengan akurat.
 - a) Jika pelanggan ingin mengirim barang, catat jenis barang, tujuan, berat, dimensi, dan layanan yang dipilih.
 - b) Jika pelanggan bertanya atau komplain, tanyakan secara jelas dan ulangi kembali untuk memastikan pemahaman.
- 4) Jelaskan layanan secara jelas dan profesional.
 - a) Berikan informasi tentang jenis layanan, estimasi waktu pengiriman, biaya, dan kebijakan (misalnya retur atau asuransi).
 - b) Gunakan bahasa sederhana dan hindari istilah teknis jika pelanggan awam.
- 5) Lakukan proses input data dan pencetakan dokumen.
 - a) Pastikan data yang dimasukkan sesuai dengan yang disampaikan pelanggan.
 - b) Periksa ulang sebelum mencetak atau menyerahkan dokumen.
- 6) Serahkan bukti layanan dan tutup pelayanan dengan positif.
 - a) Serahkan resi atau bukti layanan dengan kedua tangan dan ucapkan terima kasih.

- b) Tambahkan kalimat penutup, seperti:
 “Terima kasih telah menggunakan layanan kami, semoga hari Anda menyenangkan.”
- 7) Tangani keluhan atau masalah dengan solusi yang jelas.
 - a) Jika ada keluhan, dengarkan dengan tenang dan catat secara lengkap.
 - b) Jelaskan langkah penanganan atau arahkan ke bagian yang tepat.
 - c) Tetap jaga sikap tenang, empati, dan profesional.

b. Pelayanan oleh Kurir saat Mengantarkan Paket.

- 1) Periksa dan siapkan barang yang akan dikirim.
 - a) Pastikan jumlah paket sesuai dengan daftar pengiriman.
 - b) Periksa kondisi fisik paket (tidak rusak, tertutup rapat, dan label jelas).
 - c) Siapkan alat bantu jika ada barang berat atau banyak.
- 2) Rencanakan rute pengantaran.
 - a) Susun rute perjalanan paling efisien berdasarkan wilayah atau waktu.
 - b) Gunakan aplikasi navigasi jika diperlukan.
- 3) Gunakan seragam dan identitas kerja.
 - a) Gunakan seragam yang rapi dan bersih.
 - b) Gunakan ID *card* atau tanda pengenal resmi.
 - c) Pastikan kendaraan dalam kondisi baik dan layak jalan.
- 4) Hubungi pelanggan sebelum sampai di lokasi.
 - a) Hubungi via telepon atau kirim pesan singkat untuk memastikan penerima ada di tempat.
 - b) Sampaikan percakapan dengan sopan, misalnya:
 “Selamat siang, saya dari (Nama Perusahaan) akan mengantarkan paket atas nama Bapak/Ibu (Nama Pelanggan). Apakah paket bisa diterima sekarang?”
- 5) Sampaikan paket dengan sopan dan hati-hati.
 - a) Sapa pelanggan dan pastikan identitas penerima sesuai.
 - b) Serahkan paket dengan dua tangan.
 - c) Tunjukkan resi atau nomor pengiriman jika diminta.
- 6) Mintalah tanda tangan penerimaan.
 - a) Gunakan aplikasi pengiriman atau lembar tanda terima.
 - b) Jika pelanggan tidak di tempat, ikuti prosedur internal (misalnya: titip ke tetangga, kembalikan ke gudang, atau jadwalkan ulang).
- 7) Fotokan paket sebagai bukti pengiriman (jika berlaku).



- a) Ambil foto paket di lokasi penerimaan (tanpa melanggar privasi).
 - b) Simpan dokumentasi sesuai SOP perusahaan.
- 8) Ucapkan terima kasih dan tutup interaksi dengan ramah.
Contoh: “Terima kasih, semoga hari Anda menyenangkan.”

Siapa Pelangganmu Hari Ini?



AKTIVITAS

1.11

Aktivitas Kelompok

- a. Perhatikan deskripsi singkat berikut.
Dalam aktivitas ini, kamu akan “bermain peran” menjadi petugas layanan pelanggan di konter dan kurir pengantar paket. Kamu dan kelompokmu akan menyusun skenario pelayanan dan mempraktikkannya di depan kelas.
- b. Kerjakan aktivitas ini berdasarkan instruksi berikut.
 - 1) Bentuk kelompok yang terdiri atas 4–5 orang.
 - 2) Bagilah peran setiap anggota kelompok.
 - a) Petugas di konter layanan.
 - b) Kurir pengantar paket ke rumah pelanggan.
 - c) Pelanggan yang kebingungan memilih layanan.
 - d) Pelanggan yang paketnya rusak saat dikirim.
 - e) Pelanggan yang terburu-buru dan tidak sabaran.
 - 3) Kembangkan skenario pendek (durasi 3–5 menit) berdasarkan langkah-langkah pelayanan yang telah dipelajari.
 - 4) Perankan peran kalian masing-masing berdasarkan skenario tersebut. Pastikan simulasi tersebut menunjukkan keterampilan berikut:
 - a) memberi salam;
 - b) mendengarkan secara aktif;
 - c) menggali kebutuhan;
 - d) memberi informasi layanan; dan
 - e) menutup interaksi dengan baik.
 - 5) Lakukan diskusi di akhir simulasi untuk menjawab pertanyaan berikut.
 - a) Apakah simulasi pelayanan yang kalian lakukan sudah berjalan dengan baik?
 - b) Apa yang perlu diperbaiki dari sistem pelayanan yang telah dilakukan dalam simulasi tersebut?

Pada Aktivitas 1.11, kamu bersama teman kelompokmu telah melakukan simulasi pelayanan dan mengidentifikasi jika masih ada sistem pelayanan yang perlu diperbaiki. Selanjutnya, kerjakanlah Aktivitas 1.12 berikut untuk melaporkan hasil kerja kelompokmu pada Aktivitas 1.11.

Analisis Langkah Pelayanan



AKTIVITAS

1.12

Aktivitas Individu

Berdasarkan Aktivitas 1.11, silakan kamu lengkapi tabel berikut.

Langkah Pelayanan	Apa Tujuan Langkah Ini?	Apa Dampaknya Jika Diabaikan?
Menyapa Pelanggan		
Mendengarkan Aktif		
(Lanjutkan sesuai dengan urutan langkah-langkah pelayanan pelanggan.)		

3. Menangani Pengaduan

Dalam dunia kerja, layanan pelanggan tidak berhenti pada satu interaksi saja. Perusahaan harus memiliki sistem yang jelas dalam menerima, menangani, dan memperbaiki layanan berdasarkan keluhan dan masukan pelanggan. Adapun tahap dalam menangani pengaduan pelanggan dapat kamu simak pada penjelasan berikut.



Gambar 1.4 Menangani Pengaduan Pelanggan



a. Mengidentifikasi Masalah Pengaduan

Langkah pertama dan paling penting dalam menangani pengaduan pelanggan adalah mengenali inti masalah yang mereka sampaikan. Petugas layanan pelanggan harus memiliki kemampuan mendengarkan secara aktif, tanpa menyela atau langsung memberi pembelaan. Biasanya, pelanggan akan menyampaikan keluhan dengan emosi, seperti marah, kecewa, atau bingung. Oleh karena itu, penting bagi petugas layanan untuk tetap tenang, memberikan perhatian penuh, serta mencatat setiap detail penting yang disampaikan.

Setelah mendengarkan keluhan pelanggan dengan saksama, ulangi kembali keluhan tersebut untuk memastikan bahwa petugas benar-benar memahaminya. Tunjukkan empati kepada pelanggan dengan menyatakan bahwa petugas mengerti kekecewaannya. Sampaikan permohonan maaf atas situasi yang terjadi dan nyatakan bahwa petugas siap membantu menyelesaikan masalah dengan sebaik mungkin.

b. Memberi Tanggapan terhadap Keluhan

Setelah memahami permasalahannya, berikan respons kepada pelanggan. Respons harus diberikan dengan empati, kejelasan, dan rasa tanggung jawab. Petugas layanan harus menunjukkan bahwa mereka benar-benar peduli, bukan hanya sekadar menjalankan tugas. Selain itu, sampaikan juga perkiraan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut agar pelanggan merasa tenang dan memiliki kepastian.

c. Menindaklanjuti Penanganan Pengaduan

Menangani pengaduan tidak berhenti hanya pada saat solusi disampaikan. Petugas layanan harus menindaklanjuti masalah hingga tuntas, memastikan bahwa solusi benar-benar dilakukan, dan pelanggan merasa puas.

Selain itu, petugas wajib menjelaskan pilihan solusi yang tersedia kepada pelanggan agar pelanggan memahami langkah apa saja yang bisa diambil untuk menyelesaikan masalahnya. Sampaikan juga secara jelas apa yang sedang dilakukan untuk menangani masalah tersebut agar pelanggan merasa dilibatkan dan dihargai.

Tindak lanjut ini harus didokumentasikan dengan baik, misalnya mencatat keluhan, solusi yang diberikan, dan langkah-langkah yang telah dilakukan ke dalam sistem perusahaan. Jika masalah serupa muncul di kemudian hari, data ini menjadi bahan penting untuk perbaikan layanan. Petugas juga perlu melaporkan hasil penanganan pengaduan kepada atasan jika diperlukan, sebagai bentuk tanggung jawab dan agar perusahaan dapat memantau kualitas pelayanan.

Langkah terakhir adalah selalu ucapkan terima kasih kepada pelanggan atas keluhan yang disampaikan. Keluhan adalah masukan berharga yang membantu perusahaan memperbaiki diri dan memberikan layanan yang lebih baik di masa depan.



Gambar 1.5 Saluran untuk Menerima Keluhan dan Masukan Pelanggan

4. Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan dengan tujuan agar mereka merasa puas, dihargai, dan diperlakukan secara istimewa. Dalam industri logistik, pelayanan prima bukan hanya sekadar mengantar barang dengan cepat, tetapi juga tentang bagaimana petugas logistik berinteraksi dengan pelanggan. Mulai dari menyapa, menjelaskan layanan, menangani keluhan, hingga memastikan barang sampai dengan aman.

Pelayanan prima dilakukan bukan hanya cepat, tapi juga ramah, tepat, dan jelas. Pelanggan merasa penting karena mereka dilayani dengan cara yang menyenangkan, dijawab dengan sopan, dan didengarkan kebutuhannya. Misalnya, ketika pelanggan datang ke konter pengiriman, petugas tidak hanya mencatat alamat, tetapi juga menjelaskan layanan yang cocok, estimasi waktu, serta membantu jika pelanggan mengalami kendala. Dalam pelayanan prima, terdapat beberapa tahapan penting, yaitu:

- a. Menunjukkan sikap positif dan ramah.

Langkah ini dapat ditunjukkan dengan penampilan yang rapi, nada suara yang sopan, dan sikap tubuh yang terbuka saat melayani pelanggan.

- b. Mengenali kebutuhan pelanggan.

Petugas harus dapat mendengarkan dengan baik dan memahami keinginan pelanggan. Misalnya, ketika pelanggan ingin barangnya cepat sampai atau pelanggan ingin barangnya dipastikan aman.



- c. Memberikan pelayanan yang aktif dan membantu.

Hal ini berarti bahwa petugas tidak hanya menunggu pelanggan bertanya, tetapi harus proaktif memberikan informasi, membantu pelanggan memilih layanan terbaik, dan memberikan solusi jika ada masalah.

- d. Menyelesaikan layanan dengan baik dan profesional.

Setiap permintaan harus ditangani hingga selesai. Jika ada kendala, petugas harus menjelaskan dan memberikan solusi, bukan hanya menyalahkan atau menghindar.

Detektif Layanan–Temukan Akar Masalah!



AKTIVITAS

1.13

Aktivitas Kelompok

- a. Amati ilustrasi kasus-kasus berikut dengan saksama.

Hari ini kalian akan berperan sebagai “Detektif Layanan”. Tugas kalian adalah menganalisis pengaduan pelanggan dan menemukan masalah utamanya. Setiap kelompok akan mendapatkan satu kasus pengaduan pelanggan dan kalian harus menggali informasi penting serta memberikan kesimpulan awal penyebab masalah.

1) Kasus 1: Paket Kosong

Seorang pelanggan bernama Pak Surya menghubungi CS karena paket yang diterima ternyata hanya berisi kardus kosong. Ia mengatakan bahwa paket terlihat seperti pernah dibuka dan direkatkan ulang. Paket dikirim dari Jakarta ke Solo dan tiba empat hari setelah pengiriman. Pak Surya merasa kecewa karena barang yang dipesan untuk acara penting tidak bisa digunakan.

2) Kasus 2: Chat Tidak Dibalas

Mbak Rani mengeluh karena sudah tiga kali mengirim pesan melalui WhatsApp CS mengenai status kiriman, tetapi tidak mendapat jawaban. Ia merasa diabaikan. Paket berisi souvenir untuk acara sekolah dan harus tiba tepat waktu. Ia merasa kecewa karena tidak bisa memberikan kabar kepada gurunya.

3) Kasus 3: Pengiriman Salah Alamat

Ibu Ayu menerima notifikasi bahwa paketnya sudah diterima, padahal ia belum menerima apapun. Setelah ditelusuri, ternyata paket dikirim ke alamat tetangga yang memiliki nama serupa. Kurir mengaku bingung karena label hampir rusak. Ibu Ayu meminta penjelasan dan kompensasi.

4) Kasus 4: Barang Rusak Saat Diterima

Pelanggan bernama Dimas menerima kiriman blender yang dipesan dari *marketplace*. Saat dibuka, salah satu bagian tutup blender pecah. Paket dikemas dalam plastik biasa tanpa *bubble wrap*. Dimas ingin tahu apakah ia bisa mendapatkan pengganti.

5) Kasus 5: Proses Terlalu Lama

Pak Arman mengeluh karena pengaduannya tentang paket hilang belum mendapat penyelesaian selama 10 hari. Ia sudah dua kali menelepon dan dijanjikan akan dihubungi kembali, tetapi belum juga ada kejelasan. Ia mengancam akan menulis review negatif di media sosial.

b. Berikut langkah pengerjaan untuk aktivitas ini.

- 1) Bentuklah kelompok yang terdiri atas 3–4 orang.
- 2) Pilihlah salah satu kasus pada ilustrasi di atas.
- 3) Diskusikanlah kasus yang telah dipilih untuk mengetahui dugaan penyebab dan alternatif solusi sementara untuk kasus tersebut.
- 4) Isilah formulir berikut untuk melaporkan hasil kerja kelompokmu.

Nama Kasus	:
Masalah Utama	:
Informasi Penting yang Harus Dicatat	:
Dugaan Penyebab	:
Alternatif Solusi Sementara	:

Untuk mencapai pelayanan prima, seorang petugas perlu memiliki sikap yang baik, perhatian yang tulus, dan tindakan yang nyata. Inilah yang disebut dengan konsep 3A yang menjadi pedoman penting dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Setelah mengerjakan Aktivitas 1.13, kamu dapat mengidentifikasi penyebab kasus layanan dan menemukan alternatif solusi sementara berdasarkan pengaduan pelanggan yang diterima. Selanjutnya, kamu akan mengerjakan Aktivitas 1.14 untuk menangani pengaduan pelanggan yang lebih kompleks.



**a.** Amati kasus berikut dengan saksama.

Beberapa hari terakhir, akun media sosial resmi Paradisa Express Indonesia dibanjiri komentar negatif. Hal itu terjadi setelah sebuah video berdurasi 42 detik diunggah oleh seorang pelanggan bernama @RiniMartiani di TikTok dan Instagram.

Dalam videonya, Rini menunjukkan paket kosmetik yang ia kirim ke temannya di Palembang, tiba dalam kondisi rusak parah: kardus sobek, isinya basah, dan sebagian kemasan pecah. Ia menyebutkan bahwa pengiriman dilakukan dari Jakarta dengan estimasi tiga hari, tetapi nyatanya sampai enam hari kemudian dan dalam kondisi “menyedihkan”. Dalam *caption*-nya, Rini menuliskan:

“Sudah telat, rusak pula! Tidak ada info sama sekali dari CS. Kirim hadiah ulang tahun jadi malu 😭. Jangan kirim pakai ini lagi ya, guys! #ParadisaExpress #kapok”

Video ini viral dan ditonton lebih dari 280 ribu kali, dengan komentar-komentar pelanggan lain yang mengaku pernah mengalami kejadian serupa, yaitu tidak mendapatkan *update*, barang rusak, dan CS yang sulit dihubungi. Manajemen Paradisa Express pun mulai panik karena:

- 1) Belum ada tim yang menjawab komentar atau memberikan klarifikasi.
- 2) Belum diketahui siapa kurir yang menangani pengiriman tersebut.
- 3) Tim *Customer Service* belum menindaklanjuti laporan Rini yang dikirim melalui *email* dua hari sebelumnya.

Perusahaan belum memiliki kebijakan baku untuk menangani krisis reputasi di media sosial.

b. Diskusikanlah kasus tersebut bersama kelompokmu, lalu jawablah pertanyaan berikut.

- 1) Apa masalah utama dari kasus tersebut?
- 2) Informasi apa saja yang harus segera dikumpulkan oleh tim layanan pelanggan?
- 3) Keterampilan apa yang dibutuhkan untuk menangani kasus tersebut secara profesional?
- 4) Bagaimana perusahaan harus menanggapi pelanggan dan merespons komentar publik?
- 5) Buatlah rencana penanganan dan langkah perbaikan untuk mencegah hal serupa terulang kembali.

a. Sikap (*Attitude*)

Attitude berarti sikap dasar yang ditunjukkan oleh petugas layanan dalam menghadapi pelanggan. Sikap yang baik mencerminkan kepribadian dan profesionalisme seseorang. Dalam pelayanan prima, setiap petugas harus memiliki sikap ramah, sopan, sabar, dan selalu siap membantu pelanggan. Senyum tulus, nada bicara yang lembut, serta bahasa tubuh yang positif akan menciptakan kesan pertama yang menyenangkan. Sikap yang baik membuat pelanggan merasa dihargai dan menjadi langkah awal dalam membangun kepercayaan terhadap perusahaan.

b. Perhatian (*Attention*)

Attention berarti memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan, keinginan, maupun keluhan pelanggan. Petugas layanan harus mendengarkan pelanggan dengan saksama tanpa memotong pembicaraan, menunjukkan empati, serta memahami situasi yang mereka hadapi. Dengan memberi perhatian tulus, pelanggan merasa diperhatikan dan dianggap penting. Dalam praktik logistik, perhatian ini bisa diwujudkan dengan memastikan detail pesanan benar, mencatat permintaan khusus, atau segera menindaklanjuti laporan pelanggan. Perhatian yang baik akan menumbuhkan rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

c. Tindakan (*Action*)

Action berarti melakukan tindakan nyata untuk memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan masalah pelanggan. Setelah menunjukkan sikap yang baik dan memberi perhatian penuh, langkah selanjutnya adalah bertindak cepat dan tepat. Petugas harus memberikan solusi yang jelas, memastikan proses pengiriman berjalan sesuai janji, serta menindaklanjuti keluhan hingga selesai. Tindakan yang nyata menunjukkan komitmen dan tanggung jawab perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan tindakan yang cepat, pelanggan merasa dilayani dengan sungguh-sungguh. Tentunya, hal tersebut akan memperkuat citra positif perusahaan logistik di mata masyarakat.

Adapun tujuan dari diadakannya pelayanan prima adalah untuk:

- a. Membuat pelanggan merasa puas dan percaya dengan layanan kita;
- b. Membantu pelanggan membuat keputusan saat memilih layanan pengiriman;
- c. Menjaga reputasi perusahaan logistik agar dikenal sebagai penyedia layanan yang bisa diandalkan;
- d. Mencegah terjadinya komplain, karena pelanggan sudah diberi informasi yang jelas dan dipandu dengan baik;



- e. Mencegah pelanggan berpindah ke pesaing dan membangun kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*);
- f. Memberikan pelayanan terbaik yang bahkan melampaui harapan pelanggan;
- g. Menjaga dan merawat hubungan dengan pelanggan agar mereka merasa diperhatikan dan dianggap penting; dan
- h. Mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dan terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Pelayanan pelanggan bukan hanya sekadar cepat dalam mengirim barang. Agar pelanggan merasa puas, perusahaan logistik harus memastikan pelayanan berkualitas. Salah satu cara mengukur kualitas pelayanan adalah melalui *ServQual* (*Service Quality*). Terdapat lima dimensi penting yang harus dijalankan bersama-sama untuk mewujudkan pelayanan yang berkualitas.

- a. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan menepati janji secara konsisten, memberikan layanan tepat, akurat, dan dapat dipercaya.

Contoh *reliability* di industri logistik:

- 1) Paket tiba sesuai jadwal *Estimate Time Arrival* (ETA) yang dijanjikan.
- 2) Data pengiriman tercatat benar, tidak keliru alamat.
- 3) Petugas selalu meng-*update* status pengiriman sesuai kenyataan.

- b. Jaminan (*Assurance*), yaitu layanan untuk membuat pelanggan merasa aman, yakin, dan percaya melalui pengetahuan, kesopanan, serta sikap profesional petugas.

Contoh *assurance* di industri logistik:

- 1) Petugas CS mampu menjelaskan prosedur pengiriman dengan yakin dan jelas.
- 2) Pegawai bersikap sopan, ramah, dan profesional.
- 3) Ada sertifikat jaminan keamanan barang bernilai tinggi.

- c. Nyata (*Tangible*), yaitu semua hal yang terlihat secara fisik dari pelayanan, baik tempat, fasilitas, hingga penampilan pegawai.

Contoh *tangible* di industri logistik:

- 1) Konter layanan bersih, rapi, dan nyaman.
- 2) Seragam pegawai rapi dan memakai identitas (*name tag*).
- 3) Brosur, papan informasi, dan aplikasi *tracking* jelas dan mudah dibaca.

- d. Empati (*Empathy*), yaitu kemampuan memahami perasaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan serta memberikan perhatian secara personal.

Contoh *empathy* di industri logistik:

- 1) Mendengarkan keluhan pelanggan tanpa memotong pembicaraan.
- 2) Menjawab pelanggan dengan sopan dan sabar, meski mereka sedang marah.
- 3) Berusaha mencari solusi terbaik sesuai kondisi pelanggan.

- e. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesigapan petugas dalam membantu pelanggan dengan cepat dan tepat, tanpa menunda-nunda.

Contoh *responsiveness* di industri logistik:

- 1) Segera membantu pelanggan yang menunggu di antrean.
- 2) Langsung memeriksa status barang pada saat pelanggan bertanya.
- 3) Memberi kabar cepat jika terjadi keterlambatan pengiriman.

5. Contoh Kasus

Kepuasan Pelanggan PT YPB Indonesia Menurun. Ada Apa dengan Layanannya?

a. Latar Belakang Kasus

PT YPB Indonesia, perusahaan manufaktur komponen otomotif, bekerja sama dengan perusahaan logistik untuk mengirimkan bahan baku dan produk ke beberapa pabrik partnernya. Selama bertahun-tahun, pelanggan merasa puas karena pengiriman selalu tepat waktu, informasi jelas, dan layanan CS responsif. Namun, enam bulan terakhir terjadi penurunan kepuasan pelanggan. Beberapa pabrik mengeluhkan hal-hal berikut.

- 1) keterlambatan pengiriman,
- 2) informasi *tracking* tidak akurat,
- 3) *respons customer service* lambat, dan
- 4) beberapa barang tiba dalam kondisi rusak.

Manajemen perusahaan logistik mulai khawatir. Jika masalah tidak ditangani, PT YPB bisa saja berpindah ke kompetitor.

Situasi terbaru pada bulan Januari, PT YPB melakukan survei internal terhadap 210 karyawan yang berhubungan langsung dengan kegiatan logistik. Hasilnya cukup mengejutkan, yaitu:

- 1) Hanya 50% pelanggan yang merasa puas;
- 2) Sebanyak 35% merasa layanan memburuk dibanding tahun lalu; dan



- 3) 15% Pelanggan paling sering mengeluhkan masalah keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*).

Tim logistik kemudian menganalisis data lebih lanjut. Berikut beberapa penemuan yang mereka dapatkan.

- 1) Keandalan Menurun
 - a) Ada peningkatan keterlambatan pengiriman hingga 22%.
 - b) Input data pesanan di sistem sering tidak lengkap.
- 2) Daya Tanggap Pegawai Menurun
 - a) CS membutuhkan waktu lama untuk membalas *email* keluhan.
 - b) Koordinasi antara gudang dan petugas pengiriman tidak lancar.
- 3) Empati dan Interaksi dengan Pelanggan juga Melemah

Beberapa CS dianggap kurang sabar dan tidak memahami konteks urgensi pelanggan.
- 4) Bukti Fisik (*Tangible*) Kurang Mendukung
 - a) Area gudang berantakan sehingga waktu pencarian barang menjadi lebih lama.
 - b) Label pengiriman tidak rapi dan menyebabkan salah kirim.

b. Akibat

Manajemen YPB mengirim catatan resmi kepada perusahaan logistik:

“Kami mengharapkan kualitas layanan yang lebih konsisten. Jika tidak ada perbaikan dalam 3 bulan ke depan, kami akan mempertimbangkan bekerja sama dengan penyedia layanan lain.”

Ancaman ini membuat perusahaan logistik harus bergerak cepat.

c. Tindakan Perusahaan Logistik

Untuk memahami masalah secara lebih dalam, pihak manajemen melakukan analisis dan menemukan bahwa:

- 1) 49,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi langsung oleh kualitas layanan logistik.
- 2) 50,6% sisanya dipengaruhi faktor lain, seperti pelatihan pegawai, motivasi kerja, dan koordinasi internal.

Hal tersebut berarti bahwa kualitas layanan (ketepatan waktu, respons, sikap petugas, dan tampilan area layanan) harus menjadi fokus utama untuk diperbaiki.

Misi Audit Layanan: Cari yang Prima di Sekitarmu!



AKTIVITAS

1.15

Aktivitas Individu

Pernahkah kamu berbelanja secara *online* atau pergi ke agen ekspedisi, lalu kamu merasa: “Wah, CS-nya ramah sekali.” atau mungkin sebaliknya: “Th, kok jawabannya singkat dan jutek, sih.” dan sebagainya. Nah, sekarang giliran kamu yang akan menjadi pengamat layanan.

Pada aktivitas ini, kamu akan menilai apakah suatu jasa layanan pelanggan sudah menerapkan pelayanan prima atau belum. Berikut tugas yang harus kamu lakukan.

- a. Pilihlah salah satu tempat layanan pelanggan di sekitarmu!
(Bisa tempat yang pernah kamu datangi, tempat atau orang yang pernah kamu lihat langsung, atau bahkan toko *online* yang pernah kamu kunjungi. Misalnya, J&T, JNE, kantor pos, kurir COD, *marketplace*, dan sebagainya.)
- b. Lakukan pengamatan (dengan cara menyaksikan secara langsung/membaca *review*/melakukan wawancara ringan), lalu jawablah pertanyaan berikut!
 - 1) Bagaimana cara mereka menyapa pelanggan?
 - 2) Apakah info layanan yang mereka berikan sudah cukup jelas?
 - 3) Jika ada keluhan, bagaimana cara mereka menanggapi?
 - 4) Apakah ada kesan profesional, ramah, dan tepat waktu?
- c. Bandingkan layanan mereka dengan prinsip layanan prima berikut!
 - 1) Komunikasi oke.
 - 2) Ada empati.
 - 3) Cepat dan tepat.
 - 4) Nyaman untuk pelanggan.
- d. Pilihlah salah satu format berikut untuk mendeskripsikan hasil pengamatanmu!
 - 1) Laporan singkat (cukup satu halaman) dengan judul “Layanan Ini Sudah Prima/ Belum Prima karena”
 - 2) Desain infografik kreatif (bisa menggunakan Canva, PowerPoint, atau digambar secara manual).
- e. Tuliskan kesimpulanmu dan berikan bintang 1–5 untuk kualitas pelayanan tersebut!





Uji Kompetensi

A. Pengetahuan

Soal Pilihan Ganda

Jawablah pertanyaan berikut dengan memilih salah satu jawaban yang tepat!

1. Pelayanan pelanggan dalam konteks logistik adalah ...
 - a. Proses mengelola gudang secara efisien.
 - b. Proses menyampaikan barang ke pelanggan.
 - c. Proses memenuhi permintaan pelanggan.
 - d. Proses promosi layanan kepada pelanggan.
 - e. Proses mengelola arus dokumen perusahaan.
2. Berikut ini yang termasuk pelanggan internal adalah ...
 - a. Bu Rina, pemilik toko *online* yang sering mengirim barang.
 - b. Divisi Produksi yang meminta bahan baku dari gudang.
 - c. Pelanggan asing yang mengirim barang ke luar negeri.
 - d. Konsumen *marketplace* yang membeli barang.
 - e. Pembeli langsung di toko ritel.
3. Pengiriman barang dari perusahaan kepada individu atau rumah tangga merupakan jenis model bisnis ...
 - a. B2B
 - b. C2C
 - c. G2G
 - d. B2C
 - e. B2E
4. Salah satu prinsip pelayanan prima adalah ...
 - a. menunda pekerjaan saat banyak pelanggan
 - b. menghindari pelanggan yang marah
 - c. menjawab pertanyaan pelanggan dengan singkat
 - d. bersikap ramah dan memberikan solusi yang jelas
 - e. fokus pada tugas saja tanpa berkomunikasi
5. Contoh layanan pelanggan dalam bentuk tertulis adalah ...
 - a. memberi salam kepada pelanggan
 - b. membalas *email* keluhan pelanggan
 - c. memberikan bantuan mengangkat barang
 - d. menjelaskan layanan secara langsung
 - e. menjawab telepon dari pelanggan

6. Kegiatan memberikan solusi dan tindak lanjut setelah barang diterima termasuk ke dalam
- pre-transaction service*
 - mid-service*
 - delivery process*
 - post-transaction service*
 - tracking support*
7. Seorang pelanggan datang dengan marah-marah karena paketnya rusak. Langkah pertama yang harus dilakukan petugas CS adalah
- membela perusahaan
 - menyalahkan kurir
 - menenangkan dan mendengarkan keluhan secara aktif
 - meminta pelanggan menunggu sampai tenang
 - mengisi formulir pengaduan tanpa bicara
8. Perbedaan utama antara pelanggan internal dan eksternal adalah . . .
- Pelanggan internal lebih cerewet, sedangkan pelanggan eksternal lebih ramah.
 - Pelanggan internal berasal dari luar negeri, sedangkan pelanggan eksternal berasal dari dalam negeri.
 - Pelanggan internal tidak membayar layanan, sedangkan pelanggan eksternal membayar layanan.
 - Pelanggan internal adalah pelanggan yang hanya menggunakan layanan ekspres.
 - Pelanggan internal mengelola gudang, sedangkan pelanggan eksternal membeli barang.
9. Dalam pelayanan, empati bermakna
- mengikuti semua permintaan pelanggan tanpa batas
 - memahami dan merasakan kondisi pelanggan
 - memberi diskon kepada pelanggan
 - menawarkan layanan mahal terlebih dahulu
 - menghindari masalah dengan pelanggan
10. Layanan tambahan yang berguna untuk melindungi barang bernilai tinggi disebut
- tracking*
 - label fragile*
 - layanan ekspres
 - asuransi pengiriman
 - layanan dokumen



Soal Esai

Jawablah pertanyaan berikut dengan tepat!

1. Jelaskan perbedaan antara pelanggan internal dan pelanggan eksternal dalam industri logistik beserta contohnya!
2. Mengapa penting bagi petugas layanan pelanggan untuk memiliki keterampilan mendengarkan aktif? Jelaskan dengan contoh situasi!
3. Sebutkan dan jelaskan tiga tahapan dalam pelayanan pelanggan menurut National Council of Physical Distribution Management!
4. Dalam kasus pelanggan marah karena barang datang rusak, langkah-langkah profesional apa saja yang harus dilakukan oleh petugas layanan?
5. Menurutmu, apa yang akan terjadi jika pelayanan pelanggan dilakukan tanpa empati dan komunikasi yang baik? Jelaskan dampaknya terhadap perusahaan!

B. Keterampilan

1. Perhatikan ilustrasi berikut!

Layanan Pelanggan Logistik Paradisa Express Indonesia

Kamu adalah staf layanan pelanggan di PT Paradisa Express Indonesia, perusahaan jasa logistik nasional. Tugasmu adalah menangani pengiriman barang untuk pelanggan bisnis (B2B) dan memastikan pengiriman tepat waktu, aman, dan sesuai permintaan pelanggan.

a. Data Pelanggan

PT Mega Elektronik, perusahaan elektronik di Bandung, memesan pengiriman 120 unit *rice cooker* ke tiga toko cabangnya di Pulau Jawa, yaitu:

- 1) Semarang : 40 unit
- 2) Surabaya : 40 unit
- 3) Yogyakarta : 40 unit

b. Permintaan Khusus PT Mega Elektronik

- 1) Pengiriman dimulai pada tanggal 5 Juli dan barang harus sampai paling lambat tanggal 8 Juli.

- 2) Total biaya pengiriman tidak boleh lebih dari Rp250.000,00.
- 3) Barang tidak boleh rusak.
- 4) Harus ada *tracking* aktif.

c. Informasi Layanan PT Paradisa Express

Kota Tujuan	Moda Transportasi	Estimasi Waktu	Biaya Per Kota	Keterangan
Semarang	darat (truk)	2 hari	Rp70.000,00	<i>tracking</i> aktif
Surabaya	darat (truk)	3 hari	Rp90.000,00	<i>tracking</i> aktif
Yogyakarta	darat (truk)	2 hari	Rp60.000,00	<i>tracking</i> aktif

Keterangan: Asuransi per kota (opsional): Rp5.000,00

2. Tahap 1: Merencanakan Pengiriman Pelanggan Korporat

a. Isilah formulir identifikasi kebutuhan pelanggan berikut!

Keterangan	Jawaban
Nama Pelanggan	
Jenis Barang	
Jumlah Barang	
Batas Waktu Pengiriman	
Batas Total Biaya Pengiriman	

b. Rencanakan pengiriman!

Kota Tujuan	Moda Transportasi	Tanggal Kirim	ETA (Tanggal Tiba)	Biaya Pengiriman	Alasan Memilih Moda
Semarang					
Surabaya					
Yogyakarta					



c. Hitung total biaya pengiriman (termasuk asuransi jika diambil)!

1) Semarang

- Biaya pengiriman = Rp
- Asuransi = Rp
- Total = Rp

2) Surabaya

- Biaya pengiriman = Rp
- Asuransi = Rp
- Total = Rp

3) Yogyakarta

- Biaya pengiriman = Rp
- Asuransi = Rp
- Total = Rp

Total biaya keseluruhan (Semarang + Surabaya + Jakarta) adalah . . .

3. Tahap 2: Menangani Keluhan Cabang Surabaya

Kasus:

Pada tanggal 7 Juli, barang sudah tiba di Semarang dan Yogyakarta tepat waktu. Tetapi, cabang Surabaya menghubungi kantor pusat karena barang belum datang. Sopir truk melaporkan bahwa ada kemacetan parah di jalur tol, sehingga pengiriman terlambat satu hari.

Kepala Toko Surabaya menelpon dan berkata:

“Kami kecewa karena barang belum sampai. Toko sudah pasang iklan promo *rice cooker*. Tolong beri kabar dan solusi secepatnya!”

Berikut tugas yang harus kamu kerjakan.

- a. Buatlah kalimat penjelasan tentang penyebab keterlambatan!
- b. Buatlah kalimat singkat untuk meminta maaf kepada Kepala Toko Surabaya!
- c. Berikan solusi atau langkah selanjutnya (misalnya konfirmasi ETA baru, diskon, dan sebagainya)!
- d. Isilah formulir evaluasi penanganan keluhan berikut!

Pertanyaan	Jawaban
Apakah pelanggan menerima solusi?	
Apakah solusi efektif?	
Apa pelajaran dari kejadian ini?	

4. Tahap 3: Monitoring dan Evaluasi Layanan

Berikut tugas yang harus kamu kerjakan.

- a. Buatlah Laporan Monitoring Pengiriman!

Kota Tujuan	ETA Dijanjikan	Tiba Sebenarnya	Status Pengiriman	Respons Pelanggan
Semarang				
Yogyakarta				
Surabaya				

- b. Isilah formulir survei kepuasan pelanggan berikut (skala 1–5)!

Aspek	Semarang	Yogyakarta	Surabaya
Kecepatan			
Ketepatan Waktu			
Kondisi Barang			
Komunikasi Customer Service			

- c. Tulislah dua rekomendasi perbaikan layanan!

- 1)
- 2)





PENGAYAAN

Projek Mini: Desain Konter Layanan Impian

Kamu ditugaskan untuk merancang tata letak konter layanan pelanggan di perusahaan logistik (misalnya, Paradisa Express Indonesia). Desainmu harus mencerminkan konter yang:

1. ramah pelanggan;
2. tertib dan efisien; dan
3. mampu menangani pelanggan dalam berbagai kondisi (ramai, kebutuhan khusus, dan sebagainya).

Desain tersebut dapat kamu sajikan dalam bentuk:

1. Gambar manual (dengan pensil/spidol dan diberi keterangan);
2. Desain digital (Canva/PowerPoint/aplikasi desain lainnya); atau
3. Maket miniatur (dari kardus atau bahan sederhana).

Adapun hal-hal yang harus tercantum dalam desain tersebut, di antaranya:

1. Meja layanan pelanggan;
2. Kursi tunggu dan jalur antrean;
3. Area pengisian formulir/penyerahan dokumen;
4. *Signage* (penunjuk arah, nomor antrean, nama layanan, dan sebagainya);
5. Area khusus pelanggan prioritas (lansia, ibu hamil, dan sebagainya);
6. Pojok bantuan/informasi tambahan;
7. Tempat *display* brosur atau layar informasi;
8. Sirkulasi petugas dan alur layanan (panah atau penanda); dan
9. Elemen kenyamanan: AC, dispenser, dekorasi ringan (sesuai imajinasimu).



REFLEKSI

Setelah mengikuti rangkaian pembelajaran pada Bab 1, kamu telah mempelajari berbagai hal penting seputar pelayanan pelanggan dalam konteks logistik. Kamu tidak hanya mengenal konsep dasar, tetapi juga telah mengalami simulasi, diskusi kasus, menyusun rencana layanan, hingga menangani keluhan secara profesional.

Melalui aktivitas-aktivitas tersebut, kamu telah berlatih untuk menjadi tenaga kerja logistik yang siap menghadapi pelanggan dengan komunikasi yang baik, empati, kecepatan respons, serta pemahaman terhadap jenis dan kebutuhan pelanggan. Apakah tujuan pembelajaran telah tercapai? Yuk, kita cek bersama!

Berilah tanda centang (✓) pada tujuan pembelajaran yang sudah kamu kuasai!

Tujuan Pembelajaran (TP)	Sudah Saya Kuasai
Melaksanakan pelayanan pelanggan dengan baik.	
Menerapkan keterampilan dalam melayani pelanggan.	

Pertanyaan Refleksi Diri:

1. Dari semua aktivitas pembelajaran, aktivitas mana yang paling membuat kamu merasa “belajar sungguh-sungguh”? Jelaskan alasannya!
2. Apakah kamu merasa percaya diri jika suatu saat menghadapi pelanggan di tempat kerja logistik? Jika belum, apa yang ingin kamu latih lebih lanjut?
3. Jika kamu menjadi petugas pelayanan pelanggan, sikap apa yang akan selalu kamu pegang dalam menghadapi pelanggan dari berbagai latar belakang?



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Manajemen Logistik untuk SMK/MAK Kelas XII

Penulis: Dela Dewi Ramdani, Deary Wahyu Nugroho

ISBN: 978-634-00-3307-6 (jil.2 PDF)

Bab



TEKNOLOGI DAN SISTEM INFORMASI LOGISTIK

Mengapa pengelolaan logistik dalam sebuah perusahaan modern tidak lagi hanya mengandalkan tenaga manusia, tetapi telah melibatkan bantuan sistem informasi?





Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari Bab 2, kamu akan mampu mengidentifikasi teknologi logistik dan transformasi digital, memahami sistem informasi logistik, serta mengimplementasikan WMS dan DMS sebagai aplikasi logistik.

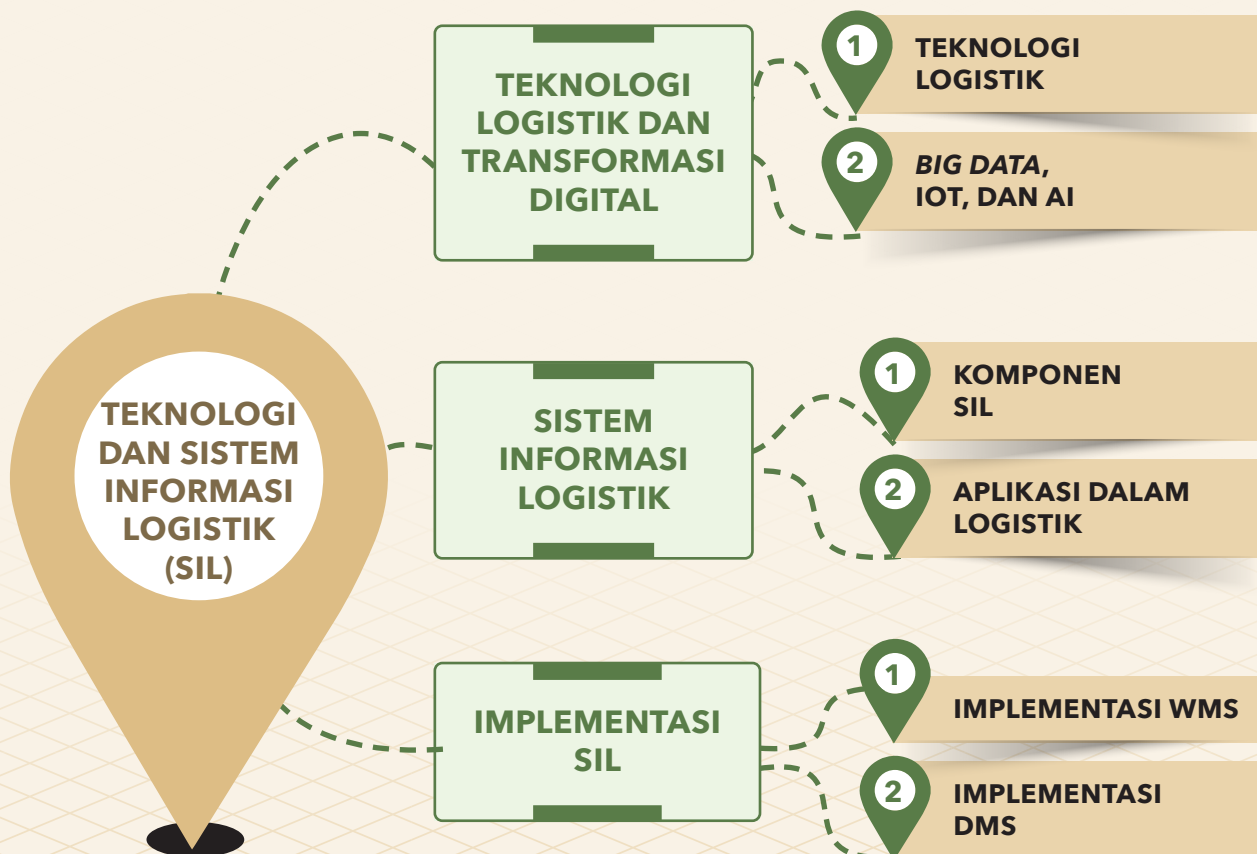


Kata Kunci

- Sistem Informasi Logistik (SIL)
- teknologi
- *software*



Peta Materi



Pernahkah kamu memesan barang secara *online* dan kamu khawatir barang tersebut tidak sampai kepadamu tepat waktu?

Di era digital ini, kita semua akrab dengan belanja *online*. Tinggal klik, pilih barang, bayar, dan menunggu barang tiba. Nah, pernahkah kamu penasaran, bagaimana caranya sebuah barang bisa berpindah dari gudang penjual, melintasi kota, bahkan pulau, sampai akhirnya tiba di tanganmu dengan selamat? Atau bagaimana sebuah toko bisa mengetahui persis ada berapa stok barang di gudang tanpa harus menghitungnya satu per satu?

Inilah keajaiban di balik layar yang kita sebut dengan Sistem Informasi Logistik (SIL). Bayangkan sebuah otak besar yang bekerja di balik setiap paket yang kamu terima, setiap rak di minimarket yang terisi penuh, atau bahkan setiap bahan baku yang sampai ke pabrik. SIL seperti “otak” super canggih yang mengatur dan mengelola semua pergerakan barang, mulai dari ketika bahan baku dibeli, diproduksi, disimpan di gudang, hingga akhirnya dikirimkan ke pelanggan.

Dalam bab ini, kamu akan menyelami lebih dalam bagaimana SIL mengubah dunia logistik dari yang rumit dan manual menjadi efisien, cepat, dan terorganisasi. Kita akan melihat bagaimana teknologi modern, seperti perangkat lunak, internet, dan alat canggih lainnya bekerja sama untuk memastikan rantai pasok berjalan dengan mulus. Siapkah kamu menjelajahi dunia di balik layar yang membuat segala sesuatu sampai tepat waktu? Mari kita mulai pembelajaran ini!



A. Teknologi Logistik dan Transformasi Digital

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah memberi perubahan pada industri logistik. Proses yang sebelumnya dilakukan secara manual kini bergeser menuju sistem yang serba otomatis, terintegrasi, dan berbasis data. Perubahan ini tidak hanya mempercepat aliran barang, tetapi juga meningkatkan akurasi, efisiensi, dan transparansi dalam setiap tahap rantai pasok. Untuk memahami dampak nyata dari transformasi ini, kita perlu mengenal lebih dekat berbagai teknologi logistik yang digunakan saat ini, mulai dari alat otomatis di gudang, sistem pelacakan digital, hingga teknologi cerdas yang membantu proses distribusi. Pemahaman terhadap teknologi logistik menjadi langkah awal bagimu untuk memahami bagaimana dunia logistik terus berkembang dan beradaptasi dengan kemajuan zaman.

1. Teknologi Logistik

Logistik masa kini tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Berbagai alat digital sudah mengubah cara barang disimpan di gudang, dipindahkan, hingga dipantau saat perjalanan. Hasilnya, rantai pasok menjadi lebih cepat, akurat, dan transparan. Beberapa teknologi yang sering digunakan di dunia logistik, di antaranya kendaraan otomatis di gudang (AGV/AMR), sistem konveyor, robot penyimpan barang (AS/RS), *robot picking*, GPS untuk pelacakan kendaraan, *barcode*, dan RFID untuk mengidentifikasi barang, hingga *drone* untuk membantu inventarisasi atau pengiriman. Semua teknologi tersebut membuat pekerjaan logistik lebih efisien dan dapat meminimalkan kesalahan.



Gambar 2.1 AGV/AMR

a. *Automated Guided Vehicles (AGV)/Autonomous Mobile Robots (AMR):*

Kendaraan otonom yang bergerak di gudang untuk memindahkan palet, karton, atau barang lainnya tanpa intervensi manusia. AGV/AMR dapat meningkatkan efisiensi pemindahan barang, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan keselamatan.



Gambar 2.2 Konveyor

b. Konveyor:

Alat yang digunakan untuk memindahkan barang secara otomatis di sepanjang jalur tetap di gudang, mempercepat alur kerja, dan mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manual.



c. **Automated Storage and Retrieval Systems (AS/RS):**

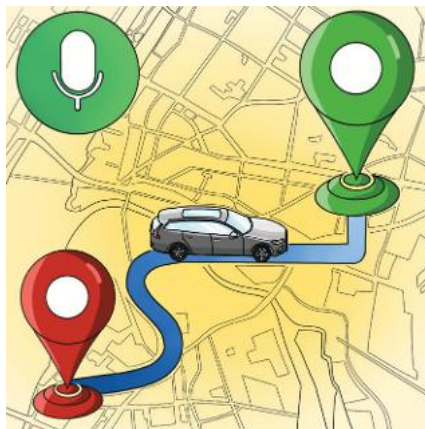
Sistem otomatis yang menyimpan dan mengambil barang dari rak penyimpanan dengan kecepatan tinggi dan kepadatan penyimpanan yang optimal.

d. **Robot Picking:**

Robot yang dirancang khusus untuk mengambil dan menempatkan barang dari rak penyimpanan serta meningkatkan kecepatan dan akurasi proses *picking*. Contohnya termasuk *robotic arm* dan *collaborative robot*.

e. **Global Positioning System (GPS):**

Alat yang digunakan untuk pemantauan lokasi kendaraan pengiriman secara *real-time*, optimalisasi rute, dan perkiraan waktu kedatangan (ETA) yang akurat.



Gambar 2.5 GPS



Gambar 2.3 AS/RS



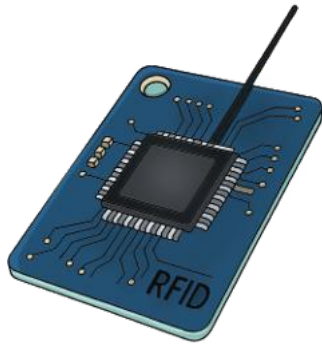
Gambar 2.4 Robot Picking

f. **Barcode:**

Kode visual yang dapat dibaca oleh *scanner* optik dan mewakili data produk, seperti SKU (*Stock Keeping Unit*), nomor seri, atau informasi lainnya. Alat ini digunakan secara luas untuk pelacakan barang, manajemen inventori, dan *point-of-sale*. *Barcode* bermanfaat untuk peningkatan kecepatan input data, pengurangan kesalahan manusia, dan pelacakan barang yang efisien.



Gambar 2.6 Barcode Scanner



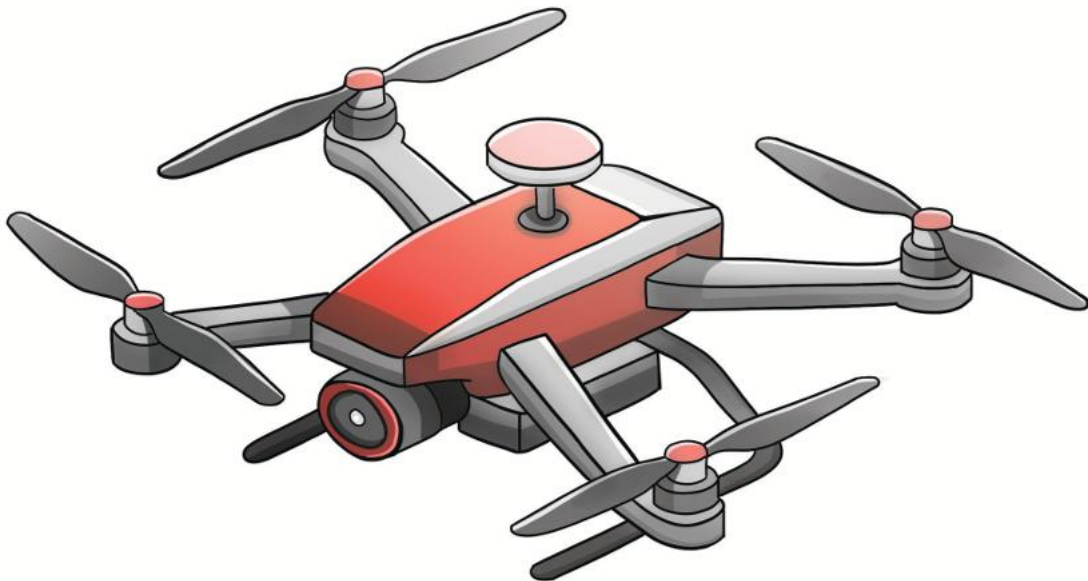
Gambar 2.7 RFID

g. Radio Frequency Identification (RFID):

Teknologi identifikasi nirkabel yang menggunakan gelombang radio untuk mengidentifikasi dan melacak objek. RFID memungkinkan pelacakan barang yang lebih cepat dan akurat daripada *barcode scanner*, terutama dalam volume besar.

h. Drone:

Alat ini dapat digunakan untuk menginspeksi gudang, inventarisasi stok di rak tinggi, atau pengiriman *last-mile* di area tertentu.



Gambar 2.8 Drone



Kartu Identitas



AKTIVITAS

2.1

Aktivitas Kelompok

Berdasarkan materi yang telah dibahas, pilihlah minimal empat teknologi yang paling menarik perhatianmu (contoh: RFID, GPS, *Barcode*, Robotika Gudang, atau AS/RS). Setelah itu, kerjakanlah aktivitas ini dengan mengikuti langkah-langkah berikut.

- a. Untuk setiap teknologi yang kamu pilih tersebut, buatlah “kartu identitas” singkat yang berisi hal-hal berikut.
 - 1) Nama Teknologi (Contoh: RFID):
 - 2) Fungsi Utama (Apa peran utamanya dalam logistik?)
 - 3) Manfaat Terbesar (Apa keuntungan paling signifikan dari penggunaan teknologi tersebut?)
- b. Jelaskan mengapa setiap teknologi tersebut penting untuk dipahami? (Bayangkan kamu sedang menjelaskan hal tersebut kepada seorang pemula di bidang logistik.)

Tech Hunter



AKTIVITAS

2.2

Aktivitas Kelompok

Pada Aktivitas 2.2, kamu juga akan berperan sebagai “*Tech Hunter*” atau Pemburu Teknologi Logistik. Bayangkan kalian sedang dikirim oleh sebuah perusahaan logistik besar untuk mencari tahu tentang teknologi apa saja yang membuat rantai pasok berjalan lebih cepat dan efisien.

Misi kalian adalah menemukan contoh nyata teknologi logistik di sekitar kalian. Contoh nyata tersebut dapat berasal dari pengalaman sehari-hari (seperti melihat *barcode* di kasir minimarket, kurir dengan aplikasi *tracking*, atau robot gudang di video internet), dari lingkungan sekitar, atau dari informasi di internet.

Setelah itu, setiap kelompok akan membuat poster mini atau cerita singkat yang menjelaskan beberapa hal berikut.

- a. Teknologi apa yang kalian temukan?
- b. Bagaimana cara kerjanya dalam logistik?
- c. Mengapa teknologi tersebut penting untuk masa depan logistik?

Pada akhir kegiatan, silakan presentasikan temuan kalian tersebut di hadapan guru dan kelompok lain (seperti tim peneliti yang melaporkan hasil ekspedisi teknologi).

2. Big Data, IoT, dan AI

Dunia logistik saat ini tidak hanya berbicara tentang gudang, truk, atau kurir saja. Teknologi canggih sudah memasuki dunia logistik dan membuat cara kerja logistik berubah total. Tiga teknologi besar yang paling banyak dibicarakan adalah *Big Data*, *Internet of Things* (IoT), dan *Artificial Intelligence* (AI).

Big Data adalah istilah untuk menyebut kumpulan data yang jumlahnya sangat besar, kompleks, dan terus bertambah setiap detik. Data ini dapat berasal dari transaksi pelanggan, riwayat pengiriman, catatan gudang, hingga sensor pada kendaraan. Jika dianalisis dengan benar, *Big Data* dapat memberikan pola dan prediksi, misalnya mengetahui kapan permintaan pengiriman meningkat atau jalur mana yang paling sering macet. Dengan begitu, perusahaan dapat membuat keputusan lebih tepat dan efisien.

Internet of Things (IoT) adalah konsep tentang benda atau objek dilengkapi dengan teknologi, seperti sensor dan perangkat lunak, sehingga mampu saling terhubung, bertukar data, bahkan dikendalikan melalui jaringan internet. Dalam dunia logistik, IoT banyak diterapkan melalui sensor, GPS, atau perangkat yang ditempel pada barang maupun kendaraan. Misalnya, sensor suhu pada truk pendingin dapat mengirimkan data otomatis ke sistem ketika terjadi perubahan suhu atau GPS yang menunjukkan posisi paket secara *real-time*, seolah-olah barang tersebut “berbicara” dan melaporkan kondisinya langsung ke sistem. Penerapan IoT juga membawa manfaat besar dalam transportasi modern, seperti pada mobil dengan fitur autopilot yang mampu berjalan sendiri. Kehadiran teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga diharapkan mampu menekan angka kecelakaan di jalan secara signifikan.

Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan adalah teknologi yang mampu meniru cara berpikir manusia dan membuat keputusan otomatis. Dalam logistik, AI dapat digunakan untuk memilih rute tercepat dengan mempertimbangkan kondisi lalu lintas saat itu, mengatur penyimpanan barang di gudang agar lebih efisien, bahkan menjawab pertanyaan pelanggan melalui chatbot yang tersedia 24 jam. AI membantu pekerjaan menjadi lebih cepat, akurat, dan minim kesalahan manusia.

Ketika ketiga teknologi tersebut (*Big Data*, IoT, dan AI) digabungkan, maka terciptalah logistik modern yang lebih pintar, efisien, dan responsif. Perusahaan dapat melacak barang secara *real-time*, memprediksi kebutuhan pelanggan sebelum mereka memintanya, serta menekan biaya operasional.

Itulah sebabnya, bagi generasi muda yang belajar logistik saat ini, memahami *Big Data*, IoT, dan AI bukan sekadar materi tambahan, tetapi merupakan sebuah kebutuhan. Di masa depan, siapa pun yang bekerja di dunia logistik pasti akan bersentuhan dengan teknologi ini setiap hari.





Bayangkan kamu adalah tim analis logistik di Bright Express. Perusahaan tersebut sedang menghadapi masalah, yaitu jumlah paket yang dikirim semakin banyak, tetapi sering terjadi keterlambatan. Pihak manajemen memintamu untuk menganalisis data sederhana, lalu memberikan saran untuk menggunakan teknologi *Big Data*, IoT, dan AI agar dapat membantumu menyelesaikan masalah tersebut.

a. *Big Data* (Jumlah Paket dan Keterlambatan)

Hari	Jumlah Paket	Keterlambatan (Paket)
Senin	120	15
Selasa	140	20
Rabu	180	25
Kamis	200	35
Jumat	160	18
Sabtu	100	10

b. Misimu

- Analisis Data (*Big Data*)
 - Pada hari apa terjadi jumlah keterlambatan paling tinggi?
 - Apakah ada hubungan antara jumlah paket dengan jumlah keterlambatan?
- Solusi dengan IoT

Bayangkan jika semua kendaraan dilengkapi dengan GPS dan sensor suhu/posisi, bagaimana IoT dapat membantu mengurangi keterlambatan?
- Solusi dengan AI

Jika perusahaan menggunakan AI untuk memilih rute dan menjadwalkan kurir, bagaimana hal tersebut dapat memperbaiki data keterlambatan di atas?
- Kesimpulan

Bagaimana *Big Data*, IoT, dan AI dapat bekerja bersama untuk membuat Bright Express lebih efisien?

B. Sistem Informasi Logistik (SIL)

Setelah memahami berbagai teknologi yang digunakan dalam logistik, seperti robot, konveyor, *barcode*, dan RFID, kamu dapat melihat bahwa teknologi ini tidak akan berjalan optimal jika berdiri sendiri. Semua data dari teknologi tersebut perlu dikumpulkan, diolah, dan dipantau secara terintegrasi. Di sinilah sistem informasi logistik berperan sebagai penghubung utama yang membuat teknologi bekerja lebih efektif.

Sistem informasi dapat diibaratkan seperti “otak digital” dalam sebuah perusahaan. Otak digital tersebut terdiri atas banyak bagian yang bekerja sama untuk mengumpulkan data, mengolahnya, lalu menyajikannya kembali ke dalam bentuk informasi yang berguna. Dengan sistem ini, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat.

Dalam dunia logistik, sistem informasi bagaikan tulang punggung yang menghubungkan semua kegiatan, mulai dari mencatat persediaan barang di gudang, merencanakan transportasi, hingga melacak paket yang sedang dikirim. Jadi, sistem informasi logistik bukan hanya sekadar soal komputer atau aplikasi, tetapi juga bagaimana manusia menggunakannya sesuai prosedur agar informasi yang keluar benar-benar bermanfaat.

1. Komponen Sistem Informasi Logistik

Sistem informasi yang efektif terdiri atas lima komponen utama yang saling terkait dan bekerja secara sinergis.



Gambar 2.9 Perangkat Keras



Gambar 2.10 Perangkat Lunak

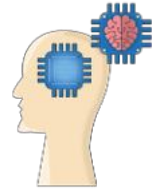


Gambar 2.11 Data

- a. Perangkat Keras (*Hardware*) adalah semua komponen fisik yang membentuk sistem, seperti komputer server, *workstation*, perangkat *mobile* (*tablet*, *smartphone*), pemindai *barcode*, *printer*, dan perangkat jaringan (*router*, *switch*). Dalam logistik, perangkat keras sangat penting untuk operasi sehari-hari, misalnya pemindai untuk input data gudang atau perangkat GPS untuk melacak kendaraan.
- b. Perangkat Lunak (*Software*) merupakan kumpulan instruksi atau program yang mengarahkan perangkat keras untuk melakukan tugas tertentu.
- c. Data adalah fakta mentah, angka, dan observasi yang belum terorganisasi atau diproses. Data merupakan bahan bakar bagi sistem informasi. Dalam logistik, data bisa berupa jumlah stok barang, rincian pesanan pelanggan, informasi rute pengiriman, atau catatan kinerja pemasok. Kualitas data sangat memengaruhi kualitas informasi yang dihasilkan.



- d. Orang/Pengguna (*Brainware*) merujuk pada semua individu yang terlibat dalam pengoperasian, pengelolaan, pengembangan, dan penggunaan sistem informasi. Adapun yang termasuk ke dalam *brainware*, di antaranya manajer logistik, operator gudang, staf perencanaan transportasi, analis sistem, dan IT profesional. Pengetahuan dan keterampilan *brainware* sangat menentukan efektivitas sistem.
- e. Prosedur adalah serangkaian aturan, panduan, dan langkah-langkah yang harus diikuti untuk mengoperasikan sistem informasi secara konsisten dan efisien. Prosedur memastikan bahwa data dimasukkan dengan benar, proses bisnis dijalankan sesuai dengan standar, dan keputusan diambil berdasarkan informasi yang akurat. Contoh prosedur dalam logistik adalah prosedur penerimaan barang, prosedur pemilihan rute pengiriman, atau prosedur penanganan keluhan pelanggan.



Gambar 2.12 *Brainware*



Gambar 2.13 Prosedur

Berdiskusi “Mengapa Logistik Membutuhkan Sistem Informasi?”



AKTIVITAS

Aktivitas Kelompok

2.4

- a. Lakukanlah diskusi dengan teman satu kelompokmu untuk menjawab pertanyaan berikut.
- 1) Apa saja tantangan dalam logistik tradisional?
 - 2) Apa saja manfaat integrasi sistem informasi dalam logistik?
- b. Perhatikan studi kasus berikut.

PT. Black Eagle merupakan distributor produk sabun cuci pakaian premium yang beroperasi di Semarang dan melayani toko-toko retail di wilayah Jawa Tengah. Mereka mempunyai satu gudang pusat di Semarang dengan sistem logistik manual. Kamu adalah staf gudang yang diminta oleh atasanmu untuk mengubah sistem logistik manual menjadi sistem komputerisasi. Lakukanlah perbandingan sistem logistik manual dengan sistem logistik komputerisasi!

Kamu dapat menggunakan aplikasi pencarian di internet untuk menjawab kasus tersebut. Selanjutnya, diskusikan hasil pencarianmu dengan teman satu kelompok! Setelah mendapatkan jawaban, presentasikan hasil diskusi tersebut di hadapan guru dan kelompok lain!

2. Aplikasi dalam Logistik

Aplikasi dalam aktivitas logistik pada umumnya terdiri atas pengadaan, persediaan, penyimpanan, distribusi, dan transportasi. Berikut adalah beberapa sistem informasi yang diterapkan pada aktivitas logistik.

a. Sistem Manajemen Pergudangan/ *Warehouse Management System (WMS)*

WMS adalah perangkat lunak yang dirancang khusus untuk mengelola operasional gudang secara efisien. Fungsi WMS meliputi penerimaan barang, penempatan stok (*putaway*), manajemen lokasi, pengambilan pesanan (*picking*), *dispatching*, dan pelacakan inventori secara *real-time*. Sistem ini berfungsi sebagai “otak” dalam pengelolaan gudang serta mengintegrasikan dan mengotomatisasi berbagai proses penting yang terjadi di dalamnya.



Gambar 2.14 WMS

1) Fungsi Utama WMS

- Penerimaan Barang (*Receiving*):** WMS mengelola proses penerimaan barang yang masuk ke gudang, mulai dari verifikasi pesanan pembelian hingga pencatatan detail barang yang diterima. Dalam hal ini, WMS memastikan bahwa barang yang masuk sesuai dengan yang diharapkan dan siap untuk disimpan.
- Penempatan Stok (*Putaway*):** Setelah barang diterima, WMS akan memandu penempatan stok ke lokasi penyimpanan yang paling optimal di dalam gudang. Sistem ini mempertimbangkan faktor-faktor, seperti jenis barang, frekuensi pengambilan, dan kapasitas ruang untuk memaksimalkan efisiensi penyimpanan.
- Manajemen Lokasi (*Location Management*):** WMS secara akurat melacak setiap lokasi penyimpanan di gudang dan barang apa saja yang tersimpan di lokasi tersebut. Hal ini memungkinkan identifikasi lokasi barang yang cepat dan mudah serta mengurangi waktu pencarian dan kesalahan.
- Pengambilan Pesanan (*Picking*):** Ketika ada pesanan keluar, WMS akan mengoptimalkan rute pengambilan barang untuk memastikan proses *picking* berjalan secepat dan seefisien mungkin. Sistem ini dapat memandu operator gudang ke lokasi barang yang benar dan dalam urutan yang logis.



- e) *Dispatching*: Sistem ini mengelola untuk mencatat barang yang akan dikeluarkan.
- f) Pelacakan Inventori secara *Real-time*: Salah satu fitur paling krusial dari WMS adalah kemampuannya untuk melacak inventori secara *real-time*. Setiap pergerakan barang dari penerimaan hingga pengiriman dicatat secara instan untuk memberikan visibilitas penuh terhadap ketersediaan stok.

2) Manfaat WMS

Adapun manfaat dari WMS adalah dapat mengoptimalkan ruang gudang, mempercepat proses *picking* dan *packing*, mengurangi kesalahan inventori, serta meningkatkan akurasi pengiriman.

b. Sistem Manajemen Persediaan/*Inventory Management System (IMS)*



Gambar 2.15 IMS

Sistem manajemen persediaan adalah sebuah sistem yang dirancang untuk mengelola dan melacak semua informasi yang berkaitan dengan persediaan atau stok barang dalam sebuah organisasi. Dari bahan baku yang baru datang, produk dalam proses, hingga barang jadi yang siap dijual, semuanya tercatat dan terpantau secara digital.

1) Fungsi dan fitur utama IMS

- a) **Pemantauan Stok *Real-time*:** IMS menyediakan visibilitas penuh terhadap inventori dengan mencatat setiap pergerakan barang secara *real-time*. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengetahui jumlah stok yang tersedia, lokasi, dan statusnya kapan saja. Pemantauan ini dapat dilakukan menggunakan teknologi, seperti *barcode*, RFID (*Radio-Frequency Identification*), atau sistem otomatis lainnya.
- b) **Manajemen Pesanan dan Pembelian:** Sistem ini mengotomatisasi proses pembuatan pesanan pembelian (*Purchase Order/PO*), pengiriman PO ke pemasok, dan penerimaan barang. IMS dapat memberikan notifikasi ketika stok menipis, membantu mencegah kekurangan stok, dan memastikan pemesanan ulang yang tepat waktu.
- c) **Pelacakan Barang:** IMS memungkinkan pelacakan setiap barang persediaan secara detail, termasuk nomor seri, tanggal kadaluwarsa, dan *batch* produksi. Fungsi ini penting untuk pengendalian kualitas, penarikan produk (*recall*), dan pemenuhan standar kepatuhan.
- d) **Perencanaan Persediaan dan Peramalan Permintaan:** Melalui analisis data historis penjualan dan tren pasar, IMS dapat membantu memprediksi permintaan di masa depan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat persediaan yang optimal, menetapkan titik pemesanan ulang (*reorder point*), dan strategi pengisian persediaan seperti *Just In Time (JIT)*.
- e) **Manajemen Lokasi Penyimpanan:** IMS membantu mengelola penempatan barang di gudang untuk memaksimalkan efisiensi ruang dan mempercepat proses pengambilan barang (*picking*).
- f) **Pelaporan dan Analisis:** IMS menghasilkan berbagai laporan yang komprehensif mengenai kinerja persediaan, seperti tingkat perputaran stok, biaya penyimpanan, dan analisis penjualan. Data ini sangat berharga untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik dan perencanaan strategis.
- g) **Integrasi Sistem:** IMS sering terintegrasi dengan sistem lain, seperti *Enterprise Resource Planning (ERP)*, *Warehouse Management System (WMS)*, *e-commerce platforms*, dan sistem akuntansi untuk memastikan aliran data yang mulus di seluruh operasional bisnis.

2) Manfaat IMS

Adapun manfaat dari IMS adalah menghindari kehabisan stok (yang dapat membuat pelanggan kecewa) atau kelebihan stok (yang dapat membuat biaya penyimpanan membengkak).



c. Sistem Manajemen Transportasi/
Transportation Management System (TMS)

Sistem manajemen transportasi adalah perangkat lunak yang membantu perusahaan merencanakan, melaksanakan, dan mengoptimalkan pergerakan fisik barang masuk dan keluar, baik melalui transportasi darat, laut, maupun udara. Fitur-fitur TMS meliputi perencanaan rute, optimasi muatan, pemilihan moda transportasi, manajemen pengiriman, pelacakan pengiriman secara *real-time*, dan audit biaya pengiriman.



Gambar 2.16 TMS

1) Fungsi dan Fitur Utama TMS

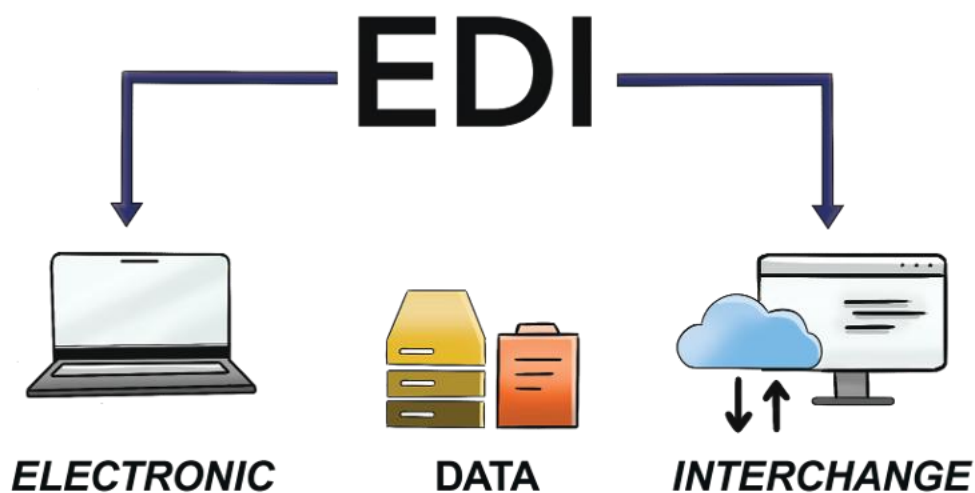
- a) *Perencanaan Rute dan Optimasi (Route Planning and Optimization)*: Ini adalah salah satu fungsi inti TMS. Sistem ini menggunakan algoritma canggih untuk menentukan rute pengiriman yang paling efisien, mempertimbangkan faktor-faktor, seperti jarak, kondisi lalu lintas *real-time*, waktu pengiriman, biaya bahan bakar, dan kapasitas kendaraan. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan waktu tempuh dan biaya operasional.
- b) *Pemilihan Moda dan Carrier (Mode and Carrier Selection)*: TMS membantu perusahaan memilih moda transportasi (truk, kapal, pesawat, atau kereta api) dan *carrier* (penyedia jasa transportasi) yang paling sesuai berdasarkan kriteria, seperti biaya, waktu transit, keandalan, dan persyaratan khusus barang. Sistem ini dapat mengotomatisasi proses *bidding* dan membandingkan tarif dari berbagai *carrier*.
- c) *Manajemen Pengiriman dan Eksekusi (Shipment Management and Execution)*: TMS mengelola seluruh siklus hidup pengiriman, dari pembuatan pesanan pengiriman, pencetakan dokumen (*Bill of Lading*, *manifest*), hingga penjadwalan pengambilan dan pengiriman. Sistem ini dapat mengotomatisasi proses pemesanan dan komunikasi dengan *carrier*.
- d) *Pelacakan dan Visibilitas (Tracking and Visibility)*: TMS menyediakan kemampuan pelacakan pengiriman secara *real-time* menggunakan GPS, RFID, atau integrasi dengan sistem *carrier*. Fungsi ini memungkinkan perusahaan untuk memantau lokasi barang, perkiraan waktu kedatangan (ETA), dan mengidentifikasi potensi keterlambatan atau masalah.

- e) **Manajemen Biaya Transportasi dan Audit (*Freight Cost Management dan Audit*):** Sistem ini secara otomatis menghitung biaya transportasi berdasarkan tarif yang disepakati, termasuk biaya tambahan (*surcharges*). TMS juga dapat melakukan audit tagihan *carrier* untuk memastikan keakuratan dan kepatuhan terhadap kontrak.
- f) **Manajemen Armada (*Fleet Management*):** Bagi perusahaan yang memiliki armada kendaraan sendiri, TMS dapat membantu dalam pengelolaan perawatan kendaraan, penggunaan bahan bakar, kinerja pengemudi, dan kepatuhan regulasi.
- g) **Pelaporan dan Analisis (*Reporting and Analytics*):** TMS mengumpulkan dan menganalisis data transportasi untuk menghasilkan laporan kinerja (KPIs), seperti biaya per mil, ketepatan waktu pengiriman, efisiensi rute, dan tingkat layanan *carrier*. Data ini mendukung pengambilan keputusan strategis dan peningkatan berkelanjutan.
- h) **Manajemen Dokumen (*Document Management*):** TMS dapat mengelola dan mengarsipkan semua dokumen terkait pengiriman secara digital, seperti *Bill of Lading*, *Commercial Invoice*, *Packing List*, dan dokumen kepabeanan.

2) Manfaat TMS

Adapun manfaat TMS adalah mengurangi biaya transportasi, meningkatkan efisiensi pengiriman, meningkatkan layanan pelanggan melalui pelacakan yang akurat, dan kepatuhan terhadap regulasi.

d. Pertukaran Data Elektronik/*Electronic Data Interchange* (EDI) Bea Cukai



Gambar 2.17 EDI



Pertukaran Data Elektronik (PDE) Kepabeanan adalah suatu sistem pertukaran dokumen elektronik yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) untuk penyampaian dokumen pabean secara elektronik. Sistem ini memanfaatkan jaringan dan aplikasi khusus untuk memungkinkan komunikasi data antara pengguna jasa kepabeanan (importir, eksportir, PPJK, maskapai, atau pelayaran) dengan bea cukai.

1) Fungsi dan Fitur Utama EDI Bea Cukai

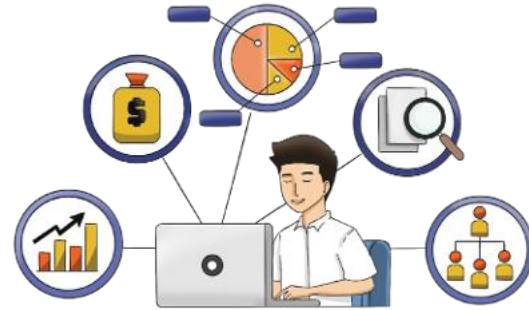
- a) Pengajuan Dokumen Pabean Elektronik: Fungsi utama EDI adalah memungkinkan pelaku usaha untuk mengajukan berbagai dokumen pabean, seperti Pemberitahuan Impor Barang (PIB), Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), *manifest kargo* (*Customs Conveyance Report Message CUSREP*), dan dokumen pendukung lainnya (seperti *Bill of Lading*, *Commercial Invoice*, dan *Packing List*) dalam format elektronik standar (UN/EDIFACT atau format yang ditentukan bea cukai).
- b) Validasi Data Otomatis: Sistem EDI melakukan validasi awal terhadap data yang dikirimkan untuk memastikan kelengkapan dan keakuratan sesuai dengan persyaratan kepabeanan. Hal ini membantu mengurangi kesalahan input manual yang sering terjadi pada proses berbasis kertas.
- c) Penerimaan dan Pengiriman Respons Elektronik: Bea cukai dapat mengirimkan berbagai respons kepada pelaku usaha melalui sistem EDI, seperti persetujuan, penolakan (*reject*), permintaan dokumen pembayaran (SSPCP), atau status pemeriksaan jalur (merah/hijau).
- d) Integrasi Sistem: EDI memungkinkan integrasi antara sistem internal perusahaan (seperti ERP atau WMS) dengan sistem bea cukai (misalnya, *Customs Fast Release System/CFRS* di Indonesia). Integrasi ini meminimalkan entri data ganda dan memastikan konsistensi data.
- e) Pelacakan Status Pengajuan: Pelaku usaha dapat melacak status pengajuan dokumen pabean mereka secara *real-time* melalui sistem EDI, dari status “*QUEUED*” (siap dikirim) hingga “*COMPLETED*” (sudah diterima Bea Cukai) atau “*REJECT*” (ditolak).

2) Manfaat EDI

EDI bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan pelayanan, meningkatkan akurasi data, mengurangi pekerjaan berbasis kertas (*paperless*), serta mendukung peningkatan kemudahan berusaha dan integrasi sistem.

e. *Enterprise Resource Planning (ERP)*

ERP adalah sistem perangkat lunak yang mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis inti ke dalam satu sistem terpadu. Dalam konteks logistik, ERP dapat mengelola modul, seperti manajemen inventori, pembelian, manajemen gudang, dan transportasi. Data dari berbagai departemen (misalnya, penjualan, produksi, atau keuangan) akan saling terhubung, sehingga memberikan visibilitas penuh terhadap seluruh rantai pasok.



Gambar 2.18 ERP

1) Fungsi dan Modul Utama ERP

- a) **Manajemen Keuangan dan Akuntansi:** Ini adalah tulang punggung setiap sistem ERP. Modul ini mengelola semua aspek keuangan perusahaan, termasuk buku besar (*general ledger*), piutang (*accounts receivable*), utang (*accounts payable*), manajemen aset, anggaran, pelaporan keuangan, dan analisis arus kas.
- b) **Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM):** Modul ini mengelola data karyawan, penggajian, rekrutmen, orientasi, manajemen kinerja, pelatihan, dan administrasi tunjangan. Hal ini bertujuan untuk mengotomatiskan proses HR dan memastikan pengelolaan SDM yang efektif.
- c) **Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management/SCM*):** Modul SCM membantu dalam mengelola seluruh siklus hidup produk, mulai dari pengadaan bahan baku, manajemen inventaris, pemrosesan, hingga distribusi ke konsumen. Modul ini mencakup pelacakan *real-time* stok, pembelian, pengiriman, dan permintaan pasar.
- d) **Manajemen Produksi dan Manufaktur:** Penting bagi perusahaan manufaktur, modul ini membantu dalam perencanaan produksi, penjadwalan, pengendalian kualitas, manajemen bahan baku (*Bill of Material/BOM*), dan pemeliharaan peralatan.
- e) **Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*):** Modul ini membantu mengelola interaksi perusahaan dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Modul ini mencakup manajemen penjualan, pemasaran, layanan pelanggan, dan dukungan.
- f) **Manajemen Pengadaan (*Procurement/Purchasing*):** Modul ini mengelola seluruh proses pengadaan, mulai dari permintaan pembelian, pemilihan pemasok, negosiasi harga, pembuatan pesanan pembelian, hingga pelacakan pengiriman dan pembayaran.



- g) **Manajemen Inventaris:** Modul ini melacak jumlah, lokasi, dan pergerakan stok barang di gudang secara *real-time*. Hal ini membantu mengoptimalkan tingkat persediaan, mengurangi *overstock* atau *stockout*, dan meningkatkan akurasi inventaris.
- h) **Business Intelligence (BI) dan Pelaporan:** Modul BI mengumpulkan dan menganalisis data dari seluruh sistem ERP untuk menghasilkan laporan kinerja (KPIs), *dashboard*, dan wawasan yang mendalam, mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data.

2) Manfaat ERF

Adapun manfaat ERF adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan akurasi data, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat.

Mencocokkan SIL dan Fungsinya



AKTIVITAS

2.5

Aktivitas Kelompok

Tujuan aktivitas ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami hubungan antara sistem informasi logistik dengan fungsi utamanya dalam logistik.

Pasangkanlah aplikasi berikut dengan fungsinya secara tepat!

Aplikasi	Fungsi
WMS	Perangkat lunak untuk merencanakan dan mengoptimalkan pengiriman barang.
EDI	Perangkat lunak yang mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis inti ke dalam satu sistem terpadu.
IMS	Proses transfer data yang terstruktur dari satu sistem komputer ke sistem komputer lainnya dalam bentuk elektronik.
ERP	Sistem perangkat lunak untuk mengelola, mengontrol, dan mengoptimalkan seluruh aktivitas pergudangan, mulai dari penerimaan barang hingga pengeluaran barang dari gudang untuk meningkatkan efisiensi, akurasi, dan visibilitas inventaris secara <i>realtime</i> .
TMS	Sistem yang dirancang untuk pengelolaan stok.

Setelah selesai, diskusikan jawabanmu bersama temanmu, kemudian jelaskan alasanmu atau temanmu memilih pasangan tersebut. Berikan klarifikasi untuk setiap konsep yang masih belum cocok!



Pada aktivitas ini, kamu akan bekerja dalam kelompok untuk melakukan kunjungan langsung ke perusahaan logistik atau jasa ekspedisi yang telah ditentukan oleh gurumu. Hal ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana perusahaan tersebut menggunakan aplikasi untuk mendukung operasional, khususnya pada pengelolaan gudang dan distribusi barang.

Sebelum melakukan kunjungan, kelompokmu perlu menyiapkan daftar pertanyaan berikut.

- a. Aplikasi apa yang digunakan perusahaan (WMS, DMS, ERP, atau lainnya)?
- b. Bagaimana proses pencatatan barang masuk dan keluar gudang dilakukan dengan aplikasi?
- c. Apa manfaat aplikasi tersebut bagi karyawan dan perusahaan?
- d. Kendala apa yang sering muncul saat menggunakan aplikasi?

Saat kunjungan, lakukan pengamatan langsung, catat informasi penting, dan dokumentasikan kegiatan kalian (dengan izin pihak perusahaan). Jika diperbolehkan, cobalah amati atau operasikan aplikasi sederhana yang mereka gunakan.

Setelah itu, buatlah laporan hasil kunjungan yang berisi profil perusahaan, aplikasi yang digunakan, proses logistik yang diamati, serta kesimpulan kelompok kalian. Laporan ini akan dipresentasikan di kelas agar semua murid dapat membandingkan pengalaman dan pembelajaran dari perusahaan yang berbeda.





a. Skenario

Kamu bermain peran sebagai tim ahli yang ditugaskan untuk merancang konsep “Transportasi Pintar” untuk kotamu sendiri dalam 10 tahun ke depan. Identifikasi masalah transportasi utama yang ada di kotamu saat ini (misalnya, kemacetan, polusi, kurangnya transportasi publik yang efisien, atau keamanan). Usulkan setidaknya 3–5 solusi berbasis TMS yang dapat mengatasi masalah tersebut. Solusi tersebut dapat mencakup:

- 1) Penggunaan AI untuk optimasi lalu lintas.
- 2) Kendaraan otonom/tanpa pengemudi.
- 3) Sistem transportasi publik terintegrasi dengan pembayaran digital dan pelacakan *real-time*.
- 4) *Drone* untuk pengiriman logistik.
- 5) Infrastruktur jalan pintar (sensor atau komunikasi V2X).

b. Desain Konsep

Kamu dapat mempresentasikan konsep dalam bentuk:

- 1) poster infografik digital
- 2) salindia singkat
- 3) video singkat
- 4) model sederhana (jika memungkinkan)

c. Presentasi dan Evaluasi

Presentasikan visimu di depan kelas, lalu jelaskan solusi TMS yang diusulkan, potensi dampaknya, dan tantangan implementasinya.

f. *Customer Relationship Management (CRM)*

Components of Customer Relationship Management



Gambar 2.19 CRM

CRM merupakan sistem dan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan agar lebih teratur, efisien, dan saling menguntungkan. Tujuan utamanya adalah membantu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan, memberikan pelayanan terbaik, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan logistik. CRM memiliki tiga komponen utama yang saling melengkapi.

- 1) CRM Operasional berfungsi untuk mengotomatisasi kegiatan yang berhubungan langsung dengan pelanggan, seperti proses penjualan, pelayanan pelanggan, dan promosi. Dengan sistem ini, aktivitas yang biasanya dilakukan secara manual menjadi lebih cepat dan efisien.
- 2) CRM Analitis berperan dalam mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, misalnya kebiasaan berbelanja, riwayat pengiriman, serta pola permintaan. Hasil analisis ini membantu perusahaan memahami perilaku pelanggan dan memprediksi kebutuhan mereka di masa depan.
- 3) CRM Kolaboratif menghubungkan berbagai bagian dalam perusahaan, seperti pemasaran, layanan pelanggan, dan logistik agar seluruh tim memiliki akses terhadap informasi pelanggan yang sama dan dapat bekerja sama memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas.



Manfaat penerapan CRM dalam logistik dapat dirasakan secara langsung dalam berbagai aspek.

- 1) CRM membantu meningkatkan kepuasan pelanggan karena layanan menjadi lebih cepat, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan.
- 2) Proses kerja menjadi lebih efisien, sebab seluruh data pelanggan tersimpan rapi dalam satu sistem yang mudah diakses.
- 3) Tingkat retensi pelanggan meningkat karena pelanggan yang merasa puas cenderung kembali menggunakan layanan perusahaan.
- 4) CRM juga membantu mengurangi kesalahan pengiriman karena informasi pelanggan yang tersimpan lebih lengkap dan akurat.
- 5) Selain itu, perusahaan dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat karena data pelanggan dapat dianalisis untuk menemukan tren dan peluang baru.

Beberapa fitur utama CRM yang banyak digunakan dalam industri logistik meliputi beberapa hal berikut.

- 1) Pencatatan data pelanggan dan riwayat pengiriman untuk memantau aktivitas dan preferensi pelanggan.
- 2) Pelacakan status pengiriman secara *real-time* agar pelanggan dapat mengetahui posisi barangnya.
- 3) Manajemen keluhan pelanggan yang membantu perusahaan menindaklanjuti masalah dengan cepat dan profesional.
- 4) Pengiriman pemberitahuan otomatis melalui SMS atau *email* mengenai status pesanan atau promosi layanan.
- 5) Pembuatan laporan kepuasan pelanggan untuk menilai kualitas layanan dan mencari peluang perbaikan.

Dengan demikian, penerapan CRM dalam manajemen logistik tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan melalui layanan yang cepat, tepat, dan terpersonalisasi.

C. Implementasi Sistem Informasi Logistik

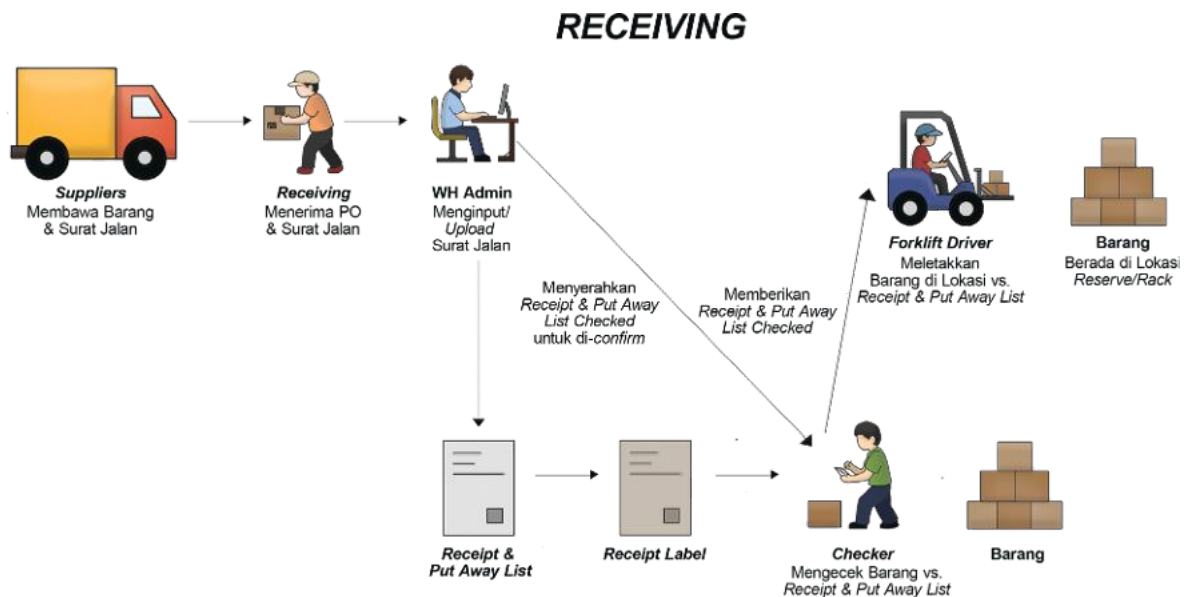
Pemahamanmu mengenai sistem informasi logistik saja tidak cukup. Sama halnya seperti aplikasi di *smartphone* yang akan bermanfaat jika dipakai, sistem informasi logistik juga perlu diimplementasikan dalam kegiatan nyata. Implementasi ini mencakup pengadaan perangkat keras dan lunak, pelatihan pengguna, serta integrasi dengan proses kerja di lapangan. Dengan begitu, sistem informasi benar-benar mendukung kegiatan logistik sehari-hari.

Mengapa Perlu Implementasikan?

Perusahaan logistik kini menghadapi tuntutan kecepatan, transparansi, dan keakuratan yang tinggi dari pelanggan. Dengan sistem informasi, pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat berdasarkan data *real-time* dan proses logistik menjadi lebih efisien.

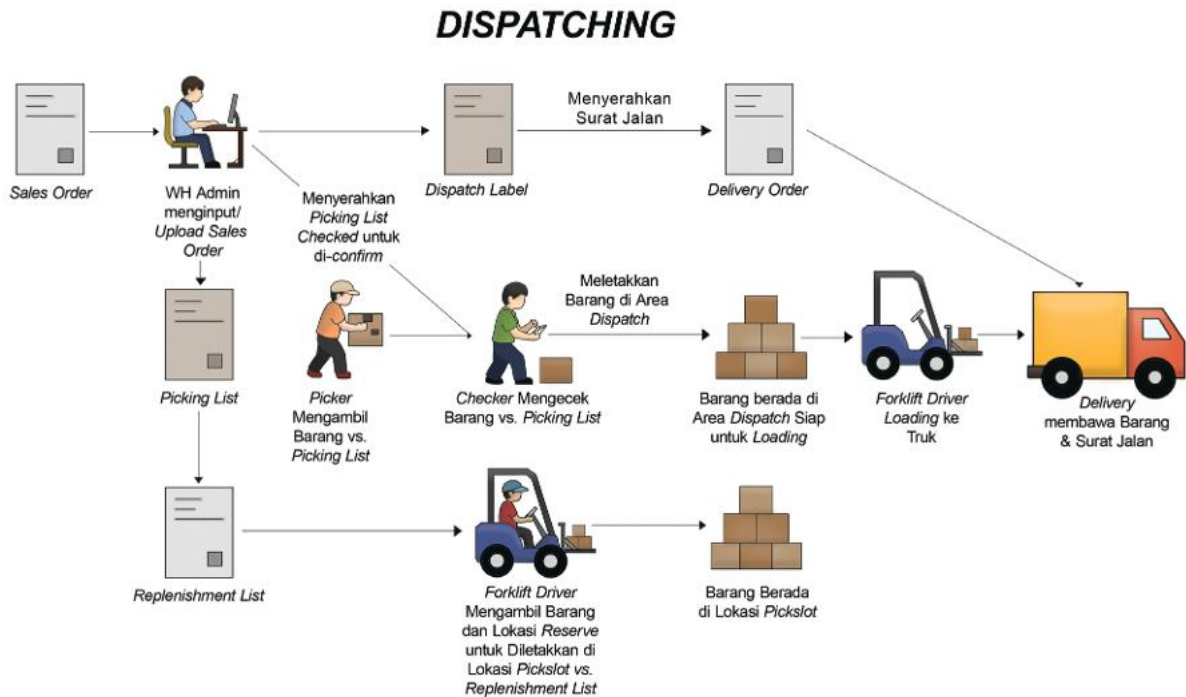
1. Implementasi Warehouse Management System (WMS)

Dalam penerapan *Warehouse Management System* (WMS), terdapat dua proses utama yang sering dikerjakan, yaitu *receiving* (penerimaan barang) dan *dispatching* (pengeluaran barang).



Gambar 2.20 Alur Penerimaan Barang ke Gudang





Gambar 2.21 Alur Pengeluaran Barang

Kedua proses tersebut sangat penting karena menentukan ketepatan pencatatan stok, kelancaran alur barang, serta akurasi pengiriman. Melalui aplikasi WMS, setiap langkah dalam *receiving* dan *dispatching* dapat dilakukan secara digital mulai dari pencatatan data, pengecekan barang, penyimpanan di lokasi yang tepat, hingga penyiapan barang untuk dikirim.

a. Input Data Penerimaan Barang

Bayangkan sebuah truk datang membawa barang ke gudang. Supaya barang ini tercatat dengan rapi, staf gudang harus menginput data ke WMS. Data yang dicatat, yaitu nomor pesanan, tanggal barang diterima, nama pemasok, nomor truk, nama sopir, kode barang, jumlah barang, hingga lokasi penyimpanan di gudang. Perhatikan tampilan menu berikut untuk contoh input data penerimaan barang.

Purchase No	Receipt Date	Ship No	Ship Date	Product No	Batch No	Quantity	Location
PO-01	12/05/2020	12050001	12/05/2020	001	001	10	001
PO-02	12/05/2020	12050002	12/05/2020	002	002	10	002
PO-03	12/05/2020	12050003	12/05/2020	003	003	10	003
PO-04	12/05/2020	12050004	12/05/2020	004	004	10	004
PO-05	12/05/2020	12050005	12/05/2020	005	005	10	005

Gambar 2.22 Input Data Penerimaan Barang

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

Menu tersebut berfungsi untuk menambah atau mengedit dan menghapus data, baik yang dimasukkan secara manual atau melalui *file* yang diunggah. Contoh isian data ke dalam WMS adalah sebagai berikut.

- 1) *Purchase Number*: PO-01 adalah nomor *purchase order*, sebaiknya sama dengan pesanan dari pemilik barang agar mudah dicocokkan (atau bisa juga dibuat dengan format bebas).
- 2) *Receipt Date*: 21/09/2005, yaitu tanggal saat barang diterima di gudang. Biasanya otomatis sesuai dengan tanggal saat data dimasukkan.
- 3) *Supplier Number*: S001 adalah kode *supplier* yang mengirim barang. Kode ini harus sudah terdaftar di master data *supplier*.
- 4) *Transporter*: Kode perusahaan/penyedia transportasi yang membawa barang dan sudah tersimpan di master data *transporter*.
- 5) *Supplier DO*: Nomor *Delivery Order* (DO) dari dokumen *supplier* yang mengirimkan barang.
- 6) *Truck Number*: Nomor polisi truk yang dipakai mengirim barang.
- 7) *Driver*: Nama sopir truk yang mengirimkan barang ke gudang.
- 8) *Product Number*: Kode barang yang akan diterima. Kode ini sudah ada di master data produk.
- 9) *Batch Number*: Kode produksi dari barang yang akan diterima di gudang → sistem WMS menggunakan *field* ini untuk mengurutkan pencarian barang di gudang secara FIFO (*First In First Out*).
- 10) *Expired*: Tanggal masa berlaku (*expire date*) dari produk tersebut atau apabila tanggal masa berlaku tidak ada, bisa juga dimasukkan tanggal produk → sistem WMS menggunakan *field* ini untuk mengurutkan pencarian barang di gudang secara FEFO (*First Expired First Out*).
- 11) *Quantity*: Jumlah barang yang akan diterima di gudang dan secara otomatis jumlah ini akan dibagi menjadi beberapa palet oleh sistem WMS sesuai dengan kapasitas per palet yang di-setting di *Master Data Product*.
- 12) *Pick Unit*: Kode satuan unit barang yang diterima. Apabila tidak tahu kode satuan unit barang tersebut, kosongkan *field* ini, lalu tekan *enter* maka akan keluar beberapa pilihan kode satuan unit yang ada di sistem WMS. Dengan kode satuan unit ini telah diinput di dalam *database Master Data Product*.
- 13) *Location*: Lokasi yang ditentukan untuk penyimpanan barang.



- 14) *Zone*: Memberikan informasi bahwa barang tersebut akan mencari lokasi sesuai urutan, mulai dari Zona A, jika tidak ada ke Zona B, jika tidak ada ke Zona C, dan apabila di ketiga zona tersebut tidak ditemukan lokasi, maka sistem WMS akan memberikan lokasi di "Overflow" secara otomatis.
- 15) *Save*: Untuk menyimpan data, tekan tombol *save* (atau pada saat *cursor* berada di *field Pick Unit*, langsung tekan *enter* dua kali sampai terlihat data yang dimasukkan sudah masuk ke dalam sistem WMS).

Perhatikan menu tampilan berikut.

Warehouse Management System

Receiving Return Rolling Dispatching Replenishment Adjustment Stock Take Report Closing Day Setup About System Exit

Release Receiving

Purchase No. **P0-01** Receipt Date **12/09/2005 03:32:31 PM** Pack ID **1** Total Line **6**

Supplier No. **S001** SUPPLIER AAA Supp DO **SPDO0905/001**

Transporter **T001** TRANSPORTER AAA Truck No. **B 888 ZP** Driver **PUTRA**

Product No. **P001** PRODUCT AAA Batch No. **BTC-0001** Expired **20/05/2007**

Quantity Ord. **50** Qty Rec. **50** Pick Unit **BOX** **10** ☐ checked Location

Release **Exit**

Purchase No.	Recp Date	Supp No.	Supp DO	Trans No.	Truck No.	Driver	Product No.	Batch No.	Expired	QTY ORD	QTY REC	Pick Unit	Pack	Location	Status	ID
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P001	BTC-0001	20/05/2007	50	50	BOX	10			1
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P001	BTC-0001	20/05/2007	50	50	BOX	10			2
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P001	BTC-0001	20/05/2007	50	50	BOX	10			3
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P001	BTC-0001	20/05/2007	50	50	BOX	10			4
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P002	BTC-002	20/05/2008	50	50	BOX	10			5
PO-01	12/09/2005	S001	SPDO0905	T001	B 888 ZP	PUTRA	P002	BTC-002	20/05/2008	50	50	BOX	10			6

Client : PT. ABC Site : JKT User : ADMIN CAPS

Gambar 2.23 Menu Release Penerimaan Barang

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

Menu tersebut digunakan untuk me-release data penerimaan (*receiving*) yang sebelumnya sudah diinput di menu *receiving*. Setelah semua data dimasukkan, staf menekan tombol *release*, lalu sistem akan otomatis mencetak *receipt* dan *put away list*. Dokumen ini menjadi panduan bagi petugas gudang untuk mengecek barang dan menaruhnya di lokasi yang sudah ditentukan oleh sistem.

Report Designer - prn_palist.frx - Page 1 - Warehouse Management System

Receiving Return Rolling Dispatching Replenishment Adjustment Stock Take Report Closing Day Setup About System Exit

100%

Printed By: SysnetSoft/WMS Page: 1 of 1

PO NO : PO-01 (PROCESSED) TRANSACT : RECEIVING
 SUPP NO : S001 (SUPPLIER AAA) NO. TRUCK : B 888 ZP Print Date : 12/09/2005
 DO NO : SPDO0905/001 EXPEDITION : T001 (TRANSPORTER AAA) Print Time : 15:36:24

NO.	PRODUCT	QUANTITY	PACK	EXP. DATE	BATCH NO.	TO LOCATION	CHECKS
1	P001 - PRODUCT AAA	50	BOX	20/05/2007	BTC-0001	10.001.01	[]
2	P001 - PRODUCT AAA	50	BOX	20/05/2007	BTC-0001	10.002.01	[]
3	P001 - PRODUCT AAA	50	BOX	20/05/2007	BTC-0001	10.003.01	[]
4	P001 - PRODUCT AAA	50	BOX	20/05/2007	BTC-0001	10.004.01	[]
5	P002 - PRODUCT BBB	50	BOX	20/05/2008	BTC-002	OVERFLOW	[]
6	P002 - PRODUCT BBB	50	BOX	20/05/2008	BTC-002	OVERFLOW	[]

Gambar 2.24 Receipt and Putaway List
 Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

b. Input Data Pengeluaran Barang

Pada input data pengeluaran barang, saat barang harus keluar untuk dikirim ke pelanggan, staf menggunakan menu *dispatching* di WMS. Mereka akan memilih data pesanan, mencocokkan jumlah barang, lalu sistem akan mencetak *Pick List* sebagai panduan pengambilan barang dari rak. Setelah itu, barang dipindahkan ke area pengiriman dan dipersiapkan untuk dimuat ke kendaraan. Perhatikan menu tampilan berikut.

Warehouse Management System

Receiving Return Rolling Dispatching Replenishment Adjustment Stock Take Report Closing Day Setup About System Exit

Release Picking

Order No. SO-01 Due Date 14/09/2005 10:04:43 AM Pack ID 1
 Ship To C001 CUSTOMER AAA Delivery No. DO/0905/001-S Salesman PUTRA
 Bill To C002 CUSTOMER BBB Truck No. B 888 ZP Driver FAJAR
 Transporter T001 TRANSPORTER AAA

Product No. P001 PRODUCT AAA Total Line 2
 Quantity 20 Pick Unit BOX 10 Quarantine

Release Exit

Order No.	Due Date	Ship To	Bill To	Cust Inv.	Trans No.	Truck No.	Driver	Product No.	Salesman	Slot	QTY ORD.	QTY PICK	Pick Unit	Pack	Location
SO-01	14/09/2005	C001	C002	DO/0905/001-S	T001	B 888 ZP	FAJAR	P001	PUTRA		20	0	BOX	10	
SO-01	14/09/2005	C001	C002	DO/0905/001-S	T001	B 888 ZP	FAJAR	P002	PUTRA		30	0	BOX	10	

Product (Dataflex/Product) Record: 1/2 Record Unlocked

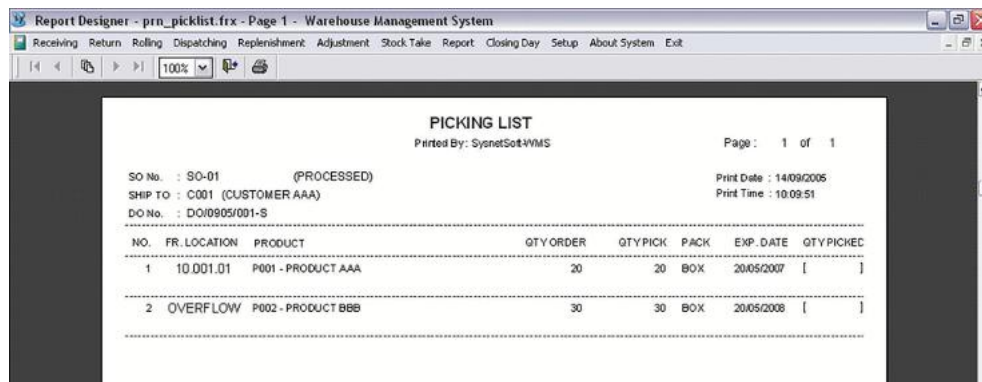
Gambar 2.25 Menu Input Data Pengeluaran Barang
 Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)



Menu tersebut berfungsi untuk menginput data barang yang akan dikeluarkan. Contoh memasukkan (input) data adalah sebagai berikut.

- 1) *Order Number*: Nomor *Sales Order* yang diinput sebaiknya sesuai dengan *Sales Order* yang dibuat pelanggan (*client*) agar mudah menyesuaikan atau nomor yang bisa dibuat sendiri/bebas formatnya.
- 2) *Due Date*: Tanggal pada saat kamu akan mengirimkan barang dari gudang ke pelanggan (*customer*). Secara *default system*, WMS memberikan tanggal pada hari kamu menginput data.
- 3) *Ship To*: Kode *customer* tujuan yang akan kamu kirim barang dan kode tersebut sudah ada di dalam *database Master Data Customer*.
- 4) *Bill To*: Kode *customer* yang akan menanggung beban biaya pengiriman/tagihan atas pengiriman ke *customer* dan kode tersebut sudah ada di dalam *database Master Data Customer*.
- 5) *Transporter*: Kode *transporter* yang mengirimkan barang ke gudang dan kode tersebut sudah ada di dalam *database Master Data Customer*.
- 6) *Delivery Order*: Nomor *Delivery Order* (DO) dari dokumen *customer* yang memesan barang ke gudang. Namun, jika *field* ini dikosongkan, maka sistem WMS secara otomatis akan memberikan nomor yang unik.
- 7) *Truck Number*: Plat nomor dari truk yang akan mengirimkan barang ke *customer*.
- 8) *Salesman*: Nama *salesman* yang memesan barang ke gudang, *field* ini opsional/tidak mutlak diisi.
- 9) *Driver*: Nama supir truk yang mengirimkan barang ke *customer*.
- 10) *Product Number*: Kode barang yang akan kita *picking* dari gudang dan kirim ke *customer*, kode barang ini sudah ada di dalam *database Master Data Product*.
- 11) *Quantity*: Jumlah barang yang akan kamu *picking* dari gudang dan kirim ke *customer*.
- 12) *Pick Unit*: Kode satuan unit barang yang diterima. Apabila kamu tidak hafal kode satuan unit barang tersebut, kosongkan *field* ini, lalu tekan *enter*, maka akan keluar beberapa pilihan kode satuan unit yang ada di sistem WMS.
- 13) Untuk menyimpan data, kamu hanya cukup menekan tombol *save* (atau pada saat *cursor* berada di *field Pick Unit*, tekanlah *enter* sebanyak dua kali sampai kamu melihat data inputan sudah masuk ke dalam sistem WMS.

Menu tersebut untuk me-release data *dispatching* yang diinput di menu *Dispatching*. Setelah mengklik tombol *Release*, maka sistem WMS akan secara otomatis mencetak *Picking List* seperti contoh berikut.



Gambar 2.26 Tampilan *Picking List* pada WMS
Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

c. Proses *Stock Take*

Untuk melakukan *stock take* (*stock opname*) yang dilakukan secara periodik per tiga bulan atau enam bulan atau dua belas bulan sekali untuk mengecek kondisi barang yang hilang, rusak, atau tidak lengkap. Dalam melaksanakan *stock take* ini, seluruh operasional gudang harus dihentikan dan seluruh transaksi harus sudah di-*confirm* semua (tidak ada transaksi yang menggantung, artinya sudah di-*release*, tetapi belum di-*confirm*). Contoh penggunaannya adalah sebagai berikut.



Gambar 2.27 Contoh Penggunaan Proses *Stock Take*
Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)



Proses Stock Take

- 1) *Stock Take Number*: Nomor *stock take* yang diinput sebaiknya sesuai dengan format STK-DDMMYY (STK = *Stock Take*, DD = Tanggal menggunakan dua digit, MM = Bulan menggunakan dua digit, YY = Tahun menggunakan dua digit).
- 2) *Date*: Tanggal pada saat kita akan melakukan *stock take*. Secara *default system*, WMS memberikan tanggal pada hari kita menginput data.
- 3) *Aisle Position*: Untuk menentukan *aisle*/lorong pada kode lokasi di atas adalah berada pada posisi pertama.
- 4) *Aisle Digit*: Untuk menentukan *aisle*/lorong pada kode lokasi di atas adalah berada pada posisi ke satu sebanyak dua digit → 10.
- 5) *Bin Position*: Untuk menentukan *bin*/nomor rak pada kode lokasi di atas adalah berada pada posisi ke empat.
- 6) *Bin Digit*: Untuk menentukan *bin*/nomor rak pada kode lokasi di atas adalah berada pada ke posisi ke empat sebanyak tiga digit → 001.
- 7) *Level Position*: Untuk menentukan level/tingkat rak pada kode lokasi di atas adalah berada di posisi ke delapan.
- 8) *Level Digit*: Untuk menentukan level/tingkat rak pada kode lokasi di atas adalah berada pada posisi ke delapan sebanyak satu digit → 1.
- 9) Klik tombol *process*

Berikut contoh hasil cetakan *stock take book detail* (cetak dari menu *report stock take*)

NO.	LOCATION	PRODUCT	EXPIRED	QTY UNIT	PICK UNIT	QTY COUNTED
1	10.001.01	R P002-PRODUCT BBB	20/05/2008	10	BOX	[]
2	10.003.01	R P001-PRODUCT AAA	20/05/2007	10	BOX	[]

Gambar 2.28 Contoh Hasil Cetakan Proses Stock Take

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

d. Reporting System

Laporan ini digunakan untuk mencetak *Stock List by Location* yang berguna untuk melihat informasi stok di setiap lokasi yang ada di dalam gudang. Di dalam menu ini, kamu dapat melihat informasi stok hanya dengan cara *inquiry* (melihat di layar), mencetak ke *printer*, atau diekspor ke dalam format Excel.

Cara pencetakan *reporting system* adalah sebagai berikut.

- 1) *Product Number*: Untuk melihat posisi stok atas produk tersebut, ada di lokasi mana saja. Jika dikosongkan, maka semua barang akan terlihat. Apabila kamu tidak hafal kode produknya, maka klik tombol gambar teropong untuk memilih kode barang yang diinginkan.
- 2) *Location*: Untuk melihat produk apa dan berapa jumlahnya yang terdapat pada lokasi tersebut.
- 3) *Location Type: Reserve* untuk melihat produk apa dan berapa jumlahnya yang terdapat pada lokasi *reserve* tersebut.
- 4) *Aisle*: Lorong 10, untuk melihat produk apa dan berapa jumlahnya yang terdapat pada lokasi di lorong tersebut.
- 5) Klik tombol *Query*: Untuk melihat di layar saja.
- 6) Klik tombol *Print*: Untuk mencetak di layar atau di *printer*.
- 7) Klik tombol *Export*: Untuk mengekspor data ke dalam format *Excel*.

Location	Type	Zone	Product No.	Pick Seq.	Pick Unit	Min Level	Qty Resp.	Rec Stat	Status	Batch No.	Expired	Rec Date	Qty Stock	Plan In	Plan Out	Factor
10.004.01	R	A	P001			0	0		M	BTC-0001	20/05/2007	12/09/2005	300	0	0	0
11.001.01	P	A	P001	1	BOX	10	50		M	BTC-0001	20/05/2007	12/09/2005	305	0	0	10
DMS-01	D	C	P001			0	0		M	BTC-090	20/03/2006	12/09/2005	500	0	0	0
GRT-01	Q	C	P001			0	0		M	2HS-0292	20/03/2007	14/09/2005	1000	0	0	0
GRT-03	Q	C	P001			0	0		M	BTC-0001	20/05/2007	15/09/2005	200	0	0	0

Gambar 2.29 Reporting System

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)



Berikut contoh hasil cetakan *stock by location* (Cetak dari menu *report stock by location*).

Report Designer - prn_stock_location.frx - Page 1 - Warehouse Management System

Receiving Return Rolling Dispatching Replenishment Adjustment Stock Take Report Closing Day Setup About System Exit

100%

STOCK BY LOCATION REPORT
Printed By: SysnetSoft-WMS

Print Date : 23/09/2005
Print Time : 15:44:47

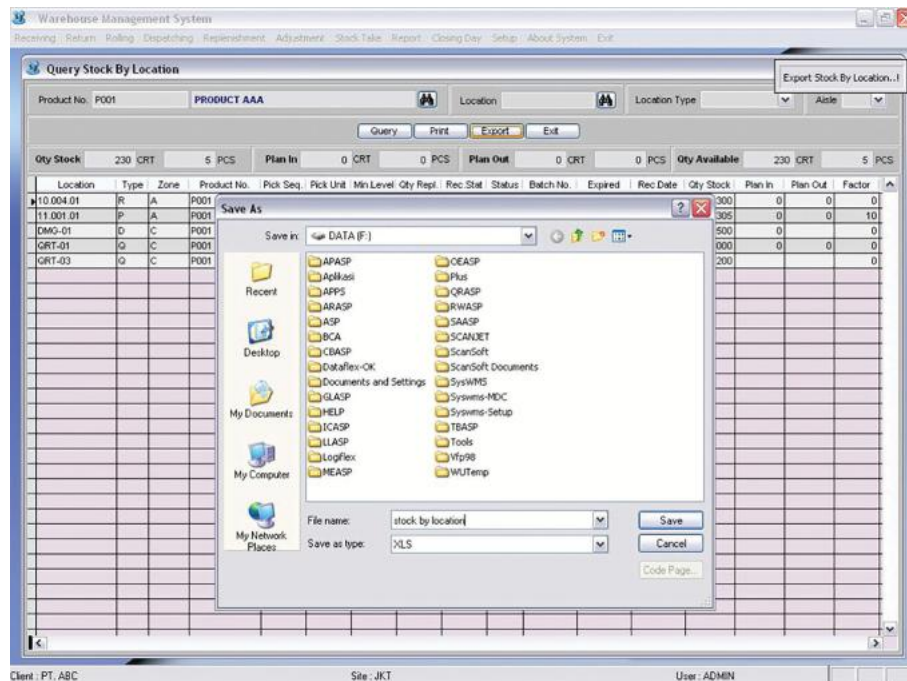
Page : 1 of 1

NO.	LOCATION	PRODUCT	EXPIRED	STOCK-ON	PLAN-IN	PLAN-OUT	STOCK-AVL
1	10.004.01 R	P001 - PRODUCT AAA	20/05/2007	30	0	0	30 EXP 0 PCS
2	11.001.01 P	P001 - PRODUCT AAA	20/05/2007	30	0	0	30 EXP 5 PCS
3	DMG-01 D	P001 - PRODUCT AAA	20/03/2006	50	0	0	50 EXP 0 PCS
4	GRT-01 Q	P001 - PRODUCT AAA	20/03/2007	100	0	0	100 EXP 0 PCS
5	GRT-03 Q	P001 - PRODUCT AAA	20/05/2007	20	0	0	20 EXP 0 PCS

Gambar 2.30 Contoh Hasil Cetakan Proses Stock by Location

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

Hasil *export stock by location* (Ekspor dari menu *report stock by Location*)

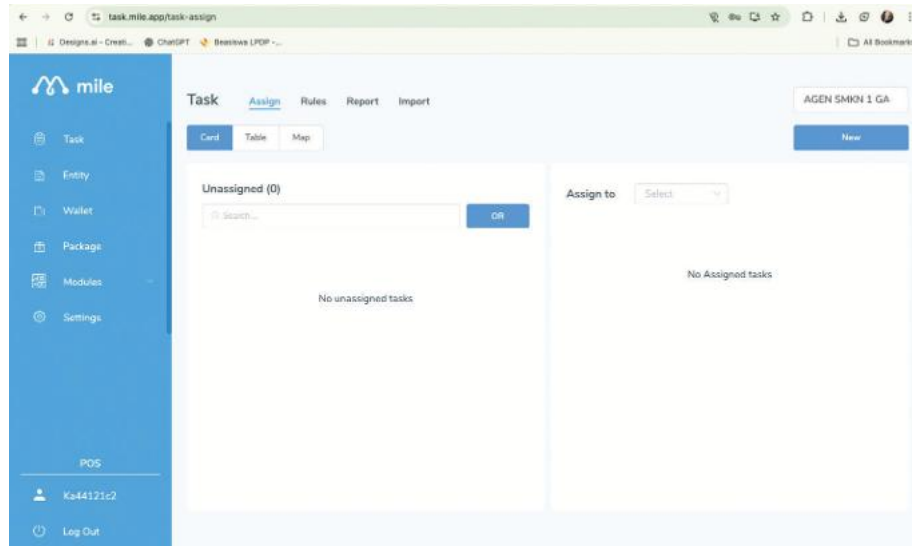


Gambar 2.31 Menu Report Stock by Location

Sumber: Yekti dan Hari/CitoXpress (2025)

2. Implementasi *Distribution Management System* (DMS)

DMS tidak hanya sebatas aplikasi, tetapi juga menghasilkan dokumen penting yang digunakan dalam logistik, seperti *connote* (resi pengiriman), *manifest*, *delivery sheet*, serta laporan *tracking*. Dokumen-dokumen ini menjadi bukti dan panduan dalam setiap tahapan pengiriman barang. Selain itu, fitur cek tarif membantu pelanggan mengetahui biaya kirim dengan cepat. Melalui dokumen dan fitur ini, kamu dapat mempelajari bagaimana logistik modern dijalankan secara detail dan akurat. Berikut salah satu contoh tampilan aplikasi DMS.



Gambar 2.32 Contoh Tampilan Aplikasi DMS

Sumber: Agen Pos SMKN 1 Garut/Tangkapan Layar dari Aplikasi Mile-Pos Indonesia (2025)

a. Keterangan *Sidebar* Menu (Sebelah Kiri)

1) *Task*

Menu utama yang cocok untuk mengatur pengiriman barang harian, sekaligus mengelola tugas pengiriman. Menu ini digunakan untuk:

- Membuat tugas baru (*new task*);
- Melihat daftar tugas yang belum dialokasikan ke kurir; dan
- Mengalokasikan tugas ke kurir (*assign task*).

2) *Entity*

Menu ini digunakan untuk mencatat mitra usaha atau agen serta mengelola data entitas yang terlibat dalam pengiriman, seperti:

- Data pelanggan (*customer*).
- Data kurir (*driver*).
- Data kendaraan (*vehicle*).



3) *Wallet*

Wallet digunakan untuk membantu memonitor keuangan operasional pengiriman. Menu ini juga digunakan untuk mencatat saldo keuangan di akun agen atau kurir, seperti:

- a) Pencatatan biaya kirim.
- b) Komisi kurir.
- c) Saldo COD (*Cash on Delivery*).

4) *Package*

Tempat melakukan pelacakan paket satu per satu dan digunakan untuk mengelola data paket kiriman berikut.

- a) Nomor resi (*connote*).
- b) Status paket (*pending, in transit, delivered*).
- c) Detail barang (berat, ukuran, dan deskripsi).

5) *Modules*

Modul ini biasanya diaktifkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Submenu pada modules berisi tentang modul-modul tambahan (*expandable*). Bisa berisi fitur khusus seperti laporan *custom*, integrasi API, dan notifikasi.

6) *Settings*

Digunakan untuk pengaturan akun dan sistem berikut.

- a) Pengaturan tarif pengiriman.
- b) Pengaturan wilayah layanan.
- c) Pengaturan hak akses pengguna.

b. Layar Utama–*Tab Task (Menu Assign)*

1) *Assign*

Tab yang muncul saat memilih *Task* → *Assign*. Fungsinya mendistribusikan tugas ke kurir.

- a) *Card View* → Tampil tugas dalam bentuk kotak per tugas.
- b) *Table View* → Tampil tugas dalam bentuk tabel.
- c) *Map View* → Tampil posisi tugas di peta (jika terintegrasi GPS).

2) *Unassigned*

- a) Daftar tugas yang belum dialokasikan ke kurir.
- b) Misalnya paket baru diterima, tetapi belum diputuskan siapa yang mengantar.

3) *Assign to*

Digunakan untuk memilih siapa kurir atau agen yang akan ditugaskan mengantarkan paket tertentu.

4) *New*

- a) Tombol untuk membuat tugas baru (*new task*).
- b) Memasukkan data seperti:
 - (1) alamat pengirim
 - (2) alamat penerima
 - (3) detail barang
 - (4) layanan pengiriman (reguler atau ekspres)
 - (5) waktu pengiriman

c. Bagian Bawah *Sidebar* (Sebelah Kiri)

- 1) *POS* → Tanda akun yang sedang aktif, misalnya AGEN SMKN 1 GARUT.
- 2) *Log Out* → Untuk keluar dari aplikasi.

Apabila ingin melakukan input data *customer*, klik tombol *package*, maka akan tersedia tampilan berikut.

The screenshot displays the 'expos.mile.app/new-transaction' interface. At the top, there's a header with a balance of 'Saldo : 41,170' and the user 'AGEN SMKN 1 GARUT 44121'. The main form is divided into several sections: 'Pengirim' (Sender) with fields for Name, TELP, and Address; 'Penerima' (Receiver) with fields for Name, TELP, Address, and Province; 'Pengiriman' (Shipping) with fields for Service, COD (NON-COD), Jenis Barang (Type of Goods), Nomor referensi (Reference Number), and Instruksi Pengiriman (Shipping Instructions); 'Koli' (Parcel) with fields for Berat (Weight), Panjang (Length), Lebar (Width), Tinggi (Height), Deskripsi (Description), Nilai Barang (Value of Goods), and Jumlah (Quantity); and 'List Koli' (Parcel List). At the bottom, there are buttons for '+ Koli (gratis)', '+ Paket (gratis)', and 'Bayar (gratis)'. A summary bar at the very bottom shows: Berat Aktual: 0 Kg, Volume Aktual: 0 Kg, Total Tarif Pengiriman: 0,00, Total Surcharge: 0,00, Total Biaya Paket: 0,00, and Total Biaya Transaksi: 0,00.

Gambar 2.33 Tampilan Bagian Bawah *Sidebar*

Sumber: Agen Pos SMKN 1 Garut/Tangkapan Layar dari Aplikasi Mile-Pos Indonesia (2025)



a. Bagian Kiri (*Sidebar Menu*)

Ikon vertikal biru di sisi kiri layar menunjukkan beberapa menu utama berikut.

- 1) Ikon *Dashboard*
Menampilkan ringkasan data transaksi, grafik pengiriman, saldo, atau notifikasi penting.
- 2) Ikon Pelanggan
Untuk mengelola data pelanggan, termasuk pencarian, penambahan, dan pembaruan profil pelanggan.
- 3) Ikon Transaksi
Menu utama untuk membuat transaksi pengiriman baru seperti tampilan saat ini.
- 4) Ikon Laporan
Menampilkan laporan transaksi, laporan biaya, dan performa pengiriman.
- 5) Ikon Barang atau Gudang
Untuk manajemen stok atau catatan barang jika agen juga berfungsi sebagai gudang penyimpanan.
- 6) Ikon Dunia/*Globe*
Biasanya digunakan untuk fitur *tracking* pengiriman atau integrasi jaringan logistik nasional.
- 7) Ikon Pengaturan
Untuk mengatur preferensi agen, akun pengguna, wilayah layanan, dan harga.

b. Bagian Tengah (Formulir Transaksi Baru)

- 1) Data Pengirim
 - a) Nama dan Nomor Telepon (informasi pengirim paket)
 - b) Alamat dan Kode Pos (lokasi asal barang dikirim)
- 2) Data Penerima
 - a) Nama dan Telepon (penerima barang)
 - b) Alamat dan Provinsi (lokasi tujuan pengiriman): Tombol “by Provinsi” mengaktifkan input berdasarkan wilayah.
- 3) Informasi Pengiriman
 - a) *Service* (jenis layanan, seperti reguler, *express*, dan lain-lain)
 - b) Pengembalian Apabila Tidak Terkirim (biasanya memilih antara “Kembali ke Pengirim” atau “Dibuang”)

- c) COD (*Cash On Delivery*): Apakah pembayaran dilakukan saat barang diterima?
 - d) Jenis Barang (umumnya paket, dokumen, atau barang cair)
 - e) Nomor Referensi (kode pemesanan dari sistem lain, misalnya dari *marketplace*)
 - f) Instruksi Pengiriman (permintaan khusus, seperti “Jangan dibalik”, “*Fragile*”, dan sebagainya.)
- c. Bagian Kanan (Data Koli dan Biaya)
- 1) Koli (Data Barang yang Dikirim)
 - a) Berat (kg), Panjang, Lebar, Tinggi (cm): Untuk menghitung volume dan berat aktual.
 - b) Deskripsi Barang (penjelasan isi paket)
 - c) *Surcharge* (biaya tambahan, seperti asuransi, barang besar, bahan berbahaya, dan sebagainya)
 - d) Nilai Barang (estimasi harga barang yang dikirim)
 - e) Jumlah (jumlah koli/paket)
 - 2) *List Koli*
Tampilan daftar paket jika pengguna menginput lebih dari satu koli dalam satu transaksi.
- d. Bagian Bawah
- 1) Berat Aktual dan Volume Aktual (Sistem menghitung otomatis setelah data diisi).
 - 2) *Chargeable Weight* (Berat yang digunakan sebagai dasar tarif, bisa volume atau berat aktual [tergantung yang lebih besar]).
 - 3) Total Tarif Pengiriman (biaya dasar pengiriman).
 - 4) *Total Surcharge* (biaya tambahan [jika ada]).
 - 5) Total Biaya Transaksi (Total keseluruhan yang harus dibayar pelanggan).
- e. Tombol Aksi
- 1) + Koli (ALT+W): Menambahkan data koli baru.
 - 2) + Paket (ALT+R): Menyimpan data paket ke *list koli*.
 - 3) Bayar (ALT+P): Menyelesaikan transaksi dan mencetak *connote* pengiriman.

Setelah mempelajari tampilan-tampilan pada menu aplikasi DMS, selanjutnya kamu akan mempelajari tentang alur implementasi DMS.

a. Alur Proses Pelayanan atau *Flow* Pemakaian DMS

Alur proses pelayanan adalah langkah-langkah kerja yang harus dilakukan petugas logistik saat menggunakan *Distribution Management System* (DMS) untuk melayani pelanggan. Dengan mengikuti alur ini, semua data pengiriman akan tercatat dengan benar, biaya



dihitung otomatis, dan *connote* dapat dicetak dengan cepat. Berikut *flow* penggunaan aplikasi DMS.

- 1) *Login* ke Sistem
 - a) Masukkan *username* dan *password*.
 - b) Sistem akan menampilkan *dashboard* utama.
- 2) Buka Menu Transaksi
 - a) Klik ikon transaksi (ikon kotak .
 - b) Muncul layar formulir transaksi baru.
- 3) Isi Data Pengirim
 - a) Nama dan Nomor Telepon Pengirim
 - b) Alamat Lengkap Pengirim
 - c) Kode Pos Pengirim
- 4) Isi Data Penerima
 - a) Nama dan Nomor Telepon Penerima
 - b) Alamat Lengkap Tujuan
 - c) Provinsi atau Kota Tujuan Pengiriman
- 5) Pilih Layanan Pengiriman
 - a) Reguler, *Express*, atau sebagainya
 - b) Apabila ingin membayar saat barang diterima, pilihlah COD (*Cash on Delivery*)
- 6) Isi Data Barang (Koli)
 - a) Berat Barang (kg)
 - b) Ukuran Barang (panjang, lebar, tinggi dalam cm)
 - c) Deskripsi Barang (contoh: pakaian, dokumen)
 - d) Nilai Barang (harga barang)
- 7) Tambahkan *surcharge* jika ada (misalnya, asuransi).
- 8) Tentukan jumlah koli.

Jika mengirim beberapa koli, klik tombol + koli (ALT+W) untuk menambah data koli lainnya.
- 9) Hitung Total Biaya

Sistem menghitung otomatis hal-hal berikut.

 - a) Berat Aktual dan Volume
 - b) *Chargeable Weight* (berat yang ditagihkan)

- c) Tarif Dasar Pengiriman
- d) *Surcharge*
- e) Total Biaya Transaksi

10) Simpan Transaksi

Klik tombol + paket (ALT+R) untuk menyimpan data.

11) Lakukan Pembayaran

- a) Klik bayar (ALT+P).
- b) Pilih metode pembayaran (tunai atau nontunai).
- c) Cetak *connote*.

12) Serahkan *Connote* ke Pelanggan

Isi resi terdiri atas:

- a) Nomor Resi (*Airway Bill*)
- b) Data Pengirim dan Penerima
- c) Informasi Biaya Kirim
- d) *Link* atau *QR Code* untuk melacak kiriman secara *real-time*

b. Pembuatan *Connote* (*Consignment Note*)

Connote adalah nomor resi pengiriman barang. *Connote* seperti tanda bukti bahwa barang sudah diterima oleh perusahaan ekspedisi untuk dikirim ke alamat tujuan.

Isi *connote* terdiri atas:

- 1) Nama dan Alamat Pengirim
- 2) Nama dan Alamat Penerima
- 3) Berat dan Ukuran Barang
- 4) Jenis Layanan (*Reguler*, *Express*, atau *COD*).
- 5) Biaya Kirim

Fungsi *connote*, yaitu:

- 1) Bukti sah barang dikirim;
- 2) Digunakan untuk melacak posisi barang; dan
- 3) Sebagai dokumen untuk klaim jika barang hilang/ rusak.

The image shows a 'Pos Rapi' 'Connote' form. Key details include:

- Header:** Pos Rapi logo, 'Pos Regular', and NPWP number.
- Tracking Info:** Ref Pengiriman and Kode Transaksi.
- Sender (Dari):** AGENT SMKN 1 GARUT 44121C2.
- Recipient (Kepada):** AGENT SMKN 1 GARUT 44121C2.
- Weight/Dimensions:** Berat: 1 KG, 14x20x5 cm (0.234 KG).
- Service:** GRT (TRGO).
- Transaction Date:** 19-Nov-2025.
- Estimate Date:** 21-Nov-2025.
- QR Code:** A square QR code for tracking.
- Signature Section:** Fields for 'Pengirim' (Sender) and 'Penerima' (Recipient) signatures and stamps.
- Footer:** NPWP number and company name.

Gambar 2.34 Contoh *Connote*

Sumber: Agen Pos SMKN 1 Garut/Tangkapan Layar dari Aplikasi Mile-Pos Indonesia (2025)

Setelah nomor resi dicetak, langkah selanjutnya adalah memasukkan data ke *manifest* agar barang dapat diatur sesuai rute pengiriman.



c. *Manifest*

Manifest adalah daftar semua barang yang akan diangkut oleh kendaraan ekspedisi (mobil, motor, atau truk). Digunakan sebelum kendaraan berangkat supaya petugas mengetahui barang apa saja yang dibawa.

Isi *manifest* terdiri atas:

- 1) Nomor *Manifest*
- 2) Daftar Nomor *Connote* Barang-Barang yang Dibawa
- 3) Nama Kurir/Pengemudi
- 4) Nomor Kendaraan
- 5) Rute Perjalanan

Berikut fungsi dari *manifest*:

- 1) Sebagai daftar muatan kendaraan;
- 2) Membantu pengecekan barang sebelum berangkat; dan
- 3) Menghindari barang tertinggal atau salah kirim.

Dokumen <i>Manifest</i> Pengiriman	
Nomor <i>Manifest</i>	: MNF-001
Nama Kurir/Pengemudi	: Budi Santoso
Nomor Kendaraan	: D 1234 AB
Rute Perjalanan	: Garut–Bandung
Nomor <i>Connote</i>	Keterangan Barang
CN001	Buku dan Makanan Ringan
CN002	Pakaian (3 pcs.)
CN003	Peralatan Elektronik– <i>Charger</i>
CN004	Kosmetik dan Perlengkapan Pribadi

d. *Delivery Sheet*

Delivery sheet adalah daftar kiriman yang dibawa kurir saat mengantar barang ke rumah penerima. Daftar ini digunakan saat serah terima barang.

Isi *delivery sheet* terdiri atas:

- 1) Nama Penerima
- 2) Alamat Penerima
- 3) Nomor *Connote*
- 4) Jenis Layanan (Reguler atau COD)
- 5) Tanda Tangan Penerima saat Barang Diterima

Fungsi *delivery sheet*, yaitu:

- 1) Membantu kurir saat mengantar barang;
- 2) Sebagai bukti bahwa barang sudah diterima; dan
- 3) Mencegah salah kirim barang.

Delivery Sheet				
Nama Kurir	: Andi Setiawan			
Nomor Kendaraan	: D 9876 XY			
Tanggal	: 27 Agustus 2025			
No.	Nama Penerima	Alamat Penerima	Nomor <i>Connote</i>	Jenis Layanan
1	Andi Wijaya	Jl. Cibaduyut Lama No.20, Bandung	CN00s1	Reguler
2	Sinta Rahmawati	Jl. Asia Afrika No.55, Bandung	CN002	COD
3	Rudi Hartono	Jl. Soekarno–Hatta No.120, Bandung	CN003	Reguler

e. *Trace dan Tracking*

Trace dan *tracking* adalah fitur sistem yang dapat melacak posisi barang secara *real-time*. *Trace* dan *tracking* biasanya dilakukan dengan memasukkan *connote* ke *website* atau aplikasi ekspedisi.

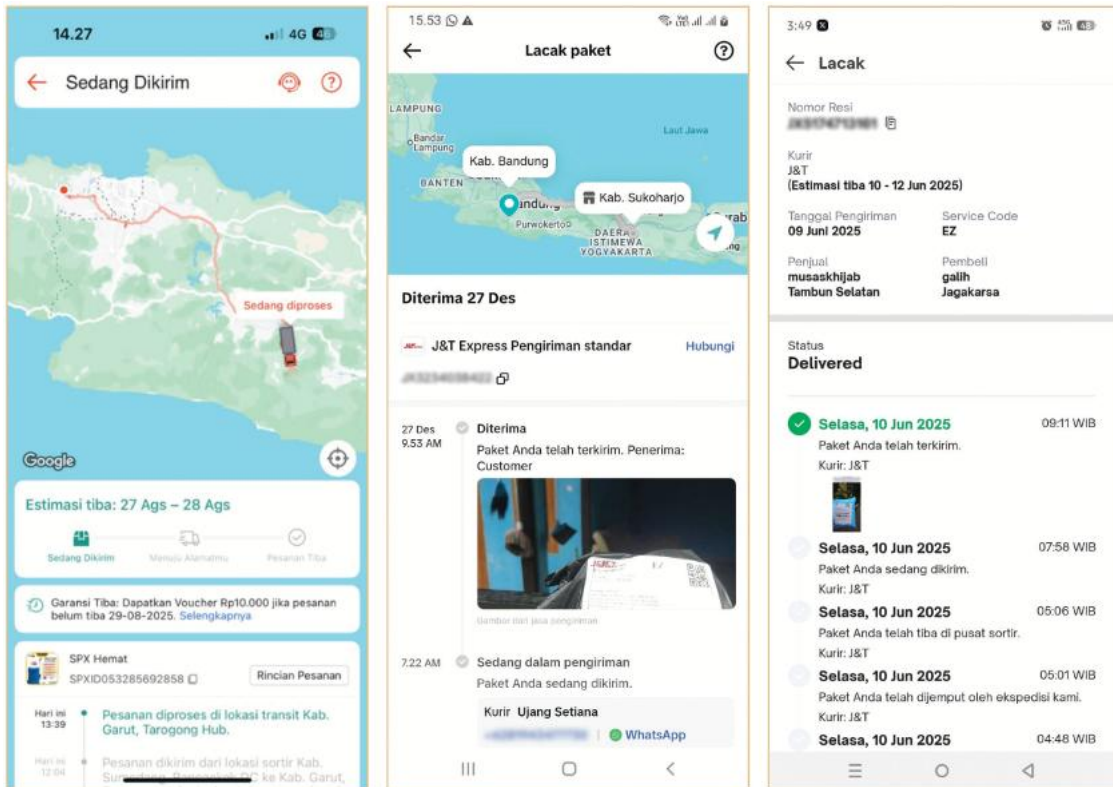


Adapun informasi yang ditampilkan, di antaranya:

- 1) Barang sudah diterima agen;
- 2) Barang sedang dalam perjalanan;
- 3) Barang sudah sampai di kota tujuan; dan
- 4) Barang sudah diterima oleh penerima.

Fungsi *trace* dan *tracking*, yaitu:

- 1) Membuat pelanggan tenang karena bisa memantau paketnya;
- 2) Mempermudah penyelesaian masalah jika barang terlambat; dan
- 3) Meningkatkan kepercayaan pelanggan.



Gambar 2.35 Contoh Trace and Tracking

Sumber: Dela Dewi Ramdani (2025)

f. Cek Tarif

Cek Tarif adalah fitur untuk menghitung ongkos kirim barang. Fitur ini dapat membantu pelanggan mengetahui biaya kirim sebelum barang dikirim.

Data yang diperlukan untuk cek tarif, di antaranya:

- 1) Berat Barang (kg)
- 2) Ukuran Barang (P x L x T cm)
- 3) Kota Asal
- 4) Kota Tujuan
- 5) Jenis Layanan (reguler, ekspres, dan sebagainya)

Fungsi cek tarif, yaitu:

- 1) Menghindari salah hitung ongkos kirim;
- 2) Membantu pelanggan menyiapkan uang sebelum kirim barang; dan
- 3) Membantu petugas melayani pelanggan lebih cepat.

Ayo Praktik!



AKTIVITAS

2.8

Aktivitas Individu

Bright Express adalah mitra logistik lokal yang melayani pengiriman barang dari Garut ke berbagai wilayah di Jawa Barat. Hari ini, staf operasional bagian *frontliner* bertugas menerima paket dari pelanggan yang bernama Bu Lina dan memprosesnya di sistem DMS (*Distribution Management System*).

a. Tahap 1 (Pembuatan *Connote*)

Bu Lina : “Selamat pagi, saya mau kirim paket ke anak saya di Bandung. Ini barangnya berupa buku dan makanan ringan.”

Staf Agen : “Baik, Bu. Boleh saya minta data pengirim dan penerima?”

Bu Lina : “Nama saya Lina Mulyani; Nomor HP: 081312345678; Alamat: Jl. Merdeka No. 10, Tarogong, Garut, 44151; Nama anak saya Andi Wijaya; Nomor HP: 082178901234; Alamat: Jl. Cibaduyut Lama No. 20, Bandung, 40239. Pakai layanan Reguler, ya.”

Staf Agen : “Berat paketnya 2,5 kg, panjang 30 cm, lebar 20 cm, tinggi 15 cm. Apakah barang ini perlu diasuransikan, Bu?”

Bu Lina : “*Enggak* usah, harganya sekitar Rp150.000, isinya buku dan makanan ringan.”

Staf Agen : “Baik, Bu. Pembayaran dilakukan sekarang atau nanti saat paket diterima?”

Bu Lina : “Sekarang aja, ya. Oh iya, saya butuh bukti pengirimannya untuk dikirim ke anak saya.”

Staf Agen : “Baik, nanti Ibu akan menerima resi dan bisa melacak paket ini secara *online*.”



Tugas:

Isi borang *connote* sesuai dengan data percakapan tersebut.

b. Tahap 2 (*Delivery Sheet*)

Ketika paket sampai di Bandung, kurir Budi Setiawan akan mengantarkan paket ke alamat Andi Wijaya.

Tugas:

Isi *delivery sheet* dengan data berikut.

- 1) Nama Penerima (Sesuai dengan saat barang diterima. Jika berbeda, tulis nama yang menerima)
- 2) Tanda Tangan Penerima
- 3) Nomor *Connote*
- 4) Jenis Layanan (Reguler atau COD)

c. Tahap 3 (*Trace dan Tracking*)

Pelanggan (Bu Lina) menanyakan status paketnya dua hari kemudian.

Tugas:

Lakukan pelacakan berdasarkan nomor *connote*, lalu isi tabel status pelacakan sesuai alur berikut.

- 1) Paket diterima agen Garut.
- 2) Paket dalam perjalanan ke Bandung.
- 3) Paket tiba di gudang Bandung.
- 4) Paket dalam proses pengantaran.
- 5) Paket diterima oleh Andi Wijaya.

d. Tahap 4 (*Cek Tarif*)

Sebelum transaksi, Bu Lina ingin mengetahui ongkos kirim untuk paket dengan berat dan dimensi tersebut.

Tugas:

Gunakan tabel tarif yang tersedia untuk menghitung biaya pengiriman Garut-Bandung dengan layanan reguler, berat 2,5 kg, dan volume 30 x 20 x 15 cm.

3. Contoh Kasus

Stok yang Hilang di Toko Bangunan Sinar Terang

a. Latar Belakang Kasus

Toko Bangunan Sinar Terang, sebuah toko bangunan berukuran menengah di daerah Cipinang, sedang berkembang pesat. Penjualannya meningkat, jenis barang makin banyak, dan arus keluar-masuk barang makin ramai setiap hari. Namun, masalah mulai muncul ketika stok barang sering tidak sesuai antara catatan di buku tulis dan kondisi nyata di gudang.

Suatu pagi, pemilik toko Pak Reza marah besar karena ada pelanggan yang mencari semen, tetapi stok di gudang ternyata kosong, padahal catatan manual menunjukkan masih ada 25 sak. Di hari lain, staf menemukan paku 2 inci justru menumpuk hingga ratusan bungkus, padahal catatan menunjukkan stoknya hampir habis.

Kesalahan stok semakin sering terjadi dan staf mulai kewalahan mencari data barang, mencatat keluar-masuk barang, membuat laporan, dan menghitung kebutuhan pembelian. Hal-hal tersebut membuat pelayanan lambat, banyak komplain pelanggan, dan toko kehilangan potensi penjualan.

b. Permasalahan Inti

- 1) Pencatatan masih manual (buku tulis dan hitungan kalkulator).
- 2) Data mudah hilang, sobek, atau tidak sinkron.
- 3) Kesalahan pencatatan stok sering terjadi.
- 4) Laporan stok dan barang masuk/keluar lambat dibuat.
- 5) Staf kesulitan melacak barang yang sudah keluar atau tersisa.

Pak Reza akhirnya menyadari bahwa toko tidak dapat berkembang jika manajemen stok masih manual.



c. Solusi yang Dipilih

Pemilik toko meminta ahli IT untuk menganalisis proses kerja toko. Ahli IT tersebut merekomendasikan hal berikut.

“Toko Sinar Terang membutuhkan Sistem Informasi Logistik berbasis komputer agar stok bisa dicatat otomatis, akurat, dan cepat.”

Ahli IT kemudian mengembangkan sebuah aplikasi sederhana berbasis web menggunakan metode berikut.

- 1) PHP untuk *interface*,
- 2) MySQL untuk *database*,
- 3) Waterfall sebagai metode pengembangan, dan
- 4) Sistem dapat diakses melalui *localhost/server* toko.
- 5) Aplikasi tersebut memiliki fitur berikut.
- 6) Input dan edit data barang.
- 7) Barang masuk dan barang keluar.
- 8) Laporan stok otomatis.
- 9) Permintaan pembelian jika stok menipis.
- 10) Login untuk admin, pegawai, dan *owner*.

Setiap staf kini hanya perlu memasukkan data ketika barang datang dan keluar serta ketika sistem menampilkan stok secara *real-time*.

d. Hasil Implementasi

Setelah sistem berjalan dua minggu, berikut hasil yang diperoleh.

- 1) Selisih stok berkurang drastis.
- 2) Laporan harian dapat dibuat dalam hitungan detik.
- 3) Staf tidak perlu lagi mencari barang secara manual.
- 4) Pemilik toko dapat memantau stok kapan saja.
- 5) Proses pembelian barang lebih tepat waktu.

Staf toko merasa lebih ringan, pemilik toko puas, dan pelanggan pun kembali percaya.



Uji Kompetensi

A. Pengetahuan

1. Peran utama teknologi dalam logistik adalah
 - a. Hanya untuk mempercantik tampilan gudang
 - b. Mengurangi jumlah tenaga kerja
 - c. Meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi rantai pasok
 - d. Membatasi interaksi antara pengirim dan penerima
 - e. Mengurangi kebutuhan transportasi
2. Fungsi utama *conveyor system* dalam logistik adalah
 - a. Memindahkan barang secara otomatis di jalur tetap
 - b. Mengatur keuangan perusahaan
 - c. Mencatat data pelanggan
 - d. Melacak lokasi kendaraan
 - e. Mengurangi jumlah rak penyimpanan
3. Teknologi yang digunakan untuk membaca data produk berupa kode visual adalah
 - a. RFID
 - b. *Barcode*
 - c. GPS
 - d. *QR Code* saja
 - e. AI
4. RFID memiliki keunggulan dibanding dengan *barcode* karena
 - a. Hanya bisa dibaca satu per satu
 - b. Membutuhkan sentuhan langsung dengan *scanner*
 - c. Dapat membaca banyak data sekaligus menggunakan gelombang radio
 - d. Hanya dipakai untuk barang kecil
 - e. Tidak bisa digunakan di gudang besar
5. Contoh penggunaan *drone* dalam logistik adalah
 - a. Menarik troli di gudang
 - b. Melakukan inspeksi stok di rak tinggi
 - c. Mengangkut barang berat ke pabrik
 - d. Membaca *barcode*
 - e. Menghitung gaji kurir



6. Teknologi yang memungkinkan posisi kendaraan dilacak secara *real-time* adalah
 - a. *Barcode*
 - b. *RFID*
 - c. *GPS*
 - d. *Conveyor*
 - e. *Robot Picking*
7. *Big Data* dalam logistik berarti
 - a. Data kecil yang dicatat manual
 - b. Data hanya dari gudang
 - c. Kumpulan data besar dan kompleks yang dapat dianalisis untuk prediksi dan keputusan
 - d. Data hasil percakapan pelanggan
 - e. Data hanya dari transaksi penjualan
8. Contoh penerapan IoT dalam logistik adalah
 - a. Sensor suhu di truk pendingin yang terhubung ke sistem *online*
 - b. *Barcode* di minimarket
 - c. Peta rute manual di kertas
 - d. Laporan bulanan dicetak
 - e. Nota penjualan
9. Proses pertama dalam implementasi WMS biasanya adalah
 - a. *Picking* barang untuk pelanggan
 - b. *Receiving* barang dari *supplier*
 - c. Membuat rute kurir
 - d. Menyusun laporan keuangan
 - e. Menghitung gaji karyawan
10. Dokumen yang digunakan kurir untuk serah terima barang dengan penerima disebut
 - a. *connote*
 - b. *manifest*
 - c. *invoice*
 - d. *delivery sheet*
 - e. *purchase order*

B. Keterampilan

Instruksi Umum

Pada praktik ini, kamu akan berlatih mengisi dokumen logistik (*Receiving, Connote, Manifest, dan Delivery Sheet*).

1. Jika tersedia aplikasi logistik di sekolah, gunakan aplikasi tersebut untuk menginput data.
2. Jika tidak, gunakan borang manual yang disediakan dan isi sesuai kasus.

Kasus

Pada tanggal 12 September 2025, sebuah truk dari PT Sumber Makmur tiba di gudang Bright Express Garut. Truk dengan nomor polisi D 8097 AB dikemudikan oleh Budi Santoso. Truk ini membawa tiga jenis barang untuk disimpan dan kemudian dikirimkan ke pelanggan. Berikut data barang yang diterima gudang.

1. Barang Pertama
 - a. *Purchase Order* : PO-01
 - b. *Supplier Delivery Order* : DO-567
 - c. Produk : Buku Tulis A5
 - d. Kode Produk : PRD001
 - e. *Batch Number* : BT-0925
 - f. *Expired Date* : -
 - g. Jumlah : 50 dus (10 kg/dus)
 - h. Lokasi Penyimpanan : Rak A1
2. Barang Kedua
 - a. *Purchase Order* : PO-01
 - b. *Supplier Delivery Order* : DO-568
 - c. Produk : Botol Minum *Stainless*
 - d. Kode Produk : PRD002
 - e. *Batch Number* : BT-0925
 - f. *Expired Date* : -
 - g. Jumlah : 30 dus (15 kg/dus)
 - h. Lokasi Penyimpanan : Rak B2
3. Barang Ketiga
 - a. *Purchase Order* : PO-01
 - b. *Supplier Delivery Order* : DO-569
 - c. Produk : *Snack Ring*



- d. Kode Produk : PRD003
- e. *Batch Number* : BT-0925
- f. *Expired Date* : 12/03/2026
- g. Jumlah : 20 dus (5 kg/dus)
- h. Lokasi Penyimpanan : Rak C3

Tugas Murid

- Isi *Form Receiving* (WMS) berdasarkan data kedatangan barang di atas.

Purchase No.	Receipt Date	Supplier No.	Transporter	Supplier DO	Truck No.	Driver	Product No.	Product Name	Batch No.	Expired Date	Quantity	Location	Zone

- Buat *connote* (resi) untuk tiga pengiriman berbeda dari barang yang diterima tersebut.
 - Pengiriman 1: Buku Tulis A5 → dikirim ke Andi Wijaya, Bandung (*Connote Number*: CN001).
 - Pengiriman 2: Botol Minum *Stainless* → dikirim ke Siti Rahma, Tasikmalaya (*Connote Number*: CN002).
 - Pengiriman 3: *Snack Ring* → dikirim ke Rudi Hartono, Ciamis (*Connote Number*: CN003).

Nomor Resi/ <i>Connote</i>	:
Jenis Layanan	:
Nama Pengirim	:
Alamat Pengirim	:
Nomor Telepon Pengirim	:
Nama Penerima	:
Alamat Penerima	:
Nomor Telepon Penerima	:
Berat Barang (Kg)	:
Nilai Barang (Rp)	:
Jenis Pembayaran (COD/NON-COD)	:
Catatan Khusus/Instruksi	:

- Susun dokumen *manifest* untuk kurir Agus Salim dengan kendaraan D 4590 ZZ, rute Garut–Bandung–Tasikmalaya–Ciamis yang membawa ketiga kiriman tersebut.

Dokumen <i>Manifest</i> Pengiriman	
Nomor <i>Manifest</i>	:
Nama Kurir/Pengemudi	:
Nomor Kendaraan	:
Rute Perjalanan	:

Connote	Keterangan Barang

- Lengkapi *delivery sheet* sesuai data pengiriman.

Nama Penerima	Alamat Penerima	Nomor <i>Connote</i>	Jenis Layanan





Pengayaan

Jika WMS dan DMS biasa dipakai untuk mengelola barang dan distribusi, ada juga aplikasi lain yang tidak kalah penting, yaitu:

1. ERP (*Enterprise Resource Planning*) → “otak besar” yang menyatukan data keuangan, gudang, pembelian, hingga distribusi.
2. TMS (*Transportation Management System*) → “navigator cerdas” yang membantu kendaraan logistik menemukan rute terbaik dan lebih hemat biaya.
3. CRM (*Customer Relationship Management*) → “teman dekat pelanggan” yang membuat layanan lebih ramah, cepat, dan personal.

Kamu akan menjadi detektif logistik yang menyelidiki salah satu dari tiga aplikasi tersebut.

Tantangan Misi

1. Pilihlah satu aplikasi: ERP, TMS, atau CRM.
2. Cari informasi melalui internet, artikel, video, atau wawancara dengan kurir/agen.
3. Buat “Laporan Investigasi” singkat ($\frac{1}{2}$ –1 halaman) yang berisi:
 - a. Identitas Aplikasi (nama dan contoh penggunaannya).
 - b. Fungsi Utama (peran pentingnya dalam logistik).
 - c. Manfaat (apa keuntungannya bagi perusahaan logistik).
4. Sajikan dalam bentuk tulisan kreatif (laporan ala detektif, komik setrip, atau presentasi kelompok).



Refleksi

Setelah mengikuti pembelajaran pada Bab 2, kamu telah mengenal bagaimana teknologi dan sistem informasi menjadi bagian penting dalam dunia logistik. Kamu tidak hanya mempelajari konsep dasar, tetapi juga mencoba implementasi *software* yang dimiliki sekolah, membuat *Connote*, *Manifest*, dan *Delivery Sheet*, hingga memahami bagaimana *Big Data*, IoT, dan AI mengubah cara logistik bekerja.

Melalui aktivitas-aktivitas tersebut, kamu berlatih untuk berpikir sistematis, teliti dalam mengisi data, serta mampu melihat keterkaitan antara teknologi dan efisiensi kerja logistik. Apakah tujuan pembelajaran telah tercapai? Mari kita cek bersama!

Tujuan Pembelajaran (TP)	Sudah Saya Kuasai? (✓/X)
Mengidentifikasi teknologi logistik dan transformasi digital.	
Memahami sistem informasi logistik.	
Mengimplementasikan WMS dan DMS sebagai aplikasi logistik.	

Pertanyaan Refleksi Diri

1. Dari semua aktivitas pembelajaran di bab ini, manakah aktivitas yang menurutmu paling menantang? Jelaskan alasannya!
2. Jika kamu menjadi staf logistik sungguhan, bagian mana dari sistem WMS atau DMS yang menurutmu paling penting untuk dikuasai?
3. Apa manfaat terbesar yang kamu rasakan ketika belajar teknologi logistik modern (contoh: *barcode*, RFID, atau AI)?



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Manajemen Logistik untuk SMK/MAK Kelas XII

Penulis: Dela Dewi Ramdani, Deary Wahyu Nugroho

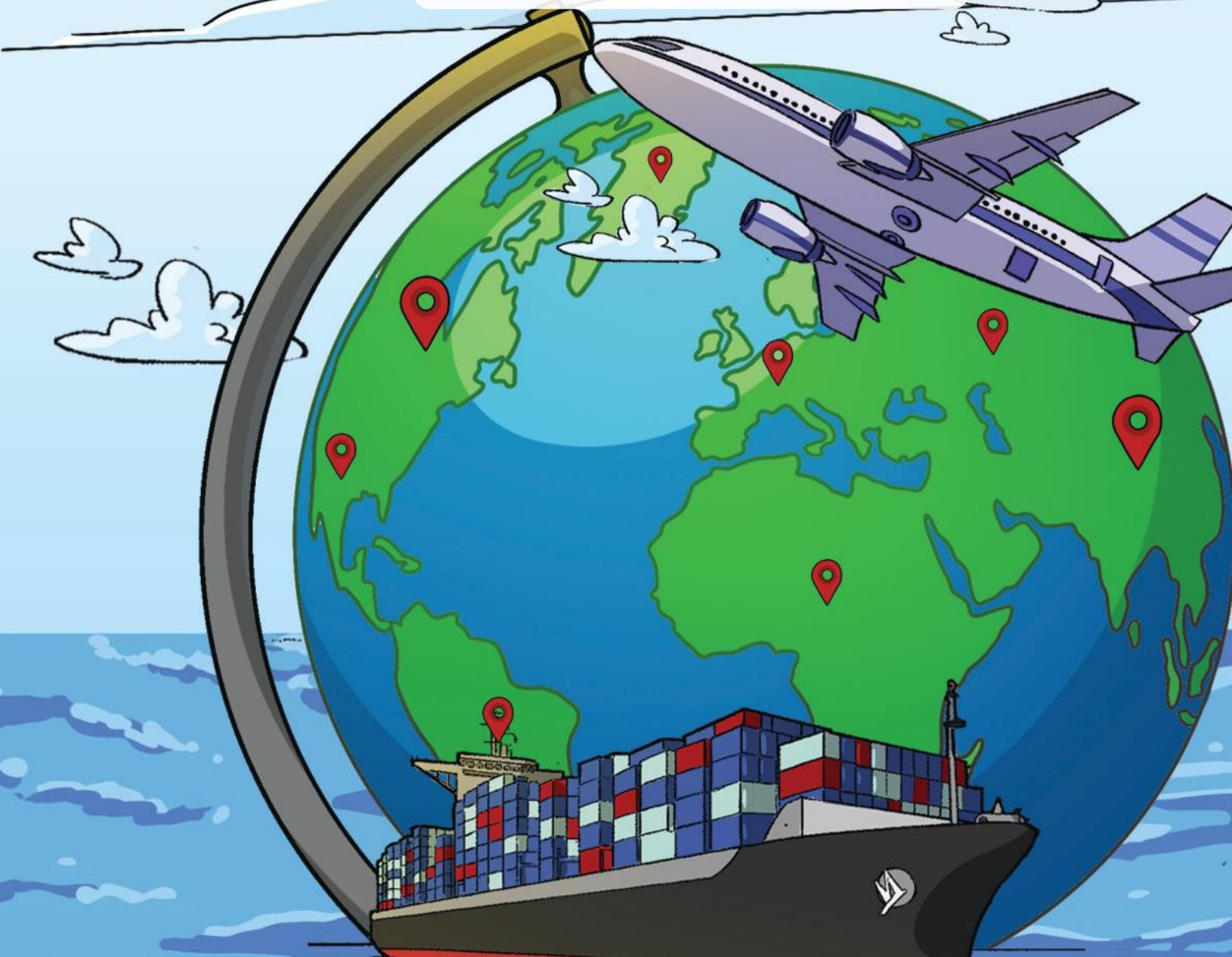
ISBN: 978-634-00-3307-6 (jil.2 PDF)

Bab



PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Menurut pendapatmu, bagaimana cara
menjual produk lokal ke mancanegara?





Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti pembelajaran pada bab ini, kamu diharapkan mampu memahami konsep dasar perdagangan internasional; menganalisis pihak-pihak dalam perdagangan internasional; menganalisis regulasi dan dokumen perdagangan internasional; menerapkan jasa pengurusan pengiriman barang (*freight forwarding*); serta menganalisis pengiriman kargo internasional.



Kata Kunci

- perdagangan internasional
- ekspor-impor
- *incoterms*
- *freight forwarding*
- kargo



Peta Materi



“Tahukah kamu bagaimana rempah-rempah, seperti cengkeh yang berlimpah di Indonesia bisa sampai dikonsumsi oleh penduduk dari negara lain yang tidak menghasilkan rempah, seperti Eropa atau Amerika? Begitu pun sebaliknya, apakah kamu mengetahui bagaimana produk, seperti *smartphone*, sepatu, dan kendaraan canggih yang diproduksi di Eropa bisa sampai ke Indonesia?

Sebagai contoh, produk olahan kelapa sawit Indonesia. Mulai dari minyak goreng di dapur hingga bahan baku kosmetik di seluruh dunia telah menembus pasar internasional. Begitu pula dengan produk UMKM, seperti kerajinan tangan dari Bali yang kini menjadi buah tangan favorit turis mancanegara, bahkan dipasarkan secara *online* ke seluruh dunia.

Hal tersebut bukanlah sebuah keajaiban, tetapi merupakan hasil dari sebuah mekanisme ekonomi yang disebut dengan Perdagangan Internasional. Sebuah mekanisme yang memungkinkan setiap negara memanfaatkan keunggulan mereka untuk bersaing di panggung dunia, sekaligus memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi secara efisien di dalam negeri.

Namun, di balik kisah sukses ini, ada banyak tantangan dan dinamika. Siapa saja pelaku yang terkait dalam perdagangan internasional? Apa saja dokumen yang diperlukan? Bagaimana proses pembayaran dilakukan? serta bagaimana peran *freight forwarding* dalam kargo internasional? Mari temukan jawabannya dengan mempelajari materi pada bab ini.



A. Gambaran Umum Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah transaksi jual beli barang dan/atau jasa antara penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain. “Penduduk” dalam hal ini dapat berupa individu, perusahaan, ataupun pemerintah. Tujuan transaksi tersebut beragam, mulai dari memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri, memperoleh keuntungan, hingga memperluas pangsa pasar.

1. Faktor Penyebab, Manfaat, dan Tantangan pada Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan aktivitas jual beli antarnegara. Sebuah negara melakukan perdagangan internasional disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya perbedaan sumber daya. Hal tersebut memberikan manfaat yang besar, yaitu dapat memajukan perekonomian negara dan memperbanyak pilihan barang. Walau begitu, terdapat tantangan berupa aturan dan persaingan ketat yang harus diatasi.

a. Faktor Penyebab Negara Melakukan Perdagangan Internasional

1) Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Setiap negara memiliki keunggulan dalam memproduksi barang atau jasa tertentu dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan negara lain. Dengan berfokus pada produksi barang yang memiliki keunggulan komparatif dan menukarkannya, semua negara bisa mendapatkan manfaat. Contohnya, Indonesia unggul dalam memproduksi hasil pertanian tropis, sementara Jepang unggul dalam teknologi otomotif.

2) Teori Keunggulan Absolut (*Absolute Advantage*)

Suatu negara dapat memproduksi barang lebih efisien (dengan biaya lebih rendah) dibandingkan negara lain. Teori ini lebih sederhana dan menjadi dasar awal pemahaman perdagangan.

3) Perbedaan Sumber Daya

Setiap negara memiliki ketersediaan sumber daya alam, modal, tenaga kerja, dan teknologi yang berbeda. Perdagangan internasional memungkinkan negara untuk mendapatkan sumber daya yang tidak dimilikinya.

4) Skala Ekonomi

Dengan memperluas pasar melalui ekspor, perusahaan dapat memproduksi dalam skala yang lebih besar, menurunkan biaya per unit, dan meningkatkan efisiensi.



5) Preferensi Konsumen

Konsumen di suatu negara mungkin menginginkan variasi produk yang tidak diproduksi di dalam negeri.

b. Manfaat Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional membawa banyak manfaat, baik bagi negara maupun bagi individu.

- 1) Peningkatan Efisiensi Produksi: Negara dapat berfokus untuk memproduksi sesuatu yang paling efisien, sehingga terjadi spesialisasi dan peningkatan *output* global.
- 2) Akses terhadap Barang dan Jasa yang Beragam: Konsumen dapat menikmati pilihan produk yang lebih banyak, bervariasi, dan mungkin dengan harga yang lebih kompetitif.
- 3) Peningkatan Pendapatan Nasional: Ekspor dapat meningkatkan devisa negara dan mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 4) Transfer Teknologi dan Pengetahuan: Melalui impor barang, modal, dan kerja sama, negara dapat menyerap teknologi dan pengetahuan baru.
- 5) Menciptakan Lapangan Kerja: Sektor ekspor–impor membutuhkan tenaga kerja di berbagai bidang, termasuk logistik, manufaktur, dan jasa.
- 6) Stabilitas Harga: Impor dapat membantu menstabilkan harga di dalam negeri, terutama untuk barang-barang yang permintaannya tinggi, tetapi produksinya terbatas.

c. Tantangan dalam Perdagangan Internasional

Meskipun banyak manfaatnya, perdagangan internasional juga memiliki tantangan, di antaranya:

- 1) Regulasi dan Kebijakan Perdagangan: aturan bea cukai, tarif, kuota, larangan dan pembatasan (lartas), serta standar yang berbeda di setiap negara.
- 2) Risiko Kurs Valuta Asing: fluktuasi nilai tukar mata uang dapat memengaruhi keuntungan.
- 3) Risiko Logistik: keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau masalah di pelabuhan/bandara.
- 4) Risiko Politik dan Ekonomi: ketidakstabilan politik, sanksi, atau krisis ekonomi di negara mitra dagang.
- 5) Risiko Pembayaran: potensi importir tidak membayar atau penipuan.
- 6) Perbedaan Budaya dan Bahasa: dapat memengaruhi komunikasi dan negosiasi bisnis.



1. Kayu yang dilindungi
2. Benih, bibit, dan hasil panen pertanian yang dianggap penting untuk kebutuhan dalam negeri
3. Barang kuno
4. Pupuk subsidi



1. Minyak kelapa sawit
2. Batu bara
3. Biji kopi
4. Rempah (cengkeh, kapulaga, dll)
5. Tekstil



1. Minyak dan gas
2. Mesin dan peralatan mekanis
3. Perlengkapan elektrik
4. Besi dan Baja
5. Kendaraan bermotor



1. Barang-barang berbahaya
2. Psitropika dan narkotika
3. Bahan senjata kimia
4. Limbah B3
5. Kantong bekas, karung bekas, dan pakaian bekas tak layak

Ikuti langkah-langkah berikut untuk mengerjakan aktivitas ini.

- a. Amati dengan saksama gambar di atas. Apa yang pertama kali menarik perhatianmu?
- b. Setelah mengamati, identifikasi dan tuliskan semua ide serta pikiran yang muncul dalam benakmu terkait gambar tersebut. Jangan ragu untuk mencatat setiap detail atau kesan yang kamu dapatkan!
- c. Berdasarkan hasil catatanmu, bentuklah sebuah konsep menarik yang menjelaskan tentang apa yang tersirat dari gambar tersebut!
- d. Presentasikan konsep yang telah kamu buat kepada teman-temanmu!
- e. Berikan kesempatan kepada teman-temanmu untuk memberikan pendapat atau komentar mereka terhadap presentasimu untuk menemukan perspektif baru!

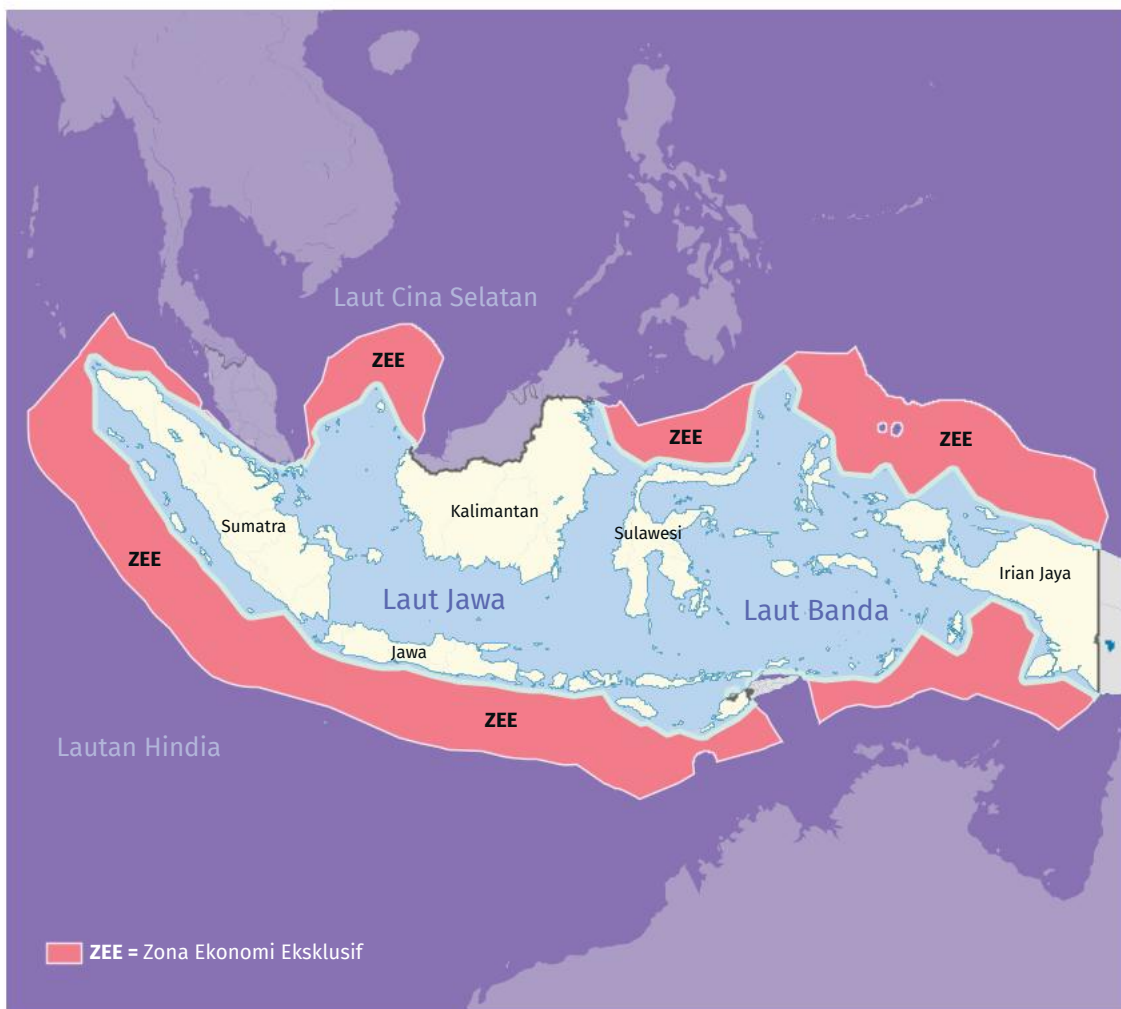


2. Daerah Pabean, Ekspor, dan Impor

Setelah kamu memahami tentang manfaat perdagangan internasional, sekarang mari kita bahas bagaimana cara barang-barang tersebut dapat keluar dan masuk suatu negara. Semua aktivitas tersebut diatur melalui daerah pabean, yaitu wilayah tempat berlangsungnya ekspor dan impor.

a. Daerah Pabean

Daerah pabean adalah wilayah Republik Indonesia yang meliputi darat, perairan, dan ruang udara di atasnya serta tempat-tempat tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan Landas Kontinen yang di dalamnya berlaku berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 1995 tentang Kepabeanan dan perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006.



Gambar 3.13 Daerah Pabean

Sumber: M. Isnaini (2026)

Bea adalah pungutan suatu negara yang dikenakan atas setiap barang ekspor maupun impor. Cukai adalah pungutan negara terhadap barang-barang tertentu yang memiliki karakteristik dan jenis yang ditetapkan oleh undang-undang.

Kepabeanan merupakan sistem pengawasan barang yang masuk dan keluar daerah pabean serta pemungutan bea masuk dan bea keluar. Direktorat Bea Cukai adalah Direktorat di bawah Kementerian Keuangan yang berfungsi untuk mengoptimalkan penerimaan negara, menegakkan hukum, serta mengawasi lalu lintas barang demi kepentingan ekonomi negara.

b. Ekspor

Dalam konteks ekonomi global, ekspor adalah tindakan memindahkan barang dari dalam negeri ke pasar internasional. Pelaksanaan kegiatan ini mutlak memerlukan kepatuhan terhadap serangkaian peraturan yang telah ditetapkan, terutama yang berkaitan dengan aspek perdagangan dan prosedur kepabeanan. Undang-Undang Pabean No. 10/1995 dan Amandemen No. 17/2006 menjelaskan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean.

1) Eksportir

Secara umum, eksportir adalah orang perorangan atau badan hukum yang melakukan ekspor. Berdasarkan regulasi di Indonesia, syarat utama menjadi eksportir, yaitu:

a) Memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB)

- (1) NIB ini secara otomatis berfungsi sebagai identitas pelaku usaha, sekaligus memberikan hak akses kepabeanan yang diperlukan untuk pengurusan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB).
- (2) NIB juga mencakup izin dasar, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) yang sebelumnya terpisah.

b) Memiliki Perizinan Berusaha untuk Ekspor

Meskipun NIB adalah pintu gerbang utama untuk barang-barang yang diatur tata niaganya, barang yang dikenakan bea keluar, atau barang yang memerlukan standar/sertifikasi khusus, eksportir masih wajib memiliki izin tambahan dari Kementerian Perdagangan atau kementerian lain dan lembaga teknis terkait (seperti sertifikat karantina, izin BPOM, SNI, dan sebagainya). Ini adalah “izin khusus” di luar NIB umum.





Pemahaman dan keterampilan dalam mengurus dokumen ekspor barang adalah kunci untuk menjadi staf administrasi pengiriman atau eksportir yang andal. Salah satu dokumen yang paling penting adalah Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB). Dengan kemajuan teknologi, mengurus dokumen ini menjadi lebih mudah, tetapi kita juga harus cepat beradaptasi dengan perubahan terbaru, seperti format dokumen, cara pengisian, dan sistem informasi yang digunakan.

Mari kita pahami lebih dalam tentang PEB dan cara pengisiannya dengan langkah-langkah berikut.

- a. Bentuklah kelompok yang terdiri atas 3–4 orang!
- b. Gunakan *smartphone* kalian dan buka aplikasi pencarian (seperti Google, Bing, atau lainnya). Ketik kata kunci “Pemberitahuan Ekspor Barang” dan cari contoh dokumen PEB!
- c. Setelah menemukan contoh, lakukan analisis dan diskusikan dengan teman kelompokmu. Perhatikan bagian-bagian penting, informasi apa saja yang diperlukan dan formatnya!
- d. Selanjutnya, temukan video *online* di platform, seperti YouTube atau lainnya dengan kata kunci “Cara Mengisi Pemberitahuan Ekspor Barang”!
- e. Simak video tersebut dengan saksama. Setelah itu, tuliskan langkah-langkah cara mengisi PEB berdasarkan video yang kalian tonton!
- f. Diskusikan hasilnya dengan kelompokmu, lalu presentasikan hasil pencarian serta langkah-langkah yang sudah kalian rangkum kepada guru dan kelompok lain.

2) Pengelompokan Barang Ekspor

Pengelompokan paling penting dari sudut pandang peraturan, sebagaimana diatur dalam Permendag (Peraturan Menteri Perdagangan) yang relevan, seperti Permendag No. 23 Tahun 2023 dan perubahannya.

a) Barang Bebas Ekspor

Barang-barang yang boleh diekspor tanpa memerlukan izin khusus atau pembatasan kuota, asalkan eksportirnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan memenuhi ketentuan umum kepabeanan. Sebagian besar komoditas nonpertanian dan nontambang masuk kategori ini.

Contoh: kerajinan tangan, produk olahan non-sensitif, tekstil, sebagian produk furnitur, dan produk makanan minuman olahan umum.

b) Barang Berbatas Ekspor (Tata Niaga Ekspor)

Barang jenis ini adalah barang-barang yang ekspornya dikenakan pembatasan atau memerlukan izin khusus dari kementerian/lembaga terkait sebelum dapat diekspor. Pembatasan ini dapat berupa kuota, persyaratan standar tertentu, atau rekomendasi dari instansi teknis. Tujuan pembatasan ini biasanya untuk menjaga stabilitas harga dalam negeri, memenuhi kebutuhan domestik, menjaga kelestarian lingkungan, atau memenuhi standar internasional.

Contoh:

- (1) Produk Kehutanan: Kayu olahan tertentu atau produk rotan memerlukan Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK).
- (2) Produk Pertanian/Perikanan: Beberapa komoditas pertanian atau perikanan tertentu untuk menjaga pasokan dalam negeri.
- (3) Produk Pertambangan: Mineral olahan (konsentrat) atau batu bara, sering kali memerlukan rekomendasi teknis dari Kementerian ESDM dan memenuhi kewajiban *Domestic Market Obligation* (DMO) tertentu.
- (4) Limbah Non-Bahan Berbahaya dan Beracun (B3): Barang jenis ini memerlukan izin khusus.

c) Barang Dilarang Ekspor

Barang-barang yang sama sekali tidak boleh diekspor dari wilayah Indonesia. Pelarangan ini didasari oleh alasan keamanan negara, perlindungan sumber daya alam yang kritis, perlindungan lingkungan, pelestarian budaya, atau perjanjian internasional.

Contoh: narkoba, psikotropika, senjata api ilegal, dan bahan peledak ilegal.



Eksplorasi Pengelompokan Barang Ekspor Lainnya!



AKTIVITAS

3.3

Aktivitas Individu

Selain pengelompokan barang ekspor yang diatur dalam Permendag No. 23 Tahun 2023 dan perubahannya, ada beberapa cara lain untuk pengelompokan ini yang mempunyai fungsi penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, melindungi kepentingan nasional, dan memperlancar perdagangan internasional. Mari kita cari tahu pengelompokan barang ekspor berdasarkan kategori lainnya dengan mengerjakan aktivitas ini.

- a. Lakukan pencarian tentang pengelompokan barang ekspor, baik melalui internet, buku, maupun wawancara dengan narasumber!
- b. Tuliskan hasil pencarianmu tersebut di buku kerjamu!

c. Impor

Impor adalah proses transportasi atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Proses impor merupakan tindakan memasukan barang atau komoditas dari negara lain ke dalam negeri dengan campur tangan bea cukai di negara pengirim maupun penerima. Sukirno (2010) mengungkapkan bahwa impor adalah kegiatan memasukkan barang dan jasa dari luar negeri ke dalam negeri guna memenuhi kebutuhan konsumen dan produsen dalam negeri. Menurut Kementerian Perdagangan RI, impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam wilayah pabean Indonesia dari luar negeri sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

1) Tujuan Impor

Impor dilakukan untuk berbagai tujuan, di antaranya:

- a) Memenuhi kebutuhan barang atau jasa yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri atau produksinya tidak efisien;
- b) Memasok bahan baku atau barang modal untuk industri dalam negeri;
- c) Meningkatkan pilihan produk bagi konsumen;
- d) Mendorong inovasi dan transfer teknologi;
- e) Barang pindahan/*personal effect*;
- f) Barang milik diplomat;
- g) Bantuan sosial, hibah untuk tujuan riset, dan pengembangan sumber daya.

2) Importir

Menurut JDIH Kementerian Keuangan, importir adalah orang perseorangan, lembaga, atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang melakukan kegiatan impor. Impor sendiri diartikan sebagai kegiatan memasukkan barang dari luar negeri ke dalam daerah pabean Republik Indonesia.

Syarat Menjadi Importir



AKTIVITAS

3.4

Aktivitas Individu

Yuk, Kita Cari Tahu!

Untuk menjadi importir, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, lho. Sangat penting untukmu untuk mengetahui hal tersebut agar proses impor barang berjalan lancar dan sesuai aturan.

Yuk, kita cari tahu bersama apa saja syarat-syaratnya! Kamu dapat mengunjungi laman resmi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) atau mencari dari sumber laman terpercaya lainnya untuk mendapatkan informasi paling akurat dan terbaru.

Fokuskan pencarianmu pada hal-hal berikut.

- Jenis-jenis izin usaha yang wajib dimiliki.
- Dokumen-dokumen yang diperlukan.
- Kewajiban lain yang harus dipenuhi seorang importir.

Selamat mencari dan semoga cepat menemukan jawabannya!

3) Pemberitahuan Impor Barang (PIB)

Secara sederhana, PIB adalah dokumen deklarasi resmi yang berisi informasi detail tentang barang impor yang akan dimasukkan ke wilayah pabean Indonesia. Dokumen ini diajukan secara elektronik melalui sistem Pertukaran Data Elektronik (PDE) Kepabeanan atau media penyimpanan data lainnya yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Bea Cukai (DJBC). PIB berfungsi sebagai dasar bagi Direktorat Bea Cukai untuk:

- Menghitung bea masuk dan Pajak dalam Rangka Impor (PDRI) yang harus dibayar.
- Melakukan pengawasan terhadap barang impor (memastikan sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku).



Mencatat Data Statistik Perdagangan Impor Indonesia.



AKTIVITAS

3.5

Aktivitas Individu

Mari Kita Gali Lebih Dalam tentang PIB!

Sekarang giliranmu untuk jadi detektif informasi! Jawablah dua pertanyaan penting berikut dengan memanfaatkan akses internet dan aplikasi pencarian yang ada di *smartphone*, laptop, atau komputermu. Jangan lupa, tuliskan jawabanmu langsung di buku atau lembar yang sudah disiapkan guru, ya!

- Bagaimana proses pengajuan Pemberitahuan Impor Barang (PIB) secara elektronik?
- Akurasi data dalam PIB itu sangat krusial, bahkan kesalahan kecil bisa berakibat fatal. Apa saja akibatnya jika terjadi kesalahan data dalam PIB?

Selamat mencari tahu dan pahami setiap detailnya!

B. Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Ekspor–Impor

Dalam kegiatan ekspor dan impor, ada banyak pihak yang terlibat dan setiap pihak memiliki peran penting agar proses pengiriman barang yang melintasi batas negara bisa berjalan lancar dan sesuai aturan. Memahami peran masing-masing pihak ini penting bagi siapa pun yang berkecimpung di dunia logistik.

Mengisi Kolom Peran Pelaku Ekspor–Impor



AKTIVITAS

3.6

Aktivitas Individu

Peran Pelaku Ekspor–Impor di Indonesia

Penting banget nih, untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam kegiatan ekspor dan impor di Indonesia! Setiap pihak mempunyai peran masing-masing yang saling berkaitan supaya prosesnya berjalan lancar.

Yuk, cari tahu dan isi kolom kosong berikut! Kamu dapat menggunakan *smartphone* untuk mencari informasinya atau kamu juga dapat membaca dari sumber terpercaya lainnya.

Pelaku	Peran/Fungsi
Eksportir/Penjual	
Importir/Pembeli	
	- Lembaga pemerintah yang berwenang di bidang kepabeanan. - Melakukan pengawasan lalu lintas barang ekspor–impor, memungut bea masuk/bea keluar, mengawasi kepatuhan terhadap regulasi ekspor–impor, serta memfasilitasi perdagangan. - Menerbitkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) dan Pemberitahuan Impor Barang (PIB).
Kementerian Perdagangan	
	Penerbitan NPWP
Bank	
	Jasa pengurusan transportasi
	- Pihak yang bertanggung jawab secara fisik mengangkut barang dari pelabuhan/bandara muat ke pelabuhan/bandara bongkar. - Menyediakan sarana transportasi (kapal laut atau pesawat terbang). - Menerbitkan <i>Bill of Lading/Air Waybill</i>.
Laboratorium Karantina	
Perusahaan Asuransi	
	Pihak yang menyediakan fasilitas penyimpanan barang sebelum atau sesudah pengiriman.
Perusahaan Pelayaran	
Konsultan Perdagangan Internasional	Memberikan saran dan bantuan hukum terkait regulasi, kontrak, dan penyelesaian sengketa dalam perdagangan internasional.
Surveyor	
Pelabuhan/Bandara	
Perusahaan Penerbangan	
	Menyediakan layanan transportasi dengan jenis kendaraan truk.



C. Regulasi dan Dokumen pada Perdagangan Internasional

Dalam dunia perdagangan global yang terus bergerak, regulasi dan kebijakan internasional adalah fondasi yang sangat penting. Aturan-aturan ini yang sering kali dibuat melalui kesepakatan antarnegara atau organisasi internasional serta dirancang untuk memastikan adanya keadilan, transparansi, dan stabilitas dalam transaksi lintas batas. Mulai dari standar produk, bea masuk dan bea keluar, hak kekayaan intelektual, hingga isu lingkungan dan ketenagakerjaan, semua diatur oleh kerangka kebijakan ini. Memahami serta mematuhi regulasi dan kebijakan internasional ini bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi juga kunci untuk membuka peluang pasar baru, meminimalkan risiko, dan membangun reputasi bisnis yang kuat di kancah global.

1. Regulasi pada Perdagangan Internasional

Berikut beberapa kebijakan umum yang sering ditemui pada perdagangan internasional.

a. *Incoterms* 2020

Dalam perdagangan internasional, pengiriman barang melintasi batas negara melibatkan banyak pihak dan tahapan, yaitu dari pabrik, gudang, transportasi darat, pelabuhan/ bandara, pengangkutan utama (laut/udara), hingga proses bea cukai dan pengiriman akhir ke penerima. Setiap tahapan ini memiliki biaya dan risiko tersendiri. Agar tidak terjadi salah paham tentang siapa yang bertanggung jawab atas sesuatu hal, hadirilah *incoterms*.

1) Pengertian *Incoterms*

Incoterms merupakan singkatan dari *International Commercial Terms*. Istilah ini merupakan suatu terminologi atau ketentuan yang digunakan bagi para pelaku perdagangan internasional ketika mengirim barang dalam transaksi atau kontrak. Istilah Komersial Internasional juga berisi semua tugas, risiko, dan biaya bersangkutan selama transaksi penjualan dan pembelian barang berskala internasional.

Incoterms secara spesifik mengatur tiga hal utama berikut.

a) Pembagian Biaya (*Cost*)

Siapa yang bertanggung jawab membayar biaya-biaya terkait pengiriman di setiap tahapan (misalnya, biaya pengemasan, transportasi lokal, biaya pelabuhan/ bandara, asuransi, bea masuk, dan sebagainya).

b) Pembagian Risiko (*Risk*)

Kapan dan di mana tanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang berpindah dari penjual ke pembeli. Hal ini merupakan aspek krusial karena menentukan siapa yang menanggung kerugian jika terjadi masalah.

- c) Tanggung Jawab Pengiriman Barang/Dokumen (*Document Responsibility*)
Siapa yang bertanggung jawab untuk mendapatkan dan menyediakan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk ekspor, transit, dan impor.

2) Peran *Incoterms*

Peran *incoterms* dalam perdagangan internasional tidak kalah penting karena meliputi hal-hal berikut.

- a) Mencegah Kesalahpahaman dan Sengketa: Ini adalah fungsi utamanya. Tanpa *incoterms*, pembeli dan penjual dapat memiliki interpretasi berbeda tentang tanggung jawab. Jika hal tersebut terjadi, maka dapat menyebabkan sengketa, penundaan, atau bahkan kerugian finansial.
- b) Menentukan Harga Jual-Beli: Penjual dapat menghitung harga jual barang dengan tepat, termasuk biaya pengiriman yang akan ditanggungnya. Demikian pula, pembeli dapat memperkirakan total biaya perolehan barang.
- c) Memudahkan Perencanaan Logistik: Baik penjual maupun pembeli dapat merencanakan rantai pasok mereka dengan lebih baik, termasuk mengatur transportasi, asuransi, dan dokumen karena sudah jelas siapa yang bertanggung jawab di setiap tahapan.
- d) Dasar Pengajuan Klaim Asuransi: Jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang, *incoterms* akan menentukan siapa pemilik barang pada saat kejadian tersebut, sehingga memudahkan proses klaim asuransi.
- e) Kepatuhan Bea Cukai: *Incoterms* memengaruhi nilai pabean (nilai barang untuk perhitungan bea masuk) dan siapa yang bertanggung jawab atas proses kepabeanan.

3) Jenis-Jenis *Incoterms* 2020

Incoterms 2020 terdiri atas sebelas istilah yang dibagi menjadi dua kelompok besar berdasarkan moda transportasinya.

- a) Aturan untuk Setiap Moda atau Moda Transportasi Multimoda (7 Istilah)
Berikut adalah istilah yang dapat digunakan terlepas dari moda transportasi yang dipilih (darat, laut, udara, kereta api, atau kombinasi).

(1) *Ex Works* (EXW)–[Nama Tempat Pengiriman]

Jika dalam kontrak terdapat keterangan EXW maka pembeli akan menanggung semua biaya asuransi, transportasi, dan risiko yang mungkin terjadi saat barang dikirim. Biaya yang ditanggung oleh pembeli termasuk biaya pengiriman dari gudang penjual hingga tempat pembeli. Namun, biaya *loading* bisa dibebankan kepada penjual dengan menyertakan keterangan “EXW pemindahan barang dari gudang pembeli ke truk (risiko dan biaya ditanggung oleh penjual)”.



- (a) Penjual: Tanggung jawab paling sedikit. Hanya menyediakan barang di lokasi penjual (pabrik/gudang).
 - (b) Pembeli: Menanggung semua biaya dan risiko dari lokasi penjual hingga tujuan akhir.
 - (c) Sangat cocok untuk pembeli yang memiliki pengalaman logistik yang kuat atau ketika penjual tidak ingin terlibat dalam proses ekspor.
- (2) *Free Carrier (FCA)*–[Nama Tempat Pengangkut]
- FCA merupakan istilah yang banyak digunakan untuk segala jenis transportasi, mulai dari darat, laut, dan udara maupun transportasi multimoda. Penyerahan dengan FCA dilakukan di tempat pengangkutan. Pada saat penyerahan, terjadi peralihan risiko dari penjual kepada pembeli. Pembiayaan pengiriman dan risiko barang ditanggung oleh pembeli.
- (a) Penjual: Mengirimkan barang kepada *carrier* (pengangkut) yang ditunjuk oleh pembeli di lokasi yang disepakati (misalnya, gudang penjual atau terminal angkutan darat). Tanggung jawab berpindah saat barang diserahkan ke *carrier*. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: Menanggung biaya dan risiko dari titik penyerahan kepada *carrier* hingga tujuan.
 - (c) Sangat fleksibel dan cocok untuk pengiriman kontainer.
- (3) *Carriage Paid To (CPT)*–[Nama Tempat Tujuan]
- Penyerahan barang dengan *carriage paid to* dilakukan di tempat pengangkut, tetapi ongkos angkut sudah dibayar sampai ke pelabuhan tujuan.
- (a) Penjual: membayar biaya pengangkutan hingga ke tempat tujuan yang disepakati. Risiko berpindah kepada pembeli saat barang diserahkan kepada *carrier* pertama (di tempat asal), bukan di tempat tujuan. Penjual juga bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: menanggung risiko dari saat barang diserahkan ke *carrier* pertama dan semua biaya setelah barang tiba di tempat tujuan (termasuk bea masuk dan pajak impor).
 - (c) Penjual menanggung biaya, pembeli menanggung risiko lebih awal.
- (4) *Carriage and Insurance Paid To (CIP)*–[Nama Tempat Tujuan]
- Penyerahan barang dengan *cost and insurance paid to* dilakukan di tempat pengangkut, tetapi ongkos angkut dan premi asuransi sudah dibayar sampai ke pelabuhan tujuan. Dengan begitu, penjual juga wajib untuk mengurus formalitas ekspor.

- (a) Penjual: sama halnya seperti CPT, penjual membayar biaya pengangkutan hingga tempat tujuan. Ditambah lagi, penjual juga wajib menyediakan asuransi kargo dengan cakupan minimum yang ditetapkan oleh *incoterms* (ICC Clause C). Risiko berpindah saat barang diserahkan kepada *carrier* pertama. Penjual juga bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: menanggung risiko dari saat barang diserahkan ke *carrier* pertama dan biaya setelah barang tiba di tempat tujuan (kecuali biaya asuransi yang sudah dibayar penjual).
 - (c) Mirip dengan CPT, tetapi dengan asuransi wajib dari penjual.
- (5) *Delivered at Place* (DAP)–[Nama Tempat Tujuan]
- DAP merupakan istilah yang lebih menitikberatkan pada tanggung jawab penjual untuk dapat mengatur dan juga memproses pengiriman barang ke tempat-tempat yang sebelumnya telah disepakati bersama.
- (a) Penjual: menanggung semua biaya dan risiko hingga barang siap dibongkar di tempat tujuan yang disepakati, tetapi tidak termasuk bea masuk dan pajak impor. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: bertanggung jawab atas pembongkaran, bea masuk, pajak impor, dan biaya setelah barang dibongkar.
 - (c) Penjual mengatur sebagian besar transportasi, sedangkan pembeli mengurus impor.
- (6) *Delivered at Place Unloaded* (DPU)–[Nama Tempat Tujuan]
- Pengiriman barang oleh penjual ke pembeli terjadi ketika barang diturunkan dari kendaraan transportasi dan diletakkan di pembongkaran pembeli atau pada titik yang disepakati di tempat tujuan (jika ada).
- (a) Penjual: menanggung semua biaya dan risiko hingga barang telah dibongkar di tempat tujuan yang disepakati. Ini adalah satu-satunya *incoterms* yang mewajibkan penjual untuk membongkar barang. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: bertanggung jawab atas bea masuk, pajak impor, dan biaya setelah pembongkaran selesai.
 - (c) DPU merupakan istilah baru di *incoterms* 2020, menggantikan DAT. Penjual bertanggung jawab lebih jauh hingga pembongkaran.
- (7) *Delivered Duty Paid* (DDP)–[Nama Tempat Tujuan]
- DDP adalah pengiriman barang ke tempat tujuan dan penjual akan menanggung semua biaya tersebut, termasuk biaya asuransi serta semua biaya lainnya yang harus dibayar, seperti pajak, cukai, impor, dan sebagainya.



- (a) Penjual: Tanggung jawab paling besar, menanggung semua biaya dan risiko hingga barang siap dibongkar di tempat tujuan, termasuk semua bea masuk dan pajak impor. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor dan impor.
 - (b) Pembeli: hanya bertanggung jawab atas pembongkaran barang.
 - (c) Mirip dengan “*door-to-door*” service, penjual menanggung semuanya.
- b) Aturan untuk Transportasi Laut dan Perairan Daratan (4 Istilah)
- Istilah-istilah ini hanya cocok digunakan untuk pengiriman barang melalui laut atau perairan daratan (sungai atau danau) dan tidak cocok untuk pengiriman kontainer yang biasanya melibatkan gabungan transportasi darat.
- (1) *Free Alongside Ship (FAS)*–[Nama Pelabuhan Muat]
- (a) Penjual: bertanggung jawab hingga barang ditempatkan di samping kapal (di dermaga) di pelabuhan muat. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: menanggung semua biaya dan risiko dari saat barang berada di samping kapal, termasuk pemuatan ke kapal, pengangkutan utama, asuransi, dan semua biaya impor.
 - (c) Sering digunakan untuk kargo curah atau kargo berat.
- (2) *Free on Board (FOB)*–[Nama Pelabuhan Muat]
- (a) Penjual: bertanggung jawab hingga barang dimuat di atas kapal di pelabuhan muat yang disepakati. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: menanggung semua biaya dan risiko setelah barang berada di atas kapal, termasuk pengangkutan utama, asuransi, dan semua biaya impor.
 - (c) Sangat populer untuk pengiriman laut umum.
- (3) *Cost and Freight (CFR)*–[Nama Pelabuhan Tujuan]
- (a) Penjual: membayar biaya pengangkutan hingga pelabuhan tujuan yang disepakati. Risiko berpindah kepada pembeli saat barang dimuat di atas kapal di pelabuhan muat. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
 - (b) Pembeli: menanggung risiko dari saat barang di atas kapal di pelabuhan muat dan semua biaya setelah barang tiba di pelabuhan tujuan (termasuk biaya bongkar, asuransi, bea masuk, dan pajak impor).
 - (c) Penjual menanggung biaya, pembeli menanggung risiko lebih awal.

(4) *Cost, Insurance, and Freight (CIF)*–[Nama Pelabuhan Tujuan]

- (a) Penjual: sama seperti CFR, penjual membayar biaya pengangkutan hingga pelabuhan tujuan. Ditambah lagi, penjual juga wajib menyediakan asuransi kargo dengan cakupan minimum yang ditetapkan oleh *incoterms* (ICC Clause C). Risiko berpindah saat barang dimuat di atas kapal di pelabuhan muat. Penjual bertanggung jawab atas izin ekspor.
- (b) Pembeli: menanggung risiko dari saat barang di atas kapal di pelabuhan muat dan semua biaya setelah barang tiba di pelabuhan tujuan (kecuali biaya asuransi yang sudah dibayar penjual).
- (c) Mirip CFR, tetapi dengan asuransi wajib dari penjual. Istilah ini juga sangat populer.

Yuk, Kuasai *Incoterms*!



AKTIVITAS

3.7

Aktivitas Kelompok

Incoterms itu penting banget dalam perdagangan internasional! Ada 11 aturan *incoterms* yang wajib kamu pahami, yaitu 7 untuk pengiriman multimoda (bisa menggunakan berbagai moda transportasi) dan 4 khusus untuk pengangkutan melalui kapal laut.

Silakan kamu selami lebih dalam aturan-aturan ini melalui aktivitas kelompok yang seru berikut.

- a. Berkelompoklah dengan teman-teman yang sudah ditentukan oleh gurumu.
- b. Setiap kelompok akan mendapatkan satu aturan *incoterms*. Misalnya, kelompok satu berfokus pada aturan FAS, kelompok dua berfokus pada EXW, dan seterusnya.
- c. Sekarang saatnya melakukan eksplorasi mendalam tentang aturan yang kalian dapatkan! Cari tahu konsep utamanya, apa saja keunggulan dan kelemahannya, fakta menarik atau contoh kasus nyata, dokumen-dokumen yang terkait, dan bahkan video penjelasan tentang aturan tersebut. Setelah itu, diskusikan semua temuanmu dengan anggota kelompokmu sampai benar-benar paham.
- d. Terakhir, presentasikan hasil kerja kelompokmu di hadapan guru dan kelompok lain. Bagikan pengetahuan yang sudah kalian dapatkan agar semua teman bisa mendapatkan pengetahuan baru.





Incoterms memang mempunyai banyak aturan, tetapi jangan khawatir! Agar lebih mudah memahaminya, cermati gambar berikut dengan saksama. Gambar ini akan memberimu gambaran awal yang jelas tentang bagaimana *incoterms* bekerja.

INCOTERMS 2020									
PENJUAL					PEMBELI				

Berikan Rekomendasi (*Incoterms*) Pilihanmu!



AKTIVITAS

3.9

Aktivitas Individu

Lengkapilah skenario berikut dengan memberikan rekomendasi *incoterms* yang sesuai.

Skenario A: “PT. ACH (eksportir kopi dari Aceh) baru pertama kali melakukan ekspor ke Eropa. Mereka ingin tanggung jawabnya paling minim, cukup sampai barang siap diambil di gudang mereka. Sementara itu, importir di Inggris memiliki agen *forwarder* yang sangat andal di Indonesia.” (Rekomendasi:.....)

Skenario B: “Sebuah perusahaan manufaktur di Bandung ingin mengimpor komponen mesin dari Tiongkok. Mereka ingin penjual di Tiongkok menanggung biaya pengiriman dan asuransi hingga barang tiba di pelabuhan Surabaya, tetapi mereka akan menanggung risiko begitu barang dimuat di kapal di Tiongkok.” (Rekomendasi:)

Skenario C: “Penjual kopi di Indonesia ingin memberikan pelayanan *door-to-door* kepada pembelinya di Perancis, termasuk semua biaya dan bea masuk, agar pembeli tidak perlu repot.” (Rekomendasi:)

b. *Harmonized System (HS) Code*

Harmonized Commodity Description and Coding System atau yang lebih dikenal dengan *Harmonized System (HS)* adalah sistem klasifikasi dan penomoran barang secara internasional yang digunakan untuk mengategorikan produk dalam perdagangan internasional. Sistem ini bersifat standar dan digunakan secara seragam di seluruh dunia.

Tujuan utama dari HS adalah untuk memfasilitasi perdagangan internasional, pengumpulan dan analisis statistik, serta prosedur kepabeanan dengan menyediakan metode yang seragam untuk mengklasifikasikan semua barang yang bergerak melintasi batas negara. Hal ini membantu mengurangi biaya yang terkait dengan perdagangan internasional karena tidak perlu ada pengulangan deskripsi, klasifikasi, dan pengodean barang di setiap negara.



HS *Code* yang distandardisasi secara internasional terdiri dari enam digit. Namun, banyak negara yang menambahkan digit tambahan (hingga 8, 10, atau bahkan 12 digit) untuk klasifikasi yang lebih rinci sesuai dengan kebutuhan tarif dan statistik nasional mereka. Meski demikian, enam digit pertama akan selalu sama di hampir seluruh negara yang menggunakan sistem HS. HS *Code* terstruktur secara logis, bergerak dari kategori yang luas ke yang lebih spesifik.

- 1) Dua Digit Pertama: *Chapter* (Bab)
 - a) Mengidentifikasi kategori produk yang sangat luas. Ada 99 bab dalam sistem HS, dikelompokkan ke dalam 21 bagian (*sections*).
 - b) Contoh: Bab 01 untuk “Hewan Hidup”, Bab 64 untuk “Alas Kaki, *Gaiter*, dan barang sejenisnya”.
- 2) Empat Digit Pertama: *Heading* (Pos)
 - a) Memberikan klasifikasi yang lebih spesifik dalam suatu bab.
 - b) Contoh: dalam Bab 64 (Alas Kaki), Pos 6403 bisa berarti “Alas kaki dengan sol luar dari karet, plastik, kulit samak, atau kulit *composition* dan bagian atas dari kulit samak”.
- 3) Enam Digit Pertama: *Subheading* (Subpos)
 - a) Memberikan deskripsi produk yang paling rinci pada tingkat internasional.
 - b) Contoh: dalam Pos 6403, Subpos 6403.91 dapat berarti “Alas kaki dengan sol luar dari karet, plastik, kulit samak, atau kulit *composition* dan bagian atas dari kulit samak yang menutupi mata kaki”.

Setelah enam digit internasional ini, negara pengimpor atau pengeksport dapat menambahkan digit untuk klasifikasi yang lebih spesifik, sering kali untuk tujuan tarif bea masuk atau statistik perdagangan lokal. HS *Code* di Indonesia dirangkum dalam Buku Tarif Kepabeanan Indonesia 2022 dan dapat diakses melalui *website* Indonesia National Single Window (<https://insw.go.id/intr>).

Penggunaan HS *Code* sangat penting dalam perdagangan internasional untuk:

- 1) Penentuan tarif bea masuk dan pajak lainnya.
- 2) Penyusunan statistik perdagangan.
- 3) Penerapan aturan asal barang (*rules of origin*).
- 4) Pengawasan barang-barang terlarang atau dibatasi (seperti limbah, narkoba, senjata kimia, atau spesies dilindungi).
- 5) Negosiasi perjanjian perdagangan internasional.



Ayo Cari Kode HS Bersama!

Kode HS sangat penting untuk ekspor–impor, karena menjadi identitas produk di seluruh dunia. Sekarang saatnya kamu berlatih mencari kode-kode tersebut!

- a. Berkelompoklah dengan teman-teman yang sudah ditentukan oleh gurumu.
- b. Gunakan akses internet (lewat *smartphone*, komputer, atau laptop) untuk mencari kode HS.
- c. Telusuri situs pencarian Kode HS yang terpercaya. Kamu bisa mencoba INATRADE dari Kemendag RI, situs Bea Cukai negara lain, Indonesia National Single Window (INSW), atau mesin pencari Kode HS global.
- d. Temukan kode HS untuk daftar produk berikut.
 - 1) kopi bubuk instan
 - 2) kemeja pria
 - 3) telepon genggam pintar
 - 4) sepatu olahraga
 - 5) beras organik
- e. Catat hasil penemuanmu (kode HS-nya) beserta nama situs yang kamu kunjungi.
- f. Setelah selesai, diskusikan hasil pencarianmu dengan kelompokmu, lalu presentasikan di hadapan guru dan kelompok lain!

Selamat mencari dan semoga sukses!

c. UCP 600

UCP 600 adalah singkatan dari *Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, Publication No. 600*. Regulasi ini merupakan seperangkat aturan internasional yang diterbitkan oleh International Chamber of Commerce (ICC). Aturan ini dirancang khusus untuk mengatur penggunaan *Letter of Credit* dalam transaksi perdagangan internasional. UCP 600 bukan merupakan undang-undang atau peraturan pemerintah yang mengikat secara hukum di suatu negara, tetapi lebih merupakan kebiasaan dan praktik standar yang diterima dan diterapkan secara luas oleh bank-bank dan pelaku perdagangan di seluruh dunia. Ketika suatu L/C menyatakan “*Subject to UCP 600*”, itu berarti semua pihak



yang terlibat dalam L/C tersebut (importir, eksportir, dan bank) setuju untuk tunduk pada aturan-aturan yang ada di dalamnya.

UCP 600 memegang peranan dalam memfasilitasi perdagangan internasional yang aman dan efisien melalui L/C. Hal ini dikarenakan beberapa faktor berikut.

- 1) Standardisasi Global: UCP 600 menciptakan kerangka kerja yang seragam untuk L/C di seluruh dunia. Ini berarti, di mana pun kamu berada, bank dan pelaku perdagangan akan memiliki pemahaman yang sama tentang bagaimana L/C bekerja.
- 2) Mengurangi Risiko Kesalahpahaman: Dengan adanya aturan yang jelas dan terperinci, UCP 600 meminimalkan potensi kesalahpahaman atau perselisihan di antara pihak-pihak yang terlibat (eksportir, importir, dan bank) mengenai interpretasi persyaratan L/C dan penanganan dokumen.
- 3) Meningkatkan Kepercayaan: Konsistensi yang disediakan oleh UCP 600 membangun kepercayaan. Eksportir yakin bahwa bank akan membayar jika dokumen sesuai, dan importir yakin bahwa bank tidak akan membayar jika dokumen tidak sesuai.
- 4) Efisiensi Transaksi: Adanya standar mempermudah proses pemeriksaan dokumen oleh bank. Bank dapat dengan cepat memverifikasi kepatuhan dokumen tanpa harus bernegosiasi ulang atau menghadapi interpretasi yang berbeda dari setiap transaksi.
- 5) Dasar Penyelesaian Sengketa: Jika terjadi perselisihan, UCP 600 menjadi acuan utama untuk menyelesaikan masalah dan menentukan hak serta kewajiban masing-masing pihak.

d. URC 522

Dalam dunia perdagangan internasional, transaksi yang melibatkan pembayaran sering kali memiliki kompleksitas. Untuk memfasilitasi kelancaran dan standardisasi proses pembayaran ini, *International Chamber of Commerce (ICC)* telah menerbitkan serangkaian aturan yang diakui secara global. Salah satu aturan penting tersebut adalah *Uniform Rules for Collections (URC) 522*. URC 522 bukan merupakan hukum, melainkan seperangkat aturan yang disepakati secara kontraktual oleh pihak-pihak yang terlibat dalam suatu proses inkaso. Keberadaan aturan ini sangat vital untuk mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan efisiensi, dan memberikan kerangka kerja yang jelas dalam proses penagihan dokumen.

Inkaso adalah suatu metode pembayaran di mana bank bertindak sebagai perantara untuk memfasilitasi penyerahan dokumen (baik dokumen komersial maupun dokumen keuangan) dari penjual (eksportir/prinsipal) kepada pembeli (importir/*drawer*) dengan syarat pembayaran yang telah ditentukan. Dalam proses ini, bank tidak memiliki kewajiban pembayaran sendiri, melainkan hanya bertindak sebagai fasilitator sesuai instruksi yang diberikan.

Analisis Perbandingan UCP L/C dengan URC 522 Inkaso



AKTIVITAS

3.11

Aktivitas Individu

Mari Bedah Perbandingan UCP L/C dan URC 522 Inkaso!

Untuk memahami lebih dalam dunia transaksi internasional, sangat penting bagimu untuk menganalisis dua mekanisme pembayaran yang sering digunakan, yaitu UCP L/C (*Letter of Credit*) dan URC 522 (*Uniform Rules for Collections/Inkaso*). Keduanya memiliki fungsi dan karakteristik yang berbeda, tetapi sama-sama krusial.

Yuk, kita analisis perbandingan antara UCP L/C dan URC 522 Inkaso. Fokuskan perhatianmu pada hal-hal berikut.

- a. Peran dan tanggung jawab para pihak yang terlibat.
- b. Tingkat risiko bagi eksportir dan importir.
- c. Kelebihan dan kekurangan dari setiap metode pembayaran.

Gali informasi dari berbagai sumber terpercaya dan pahami perbedaan krusial di antara keduanya!

e. *Generalized System of Preferences (GSP)*

GSP adalah skema perdagangan preferensial di mana negara-negara maju (negara pemberi preferensi) memberikan perlakuan bea masuk yang lebih rendah atau nol tarif untuk sejumlah produk yang berasal dari negara-negara berkembang (negara penerima manfaat). Berikut penjelasan mengenai tujuan utama GSP.

- 1) Mendorong Pertumbuhan Ekonomi: Membantu negara-negara berkembang untuk meningkatkan ekspor mereka ke pasar negara maju, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.
- 2) Diversifikasi Ekonomi: Memberikan kesempatan bagi negara-negara berkembang untuk mendiversifikasi basis ekspor mereka, tidak hanya bergantung pada komoditas primer.
- 3) Integrasi ke Sistem Perdagangan Global: Memfasilitasi partisipasi negara-negara berkembang dalam sistem perdagangan multilateral dan membantu mereka menjadi lebih kompetitif.



Adapun karakteristik utama dari GSP, yaitu:

- 1) **Unilateral (Sepihak):** Pemberian GSP sepenuhnya adalah kebijakan sepihak dari negara pemberi. Hal ini berarti negara penerima tidak diwajibkan untuk memberikan konsesi tarif yang sama kepada negara pemberi.
- 2) **Nonresiprokal:** Tidak ada kewajiban timbal balik dari negara penerima manfaat.
- 3) **Nondiskriminatif:** Meskipun sepihak, prinsip GSP adalah untuk diterapkan secara nondiskriminatif di antara semua negara berkembang yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh negara pemberi. Namun, dalam praktiknya, negara pemberi dapat menetapkan kriteria kelayakan yang berbeda dan daftar produk yang bervariasi.
- 4) **Berbasis Waktu:** Program GSP umumnya memiliki masa berlaku tertentu dan harus diperbarui secara berkala oleh negara pemberi. Hal ini menimbulkan ketidakpastian bagi eksportir karena program dapat berakhir atau direvisi.
- 5) **Conditional (Bersyarat):** Pemberian GSP sering kali dikaitkan dengan pemenuhan kriteria tertentu oleh negara penerima manfaat, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual, hak pekerja, hak asasi manusia, dan tata kelola yang baik. Kegagalan memenuhi syarat-syarat ini dapat menyebabkan penarikan fasilitas GSP.

Negara Mana Saja yang Mendonor GSP?



AKTIVITAS

3.12

Aktivitas Kelompok

Aktivitas: GSP di Sekitar Kita!

Mari kita selidiki lebih lanjut tentang GSP dan bagaimana dampaknya dalam perdagangan!

- a. Aktivitas ini dapat dikerjakan secara berpasangan atau dalam kelompok kecil (terdiri atas 2–3 orang).
- b. Pilihlah satu negara pemberi GSP dari negara-negara maju yang kamu ketahui dan ingin kamu teliti (contoh: Amerika Serikat, Uni Eropa, Jepang, Kanada, Australia).
- c. Telusuri Produk-Produk Unggulan Indonesia: Cari tahu produk-produk ekspor utama Indonesia ke negara pemberi GSP yang sudah kamu pilih. Apakah produk-produk tersebut menerima fasilitas GSP? Gunakan akses internet (situs resmi pemerintah, berita ekonomi, atau laporan perdagangan) untuk mencari informasi tersebut.
- d. Cari Tahu Kriteria GSP-nya: Setiap negara pemberi GSP memiliki kriteria dan syarat yang berbeda. Selidiki apa saja syarat yang harus dipenuhi Indonesia untuk tetap

mendapatkan fasilitas GSP dari negara pilihanmu. Apakah ada isu atau tantangan yang dihadapi Indonesia terkait GSP dari negara tersebut?

e. Diskusikan dan Presentasikan:

- 1) Diskusikan dalam kelompokmu: Bagaimana GSP membantu (atau mungkin menghambat) ekspor produk Indonesia ke negara tersebut?
- 2) Bagaimana peran karakteristik GSP (unilateral, nonresiprokal, dan sebagainya) memengaruhi hubungan dagang antara Indonesia dan negara tersebut?
- 3) Presentasikan temuan kelompokmu di depan kelas! Ceritakan negara pemberi GSP yang kamu pilih, produk-produk Indonesia yang diuntungkan (atau tidak), dan tantangan atau peluang terkait GSP.

Selamat meneliti dan berdiskusi!

2. Dokumen dalam Perdagangan Internasional

Dalam setiap transaksi perdagangan lintas negara, dokumen internasional memegang peranan yang sangat penting. Dokumen-dokumen ini bukan sekadar lembaran kertas, melainkan “nyawa” dari setiap pergerakan barang, jaminan pembayaran, hingga kepatuhan terhadap regulasi. Mulai dari dokumen pembayaran, *invoice*, *packing list*, dokumen transportasi, hingga sertifikat asal barang dan berbagai izin khusus, semuanya harus dipersiapkan dengan teliti dan akurat. Adapun dokumen tersebut, di antaranya:

a. *Letter of Credit* (L/C)

Dalam perdagangan internasional, sering kali pembeli (importir) dan penjual (eksportir) berada di negara yang berbeda memiliki hukum dan sistem keuangan yang berbeda serta mungkin belum saling mengenal dengan baik. Kondisi ini menciptakan risiko yang lebih besar dalam hal pembayaran. Importir khawatir barang tidak dikirim setelah pembayaran, sementara eksportir khawatir tidak menerima pembayaran setelah barang dikirim. Untuk menjembatani kekhawatiran tersebut hadirilah *Letter of Credit* (L/C).

1) Pengertian *Letter of Credit* (L/C)

Letter of Credit atau sering disingkat dengan L/C merupakan surat dari bank yang menjamin bahwa pembayaran pembeli kepada penjual akan diterima tepat waktu dan dalam jumlah yang benar. Dapat dipahami bahwa L/C adalah jaminan pembayaran dari bank kepada penjual. Dalam hal jaminan pembayaran ini, diterapkan beberapa ketentuan yang harus diikuti oleh penjual (misalnya ketentuan pembuatan dokumen,



dokumen yang harus diterbitkan oleh penjual, uraian barang yang harus dicantumkan pada dokumen, dan ketentuan-ketentuan lainnya. Apabila ketentuan yang tertera di L/C tidak dipenuhi, maka pembayaran belum dapat dicairkan.

2) Fungsi *Letter of Credit*

L/C menjadi sangat penting dalam perdagangan internasional karena beberapa alasan berikut.

a) Mengurangi Risiko Pembayaran bagi Eksportir

L/C membantu mengurangi risiko, baik bagi penjual maupun pembeli. Bagi eksportir, L/C memberikan jaminan pembayaran setelah pengiriman barang sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan dalam surat kredit. Sedangkan bagi importir, L/C memberikan jaminan bahwa pembayaran akan dilakukan kepada penjual setelah dokumen-dokumen yang diperlukan telah diterima.

b) Mengurangi Risiko Pengiriman bagi Importir

Importir mendapatkan kepastian bahwa pembayaran hanya akan dilakukan jika dokumen yang diperlukan telah terpenuhi.

c) Memfasilitasi Perdagangan Jarak Jauh

L/C memungkinkan transaksi antarpihak yang belum saling percaya atau berada di negara yang berbeda karena ada pihak ketiga yang netral (bank) yang bertindak sebagai penjamin.

d) Sumber Pembiayaan

L/C dapat menjadi dasar bagi eksportir untuk mendapatkan pembiayaan dari bank mereka sendiri (misalnya, *pre-shipment financing*) karena adanya jaminan pembayaran di kemudian hari.

e) Kepatuhan Perdagangan

L/C membantu memastikan semua pihak mematuhi persyaratan dokumen dan jadwal pengiriman yang telah disepakati.

3) Pihak-Pihak yang Terlibat dalam *Letter of Credit*

Setidaknya ada empat pihak utama yang terlibat dalam transaksi L/C.

a) *Applicant* (Pembeli/Importir): Pihak yang mengajukan permohonan pembukaan L/C kepada bank. Mereka merupakan pembayar akhir.

b) *Issuing Bank* (Bank Penerbit): Bank yang mengeluarkan L/C atas permintaan pemohon.

c) *Beneficiary* (Penerima): Pihak eksportir yang akan menerima pembayaran melalui L/C.

- d) *Advising Bank* (Bank Penerus): Bank di negara penerima yang menerima dan meneruskan L/C kepada penerima.

Selain pihak utama, ada juga pihak tambahan yang terlibat dalam *Letter of Credit*.

- a) *Confirming Bank* (Bank Pengonfirmasi): Bank yang memberikan konfirmasi pembayaran kepada penerima jika bank penerbit di luar negeri belum memberikan konfirmasi.
- b) *Negotiating Bank* (Bank Penegosiasi): Bank yang melakukan pengecekan dokumen dan melakukan pembayaran kepada penerima.
- c) *Nominated Bank* (Bank yang Ditunjuk): Bank yang ditunjuk oleh bank penerbit untuk melakukan pembayaran kepada penerima.

4) Mekanisme Kerja *Letter of Credit*

Berikut adalah alur umum transaksi menggunakan L/C.

- a) Kesepakatan Perdagangan: Importir dan eksportir menyepakati transaksi jual-beli, termasuk bahwa pembayaran akan dilakukan dengan L/C.
- b) Permohonan Pembukaan L/C: Importir mengajukan permohonan pembukaan L/C kepada *issuing bank* mereka dengan menyertakan semua detail persyaratan pengiriman dan dokumen yang diminta.
- c) Penerbitan dan Penerusan L/C: *Issuing bank* menerbitkan L/C dan mengirimkannya ke *advising bank* di negara eksportir. *Advising bank* akan memberitahukan L/C tersebut kepada eksportir.
- d) Pemeriksaan L/C oleh Eksportir: Eksportir memeriksa detail L/C. Jika ada syarat yang tidak dapat dipenuhi, eksportir harus segera meminta importir untuk merevisi L/C.
- e) Pengiriman Barang: Setelah L/C dinyatakan sesuai, eksportir mengirimkan barang sesuai dengan syarat dan ketentuan yang tercantum dalam L/C.
- f) Penyiapan Dokumen Pengiriman: Eksportir menyiapkan semua dokumen yang diminta dalam L/C (misalnya, *commercial invoice*, *packing list*, *bill of lading/air waybill*, *certificate of origin*, dan sebagainya).
- g) Penyerahan Dokumen ke Bank: Eksportir menyerahkan dokumen-dokumen tersebut ke *advising bank* atau *negotiating bank*.
- h) Pemeriksaan Dokumen oleh Bank: *Advising bank* dan kemudian *issuing bank* akan memeriksa dengan cermat apakah semua dokumen sesuai dan memenuhi semua persyaratan L/C (disebut *documentary compliance*).



i) Pembayaran:

- (1) Jika dokumen sesuai (*complaint*), *issuing bank* akan melakukan pembayaran kepada eksportir (melalui *advising bank* atau *negotiating bank*) sesuai dengan syarat pembayaran L/C (misalnya, *at sight*/langsung bayar atau *usance*/pembayaran tempo).
- (2) Jika dokumen tidak sesuai (*discrepant*), *issuing bank* akan memberitahukan ketidaksesuaian tersebut kepada importir dan eksportir. Pembayaran dapat ditunda atau dibatalkan sampai ketidaksesuaian diperbaiki atau disetujui oleh importir.
- (3) Pengambilan Dokumen dan Barang: Importir membayar kepada *issuing bank* dan mendapatkan dokumen pengiriman yang kemudian digunakan untuk mengambil barang di pelabuhan/bandara.

Membuat Skema L/C Sederhana



AKTIVITAS

3.13

Aktivitas Individu

Untuk memahami mekanisme *Letter of Credit* (L/C) memang membutuhkan visualisasi. Dari semua penjelasan tentang cara kerja L/C yang sudah kamu dapatkan, sekarang saatnya kamu tunjukkan pemahamanmu dengan membuat skema L/C sederhana.

Pilih format yang paling kamu suka (bisa berupa alur bagan, poster, peta konsep, atau infografik). Pastikan skemamu jelas, mudah dipahami, dan menggambarkan dengan tepat setiap tahapan dalam mekanisme L/C, mulai dari pembeli sampai dengan penjual menerima pembayaran.

Selamat berkreasi!

5) Jenis-Jenis dan Bentuk *Letter of Credits* (L/C)

Letter of Credit (L/C) merupakan instrumen jaminan pembayaran yang diterbitkan oleh bank pembuka. Instrumen ini memiliki beragam jenis dan bentuk dengan masing-masing karakteristik spesifiknya. Klasifikasi jenis dan bentuk L/C tersebut didasarkan pada beberapa aspek, antara lain tingkat kepastian, metode dan waktu pembayaran, serta kemungkinan pengalihfungsian kepada pihak penerima (*beneficiary*) lain. Berikut pembahasan lebih lanjut mengenai penggolongan L/C.

a) Menurut Kepastiannya

(1) *Revocable L/C*

Revocable L/C adalah L/C yang dapat diubah atau dibatalkan secara sepihak oleh bank pembukanya setiap saat tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pihak penerima.

(2) *Irrevocable L/C*

Irrevocable L/C adalah L/C yang tidak dapat diubah atau dibatalkan tanpa persetujuan dari bank penerima, bank pengkonfirmasi (jika ada), dan pihak penerima.

b) Menurut Cara dan Waktu Pembayaran

(1) *Sight L/C*

Pembayaran langsung dilakukan setelah dokumen diterima dan diperiksa oleh bank. Pemberi harus segera membayar setelah dokumen dinyatakan lolos.

(2) *Usance L/C*

L/C yang memberikan jaminan akseptasi dan/atau pembayaran di kemudian hari pada saat yang telah ditetapkan oleh *opening* atau *confirming bank* atas penyerahan dokumen-dokumen yang sesuai dengan persyaratan dan kondisi L/C yang bersangkutan. Jenis L/C ini memberikan jangka waktu pembayaran kepada pembeli. Pembayaran dapat dilakukan setelah transaksi disetujui atau setelah dokumen diterima. *Usance L/C* dibedakan menjadi dua jenis berikut.

(a) *Acceptance L/C*

Usance L/C yang memberikan jaminan akseptasi pada *usance, time draft*, atau wesel berjangka dan pembayaran pada saat jatuh waktunya atas penyerahan dokumen-dokumen sesuai dengan persyaratan dan kondisi L/C.

(b) *Deferred Payment L/C*

Usance L/C yang memberikan jaminan pembayaran di kemudian hari pada tanggal yang telah ditetapkan atas penyerahan dokumen yang sesuai dengan persyaratan dan kondisi L/C. Berbeda dengan *acceptance L/C*, maka pada *deferred payment L/C* tidak disyaratkan adanya penarikan wesel, sehingga tidak akan ada proses akseptasi wesel. Jadi, atas penyerahan dokumen oleh *beneficiary, issuing bank* atau *confirming bank* atau bank yang diberi kuasa oleh bank pembuka biasanya menerbitkan surat persyaratan yang mengandung janji untuk melakukan pembayaran di kemudian hari pada tanggal yang ditetapkan dalam L/C.



(3) *Negotiation L/C*

Apabila sebuah L/C dapat dinegosiasikan, bank penerbit dan bank konfirmasi (jika ada) menjamin pembayaran atau negosiasi wesel yang diajukan oleh *beneficiary* (eksportir). Jaminan ini diberikan tanpa hak *regres*, artinya bank tidak akan menuntut kembali pembayaran dari *beneficiary* atau pemegang wesel meskipun *applicant* (importir) kemudian gagal membayar kepada bank.

(4) *L/C with Advance Payment*

Ini adalah L/C *Red Clause*, yaitu jenis L/C yang mengizinkan penarikan uang muka atau pembayaran di muka kepada *beneficiary* (penerima) sebelum semua dokumen yang disyaratkan dalam L/C diserahkan. Uang muka ini dapat berupa seluruh atau sebagian dari total nilai L/C. Pada umumnya, pembayaran di muka tersebut dibedakan antara tiga jenis berikut.

(a) *Unsecured advances*

L/C *Green Clause*, yaitu jenis L/C yang memungkinkan pembayaran di muka tanpa memerlukan jaminan. Dengan kata lain, bentuk L/C ini tidak memberikan perlindungan kepada pembeli (*applicant*) jika terjadi penyalahgunaan L/C oleh penerima (*beneficiary*).

(b) *Secured advances*

L/C *Green Clause* yang dimodifikasi, di mana pembayaran di muka diberikan dengan adanya jaminan. Jaminan tersebut biasanya disediakan oleh banknya penjual (*beneficiary*).

(c) *Revolving L/C (Letter of Credit Berulang)*

L/C jenis ini bisa digunakan berkali-kali hingga mencapai batas waktu atau jumlah total yang sudah ditentukan. *Revolving L/C* umumnya digunakan untuk menjamin pembayaran atas pengiriman barang yang dilakukan secara bertahap atau angsuran oleh penjual selama periode waktu tertentu.

c) Menurut Kemungkinan Penggunaannya oleh *Beneficiary* Lain

(1) *Transferable L/C*

Transferable L/C adalah jenis *Letter of Credit* (L/C) yang istimewa. L/C ini memberikan hak kepada *beneficiary* (penerima pertama) untuk meminta bank pembayar, bank pengaksep, atau bank negosiasi agar memindahkan seluruh atau sebagian L/C tersebut kepada satu atau beberapa pihak lain (yang disebut dengan *second beneficiaries*).

Penting untuk diingat bahwa pemindahan L/C ini hanya dapat dilakukan satu kali. Artinya, *second beneficiary* tidak bisa lagi memindahkannya kepada pihak ketiga.

Ketika L/C dipindahkan, syarat dan ketentuan utamanya harus sama dengan L/C asli. Namun, ada beberapa hal yang bisa diubah atau disesuaikan saat pemindahan, yaitu:

- (a) Jumlah nilai L/C bisa dikurangi.
- (b) Harga satuan barang bisa dikurangi.
- (c) Jangka waktu berlakunya L/C bisa diperpendek.
- (d) Batas waktu pengiriman bisa diperpendek.
- (e) Persentase penutupan asuransi bisa dinaikkan agar sesuai dengan cakupan yang ditetapkan L/C.

Beneficiary pertama memiliki peran penting. *Beneficiary* ini berhak mengganti faktur dan wesel (jika ada) yang berasal dari *second beneficiary* dengan faktur dan weselnya sendiri. Dengan penggantian ini, *beneficiary* pertama dapat mengambil selisih keuntungan (jika ada) dari transaksi tersebut.

Singkatnya, *Transferable L/C* ini sangat berguna dalam rantai pasokan, di mana *beneficiary* pertama berperan sebagai perantara (misalnya, agen atau *trader*) yang tidak memproduksi barang sendiri, melainkan mendapatkan barang dari pemasok lain (*second beneficiary*).

(2) *Back to Back L/C*

Back-to-Back L/C sebenarnya adalah L/C biasa yang diterbitkan oleh sebuah bank, tetapi didasarkan pada L/C lain yang sudah diterbitkan sebelumnya oleh bank berbeda. L/C yang menjadi dasar ini sering disebut sebagai L/C Induk (*Master L/C*). Jadi, terdapat dua L/C yang saling terkait, yaitu *back-to-back L/C* bergantung pada *master L/C*.

Mirip dengan *Transferable L/C*, syarat dan ketentuan dalam *back-to-back L/C* harus disesuaikan dengan *master L/C*. Namun, ada beberapa hal yang dapat diubah, yaitu nilai, harga satuan, masa berlaku, batas waktu penyerahan dokumen, waktu pengiriman, dan persentase asuransi. Penyesuaian ini dilakukan agar dokumen yang diserahkan oleh *beneficiary* dari *master L/C* (penerima pembayaran akhir) dapat digunakan untuk menuntut pembayaran. Dengan demikian, pihak yang merupakan *beneficiary* (penerima pembayaran) di *master L/C* akan bertindak sebagai *applicant* (pihak yang mengajukan) untuk *back-to-back L/C*.

(3) *Standby L/C*

Standby L/C adalah bentuk jaminan khusus yang berfungsi sebagai “cadangan” atau “pelindung”. Seperti namanya, bank penerbit L/C ini baru akan melakukan



pembayaran kepada *beneficiary* (penerima jaminan) apabila *applicant* (pihak yang dijamin) gagal memenuhi kewajibannya atau melakukan wanprestasi. Singkatnya, *standby L/C* adalah jaring pengaman yang akan aktif hanya jika ada masalah dengan pelaksanaan kewajiban utama.

Tabel 3.1 Contoh Dokumen L/C

Formulir L/C	Formulir L/C yang Telah Diisi																
PERMOHONAN PEMBUKAAN L/C ATAU SKBDN Dengan ini kami, applicant/pemohon: • Nama _____ • NPWP No. _____ • API No. _____ • Alamat _____ Mohon kepada PT Bank Central Asia Tbk. ("BCA") untuk memproses pembukaan Irrevocable L/C / SKBDN(*) dengan data-data tersebut dibawah ini. Jenis ☐ Transferable ☐ Confirm, Confirming Bank _____ ☐ Tenor ☐ Sight ☐ Usance/UPAS*: _____ days after shipment date/sight* ☐ Berlaku sampai dengan tanggal _____ <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Beneficiary</th> <th style="width: 50%;">Advising Bank</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2" style="height: 40px;"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;"> Nilai USD/IDR/ Toleransi (%) </td> </tr> </tbody> </table> <u>Dokumen</u> ☐ Bill of Lading "on board" yang bersih / Airway Bill / Delivery Order *) dalam rangkap _____ kepada order: BCA Notify Address _____ ☐ Wesel/draft untuk jumlah _____ % dari faktur ☐ Packing List rangkap _____ ☐ Invoice/faktur rangkap _____ ☐ Insurance Policy/Insurance Certificate rangkap _____ ☐ Dokumen-dokumen lainnya: _____ • Shipping Company Certificate yang menyatakan bahwa umur kapal laut tidak lebih dari 25 tahun (khusus untuk sarana pengangkutan kapal laut dan shopping term yang digunakan adalah FOB atau CFR) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Barang</th> <th style="width: 20%;">Nama Barang</th> <th style="width: 20%;">Jumlah/Volume</th> <th style="width: 20%;">Harga Satuan</th> <th style="width: 10%;">Harga Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 30px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> Jenis barang _____ Nomor HS _____ Mutu Barang _____ Contract/Order No. _____ Negara asal barang _____ Bea masuk _____ % PPN _____ % PPhBM _____ % PPh Pasal 22 _____ % <u>Pengapalan</u> • Dikapalkan dari _____ • Latest shipment date _____ • Partial shipment: diperkenankan/tidak diperkenankan*) _____ • Pelabuhan tujuan _____ • Transshipment: diperkenankan/ tidak diperkenankan *) _____ <u>Shipping terms</u> ☐ FOB ☐ CFR ☐ CIF ☐ _____ Asuransi (khusus untuk L/C) Untuk asuransi ditutup di dalam negeri, pertanggungan asuransi ditutup oleh / melalui dan dengan kondisi sebagai berikut: ☐ Applicant ☐ BCA • Nama perusahaan asuransi, _____ • Kondisi _____ <u>Kondisi khusus</u> _____ Kami mengakui bahwa segala biaya yang timbul karena pembukaan LC/SKBDN ini adalah menjadi beban kami dan kami tunduk pada Ketentuan-ketentuan Umum Pembukaan Letter of Credit dan Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri yang tercetak di balik aplikasi ini. Khusus untuk penerbitan LC/SKBDN kasus per kasus dengan agunan tunai, Pemohon tunduk pada Ketentuan-ketentuan Khusus Pembukaan Letter of Credit dan Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri kasus per Kasus dengan Agunan Tunai yang dicetak terpisah namun merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aplikasi ini. Disisi oleh Bank L/C line O/S L/C & Akseptasi Amount available Amount L/C Disetujui oleh (Nama, tanda tangan, dan cap perusahaan) *) Coret yang tidak diperlukan	Beneficiary	Advising Bank			Nilai USD/IDR/ Toleransi (%)		Barang	Nama Barang	Jumlah/Volume	Harga Satuan	Harga Total						SAMPLING LETTER OF CREDIT ORIGINAL INTERNATIONAL BANKING GROUP Megabank Corporation P.O BOX 1000, LOS ANGELES, CALIFORNIA 30302-1000 CABLE ADDRESS: MegaB TELEX NO. 1234567 SWIFT NO. MBABC 72 OUR ADVISE NUMBER: ****AMOUNT**** ADVICE DATE: ISSUE BANK REF: -/-/-/..... EXPIRY DATE: USD****25,000.00 BENEFICIARY: AMERICAN VICTORY CO. 2356 SOUTH N.W STREET LOS ANGELES, CALIFORNIA 30345 APPLICANT: HHB HONGKONG 34 INDUSTRIAL DRIVE CENTRAL, HONGKONG WE HAVE BEEN REQUESTED TO ADVISE TO YOU THE FOLLOWING LETTER OF CREDIT AS ISSUED BY: FIRST HONGKONG BANK 1 CENTRAL TOWER HONGKONG SAMPLE ONLY PLEASE BE GUIDED BY ITS TERMS AND CONDITIONS AND BY THE FOLLOWING: CREDIT IS AVAILABLE BY NEGOTIATION OF YOUR DRAFT(S) IN DUPLICATE AT SIGHT FOR 100 PERCENT OF INVOICE VALUE DRAWN ON US ACCOMPANIED BY THE FOLLOWING DOCUMENTS: 1. SIGNED COMMERCIAL INVOICE IN 1 ORIGINAL AND 3 COPIES. 2. FULL SET 3/3 OCEAN BILLS OF LADING CONSIGNED TO THE ORDER OF FIRST HONGKONG BANK, HONGKONG NOTIFY APPLICANT AND MARKED FREIGHT COLLECT. 3. PACKING LIST IN 2 COPIES. EVIDENCING SHIPMENT OF : 1000 PINE LOGS - WHOLE - 8 TO 12 FEET FOB PASADENA CALIFORNIA SHIPMENT FROM: PASADENA, CALIFORNIA TO: HONGKONG LATEST SHIPPING:..... PARTIAL SHIPMENTS NOT ALLOWED TRANSHIPMENT NOT ALLOWED ALL BANKING CHARGES OUTSIDE HONGKONG ARE FOR BENEFICIARYS AACCOUNT. DOCUMENT MUST BE PRESENTED WITHIN 21 DAYS FROM B/L DATE AT THE REQUEST OF OUR CORRESPONDENT, WE CONFIRM THIS CREDIT AND ALSO ENGAGE WITH YOU THAT ALL DRAFTS DRAWN UNDER AND IN COMPLIANCE WITH THE TERMS OF THIS CREDIT WILL BE DULY HONORED BY US. PLEASE EXAMINE THIS INSTRUMENT CAREFULLY. IF YOU ARE UNABLE TO COMPLY WITH THE TERMS OR CONDITIONS, PLEASE COMMUNICATE WITH YOUR BUYER TO ARRANGE FOR AN AMANDEMENT. Sumber: Yekti/CitoXpress (2025)
Beneficiary	Advising Bank																
Nilai USD/IDR/ Toleransi (%)																	
Barang	Nama Barang	Jumlah/Volume	Harga Satuan	Harga Total													

BANK KITA

PT Bank KITA (persero) Tbk Bills Processing Center – Bandung Jl. Surapati Bandung Indonesia	SCHEDULE OF REMITTANCE	<i>Always quote our ref. No.</i>																								
		<i>Refer our swift reimbursement to day</i>																								
	Remarks	<i>We have reimbursed ourselves on Reimbursing Bank</i>																								
		<i>Reimbursement will be effected after receipt your authorization</i>																								
Date																										
Mail to :	Reimbursing Bank :																									
Beneficiary :	Applicant																									
L/C NO. :	Dated :																									
Tenor : At Sight																										
Invoice No.																										
☒ We certify that all charges of Advising Bank have been paid ☒ We certify that the amount of draft has been endorsed on the reverse of the L/C ☒ In Case of non payment, please inform us by swift/cable stating reason.	Amount Claimed																									
Documents Attached :																										
<table style="margin: auto;"> <thead> <tr> <th>Type of Documents</th> <th>1st</th> <th>2nd</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Draft</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>Invoice</td><td>4</td><td>4</td></tr> <tr><td>B/L</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>Packing List</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>Beneficiary Certf</td><td>1</td><td>x</td></tr> <tr><td>Extra Copy</td><td>1</td><td>x</td></tr> <tr><td>Courier Receipt</td><td>1</td><td>x*)</td></tr> </tbody> </table>	Type of Documents	1st	2nd	Draft	1	1	Invoice	4	4	B/L	2	1	Packing List	2	2	Beneficiary Certf	1	x	Extra Copy	1	x	Courier Receipt	1	x*)	Disposal Intruction : -Please also provide Us with the Charges details deducted from proceeds	
Type of Documents	1st	2nd																								
Draft	1	1																								
Invoice	4	4																								
B/L	2	1																								
Packing List	2	2																								
Beneficiary Certf	1	x																								
Extra Copy	1	x																								
Courier Receipt	1	x*)																								
*) Forwarded to you without our examination and responsibility																										
## This Persentation is Subject to the Uniform Customs and Practices for Documentary Credit (2007 Revision). ICC Publ. No. 600 ##																										

Sender's Copy

PAYMENT INSTRUCTIONS
DO NOT COMBINE PAYMENTS OR SETTLE DIRECTLY
PLEASE REMIT PROCEEDS BY SWIFT CHIPS OR FEDWIRE TO :



Ayo Menganalisis Dokumen L/C!



AKTIVITAS

3.14

Aktivitas Individu

Ayo mulai uraikan isi penting dalam dokumen L/C tersebut! Cermati setiap bagiannya dan coba pahami informasi apa saja yang ada di sana. Fokuskan pada elemen-elemen, seperti pihak-pihak yang terlibat, jumlah barang, jenis barang, tanggal penting, jenis L/C, dan syarat-syarat pembayarannya.

Selamat menganalisis!

b. *Purchase Order*

Pernahkah kamu membayangkan bagaimana sebuah toko atau pabrik bisa mendapatkan barang dagangan atau bahan baku yang mereka butuhkan? Mereka tidak sekadar menelepon atau mengirim pesan singkat. Di balik setiap transaksi pembelian yang terorganisasi, ada dokumen resmi yang bernama *Purchase Order* (PO).

Purchase Order (PO) atau pesanan pembelian adalah dokumen komersial yang dibuat oleh pembeli dan diserahkan kepada penjual. Dokumen-dokumen tersebut menjelaskan mengenai jenis barang, jumlah, dan harga yang disepakati atas sebuah produk atau jasa. PO bukan merupakan sebuah penawaran resmi dari pembeli. Pada umumnya, sebelum penjual mengirimkan PO kepada pembeli, telah terjadi komunikasi/korespondensi awal antara pembeli dan penjual. Artinya, *Purchase Order* merupakan dokumen pemesanan pembelian yang dikeluarkan oleh pembeli kepada penjual.

PO bukan sekadar formalitas, melainkan elemen krusial dalam setiap transaksi pembelian karena berbagai alasan.

- 1) Sebagai Kontrak Hukum: Setelah diterima dan disetujui oleh penjual, PO berfungsi sebagai kontrak yang mengikat. Hal ini dapat melindungi kedua belah pihak dari kesalahpahaman atau sengketa di kemudian hari.
- 2) Mencegah Kesalahan: Dengan semua detail yang tercantum, PO mengurangi risiko kesalahan dalam jenis barang, kuantitas, harga, atau syarat pengiriman.
- 3) Bukti Transaksi: PO menjadi bukti tertulis dari kesepakatan pembelian, berguna untuk audit, rekonsiliasi pembayaran, dan penyelesaian masalah.
- 4) Kontrol Anggaran: Dengan PO, perusahaan dapat melacak pengeluaran dan mengontrol anggaran pembelian secara lebih efektif.

- 5) Perencanaan Produksi/Pengiriman: Bagi penjual, PO adalah informasi penting untuk perencanaan produksi, manajemen inventaris, dan penjadwalan pengiriman.
- 6) Pengajuan Pembayaran (bagi Pembeli): Setelah barang atau jasa diterima, PO akan dicocokkan dengan faktur dari penjual untuk proses pembayaran.
- 7) Referensi Pelacakan: PO sering digunakan sebagai nomor referensi untuk melacak status pesanan, pengiriman, dan pembayaran.

Sebuah PO yang lengkap dan efektif memuat informasi-informasi penting berikut.

PURCHASE ORDER					
To/Exporter		Dated		No.	
DELLA PUTRI Taman Kenanga Indah No. 15 Kp. Makmur Kembangan, Jakarta Barat NPWP		25-jun-25		SB-.....	
		Incoterms			
		FOB		Free on Board	
		CNF		Cost & Freight	
		CIF		Cost Insurance Freight X	
		REMARKS			
From/Importer		100% Advance Payment			
SHOPPING CENTER KING ROAD #18C TSIM SAT SUI HONGKONG PHONE: +852 1166 11667		SHIPPING MODE			
Origin	Jakarta	ETD	CARRIER	FLIGHT/VESSEL	
Destination	Hongkong	27-Jun-25	AIR FREIGHT	Garuda Indonesia GA 858	
Marks & Nos.	Quantity	UOM	Description of Goods	Value USD	
				Unit Price	Total
FC-HKG 1-300	1800 PAIRS		SPORTING SHOES (Leather)	\$ 17.00	\$ 30,600.00
PAYMENT VIA BANK ACCOUNT			SHOPPING CENTRE		
123456788 PT. SEJAHTERA CARGO Bank Catur Semesta SWIFT CODE: BNIDJA			Weedynoor Weedynoor		

Gambar 3.1 Contoh Purchase Order



- 1) Nomor PO Unik: Nomor identifikasi yang unik untuk setiap pesanan yang dapat memudahkan pelacakan dan referensi.
- 2) Tanggal PO: Tanggal pembuatan PO.
- 3) Informasi Pembeli:
 - a) Nama Perusahaan Pembeli
 - b) Alamat
 - c) Nomor Telepon
 - d) Alamat *Email*
 - e) Nama Kontak
- 4) Informasi Penjual:
 - a) Nama Perusahaan Penjual (Pemasok)
 - b) Alamat
 - c) Nomor Telepon
 - d) Alamat *Email*
 - e) Nama Kontak
- 5) Detail Barang/Jasa yang Dipesan:
 - a) Nomor Item/SKU: Kode identifikasi produk (jika ada).
 - b) Deskripsi Barang/Jasa: Penjelasan detail tentang apa yang dipesan (misalnya, nama produk, model, warna, ukuran).
 - c) Kuantitas: Jumlah unit yang dipesan.
 - d) Harga Satuan: Harga per unit barang/jasa.
 - e) Total Harga per Item: Kuantitas dikalikan harga satuan.
- 6) Total Jumlah Pesanan: Total nilai keseluruhan pesanan.
- 7) Syarat Pembayaran (*Payment Terms*):

Contoh: *Net 30* (pembayaran dalam 30 hari setelah faktur), *COD (Cash on Delivery)*, dan *Prepayment* (pembayaran di muka).
- 8) Syarat Pengiriman (*Shipping Terms/Incoterms*):
 - a) Metode pengiriman (darat, laut, atau udara).
 - b) Tanggal pengiriman yang diharapkan.
 - c) *Incoterms (International Commercial Terms)*: Menjelaskan siapa yang bertanggung jawab atas biaya dan risiko pada setiap tahap pengiriman (misalnya, *FOB (Free On Board)*, *CIF (Cost, Insurance, and Freight)* atau *EXW (Ex Works)*).
- 9) Alamat Pengiriman: Lokasi di mana barang harus dikirim (jika berbeda dengan alamat pembeli).

- 10) Instruksi Khusus: Jika ada instruksi tambahan, seperti preferensi kurir, pengepakan khusus, atau sertifikasi.
- 11) Tanda Tangan dan Stempel: Otorisasi dari pihak pembeli.

c. *Commercial Invoice*

Dalam industri logistik dan perdagangan internasional, ada banyak dokumen yang harus diurus agar barang sampai tujuan dengan selamat dan sesuai harapan. Salah satu dokumen terpenting yang dapat dikatakan sebagai “jantung” dari setiap transaksi ekspor dan impor adalah *commercial invoice* atau faktur komersial.

Bayangkan kamu membeli sesuatu dari toko *online*. Setelah pembayaran, kamu biasanya akan menerima struk atau rincian pembelian, bukan? Nah, *commercial invoice* ini adalah tagihan resmi dalam skala internasional. Dokumen ini diterbitkan oleh penjual (eksportir) kepada pembeli (importir).

Lebih dari sekadar tagihan, *commercial invoice* berfungsi sebagai bukti penjualan yang merinci semua informasi penting mengenai transaksi perdagangan barang antarnegara. Dokumen ini akan digunakan sebagai rujukan dalam proses penyelesaian di kepabeanan (bea cukai) untuk menentukan nilai bea masuk dan pajak yang harus dibayar. *Commercial invoice* berisi uraian lengkap barang yang dijual, jumlah, dan nilainya sebagaimana telah disepakati antara penjual dan pembeli. *Commercial invoice* bukan sekadar formalitas, melainkan memiliki beberapa fungsi krusial.

Berikut adalah dokumen utama yang digunakan oleh importir untuk melakukan pembayaran kepada eksportir. Semua rincian harga, jumlah, dan total yang harus dibayar tercantum di sini.

- 1) Deklarasi Bea Cukai: Saat barang tiba di negara tujuan, *commercial invoice* digunakan oleh petugas bea cukai untuk menilai bea masuk, pajak, dan biaya lain yang berlaku. Tanpa dokumen ini, barang bisa tertahan di pabean.
- 2) Bukti Kepemilikan dan Transfer: Dokumen ini juga bisa menjadi bukti bahwa kepemilikan barang telah berpindah dari eksportir ke importir setelah pembayaran dan pengiriman.
- 3) Referensi untuk Dokumen Lain: Informasi dari *commercial invoice* sering kali menjadi acuan untuk mengisi dokumen pengiriman lainnya, seperti *packing list* dan *bill of lading*.
- 4) Penyelesaian Sengketa: Jika terjadi perbedaan atau sengketa mengenai isi kiriman, *commercial invoice* dapat menjadi bukti acuan yang sah.



COMMERCIAL INVOICE

(Please complete in English print)

INTERNATIONAL AIR WAYBILL NO.

(NOTE: All shipments must be accompanied by a FedEx International Air Waybill & two duplicate copies of CI.)

DATE OF EXPORTATION	SHIPPER'S EXPORT REFERENCES (i.e., order no., invoice no.)
SHIPPER / EXPORTER (complete name, address, telephone, Business Registration No./ Customs / Tax ID No. e.g. GST / RFC / VAT / IN / EIN / ABN / SSN, or as locally required)	CONSIGNEE (complete name, address, telephone, Business Registration No./ Customs / Tax ID No. e.g. GST / RFC / VAT / IN / EIN / ABN / SSN, or as locally required)
COUNTRY OF EXPORT	IMPORTER - IF OTHER THAN CONSIGNEE (complete name, address and telephone)
REASON FOR EXPORT (e.g. personal gift, return for repair)	
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION	

COUNTRY OF ORIGIN	MARKS/ NO'S	NO. OF PKGS	TYPE OF PACKAGING	FULL DESCRIPTION OF GOODS What is it? What is it made of? What is it used for? What is it a component of? e.g.) Ladies' 100% Silk Knitted Blouse	HS CODE	QTY.	UNIT OF MEASURE e.g. pieces, units, set	WEIGHT lb / kg	UNIT VALUE currency	TOTAL VALUE
			TOTAL PKGS					TOTAL WEIGHT	CURRENCY	TOTAL INVOICE VALUE

I DECLARE ALL THE INFORMATION CONTAINED IN THE INVOICE TO BE TRUE AND CORRECT.

SIGNATURE OF SHIPPER/EXPORTER

Payment Method
☐ L/C
☐ T/T
☐ Others
Check if applicable

Check one
☐ FOR
☐ C&F
☐ C.I.F

NAME (PLEASE PRINT)

TITLE (PLEASE PRINT)

DATE

Gambar 3.2 Contoh *Commercial Invoice*

Agar *commercial invoice* dapat berfungsi dengan baik, ada beberapa informasi yang harus tercantum di dalamnya.

- 1) Nama dan Alamat Lengkap Penjual (Eksportir): termasuk nomor telepon dan alamat *email*.
- 2) Nama dan Alamat Lengkap Pembeli (Importir): sama seperti eksportir (harus lengkap).
- 3) Nomor *Invoice*: nomor unik yang memudahkan pelacakan transaksi.
- 4) Tanggal *Invoice*: tanggal dokumen diterbitkan.

- 5) Nomor Referensi Pembeli (jika ada): misalnya, nomor pesanan pembelian (PO).
- 6) Deskripsi Barang: penjelasan detail tentang barang yang diperdagangkan, termasuk nama barang, jenis, kualitas, dan merek (jika ada).
- 7) Kuantitas: jumlah unit barang yang dikirim.
- 8) Harga Satuan: harga per unit barang.
- 9) Jumlah Total (Subtotal): total harga untuk setiap jenis barang.
- 10) Mata Uang: mata uang yang digunakan dalam transaksi (misalnya USD, EUR, atau IDR).
- 11) Total Nilai *Invoice*: keseluruhan nilai barang yang dikirim.
- 12) Syarat Pembayaran (*Payment Terms*): bagaimana dan kapan pembayaran harus dilakukan (misalnya, *net 30 days*, *cash in advance*, atau *letter of credit*).
- 13) Syarat Pengiriman (*Incoterms*): aturan standar internasional yang menjelaskan tanggung jawab penjual dan pembeli terkait biaya dan risiko pengiriman (misalnya, FOB, CIF, EXW). Penjelasan mengenai *incoterms* akan dibahas lebih lanjut di bab lain.
- 14) Asal Barang (*Country of Origin*): negara tempat barang diproduksi.
- 15) Nomor PO Importir (jika ada): nomor pesanan pembelian yang dikeluarkan oleh importir.
- 16) Tanda Tangan Eksportir: sebagai legalitas dokumen.

d. **Packing List**

Bayangkan kamu sedang berkemas untuk pindah rumah atau liburan. Kamu pasti membuat daftar barang-barang yang akan dibawa, kan? Nah, *packing list* memiliki fungsi serupa, tetapi dalam skala pengiriman barang yang lebih besar, terutama untuk keperluan komersial.

Packing list adalah dokumen rinci yang menunjukkan daftar lengkap semua item yang dikirim dalam suatu pengiriman (*shipment*). Dokumen ini dibuat oleh pengirim (*shipper* atau eksportir) untuk penerima (*consignee* atau *importir*), pihak pengangkut, dan otoritas bea cukai. Dokumen ini merinci jenis barang, jumlah, berat, dan dimensi setiap kemasan atau peti yang membentuk keseluruhan kiriman.

Packing list adalah dokumen yang sangat fungsional dan memiliki peran krusial dalam berbagai tahap pengiriman.

- 1) Verifikasi Isi Kiriman: Importir dapat menggunakan *packing list* untuk memeriksa apakah semua barang yang dipesan sudah diterima sesuai dengan yang tercantum. Hal ini mencegah kekurangan atau kelebihan pengiriman.
- 2) Pemeriksaan Bea Cukai: Otoritas bea cukai menggunakan *packing list* bersama dengan *commercial invoice* untuk memverifikasi isi kiriman dan memastikan kesesuaian antara barang fisik dan deklarasi dokumen. Jika ada perbedaan, maka bisa menyebabkan penundaan.



- 3) Penanganan Kargo: Pihak pengangkut (misalnya, perusahaan pelayaran atau maskapai penerbangan) dan staf gudang menggunakan *packing list* untuk mengetahui berat dan dimensi setiap kemasan, memudahkan proses penanganan, pemuatan, dan pembongkaran kargo.
- 4) Klaim Asuransi: Jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman, *packing list* adalah bukti penting untuk mengajukan klaim kepada perusahaan asuransi karena ia merinci secara spesifik barang yang rusak atau hilang.
- 5) Perencanaan Gudang: Bagi importir, *packing list* membantu dalam perencanaan ruang gudang dan penempatan barang setelah barang tiba.
- 6) Memudahkan Pencarian: Jika ada kiriman yang berisi banyak jenis barang, *packing list* akan sangat membantu dalam menemukan item tertentu tanpa harus membongkar seluruh kemasan.

PACKING LIST						
Shipper			Dated		No.	
DELLA PUTRI Taman Kenanga Indan No. 15 Kp. Makmur Kembangan, Jakarta Barat NPWP			23-jun-25		CONTOH	
Consignee			SHIPPING MODE			
SHOPPING CENTER KING ROAD #18C TSIM SAT SUI HONGKONG PHONE: +852 1166 11667						
Origin	Jakarta	ETD	CARRIER		FLIGHT/VESSEL	
Destination	Hongkong	27-Jun-25	AIR FREIGHT		Garuda Indonesia GA 858	
Marks & Nos.	Quantity	UOM	Description of Goods		WEIGHT	
				NET	GROSS	CBM
FC-HKG 1-300 [300 cartons]	1800 PAIRS	SPORTING SHOES (Leather)		4,500.00	4,800.00	36.00
PAYMENT VIA BANK ACCOUNT			SHOPPING CENTRE			
L	W	H	TTL CTN	MEAST		
60	50	40	300	36.00		
				Rizki Abdul Razak		
				RIZKI ABDUL RAZAK		

Gambar 3.3 Contoh *Packing List*

Agar *packing list* dapat berfungsi secara optimal, ada beberapa informasi yang harus tercantum di dalamnya.

- 1) Nama dan Alamat Lengkap Pengirim (Eksportir): Pihak yang mengirimkan barang.
- 2) Nama dan Alamat Lengkap Penerima (Importir): Pihak yang akan menerima barang.
- 3) Nomor *Packing List*: Nomor unik untuk memudahkan pelacakan dokumen.
- 4) Tanggal *Packing List*: tanggal dokumen diterbitkan.
- 5) Nomor Referensi (misalnya, Nomor Pesanan Pembelian/*PO Number*): menghubungkan *Packing List* dengan pesanan spesifik.
- 6) Nomor *Invoice* (*Commercial Invoice Number*): menghubungkan *packing list* dengan *commercial invoice* terkait.
- 7) Jumlah Kemasan (*Number of Packages*): total jumlah karton, peti, atau kemasan yang dikirim.
- 8) Jenis Kemasan: misalnya, karton, palet, peti kayu, drum, dan sebagainya.
- 9) Tanda dan Nomor Kemasan (*Marks and Numbers*): kode atau simbol unik yang ditempel pada setiap kemasan untuk identifikasi (misalnya, nomor urut kemasan 1/10, 2/10, dan seterusnya).
- 10) Deskripsi Barang: penjelasan ringkas tentang isi setiap kemasan (sering kali tidak sedetail *commercial invoice*, tetapi cukup untuk identifikasi).
- 11) Kuantitas Barang per Kemasan: jumlah unit barang di dalam setiap kemasan.
- 12) Berat Kotor (*Gross Weight*) per Kemasan: berat kemasan beserta isinya.
- 13) Berat Bersih (*Net Weight*) per Kemasan: berat isi barang saja, tanpa kemasan.
- 14) Dimensi (*Dimensions*) per Kemasan: panjang x lebar x tinggi setiap kemasan.
- 15) Total Berat Kotor Kiriman: total berat semua kemasan.
- 16) Total Berat Bersih Kiriman: total berat bersih semua barang.
- 17) Total Volume Kiriman: total volume semua kemasan (misalnya dalam meter kubik).
- 18) Tanda Tangan Pengirim: sebagai legalitas dokumen.

e. ***Shipping Instruction***

Dalam setiap pengiriman barang internasional, komunikasi yang jelas dan tepat antara pengirim dan pihak pengangkut adalah kunci. Di sinilah peran *Shipping Instruction* (SI) menjadi sangat vital. Dalam dokumen *shipping instruction* pada umumnya diterakan lengkap



data-data pengiriman, seperti nama *shipper*/pengirim, nama *consignee*/penerima, tanggal kesiapan barang ekspor, jumlah barang (kemasan dan satuan) disertai lengkap dengan uraian barang, serta data-data lainnya sedetail mungkin karena *shipping instruction* akan dijadikan rujukan untuk menerbitkan dokumen pengapalan (*bill of lading/air waybill*).

Bayangkan, kamu ingin mengirim paket besar ke luar kota menggunakan jasa kurir. Kamu tidak hanya memberi tahu apa isi paketnya, tetapi juga alamat lengkap penerima, jenis layanan pengiriman (reguler/kilat), dan mungkin instruksi khusus, seperti Jangan dibanting. atau Barang pecah belah. Nah, *shipping instruction* adalah dokumen formal yang berfungsi serupa, tetapi dalam skala perdagangan internasional.

Shipping Instruction (SI) adalah dokumen yang dikeluarkan oleh pengirim (eksportir) kepada pihak pengangkut (*carrier*), seperti perusahaan pelayaran, maskapai penerbangan, atau *freight forwarder*. *Shipping instruction* memiliki beberapa fungsi penting dalam rantai pasok global.

- 1) Dasar Pembuatan Dokumen Transportasi: SI adalah sumber informasi utama bagi *carrier* atau *freight forwarder* untuk membuat dokumen pengangkutan resmi, seperti *bill of lading* atau *air waybill*. Kesalahan di SI akan berdampak pada dokumen-dokumen penting ini.
- 2) Panduan Penanganan Kargo: Dokumen ini memberi tahu *carrier* instruksi khusus mengenai penanganan barang, seperti suhu penyimpanan, posisi penempatan, atau tindakan pencegahan lain yang diperlukan.
- 3) Memastikan Kepatuhan Regulasi: SI membantu memastikan bahwa semua informasi yang diperlukan untuk kepatuhan bea cukai dan regulasi pengiriman telah diberikan dengan benar hal ini akan mengurangi mengurangi risiko penundaan atau denda.
- 4) Menghindari Kesalahan Pengiriman: Dengan detail yang lengkap, SI meminimalkan risiko kesalahan, seperti pengiriman ke alamat yang salah, penggunaan rute yang tidak tepat, atau penerapan biaya yang keliru.
- 5) Dasar Komunikasi Efektif: SI menjadi rujukan bersama bagi semua pihak yang terlibat dalam pengiriman dan memastikan bahwa semua memahami instruksi yang sama.

SHIPPING INSTRUCTION					
To/Exporter		Dated		No.	
DELLA PUTRI Taman Kenanga Indan No. 15 Kp. Makmur Kembangan, Jakarta Barat NPWP		25-jun-25			
		FREIGHT TERM			
		PPD	PREPAID	X	
		CCX	COLLECT		
		REMARKS			
From/Importer		READY TO PIK UP JUN 25, 2025			
SHOPPING CENTER KING ROAD #18C TSIM SAT SUI HONGKONG PHONE: +852 1166 11667		SHIPPING MODE			
Origin	Jakarta	ETD	CARRIER	FLIGHT/VESSEL	
Destination	Hongkong	27-Jun-25	AIR FREIGHT	Garuda Indonesia GA 858	
Marks & Nos.	Quantity	UOM	Description of Goods	WEIGHT	
				NET WEIGHT	GR WEIGHT
FC-HKG 1-300	1800 PAIRS		SPORTING SHOES (Leather)	4,500.00 KGS	4,500.00 KGS
PAYMENT VIA BANK ACCOUNT			SHOPPING CENTRE		
L	W	H	TTL CTN	MEAST	
60	50	40	300	36.00	
			Rizki Abdul Razak RIZKI ABDUL RAZAK		

Gambar 3.4 Contoh Shipping Instruction

Agar *shipping instruction* dapat berfungsi secara efektif, ada beberapa informasi yang biasanya tercantum di dalamnya.

- 1) Nama dan Alamat Lengkap Pengirim (*Shipper/Eksportir*): Pihak yang bertanggung jawab mengirimkan barang.
- 2) Nama dan Alamat Lengkap Penerima (*Consignee/Importir*): Pihak yang akan menerima barang di negara tujuan.
- 3) *Notify Party* (Pihak yang Diberi Tahu): Jika berbeda dari penerima, ini adalah pihak ketiga yang juga harus diberi tahu saat barang tiba (misalnya, bank atau *forwarder* di sisi penerima).
- 4) Pelabuhan Muat/Bandara Keberangkatan (*Port of Loading/Airport of Departure*): lokasi asal barang akan dikirim.
- 5) Pelabuhan Bongkar/Bandara Kedatangan (*Port of Discharge/Airport of Arrival*): lokasi tujuan barang akan dibongkar.



- 6) Tempat Pengiriman Akhir (*Place of Delivery*): jika berbeda dari pelabuhan/bandara kedatangan (misalnya langsung ke gudang importir).
- 7) Moda Transportasi: laut (*ocean freight*) atau udara (*air freight*).
- 8) Nama Kapal/Nomor Penerbangan: Informasi spesifik kapal atau pesawat yang akan mengangkut barang.
- 9) Tanggal Keberangkatan (*Estimated Time of Departure* [ETD]): perkiraan waktu keberangkatan.
- 10) Tanggal Kedatangan (*Estimated Time of Arrival* [ETA]): perkiraan waktu kedatangan.
- 11) Nomor Kontainer dan Jenis Kontainer (jika FCL): untuk pengiriman *full container load*.
- 12) Deskripsi Barang: Penjelasan ringkas tentang isi barang, mirip dengan *packing list*, tetapi lebih fokus pada informasi yang relevan untuk transportasi.
- 13) Jumlah Kemasan dan Jenisnya: misalnya, 10 karton, 2 palet.
- 14) Berat Kotor dan Volume: total berat dan volume seluruh kiriman.
- 15) Nomor Referensi (misalnya, Nomor PO atau Nomor Kontrak): untuk menghubungkan SI dengan transaksi spesifik.
- 16) Syarat Pengiriman (*Incoterms*): aturan *incoterms* yang digunakan (misalnya, FOB, CIF, atau EXW) yang menentukan tanggung jawab dan biaya antara penjual dan pembeli.
- 17) Instruksi Khusus: seperti *free time* di pelabuhan, instruksi khusus penanganan, atau kebutuhan dokumen tambahan.
- 18) Instruksi Pembayaran *Freight*: Siapa yang akan membayar biaya pengiriman (misalnya, *freight prepaid* oleh pengirim atau *freight collect* oleh penerima).
- 19) Nomor *Commercial Invoice* dan *Packing List* Terkait: untuk referensi silang dokumen.

f. *Certificate of Origin*

Dalam perdagangan internasional, asal-usul suatu barang bukan hanya sekadar informasi pelengkap, melainkan memiliki dampak besar terhadap bea masuk, pajak, dan bahkan akses pasar. Di sinilah peran *Certificate of Origin* (COO) atau Sertifikat Asal Barang menjadi sangat krusial. *Certificate of Origin* (COO) merupakan dokumen penting dalam perdagangan internasional yang menyatakan bahwa barang yang diekspor sepenuhnya diperoleh, diproduksi, atau diproses di negara tertentu.

Bayangkan, kamu membeli sebuah produk yang mencantumkan “*Made in Japan*” atau “Produk Indonesia”. Informasi ini memberi tahumu di mana produk tersebut diproduksi. Dalam konteks ekspor–impor, *certificate of origin* adalah dokumen resmi yang menyatakan

negara tempat suatu barang diproduksi, diolah, atau diproses secara signifikan. Dokumen ini dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang di negara pengekspor, seperti Kementerian Perdagangan, Kamar Dagang dan Industri (KADIN), atau lembaga sejenis lainnya.

Sebagai tambahan informasi, silakan kamu buka *website* berikut.

- <https://iccwbo.org/resources-for-business/certificates-of-origin/>



Pindai QR

<https://iccwbo.org/resources-for-business/certificates-of-origin/>

- <https://ska.kemendag.go.id/>



Pindai QR

<https://ska.kemendag.go.id/>

COO digunakan dalam proses di kepabeanan. Sertifikat ini diperlukan oleh bank, pemangku kepentingan lainnya, dan importir untuk beberapa tujuan. Hampir setiap negara di dunia memerlukan COO untuk prosedur bea cukai. Contohnya, ketika menentukan bea yang akan dikenakan atas barang atau dalam beberapa kasus juga digunakan untuk menentukan apakah barang tersebut boleh diimpor dengan ketentuan-ketentuan khusus yang harus dipenuhi.

COO berfungsi sebagai bukti legal atas asal barang dan merupakan dokumen yang wajib ada dalam banyak transaksi perdagangan internasional, terutama untuk memanfaatkan fasilitas preferensi tarif. *Certificate of origin* memiliki beberapa fungsi dalam perdagangan internasional.

- 1) Penentuan Bea Masuk (Tarif): Ini adalah fungsi utama COO. Banyak negara memiliki perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement* [FTA]) atau skema preferensi tarif. Dengan adanya COO yang valid, barang dapat menikmati bea masuk yang lebih rendah atau bahkan nol, dibandingkan dengan barang dari negara yang tidak memiliki perjanjian tersebut.



- 2) Kepatuhan Regulasi Impor: Beberapa negara memberlakukan kuota impor atau pembatasan tertentu terhadap barang dari negara tertentu. COO membantu otoritas bea cukai memastikan kepatuhan terhadap regulasi ini.
- 3) Memantau Perdagangan dan Statistik: Pemerintah menggunakan informasi dari COO untuk mengumpulkan data statistik perdagangan dan memantau aliran barang antarnegara.
- 4) Melawan Pemalsuan: COO membantu mencegah pemalsuan produk atau klaim palsu tentang asal barang yang bisa merugikan produsen asli.
- 5) Perlindungan Industri Lokal: Dengan adanya COO, suatu negara dapat menerapkan kebijakan tarif yang berbeda untuk melindungi industri domestiknya dari persaingan produk impor tertentu.
- 6) Memenuhi Persyaratan Pembayaran (L/C): Dalam transaksi menggunakan *Letter of Credit (L/C)*, bank sering kali mensyaratkan adanya COO sebagai bagian dari dokumen yang harus dipenuhi eksportir sebelum pembayaran dilakukan.

Secara umum, COO dibagi menjadi dua kategori utama.

- 1) *Preferential Certificate of Origin* (COO Preferensial):
 - a) Digunakan ketika barang memenuhi persyaratan aturan asal (*Rules of Origin*) dari perjanjian perdagangan bebas (FTA) atau skema preferensi tarif tertentu antara dua negara atau blok ekonomi.
 - b) Contohnya: Formulir D (untuk ASEAN), Formulir E (untuk ASEAN—China FTA), Formulir AK (untuk ASEAN—Korea FTA), Formulir IJEPA (untuk Indonesia—Japan EPA), dan sebagainya.
 - c) Tujuannya adalah untuk mendapatkan fasilitas bea masuk preferensi (tarif rendah atau nol) di negara importir.
- 2) *Non-Preferential Certificate of Origin* (COO Non-Preferensial):
 - a) Juga dikenal sebagai “*Ordinary COO*”.
 - b) Digunakan untuk menyatakan asal barang secara umum tanpa bertujuan untuk mendapatkan tarif preferensial.
 - c) Tujuannya lebih ke arah pemenuhan persyaratan kepatuhan regulasi impor, statistik perdagangan, atau pemantauan kuota.
 - d) Biasanya digunakan ketika tidak ada perjanjian preferensi tarif yang berlaku atau ketika barang tidak memenuhi aturan asal untuk mendapatkan preferensi.

ORIGINAL

1. Exporter SHENZHEN KINGSTAR SHIPPING CO., LTD VIA PREMIUM SOURCING INTERNATIONAL		Certificate No. CCPIT 113328407 11C4403A1404/01220 CERTIFICATE OF ORIGIN OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA		
2. Consignee SABIMEX ADDRESS: BP 1108 ABIDJAN 01 COTE D'IVOIRE		5. For certifying authority use only CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION OF INTERNATIONAL TRADE IS CHINA CHAMBER OF INTERNATIONAL COMMERCE		
3. Means of transport and route FROM XINGANG, CHINA TO ABIDJAN, COTE D'IVOIRE BY SEA				
4. Country / region of destination COTE D'IVOIRE				
6. Marks and numbers N/M	7. Number and kind of packages; description of goods 3102 CARTONS OF WHITE CANDLE CIV-2011-003911 TOTAL: SAY THREE THOUSAND ONE HUNDRED AND TWO(3102) CARTONS ONLY. *****	8. H.S.Code 3406000090	9. Quantity 3102 CARTONS	10. Number and date of invoices 24082011R SEP. 9, 2011
11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in China and that they comply with the Rules of Origin of the People's Republic of China.   SHENZHEN, CHINA OCT. 27, 2011 Place and date, signature and stamp of authorized signatory		12. Certification It is hereby certified that the declaration by the exporter is correct.   SHENZHEN, CHINA OCT. 27, 2011 Place and date, signature and stamp of certifying authority		

Gambar 3.5 Contoh COO

Sumber: wikimedia commons (2019)



Meskipun format COO bisa sedikit berbeda (tergantung jenis dan negara penerbit), tetapi informasi penting berikut harus tercantum di dalamnya.

- 1) Nama dan Alamat Lengkap Eksportir: informasi pengirim barang.
- 2) Nama dan Alamat Lengkap Importir: informasi penerima barang.
- 3) Nama dan Alamat Lengkap Pihak Penerbit: lembaga atau otoritas yang mengeluarkan COO.
- 4) Nomor Referensi COO: nomor unik untuk dokumen COO tersebut.
- 5) Tanggal Penerbitan: tanggal COO dikeluarkan.
- 6) Deskripsi Barang: penjelasan detail tentang barang (nama, jenis, merek, model, dan sebagainya).
- 7) Nomor dan Jenis Kemasan: jumlah dan jenis kemasan barang.
- 8) Kuantitas Barang: jumlah unit barang.
- 9) Berat Kotor dan/atau Bersih: berat total barang, termasuk kemasan atau tanpa kemasan.
- 10) Kode HS (*Harmonized System Code*): kode standar internasional untuk klasifikasi barang.
- 11) Kriteria Asal (*Origin Criterion*): menjelaskan bagaimana barang tersebut memenuhi syarat sebagai produk dari negara asal (misalnya, *Wholly Obtained* [dihasilkan seluruhnya di negara tersebut] atau *Produced in the country with imported materials* [diproduksi menggunakan bahan impor, tetapi sudah mengalami proses signifikan]).
- 12) Negara Asal Barang: nama negara tempat barang diproduksi.
- 13) Pelabuhan Muat dan Bongkar: informasi pelabuhan keberangkatan dan tujuan.
- 14) Nomor *Commercial Invoice* Terkait: untuk referensi silang.
- 15) Tanda Tangan dan Stempel Resmi: dari eksportir dan pejabat lembaga penerbit COO.



Ayo, cari tahu cara pengajuan *Certificate of Origin* (COO)!

Dalam ekspor–impor, ada satu dokumen penting yang sering kali menjadi syarat, yaitu *Certificate of Origin* (COO) atau Surat Keterangan Asal (SKA). Dokumen ini membuktikan bahwa suatu barang benar-benar berasal dari negara tertentu dan mempunyai banyak manfaat.

Sekarang, saatnya kamu beraksi!

- a. Bentuklah kelompok sesuai arahan gurumu.
- b. Gunakan akses internet (melalui *smartphone*, laptop, atau komputer) untuk mencari tahu beberapa hal berikut.
 - 1) Apa itu *Certificate of Origin* (COO)/Surat Keterangan Asal (SKA)?
 - 2) Mengapa COO/SKA ini penting dalam perdagangan internasional?
 - 3) Bagaimana langkah-langkah pengajuan COO/SKA di Indonesia? (Temukan informasi dari situs resmi pemerintah, seperti Kementerian Perdagangan atau Lembaga National Single Window [INSW]).
 - 4) Dokumen apa saja yang biasanya dibutuhkan untuk mengajukan COO/SKA?
- c. Diskusikan semua temuanmu dengan kelompok. Pastikan kalian memahami setiap tahap dan persyaratan.
- d. Terakhir, presentasikan hasil penelusuran kelompokmu tersebut di hadapan guru dan kelompok lain.

Selamat mencari tahu dan berdiskusi!

D. Freight Forwarding

Freight forwarding (jasa pengurusan transportasi atau jasa pengiriman barang) adalah layanan yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia jasa layanan logistik yang bertindak sebagai perantara antara pengirim barang (*shipper*/eksportir/importir) dan berbagai penyedia jasa transportasi (maskapai penerbangan, perusahaan pelayaran, perusahaan truk, atau kereta api).



1. Pengertian *Freight Forwarding*

Merujuk pada PP No. 8/2011 *Freight Forwarder* (Jasa Perusahaan Transportasi) adalah usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, perkeretaapian, laut, dan/atau udara yang dapat mencakup kegiatan pengiriman, penerimaan, bongkar muat, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan, pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, klaim, asuransi atas pengiriman barang, penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya yang diperlukan, penyediaan sistem informasi dan komunikasi, serta layanan logistik.

Freight forwarder dalam mengoordinasi pergerakan barang melintasi perbatasan antarnegara (internasional) bertindak atas nama pengirim. Selain itu, *freight forwarder* dapat menangani pergudangan, asuransi kargo, dan pelayanan jasa kepabeanan. Berikut penjelasan tentang fungsi lain dari *freight forwarder*.

- a. Kompleksitas Logistik: Pengiriman barang, terutama internasional, melibatkan banyak aturan, dokumen, dan pihak.
- b. Efisiensi Biaya dan Waktu: Dengan jaringan dan keahlian mereka, *freight forwarder* bisa mendapatkan tarif yang lebih baik dan merencanakan rute tercepat.
- c. Manajemen Risiko: Mereka membantu mengidentifikasi dan mengurangi risiko keterlambatan, kerusakan, atau masalah bea cukai.
- d. Fokus Bisnis Utama: Dengan menyerahkan urusan logistik ke *freight forwarder*, perusahaan bisa berfokus pada produksi atau penjualan mereka.

2. Peran *Freight Forwarder*

Berikut beberapa peran *freight forwarder* dalam perdagangan internasional.

a. Bertindak untuk Kepentingan Eksportir

- 1) Memilih rute, moda transportasi, dan pengangkut yang sesuai;
- 2) *Booking space* pada pengangkut;
- 3) Mengambil barang dari eksportir untuk dikirim ke gudang/pelabuhan;
- 4) Melakukan pengepakan (bila diperlukan);
- 5) Menyelesaikan proses ekspor di kepabeanan;
- 6) Menyediakan gudang;
- 7) Melakukan penimbangan;

- 8) Membayar biaya *freight*; dan
- 9) Peran lainnya sesuai dengan permintaan eksportir.

b. Bertindak untuk Kepentingan Importir

- 1) Monitoring pergerakan barang (kedatangan kapal);
- 2) Menerima dan meneliti ketepatan dan kelengkapan dokumen;
- 3) Mengambil *delivery order* dari pengangkut/pelayanan;
- 4) Membayar biaya *freight*;
- 5) Menyelesaikan proses impor di kepabeanan;
- 6) Pengiriman barang dari gudang impor/tempat penimbunan sementara ke importir;
- 7) Membantu menyelesaikan klaim (bila diperlukan); dan
- 8) Peran lainnya sesuai dengan permintaan importir.

3. Alur Kerja Umum *Freight Forwarder*

Secara umum, berikut adalah alur kerja *freight forwarder* dalam menangani pengiriman internasional.

- a. Permintaan dari Klien (*Quotation Request*): Klien (eksportir/importir) menghubungi *freight forwarder* untuk mendapatkan penawaran harga dan solusi pengiriman.
- b. Penawaran Harga (*Quotation*): *Freight forwarder* memberikan penawaran harga berdasarkan jenis barang, tujuan, moda transportasi, dan layanan tambahan yang diminta.
- c. Pemesanan Layanan (*Booking*): Klien menyetujui penawaran dan memesan layanan.
- d. Penjemputan Barang (*Pick-up*): *Freight forwarder* mengatur penjemputan barang dari lokasi pengirim.
- e. Verifikasi Dokumen dan Pengemasan: Memeriksa kelengkapan dan keabsahan dokumen, serta memastikan barang dikemas sesuai standar transportasi internasional.
- f. Pengurusan Bea Cukai Ekspor: Jika ini pengiriman ekspor, *freight forwarder* akan mengurus *customs clearance* ekspor di pelabuhan/bandara muat.
- g. Pengiriman Utama (*Main Carriage*): Mengatur pengiriman barang menggunakan moda transportasi utama (kapal laut atau pesawat terbang) ke negara tujuan.
- h. Pengurusan Bea Cukai Impor: Di negara tujuan, *freight forwarder* (atau mitranya) akan mengurus *customs clearance* impor, termasuk pembayaran bea masuk dan pajak.



- i. Pengambilan dan Pengiriman ke Penerima (*Delivery*): Setelah barang keluar dari kawasan pabean, *freight forwarder* mengatur pengangkutan barang dari pelabuhan/bandara tujuan ke gudang penerima.
- j. Penyelesaian Dokumen: Menyelesaikan semua dokumen dan tagihan terkait pengiriman.

Membuat Lis Pertanyaan



AKTIVITAS

3.16

Aktivitas Individu

Skenario : Kamu adalah staf manajer logistik sebuah perusahaan yang ingin mengekspor produk baru ke negara X. Buatlah daftar pertanyaan yang akan kamu ajukan kepada calon *freight forwarder* untuk memilih yang terbaik.

Pertimbangkan aspek harga, layanan, reputasi, dan kemampuan mereka.

Observasi/Wawancara



AKTIVITAS

3.17

Aktivitas Individu

Menjelajahi Dunia *Freight Forwarding*

Saatnya kita melangkah lebih jauh dan langsung belajar dari para ahli di dunia *freight forwarding*! Aktivitas ini akan membantumu memahami seluk-beluk industri ini dari sudut pandang profesional.

- a. Cari Tahu Perusahaan: Gunakan internet untuk mencari 20 perusahaan jasa *freight forwarding* yang beroperasi di Indonesia. Catat nama-nama perusahaan tersebut.
- b. Hubungi Profesional: Pilih salah satu dari perusahaan yang sudah kamu temukan. Wawancarai seorang profesional yang bekerja di sana. Kamu bisa menghubungi mereka melalui telepon, *email*, atau jika memungkinkan, kamu dapat berkunjung secara langsung ke kantornya.
- c. Ajukan Pertanyaan Penting: Saat wawancara, jangan lupa tanyakan hal-hal berikut.
 - 1) Apa tantangan terbesar dalam pekerjaan Anda sebagai *freight forwarder*?
 - 2) Keterampilan apa yang paling penting untuk sukses di bidang ini?
 - 3) Bagaimana perusahaan Anda menghadapi persaingan di industri ini?

- d. **Buat Ringkasan:** Setelah wawancara selesai, buatlah ringkasan dari hasil wawancara-mu. Fokuslah pada poin-poin penting dan jawaban dari pertanyaan yang kamu ajukan.
- e. **Sajikan di Depan Kelas:** Terakhir, presentasikan hasil wawancaramu di depan kelas. Bagikan pengalaman dan pelajaran berharga yang kamu dapatkan dari profesional *freight forwarding* tersebut!

Selamat berjelajah dan belajar langsung dari lapangan!

E. Kargo Internasional

Pengiriman internasional atau *international cargo* merupakan inti dari perdagangan global. Kegiatan ini mendukung pergerakan barang melintasi batas negara. Proses ini melibatkan berbagai jenis kargo, moda transportasi, dan regulasi yang kompleks untuk memastikan barang sampai ke tujuan dengan efisien dan aman. Dalam konteks materi pembelajaran ini, pengiriman internasional mencakup klasifikasi kargo, layanan transportasi utama, hingga peran penting kontainer dalam logistik global.

1. FCL dan LCL

Dalam pengiriman kargo internasional, khususnya melalui laut, istilah FCL dan LCL mengacu pada cara pemanfaatan ruang dalam kontainer pengiriman. Pilihan antara FCL dan LCL memiliki dampak signifikan terhadap biaya, waktu transit, dan tingkat keamanan kargo.

a. **Full Container Load (FCL)–Muatan Kontainer Penuh**

Full Container Load adalah jenis pengiriman di mana kargo mengisi penuh ukuran dari sebuah kontainer. Terkadang kontainer tidak terisi penuh, tetapi biaya *freight* dibebankan berdasarkan unit kontainer. FCL lebih tepat digunakan untuk pengiriman kargo dalam jumlah besar dan barang dalam peti kemas dimiliki oleh satu pengirim yang dilengkapi dengan satu *bill of lading*. Dengan demikian, FCL menjadi pilihan terbaik untuk kondisi berikut.

- 1) **Volume Besar:** Ketika volume kargo signifikan (misalnya, lebih dari sekitar 15–20 meter kubik atau memenuhi sebagian besar ruang kontainer).
- 2) **Prioritas Kecepatan:** FCL menawarkan waktu transit yang lebih cepat karena tidak ada waktu tunggu untuk konsolidasi atau dekonsolidasi.



- 3) Prioritas Keamanan: Karena kontainer disegel dari awal hingga akhir dan hanya berisi kargo pribadi, maka risiko kerusakan, kehilangan, atau pencurian jauh lebih rendah. Penanganan kargo juga minim.
- 4) Barang Bernilai Tinggi/Rapuh: Kargo yang sensitif terhadap penanganan berulang atau memiliki nilai tinggi akan lebih aman dalam FCL.

b. *Less than Container Load (LCL)*–Muatan Kurang dari Kontainer Penuh

LCL atau *Less than Container Load* adalah muatan yang hanya mengisi sebagian dari kapasitas ruang muat yang tersedia pada kontainer. Dalam hal ini, pengirim tidak memiliki kargo yang cukup untuk memenuhi kontainer, sehingga pemuatan akan digabung dengan kargo dari pengirim lain. Setiap pengirim akan mendapat *bill of lading* sesuai dengan kuantitas barang yang dikirim, ketika sampai di tujuan setiap pengiriman dipisahkan sesuai dengan dokumen *bill of lading*. LCL menjadi pilihan terbaik ketika berada dalam situasi berikut.

- 1) Volume Kecil: Jika volume kargo tidak cukup besar untuk mengisi kontainer (misalnya, di bawah 15 CBM).
- 2) Penghematan Biaya untuk Volume Kecil: LCL secara signifikan lebih ekonomis untuk pengiriman volume kecil karena tidak perlu membayar untuk ruang kontainer yang tidak terpakai.
- 3) Fleksibilitas: Memungkinkan pengiriman barang tanpa perlu menunggu hingga volume besar terkumpul, cocok untuk pengiriman mendesak dalam jumlah kecil.
- 4) Menguji Pasar: Ideal untuk bisnis yang baru memulai ekspor atau ingin menguji pasar baru dengan volume sampel atau kecil.

Tabel 3.2 Perbandingan Singkat Mengenai FCL dan LCL

Fitur Penting	FCL (<i>Full Container Load</i>)	LCL (<i>Less than Container Load</i>)
Pemanfaatan Kontainer	Seluruh kontainer untuk satu pengirim.	Kontainer dibagi dengan beberapa pengirim lain.
Biaya	Biaya per kontainer (lebih hemat per unit untuk volume besar).	Biaya berdasarkan volume/berat kargo (lebih hemat untuk volume kecil).
Kecepatan Transit	Lebih cepat (langsung ke tujuan).	Lebih lambat (membutuhkan waktu konsolidasi dan dekonsolidasi).
Keamanan dan Penanganan	Lebih aman (minim penanganan, segel tidak rusak).	Risiko lebih tinggi (penanganan berulang, kargo dicampur)
Volume Kargo	Ideal untuk volume besar.	Ideal untuk volume kecil hingga menengah.

Pengiriman secara FCL dan LCL masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan dari sisi biaya, kecepatan proses *clearance*, risiko kehilangan/kerusakan, dan lain-lain. Oleh karena itu, keputusan untuk dimuat dengan cara FCL atau LCL harus dipertimbangkan dari berbagai sisi sesuai dengan tingkat urgensinya.

2. Jenis-Jenis Kontainer

Selain pembahasan mengenai FCL dan LCL, kamu juga perlu memahami pembahasan mengenai jenis-jenis kontainer berikut.

a. Kontainer Standar (*Dry Van/General Purpose Container*)

Kontainer standar yang juga dikenal luas sebagai *dry van* atau *general purpose container*, adalah tulang punggung sistem pengiriman global. Kontainer ini merupakan unit kargo yang paling fundamental dan paling banyak digunakan dalam perdagangan internasional karena dirancang secara khusus untuk mengangkut berbagai jenis barang yang tidak memerlukan kondisi lingkungan terkontrol, seperti suhu atau kelembaban spesifik.



Gambar 3.6 Kontainer Standar

b. Kontainer Berpendingin (*Reefer Container/Refrigerated Container*)

Kontainer ini dilengkapi dengan sistem pendingin internal yang canggih yang mampu menjaga dan mengontrol suhu di dalamnya pada rentang tertentu, mulai dari -65°C hingga $+40^{\circ}\text{C}$. Esensial untuk pengangkutan barang-barang yang mudah rusak atau memerlukan kondisi suhu terkontrol, seperti produk makanan beku atau segar (daging, ikan, buah-buahan, atau sayuran), produk farmasi, dan bahan kimia tertentu. Unit pendinginnya beroperasi secara elektrik, sering kali memerlukan sumber daya eksternal selama transit atau generator “*clip-on*” saat di darat.



Gambar 3.7 Kontainer Berpendingin



c. Kontainer Rak Datar (*Flat Rack Container*)

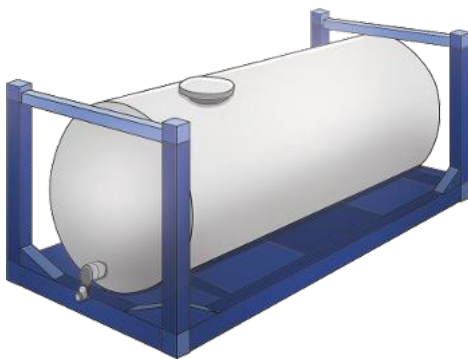
Seperti namanya, kontainer ini tidak memiliki atap permanen. Sebagai gantinya, atapnya ditutupi oleh terpal yang dapat dilepas (biasanya dari bahan terpal) atau atap baja yang bisa dilepas (*hardtop container*). Ideal untuk kargo yang sangat tinggi atau berbentuk tidak biasa yang tidak dapat dimuat melalui pintu depan kontainer standar. Pemuatan dapat dilakukan dari atas menggunakan *crane*. Contoh kargo meliputi mesin berat, kayu gelondongan, pipa, atau bahan konstruksi lainnya.



Gambar 3.8 Kontainer Rak Datar

d. Kontainer Tangki (*Tank Container/ISO Tank*)

Berbentuk silinder yang terpasang dalam kerangka baja standar ISO. Kontainer tangki dirancang khusus untuk mengangkut cairan (cair atau gas) dalam jumlah besar. Terbuat dari bahan anti-korosif untuk keamanan isi. Kontainer jenis ini digunakan untuk mengangkut berbagai jenis cairan, termasuk bahan kimia berbahaya, bahan bakar, minyak, gas, dan juga produk makanan cair, seperti anggur atau jus. Pada umumnya, harus diisi minimal 80% untuk mencegah gelombang cairan yang dapat menyebabkan ketidakstabilan dan tidak lebih dari 95% untuk memberi ruang bagi ekspansi termal.



Gambar 3.9 Kontainer Tangki

e. Kontainer Samping Terbuka (*Open Side Container*)

Kontainer ini memiliki satu atau kedua sisi panjangnya yang dapat terbuka sepenuhnya seperti pintu garasi yang sangat lebar. Ideal untuk kargo yang sangat lebar atau barang-barang yang sulit dimuat melalui pintu ujung kontainer biasa. Kontainer jenis ini dapat memfasilitasi pemuatan dan pembongkaran kargo besar dengan *forklift*.



Gambar 3.10 Kontainer Samping Terbuka



Gambar 3.11 Kontainer Terbuka Atas

f. Kontainer Terbuka Atas (*Open Top Container*)

Kontainer atas terbuka atau *Open Top Container* adalah solusi khusus dalam dunia pengiriman barang yang dirancang untuk mengakomodasi kargo dengan dimensi tidak standar, khususnya yang memiliki ketinggian berlebih atau memerlukan pemuatan dari bagian atas. Berbeda dengan kontainer tertutup standar, kontainer jenis tidak memiliki atap baja permanen.

g. Refrigerated ISO Containers

Kontainer tipe ini digunakan untuk memuat/mengangkut barang-barang yang memerlukan kadar suhu tertentu, kadar suhu dapat diatur sesuai dengan kebutuhan, yaitu sesuai dengan jenis barang yang dimuat.



Gambar 3.12 Refrigerated ISO Containers

Yuk, Menonton!



AKTIVITAS

3.18

Aktivitas Individu

Untuk lebih dalam lagi mengidentifikasi jenis-jenis kontainer, kamu dapat memindai QR Code berikut dengan menggunakan *smartphone*.



Pindai QR

<https://www.youtube.com/watch?v=NhECTJgmv5A>

Setelah menyaksikan video tersebut, tulislah rangkuman tentang isi video tersebut di bukumu!



Tentukan Pilihanmu!



AKTIVITAS

Aktivitas Kelompok

3.19

Terapkan pemahamanmu tentang FCL/LCL dan jenis kontainer dalam skenario pengiriman dasar.

Jawablah pertanyaan berikut.

- a. Secara berpasangan, bacalah dua skenario pengiriman kargo berikut.
 - 1) Skenario A: Sebuah toko *online* ingin mengirim 500 kotak kecil berisi aksesoris ponsel (volume sedang dan tidak mudah rusak) dari Jakarta ke Singapura. Mereka ingin biaya yang paling efisien.
 - 2) Skenario B: Sebuah restoran ingin mengirim 500 kg ikan beku (sensitif suhu dan butuh pendingin) dari Makassar ke Jepang secepat mungkin.
- b. Untuk setiap skenario, diskusikan dan tentukan hal-hal berikut.
 - 1) Apakah lebih cocok menggunakan FCL atau LCL? Jelaskan alasannya secara singkat!
 - 2) Jenis kontainer apa yang paling sesuai untuk kargo tersebut? Berikan satu alasan!
 - 3) Bersiaplah untuk membagikan jawaban dan alasan pasanganmu kepada guru dan teman sekelas.

“Logistik di Sekitarku”



AKTIVITAS

Aktivitas Individu
dan Kelompok

3.20

Jawab pertanyaan berikut.

- a. Secara individu, pikirkan salah satu barang yang sering kamu gunakan atau konsumsi yang menurutmu berasal dari luar negeri (contoh: *smartphone*, sepatu merek tertentu, atau buah impor).
- b. Tuliskan jawaban dari pertanyaan berikut dalam 1–2 kalimat untuk setiap poin.
 - 1) Barang apa yang kamu pilih dan dari negara mana asalnya?
 - 2) Menurutmu, bagaimana barang itu bisa sampai ke Indonesia? (Apakah perlu kontainer khusus? Apakah itu termasuk FCL atau LCL?).
 - 3) Setelah mempelajari materi ini, apa satu hal baru yang kamu sadari tentang perjalanan barang dari negara asalnya hingga sampai ke tanganmu?
- c. Diskusikan hasil dari jawabanmu ke salah satu temanmu!

3. Perhitungan Biaya Via Laut dan Udara

Selain memahami jenis kontainer, ketika mengirim barang ke luar negeri, kita juga harus mengetahui perhitungan biaya pengiriman barang. Umumnya, teknik pengiriman yang digunakan untuk mengirim barang ke luar negeri, yaitu via laut atau udara.

a. Perhitungan Biaya Pengiriman Via Laut (*Sea Freight*)

Pengiriman via laut umumnya digunakan untuk barang-barang berukuran besar, berat, atau tidak terlalu mendesak, karena biayanya lebih ekonomis meskipun waktu tempuhnya lebih lama. Perhitungan biaya pengiriman via laut (*sea freight*) pada dasarnya ditentukan oleh beberapa komponen biaya utama dan dipengaruhi oleh berbagai faktor.

1) Ongkos Angkut Laut (*Ocean Freight*)

Ongkos ini merupakan biaya dasar pengangkutan barang dari pelabuhan muat (*Port of Loading*/POL) ke pelabuhan tujuan (*Port of Discharge*/POD). Berikut basis perhitungan ongkos angkut laut.

- a) LCL (*Less than Container Load*): Untuk pengiriman yang tidak memenuhi satu kontainer penuh. Biaya dihitung berdasarkan berat (ton) atau volume (meter kubik), mana yang lebih besar. Biasanya, 1 ton setara dengan 1 meter kubik, jadi perhitungannya Volume Metrik (VWT) = Volume (dalam meter kubik) atau Berat Kotor (dalam kilogram dibagi 1.000).

Dari dua nilai tersebut, yang terbesar akan diambil sebagai berat yang dikenakan biaya. Konsep ini digunakan karena dalam pengiriman, biaya bisa didasarkan pada berat fisik barang atau ruang yang ditempatinya di alat transportasi mana pun yang lebih menguntungkan bagi penyedia jasa.

Contoh: Jika tarif LCL adalah \$50 per ton/meter kubik dan barangmu memiliki berat 2 ton dengan volume 3 meter kubik (m^3), maka perhitungan biayanya sebagai berikut:

- Yang diambil adalah 3 meter kubik (karena $3 m^3$ lebih besar dari 2 ton).
- Jadi, biayanya adalah $\$50 \times 3 = \150 .

- b) FCL (*Full Container Load*): Untuk pengiriman satu kontainer penuh (20', 40', 40' HC). Biaya dihitung per kontainer tanpa melihat isi penuh atau tidak. *High Cube* (HC) adalah jenis kontainer pengiriman yang memiliki tinggi lebih dari kontainer standar. Meskipun panjang dan lebarnya sama dengan kontainer standar (misalnya, 20 kaki atau 40 kaki), kontainer *high cube* memiliki tambahan tinggi sekitar 1 kaki (sekitar 30 cm).



2) Biaya Tambahan di Pelabuhan Muat (*Origin Charges*)

- a) *Terminal Handling Charge*: Biaya penanganan barang di terminal pelabuhan sebelum dimuat ke kapal.
- b) *LSS (Low Sulphur Surcharge)/IMO 2020 Surcharge*: Biaya tambahan untuk menutupi penggunaan bahan bakar rendah sulfur oleh kapal.
- c) *Sealing Fee*: biaya segel kontainer.
- d) *Admin Fee/Dokumen Fee*: biaya administrasi untuk penerbitan dokumen.
- e) *Customs Clearance Fee*: biaya pengurusan dokumen bea cukai ekspor.
- f) *Trucking/Haulage*: biaya pengiriman barang dari gudang pengirim ke pelabuhan muat.

3) Biaya Tambahan di Pelabuhan Tujuan (*Destination Charges*)

- a) Mirip dengan biaya di pelabuhan muat, tetapi dikenakan di pelabuhan tujuan. Meliputi *THC*, *admin fee*, *delivery order fee*, dan lainnya.
- b) *Customs Clearance Fee*: biaya pengurusan dokumen bea cukai impor.
- c) *Trucking/Delivery*: biaya pengiriman barang dari pelabuhan tujuan ke gudang penerima.

4) *Surcharges* Lainnya (Jika Ada)

- a) *Bunker Adjustment Factor (BAF)/Fuel Adjustment Factor (FAF)*: biaya tambahan yang berfluktuasi sesuai harga bahan bakar.
- b) *CAF (Currency Adjustment Factor)*: biaya tambahan untuk menyesuaikan fluktuasi nilai tukar mata uang.
- c) *Congestion Surcharge*: biaya tambahan jika pelabuhan tujuan mengalami kepadatan.
- d) *War Risk Surcharge*: biaya tambahan jika rute pelayaran melewati area berisiko tinggi.

Rumus Umum Perhitungan LCL

Total Biaya *Sea Freight* LCL = Biaya Angkutan Laut (per Meter Kubik/Ton × Volume/Berat Terbesar) + Biaya Asal + Biaya Tambahan Lainnya

Rumus ini secara dasar mencerminkan bahwa biaya pengiriman LCL tidak hanya bergantung pada seberapa jauh barang diangkut, tetapi juga pada seberapa besar (volume) atau seberapa berat (massanya), serta berbagai biaya operasional dan administrasi di

pelabuhan asal dan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi harga angkut secara keseluruhan. Pemahaman tentang setiap komponen ini penting untuk mendapatkan perkiraan biaya yang akurat dan mengelola anggaran logistik dengan efektif.

Rumus Umum Perhitungan FCL

$$\text{Total Biaya Sea Freight FCL} = (\text{Biaya Angkutan Laut per Kontainer}) + \text{Biaya Asal} + \text{Biaya Tambahan Lainnya}$$

Perhitungan biaya *sea freight* FCL pada dasarnya adalah penjumlahan dari biaya sewa kontainer penuh untuk rute tertentu, ditambah biaya-biaya penanganan di pelabuhan muat, dan berbagai biaya tambahan yang bersifat variabel tergantung kondisi pasar dan operasional. Biaya ini tidak memperhitungkan berat atau volume aktual kargo di dalam kontainer, melainkan biaya untuk penggunaan seluruh unit kontainer itu sendiri.

b. Perhitungan Biaya Pengiriman Via Udara (*Air Freight*)

Perhitungan biaya pengiriman via udara (*air freight*) adalah proses kompleks yang melibatkan beberapa komponen dan faktor penentu. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi biaya total yang harus dibayar untuk mengangkut barang dari satu bandara ke bandara lain menggunakan pesawat. Perhitungan biaya pengiriman via udara (*air freight*) pada dasarnya ditentukan oleh beberapa komponen utama dan dipengaruhi oleh berbagai faktor.

1) *Air Freight* (Ongkos Angkut Udara)

Air Freight (Ongkos Angkut Udara) adalah biaya yang dikenakan untuk pengiriman barang menggunakan pesawat terbang dari bandara asal ke bandara tujuan. Pengiriman via udara umumnya dipilih untuk kargo yang mendesak, bernilai tinggi, atau mudah rusak karena menawarkan kecepatan transit yang jauh lebih tinggi dibandingkan jalur laut. Berikut adalah biaya dasar pengangkutan barang dari bandara muat (*Airport of Loading/AOL*) ke bandara tujuan (*Airport of Destination/AOD*).

- Basis Perhitungan: Dihitung berdasarkan berat aktual (*actual weight*) atau berat volumetrik (*volumetric weight*), mana yang lebih besar.
- Volumetric Weight*: Berlaku untuk barang dengan dimensi besar tapi berat barang kecil. Rumus Berat Volumetrik (*General Cargo*):

$$\text{Volumetric Weight (kg)} = \frac{\text{Panjang (cm)} \times \text{Lebar (cm)} \times \text{Tinggi (cm)}}{6.000}$$

Catatan: Rasio 6.000 ini adalah standar umum IATA (*International Air Transport Association*) untuk *general cargo*. Untuk *express cargo* atau *courier service*, rasio bisa berbeda (misalnya 5.000).



- c) *Chargeable Weight*: Berat yang akan dikenakan biaya berdasarkan berat barang atau dimensi barang, diambil yang terbesar (*actual weight* atau *volumetric weight* diambil yang terbesar).

Contoh: Jika barang memiliki berat aktual 100 kg dengan dimensi 100 cm x 80 cm x 60 cm. $Volumetric\ Weight = (100 \times 80 \times 60)/6.000 = 480.000/6.000 = 80\ kg$, dikarenakan *Actual Weight* (100 kg) > *Volumetric Weight* (80 kg), maka *Chargeable Weight*-nya adalah 100 kg.

2) *Surcharges* (Biaya Tambahan)

- a) *Fuel Surcharge* (FSC): Biaya adalah biaya variabel yang dikenakan oleh maskapai penerbangan atau *freight forwarder* untuk mengompensasi fluktuasi harga bahan bakar jet. Dikarenakan harga minyak dunia sering berubah, *surcharge* ini memungkinkan maskapai untuk menyesuaikan biaya tanpa harus mengubah tarif dasar secara terus-menerus. FSC dapat berfluktuasi bulanan atau kuartalan.
- b) *Security Surcharge* (SSC): Biaya ini dikenakan untuk menutupi pengeluaran terkait peningkatan langkah-langkah keamanan dalam transportasi udara, baik di bandara maupun selama proses pengangkutan. SSC mencakup biaya untuk pemeriksaan keamanan kargo (X-ray, *sniffing*, dan lain-lain), personel keamanan tambahan, dan teknologi keamanan yang digunakan untuk melindungi rantai pasokan dari ancaman terorisme atau kejahatan.
- c) *Air Waybill Fee* (AWB Fee): *Air Waybill* (AWB) adalah dokumen kunci dalam pengiriman udara, berfungsi sebagai kontrak pengangkutan, tanda terima barang, dan instruksi pengiriman. *AWB Fee* adalah biaya administrasi yang dikenakan untuk memproses dan menerbitkan dokumen AWB tersebut yang merupakan bukti resmi bahwa barang telah diterima oleh maskapai atau agennya untuk pengiriman.
- d) *Handling Fee*: Biaya ini dikenakan untuk layanan penanganan fisik kargo di fasilitas kargo bandara (terminal kargo udara). *Handling fee* mencakup biaya untuk menerima kargo dari truk, memindahkannya ke area penyimpanan sementara, mengonsolidasikan atau mendekonsolidasikan kiriman (jika LCL), menyiapkan kargo untuk dimuat ke pesawat, dan memuatnya ke dalam unit pemuatan pesawat (*Unit Load Devices/ULDs*) atau palet khusus.
- e) *Customs Clearance Fee*: Ini adalah biaya yang dibayarkan kepada agen bea cukai (*customs broker*) atau *freight forwarder* untuk mengurus semua formalitas dan dokumen yang diperlukan oleh otoritas bea cukai. Biaya ini mencakup persiapan dan pengajuan deklarasi ekspor di negara asal serta deklarasi impor dan proses

kepatuhan regulasi di negara tujuan dan memastikan kargo dapat melewati perbatasan secara legal.

- f) *Trucking/Pick-up*: Ini adalah biaya transportasi darat untuk mengambil kargo dari lokasi pengirim (misalnya, gudang atau pabrik) dan mengantarkannya ke terminal kargo udara di bandara keberangkatan. Biaya ini bervariasi tergantung jarak, jenis kendaraan yang digunakan, dan berat/volume kargo.
- g) *Delivery to Consignee*: Ini adalah biaya transportasi darat untuk mengangkut kargo dari terminal kargo udara di bandara tujuan dan mengantarkannya langsung ke lokasi penerima (*consignee*). Biaya ini juga tergantung pada jarak dari bandara ke alamat penerima, jenis kendaraan, dan dimensi kargo.
- h) *Sewa Gudang*: Biaya sewa gudang ditagihkan per kilo per hari (dua hari pertama dihitung 1 hari), total berat untuk dasar perhitungan sewa gudang mengacu pada *chargeable weight* untuk barang ekspor mengacu pada BTB (Bukti Timbang Barang) sewaktu barang masuk gudang untuk barang impor mengacu pada *chargeable weight* yang tertera pada AWB.

Rumus Umum Perhitungan Air Freight

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya Pengangkutan Udara} = & (\text{Tarif Pengangkutan Udara per kg} \times \text{Berat yang Dapat Dikenakan Biaya}) \\ & + \text{Biaya Tambahan Lainnya} \end{aligned}$$

c. Faktor-Faktor Penting yang Memengaruhi Biaya

- 1) *Incoterms*: Seperangkat aturan standar internasional yang mendefinisikan tanggung jawab penjual dan pembeli untuk pengiriman barang dalam perdagangan internasional. Setiap istilah *incoterms* (misalnya, EXW, FOB, CIF, atau DDP) secara spesifik menentukan titik transfer risiko dan pembagian biaya transportasi, asuransi, bea cukai, dan penanganan antara kedua belah pihak.
- 2) *Jenis Barang*: Barang berbahaya (*dangerous goods*) atau barang khusus lainnya memiliki tarif dan penanganan yang berbeda. Kargo diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya. Barang-barang tertentu memerlukan penanganan khusus, perizinan, pengemasan, dan bahkan rute atau moda transportasi yang dibatasi, yang semuanya menambah biaya.
- 3) *Musim/Peak Season*: Industri logistik mengalami fluktuasi permintaan berdasarkan siklus musiman atau peristiwa tertentu. Selama periode permintaan tinggi (*peak season*), kapasitas transportasi (ruang kapal atau pesawat) menjadi sangat terbatas, sementara permintaan melonjak.



- 4) Volume dan Berat Barang: Semakin besar atau berat, umumnya semakin efisien biaya per unit. Hubungan antara volume/berat dan biaya memiliki karakteristik yang berbeda antara LCL/*Air Freight* dan FCL.
- 5) Rute dan Destinasi: Rute langsung lebih mahal dari rute dengan transit atau tergantung kebijakan masing-masing perusahaan pengangkut/*carrier*. Destinasi yang sulit dijangkau juga lebih mahal.
- 6) Layanan Tambahan: Selain biaya transportasi inti, banyak pengirim memilih atau memerlukan layanan logistik tambahan yang tentu saja akan menambah total biaya, di antaranya:
 - a) Asuransi Kargo: melindungi kargo dari risiko kerusakan, kehilangan, atau pencurian selama transit. Meskipun opsional, asuransi ini sangat direkomendasikan dan akan menjadi biaya tambahan berdasarkan nilai barang dan cakupan asuransi.
 - b) *Warehousing* (Pergudangan): Biaya penyimpanan kargo di gudang, baik di asal sebelum pengiriman atau di tujuan sebelum pengiriman akhir ke penerima.
 - c) *Packing/Repacking* (Pengemasan Ulang): Jika kargo memerlukan pengemasan khusus, penguatan, atau *repacking* agar sesuai standar pengiriman internasional atau untuk perlindungan tambahan.
 - d) Jasa Nilai Tambah Lainnya: seperti pelabelan ulang, inspeksi pra-pengiriman, atau penanganan khusus lainnya yang diminta oleh pengirim.

Konsep Biaya Pengiriman



AKTIVITAS

3.21

Aktivitas Individu

Jawablah pertanyaan berikut.

- a. Baca dan pahami bagian “Kargo Internasional” dan “Perhitungan Biaya Pengiriman Barang Via Udara”.
- b. Buatlah daftar minimal lima faktor atau komponen biaya yang memengaruhi total biaya pengiriman, baik untuk pengiriman laut (FCL/LCL) maupun udara.
- c. Jelaskan secara singkat mengapa setiap komponen tersebut penting dalam menentukan biaya akhir.



a. Pengiriman via Laut (Sea Freight)–LCL

Sebuah perusahaan ingin mengirimkan produk kerajinan tangan dari Pelabuhan Jakarta (POL) ke Pelabuhan Singapura (POD). Detail pengiriman adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis Pengiriman: LCL (*Less than Container Load*)
 - 2) Berat Kotor (*Gross Weight*) Barang: 1.500 kg
 - 3) Dimensi Paket: Panjang 2 meter x Lebar 1.5 meter x Tinggi 1 meter
 - 4) Tarif *Ocean Freight* LCL: \$60/W/M (*Weight/Measurement*)
 - 5) *Origin Charges* (Biaya Tambahan di Pelabuhan Muat):
 - a) THC (*Terminal Handling Charge*): \$30
 - b) *Admin Fee*: \$10
 - c) *Customs Clearance Fee*: \$25
 - 6) *Surcharges* Lainnya
BAF (*Bunker Adjustment Factor*): \$15
- Pertanyaan: Berapakah total biaya *Sea Freight* LCL untuk pengiriman ini?

b. Perhitungan *chargeable weight* untuk pengiriman udara.

Jawablah pertanyaan berikut.

- 1) Ingat kembali rumus!
Chargeable Weight untuk pengiriman udara: $(\text{Panjang} \times \text{Lebar} \times \text{Tinggi [dalam cm]}) / 6.000$ (untuk rasio standar IATA).
- 2) Asumsikan kamu ingin mengirimkan sebuah paket dengan detail sebagai berikut.
 - a) Berat Aktual: 75 kg
 - b) Dimensi: Panjang 120 cm, Lebar 90 cm, Tinggi 50 cm
- 3) Hitunglah!
 - a) Berat volumetrik paket tersebut.
 - b) Tentukan *chargeable weight* yang akan dikenakan biaya oleh maskapai atau *freight forwarder*.
- 4) Jelaskan mengapa *chargeable weight* penting dalam menentukan biaya pengiriman udara!



4. Prosedur Pengiriman Barang Ekspor Via Laut

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam pengiriman barang ekspor menggunakan transportasi laut.

- a. **Penyiapan Barang dan Dokumen:** Pastikan barang sudah dikemas dengan standar internasional melalui laut (kuat, tahan cuaca, berlabel jelas, dan sesuai standar internasional). Siapkan semua dokumen yang diperlukan dengan lengkap dan akurat.
- b. **Pemilihan *Forwarder*/Perusahaan Pelayaran:** Eksportir dapat memilih untuk langsung bekerja dengan perusahaan pelayaran atau menggunakan jasa *freight forwarder*. *Freight forwarder* akan membantu mengurus semua proses pengiriman dari awal hingga akhir, termasuk pemesanan ruang kapal, penanganan dokumen, dan transportasi darat.
- c. **Pemesanan Ruang Kapal (*Booking Space*):** Eksportir atau *forwarder* memesan ruang di kapal (*container* atau *break bulk*). Pastikan ukuran dan jenis *container* sesuai dengan volume barang (misalnya, 20 feet, 40 feet, atau *refrigerated container*).
- d. **Pengiriman Barang ke Pelabuhan (*Cargo Handover*):** Barang diangkut dari gudang eksportir ke pelabuhan muat. Di pelabuhan, barang akan masuk ke terminal peti kemas untuk proses *stuffing* (memasukkan barang ke *container*) jika belum dilakukan di gudang eksportir.
- e. **Pemeriksaan Bea Cukai (*Customs Clearance*):** Petugas bea cukai akan memeriksa dokumen dan barang. Jika semua memenuhi persyaratan, barang akan diberikan izin ekspor berupa Nota Pelayanan Ekspor (NPE). Pemeriksaan ini merupakan izin final barang untuk dimuat ke kapal.
- f. **Pemuatan Barang ke Kapal (*Loading*):** Setelah mendapatkan NPE, kontainer atau barang akan dimuat ke kapal.
- g. **Pelayaran (*Voyage*):** Kapal berlayar menuju pelabuhan tujuan. Waktu pelayaran bisa memakan waktu berminggu-minggu, tergantung jarak dan rute.
- h. **Pembongkaran di Pelabuhan Tujuan (*Unloading*):** Sesampainya di pelabuhan tujuan, barang akan dibongkar dari kapal.
- i. **Pemeriksaan Bea Cukai di Negara Tujuan (*Import Customs Clearance*):** Importir di negara tujuan akan mengurus dokumen impor dan proses pemeriksaan bea cukai. Jika semua sesuai, barang akan diberikan izin masuk.
- j. **Pengambilan Barang oleh Importir:** Setelah semua proses selesai, importir dapat mengambil barang dari terminal pelabuhan dan membawanya ke gudang mereka.

5. Prosedur Pengiriman Barang Ekspor Via Udara

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam pengiriman barang ekspor menggunakan transportasi udara.

- a. **Pemilihan Maskapai dan Agen Kargo:** Eksportir memilih maskapai penerbangan atau agen kargo yang terpercaya. Agen kargo akan membantu mengurus semua dokumen dan prosedur pengiriman.
- b. **Pemesanan Ruang Kargo (*Booking Space*):** Eksportir atau agen kargo memesan ruang di pesawat. Hal ini penting untuk memastikan ada tempat bagi barangmu, terutama saat musim ramai.
- c. **Penyiapan Barang dan Dokumen:** Pastikan barang sudah dikemas dengan baik sesuai dengan standar pengiriman udara (kuat, aman, dan berlabel). Siapkan semua dokumen yang telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya.
- d. **Penyerahan Barang ke Gudang Kargo (*Cargo Terminal*):** Barang diantar ke gudang kargo bandara. Di sini, barang akan diperiksa dan ditimbang.
- e. **Pemeriksaan Bea Cukai (*Customs Clearance*):** Petugas bea cukai akan memeriksa kelengkapan dan kebenaran dokumen serta barang. Jika semua sudah sesuai, barang akan diberikan izin untuk diekspor (Nota Pelayanan Ekspor/NPE).
- f. **Pemuatan Barang ke Pesawat:** Setelah pemeriksaan bea cukai, barang dimuat ke dalam pesawat.
- g. **Penerbangan dan Transit:** Barang diterbangkan menuju bandara tujuan. Terkadang, ada transit di bandara lain.
- h. **Pemeriksaan Bea Cukai di Negara Tujuan (*Import Customs Clearance*):** Sesampainya di negara tujuan, barang akan diperiksa lagi oleh bea cukai setempat. Importir harus mengurus dokumen impor.
- i. **Pengambilan Barang oleh Importir:** Jika semua proses sudah selesai, importir dapat mengambil barang dari gudang kargo bandara.

6. Prosedur Pengiriman Barang Impor Via Laut

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam pengiriman barang impor menggunakan transportasi laut, khususnya dari sudut pandang importir di Indonesia.

- a. **Negosiasi dan Pemesanan (*Order Placement*):** Importir melakukan pemesanan barang kepada eksportir di luar negeri dan menyepakati syarat-syarat penjualan, termasuk *incoterms* (misalnya, FOB, CIF, dan CFR) yang menentukan siapa yang bertanggung jawab atas biaya dan risiko di setiap tahapan.



- b. Pengiriman dari Eksportir: Eksportir menyiapkan barang, mengemasnya, dan mengirimkannya ke pelabuhan muat di negara mereka. Mereka juga akan mengurus *customs clearance* ekspor di negara asal.
- c. Pemuatan ke Kapal dan Pelayaran: Barang dimuat ke kapal. Setelah kapal berlayar, eksportir akan mengirimkan dokumen-dokumen pengiriman (seperti B/L asli, *commercial invoice*, dan *packing list*) kepada importir.
- d. Pemberitahuan Kedatangan (*Arrival Notice*): Setelah kapal mendekati pelabuhan tujuan di Indonesia, agen pelayaran atau *freight forwarder* di Indonesia akan mengirimkan *Arrival Notice* kepada importir serta menginformasikan perkiraan waktu kedatangan kapal (ETA) dan rincian barang.
- e. Pengajuan Pemberitahuan Impor Barang (PIB): Importir atau *customs broker* (Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan/PPJK) yang ditunjuk, harus mengajukan Pemberitahuan Impor Barang (PIB) kepada bea cukai. PIB berisi detail lengkap barang, nilai pabean, dan perhitungan bea masuk serta pajak impor.
- f. Pembayaran Bea Masuk dan Pajak Impor: Setelah PIB diajukan, bea cukai akan menetapkan jumlah bea masuk, Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPH Pasal 22 Impor), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) jika ada. Importir wajib melakukan pembayaran.
- g. Pemeriksaan Bea Cukai (*Customs Clearance*): bea cukai akan melakukan pemeriksaan dokumen dan/atau pemeriksaan fisik barang.
 - 1) Jalur Merah: Dokumen dan fisik barang diperiksa.
 - 2) Jalur Hijau: Dokumen diperiksa, fisik barang tidak diperiksa. Setelah pemeriksaan dan pembayaran selesai, bea cukai akan mengeluarkan Surat Persetujuan Pengeluaran Barang (SPPB). Jalur ini adalah izin resmi barang untuk keluar dari kawasan pabean.
- h. Pembongkaran dan Penumpukan (*Unloading and Stacking*): Barang dibongkar dari kapal dan ditempatkan di tempat penimbunan sementara (TPS) di pelabuhan.
- i. Pengurusan D/O (*Delivery Order*) dan Pengambilan Barang: Importir harus mengurus *delivery order* dari agen pelayaran dengan menyerahkan B/L asli dan melunasi biaya terkait pelayaran. Setelah D/O didapat dan SPPB keluar, importir dapat mengatur transportasi untuk mengambil barang dari TPS di pelabuhan dan membawanya ke gudang mereka.

7. Prosedur Pengiriman Barang Impor Via Udara

Proses impor via udara di Indonesia melibatkan beberapa tahapan penting yang harus dilalui oleh importir atau agennya. Mari kita bahas langkah-langkahnya.

- a. Pemesanan dan Pengiriman oleh Eksportir: Di negara asal, eksportir akan menyiapkan barang, mengurus dokumen ekspor, dan menyerahkannya ke maskapai penerbangan atau agen kargo. Mereka akan mengeluarkan AWB dan mengirimkan dokumen impor asli/salinan kepada importir.
- b. Pemberitahuan Kedatangan Barang (*Arrival Notice*): Setelah barang diberangkatkan, agen kargo di Indonesia akan menerima pemberitahuan dari negara asal. Mereka kemudian akan memberitahukan kepada importir (dengan *arrival notice*) tentang perkiraan kedatangan barang (ETA) dan rincian AWB.
- c. Penyiapan Dokumen Impor oleh Importir: Importir atau perusahaan *freight forwarder* yang ditunjuk harus menyiapkan semua dokumen yang diperlukan untuk *customs clearance* (izin masuk barang) di Indonesia, termasuk kelengkapan izin impor jika diperlukan.
- d. Pemeriksaan Bea Cukai (*Customs Clearance*): Pemeriksaan ini merupakan tahap krusial. Barang tiba di Tempat Penimbunan Sementara (TPS) atau gudang kargo bandara (misalnya, Kargo Terminal Bandara Soekarno–Hatta). Importir atau *freight forwarder* mengajukan Pemberitahuan Impor Barang (PIB) melalui sistem bea cukai (EDI). Petugas bea cukai akan melakukan verifikasi dokumen dan/atau pemeriksaan fisik barang.
 - 1) Jalur Merah: Dokumen dan fisik barang diperiksa secara detail.
 - 2) Jalur Hijau: Dokumen diverifikasi, fisik barang tidak diperiksa.
- e. Pembayaran Bea Masuk dan Pajak Impor: Setelah bea cukai menetapkan nilai pabean dan tarif, importir harus membayar Bea Masuk (BM), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) impor, Pajak Penghasilan (PPH) Pasal 22 impor, dan kadang Bea Keluar (BK) jika ada ketentuan khusus. Pembayaran dilakukan melalui bank persepsi.
- f. Surat Persetujuan Pengeluaran Barang (SPPB): Setelah pembayaran bea masuk dan pajak disetujui, bea cukai akan menerbitkan SPPB. Dokumen ini adalah izin bagi barang untuk keluar dari kawasan pabean.
- g. Pengeluaran Barang dari Gudang: Dengan SPPB, importir atau *freight forwarder* dapat mengeluarkan barang dari tempat penyimpanan sementara/gudang kargo. Barang kemudian bisa diangkut ke gudang importir.



Membuat Gambar Alur Bagan/Flowchart



AKTIVITAS

3.23

Aktivitas Individu

Buatlah bagan alur prosedur pengiriman internasional!

Tugasmu adalah membuat bagan alur yang menjelaskan secara detail tata laksana pengiriman internasional melalui laut dan udara. Pastikan baganmu mencakup setiap langkah penting, mulai dari persiapan awal, dokumen yang dibutuhkan, proses di pelabuhan/bandara, hingga barang sampai di tujuan akhir.

Gunakan kreativitasmu agar bagan alur ini mudah dipahami dan informatif, ya!

Analisis Perbandingan Pengangkutan Via Laut dan Udara



AKTIVITAS

3.24

Aktivitas Individu

Bandingkan kelebihan dan kekurangan pengiriman udara dibandingkan dengan pengiriman laut untuk ekspor. Deskripsikan perbandingan tersebut dalam bentuk Diagram Venn atau tabel perbandingan. Setelah itu, jawablah pertanyaan berikut.

- a. Apa perbedaan utama antara pengiriman ekspor–impor melalui udara dan laut yang paling kamu pahami?
- b. Menurutmu apa peran terpenting seorang profesional logistik dalam memastikan kelancaran pengiriman ekspor–impor melalui laut?
- c. Kesulitan apa yang mungkin muncul dalam proses pengiriman ekspor–impor melalui udara dan bagaimana cara mengatasinya?

8. Contoh Kasus

a. Dari Pesisir Nusantara ke Meja Makan Dunia

Di sebuah wilayah pesisir yang tenang di bagian timur Nusantara, hidup ratusan keluarga yang menggantungkan hidup dari tambak-tambak ikan mereka. Setiap pagi, saat matahari pelan-pelan muncul dari balik laut, para pembudi daya sudah sibuk memeriksa kolam, memberi pakan, dan memastikan air tetap bersih. Produk perikanan dari daerah ini terkenal istimewa; ukuran seragam, bersih, dan memiliki kualitas yang sangat baik hingga diburu oleh pasar internasional.

Awalnya, hasil panen dari para pembudidaya hanya dijual ke pasar lokal. Namun, beberapa tahun terakhir, sebuah perusahaan pengolahan hasil laut membuka pabrik di daerah itu, PT DDR Indonesia dan misinya adalah membawa produk perikanan Nusantara masuk ke pasar global.

Sejak saat itu, desa pesisir yang dulunya sepi mulai berubah. Truk berpendingin keluar-masuk tambak, petani mendapat pelatihan cara budi daya modern, dan anak-anak muda belajar bagaimana produk lokal mereka bisa menembus pasar luar negeri.

b. Perjalanan Sebuah Produk ke Dunia Internasional

Setiap kali panen tiba, suasananya seperti festival kecil. Para pembudi daya membawa hasil panen ke tempat pengumpulan. Petugas dari PT DDR menimbang, memeriksa kualitas, lalu mendinginkan produk itu dalam suhu yang benar agar tetap segar. Setelah itu, produk dikemas rapi dan dimasukkan ke kontainer berpendingin di pelabuhan terdekat.

Dari laut Nusantara, kontainer itu berlayar ke berbagai negara ada yang menuju Asia Timur, ada yang ke Timur Tengah, ada pula yang ke Eropa. Di pasar internasional, produk ini digunakan oleh restoran besar, hotel, dan berbagai perusahaan makanan.

Setiap negara mempunyai standar berbeda-beda. Ada yang sangat ketat soal kebersihan, ada yang fokus pada keamanan pangan, dan ada yang mewajibkan sertifikasi tertentu. Oleh karena itu, perusahaan dan para pembudi daya tidak bisa sembarangan. Mereka harus bekerja rapi, bersih, dan mengikuti standar global.

c. Ketika Logistik Menjadi Penentu

Suatu hari, PT DDR mendapat permintaan besar dari sebuah negara di Asia Timur. Mereka meminta jumlah produk yang sangat banyak dan harus dikirim dalam



waktu kurang dari satu bulan. Semua orang di desa ikut merasakan atmosfer sibuk itu: ada yang membantu panen, ada yang menyiapkan es untuk pendinginan, ada yang mengawasi kontainer, dan ada yang memastikan dokumen ekspor lengkap. Namun, tantangan pun muncul.

Musim hujan membuat beberapa tambak gagal panen. Jalan menuju pelabuhan licin sehingga truk agak terlambat. Di pelabuhan sendiri, kontainer berpendingin sedang banyak yang digunakan sehingga antrean menjadi panjang. Sementara itu, harga global sedang naik turun karena permintaan dari negara lain juga berubah-ubah.

Situasi ini membuat para staf perusahaan harus berpikir cepat tentang hal-hal berikut.

- 1) Bagaimana agar pesanan bisa tetap terpenuhi?
- 2) Bagaimana mempertahankan kualitas produk?
- 3) Bagaimana memastikan barang sampai tepat waktu di luar negeri?

Mereka akhirnya mengatur ulang jadwal panen, membawa tambahan tenaga kerja, mengatur jalur pengangkutan yang lebih aman, dan bernegosiasi dengan pihak pelabuhan agar mendapat prioritas muatan.

Kerja keras itu berbuah manis. Kapal akhirnya berangkat tepat waktu. Beberapa minggu kemudian, kabar baik pun datang, yaitu pelanggan di negara tujuan sangat puas dengan kualitas produknya. Mereka bahkan menambah pesanan untuk bulan berikutnya.

d. Dampak Besar untuk Masyarakat Pesisir

Keberhasilan ekspor ini membawa perubahan besar berikut.

- 1) Pendapatan pembudi daya meningkat.
- 2) Pemuda desa mulai tertarik bekerja di sektor logistik dan ekspor.
- 3) Jalan dan fasilitas desa diperbaiki.
- 4) Hubungan dengan negara lain semakin kuat karena kerja sama perdagangan.

Lebih dari itu, masyarakat mulai menyadari bahwa produk dari desa mereka sebenarnya memiliki nilai besar di pasar internasional. Perdagangan internasional bukan lagi sesuatu yang jauh atau rumit, tetapi bagian dari kehidupan mereka sehari-hari.



Uji Kompetensi

A. Soal Pilihan Ganda

1. Dokumen penting yang harus diurus untuk memberitahukan ekspor barang ke bea cukai di Indonesia adalah
 - a. Pemberitahuan Impor Barang (PIB)
 - b. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)
 - c. *Bill of Lading* (B/L)
 - d. *Letter of Credit* (L/C)
 - e. *Certificate of Origin* (COO)
2. Sistem klasifikasi barang dagangan internasional yang menggunakan kode numerik untuk mengidentifikasi produk secara spesifik di seluruh dunia disebut
 - a. SITC
 - b. NAFTA
 - c. *Harmonized System* (HS) Code
 - d. *WTO Agreement*
 - e. *Incoterms*
3. Aturan *incoterms* yang menyatakan bahwa penjual bertanggung jawab mengantarkan barang sampai di kapal di pelabuhan keberangkatan yang ditunjuk dan risiko beralih setelah barang dimuat di kapal adalah
 - a. EXW (*Ex Works*)
 - b. FOB (*Free on Board*)
 - c. CIF (*Cost, Insurance, and Freight*)
 - d. DDP (*Delivered Duty Paid*)
 - e. DAP (*Delivered at Place*)
4. Peran utama bea cukai dalam tata laksana ekspor–impor adalah
 - a. menerbitkan *bill of lading*
 - b. menyediakan asuransi kargo
 - c. melakukan pengawasan dan pelayanan kepabeanan serta memungut bea masuk/keluar
 - d. mencari pembeli atau penjual di luar negeri
 - e. mengatur jadwal kapal dan pesawat
5. Mekanisme pembayaran internasional yang memberikan jaminan pembayaran kepada eksportir melalui bank dengan syarat dokumen-dokumen terpenuhi serta memiliki risiko paling rendah bagi eksportir adalah
 - a. *Open Account*
 - b. *Advance Payment*
 - c. *Documentary Collection* (Inkaso)
 - d. *Letter of Credit* (L/C)
 - e. *Consignment*
6. Dokumen internasional yang berfungsi sebagai bukti kepemilikan barang dan kontrak pengangkutan untuk pengiriman via laut adalah



- a. *Commercial Invoice*
 - b. *Packing List*
 - c. *Certificate of Origin*
 - d. *Bill of Lading*
 - e. *Airway Bill*
7. Pihak yang bertanggung jawab mengurus pengiriman barang dari satu tempat ke tempat lain, termasuk pengaturan transportasi, bea cukai, dan dokumentasi atas nama eksportir atau importir adalah
- a. Bank Devisa
 - b. Perusahaan Asuransi
 - c. *Freight Forwarder*
 - d. *Surveyor Independen*
 - e. *Penerima Barang (Consignee)*
8. *Incoterms* yang paling memberikan tanggung jawab terbesar kepada penjual, termasuk biaya dan risiko hingga barang tiba di tempat tujuan yang ditentukan dan siap untuk dibongkar, adalah
- a. *FAS (Free Alongside Ship)*
 - b. *FCA (Free Carrier)*
 - c. *CIF (Cost, Insurance and Freight)*
 - d. *DDP (Delivered Duty Paid)*
 - e. *EXW (Ex Works)*
9. Dokumen penting yang membuktikan bahwa suatu barang benar-benar berasal atau diproduksi di suatu negara tertentu dan sering digunakan untuk mendapatkan fasilitas tarif preferensi adalah
- a. *Bill of Lading*
 - b. *Packing List*
 - c. *Commercial Invoice*
 - d. *Certificate of Origin (COO)*
 - e. *Insurance Policy*
10. Dokumen internasional yang berfungsi sebagai bukti pemesanan barang dalam jual beli antarnegara adalah
- a. *Commercial Invoice*
 - b. *Packing List*
 - c. *Certificate of Origin*
 - d. *Bill of Lading*
 - e. *Airway Bill*

B. Soal Esai/Praktik

Pembuatan *Packing List* Ekspor

Situasi:

Kamu adalah staf logistik di PT. Education World Chains, sebuah perusahaan manufaktur yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Hari ini, kamu mendapatkan tugas untuk menyiapkan dokumen pengiriman, salah satunya adalah *Packing List* untuk pengiriman produk ke luar negeri.

Detail Pengiriman:

1. Pengirim: PT. Education World Chains
 - a. Alamat: Jl. Sarijadi No. 88, Bandung, Jawa Barat, Indonesia
 - b. NPWP: 01.234.567.8-000.123
 - c. Nomor Telepon: +62 22 789123
 - d. Email: export@ewc.co.id
2. Penerima (*Consignee*): Global Distributors Inc.
 - a. Alamat: 456 International Blvd, Miami, Florida, 33101, USA
 - b. Nomor Telepon: +1 305 987654
 - c. Email: info@globaldistributors.com
3. Nomor Pesanan (*Sales Order Number*): JS/EXP/2025/001
4. Tanggal Pengiriman (*Shipment Date*): 10 Juni 2025
5. Moda Transportasi: Laut (*Sea Freight*)
6. Pelabuhan Muat (*Port of Loading*): Tanjung Priok, Jakarta, Indonesia
7. Pelabuhan Tujuan (*Port of Discharge*): Port of Miami, Florida, USA
8. Nama Kapal/*Voyage*: MV. Express Star / V.0123
9. Nomor Kontainer: TCNU1234567
10. Ukuran Kontainer: 20 feet dry container
11. *Incoterms*: FOB Tanjung Priok

Detail Produk yang Dikirim:

Pengiriman ini terdiri dari 3 jenis produk yang dikemas dalam kotak kardus baru yang kuat. Semua kotak akan dimuat ke dalam satu kontainer.

1. Produk A: Kemeja Batik Premium
 - a. Kode Produk: KB-001
 - b. Deskripsi: Kemeja Batik Lengan Panjang, Bahan Katun Primisima
 - c. Jumlah per Kotak: 25 pcs
 - d. Jumlah Total Kotak: 40 kotak
 - e. Berat Kotor per Kotak: 12 kg
 - f. Berat Bersih per Kotak: 11 kg
 - g. Dimensi per Kotak (P x L x T): 50 cm x 40 cm x 30 cm



2. Produk B: Celana Sarung Tenun
 - a. Kode Produk: CS-002
 - b. Deskripsi: Celana Sarung Tenun Dewasa, Bahan *Rayon Viscose*
 - c. Jumlah per Kotak: 30 pcs
 - d. Jumlah Total Kotak: 30 kotak
 - e. Berat Kotor per Kotak: 10 kg
 - f. Berat Bersih per Kotak: 9.5 kg
 - g. Dimensi per Kotak (P x L x T): 45 cm x 35 cm x 25 cm
3. Produk C: Tas Etnik Anyaman
 - a. Kode Produk: TE-003
 - b. Deskripsi: Tas Tangan Wanita Etnik Anyaman Pandan
 - c. Jumlah per Kotak: 15 pcs
 - d. Jumlah Total Kotak: 20 kotak
 - e. Berat Kotor per Kotak: 8 kg
 - f. Berat Bersih per Kotak: 7 kg
 - g. Dimensi per Kotak (P x L x T): 30 cm x 25 cm x 20 cm

Instruksi:

Buatlah *packing list* lengkap berdasarkan informasi tersebut. Pastikan *packing list* yang kamu buat mencakup semua detail penting yang diperlukan untuk pengiriman ekspor berikut.

1. Informasi Pengirim (*Shipper*) dan Penerima (*Consignee*)
2. Nomor *Packing List* (Buat sendiri, contoh: PL-JS/2025/001)
3. Tanggal *Packing List* Dibuat
4. Nomor Pesanan (*Sales Order Number*)
5. Detail Pengiriman (Moda Transportasi, Pelabuhan Muat, Pelabuhan Tujuan, Nama Kapal/*Voyage*, Nomor Kontainer, Ukuran Kontainer, *Incoterms*)
6. Detail setiap jenis produk:
 - a. Kode Produk
 - b. Deskripsi Barang
 - c. Jumlah *Pieces* per Kotak
 - d. Jumlah Total Kotak per Produk
 - e. Berat Kotor (*Gross Weight*) per Kotak
 - f. Berat Bersih (*Net Weight*) per Kotak
 - g. Dimensi (Panjang x Lebar x Tinggi) per Kotak

7. Total keseluruhan:
 - a. Jumlah Total Kotak
 - b. Jumlah Total *Pieces* Barang
 - c. Total Berat Kotor Keseluruhan (*Gross Weight Total*)
 - d. Total Berat Bersih Keseluruhan (*Net Weight Total*)
 - e. Total Volume Keseluruhan (*Total Volume*)

Kamu dapat menggunakan format tabel untuk detail barang agar lebih rapi dan mudah dibaca. Pastikan semua perhitungan akurat.



Pengayaan

Pengayaan 1

Ketika Ekspor–Impor Bicara: Memahami Neraca Perdagangan Indonesia di Bulan April 2025

Halo para calon ekonom dan pebisnis masa depan! Tahukah kalian bahwa kegiatan ekspor (menjual barang ke luar negeri) dan impor (membeli barang dari luar negeri) sangat memengaruhi kondisi ekonomi suatu negara? Mari kita intip data terbaru dari Indonesia!

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada April 2025, Indonesia mencatat surplus neraca perdagangan sebesar US\$160 juta. Apa artinya surplus? Artinya, nilai ekspor kita lebih besar daripada nilai impor. Ini kabar baik, bukan? Namun, ada yang menarik, surplus ini adalah yang terendah dalam lima tahun terakhir (sejak Mei 2020). Wah, kenapa ya? Ada dua penyebab utamanya, yaitu:

1. Ekspor Menurun: Nilai ekspor Indonesia pada April 2025 turun sekitar 10,77% dibandingkan bulan sebelumnya, meskipun secara tahunan masih naik. Penurunan ini menunjukkan penjualan produk kita ke luar negeri sedang sedikit melambat.
2. Impor Meningkat: Di sisi lain, nilai impor kita justru melonjak sekitar 8,85% dari bulan sebelumnya. Peningkatan impor ini sebagian besar didorong oleh komoditas nonmigas. Artinya, kita membeli lebih banyak barang dari luar negeri.

Meskipun surplus pada April 2025 mengecil, secara akumulatif (total dari Januari hingga April 2025), neraca perdagangan Indonesia masih menunjukkan surplus yang cukup besar, yaitu US\$11,07 miliar, didominasi oleh sektor nonmigas.



Apa yang dapat kamu pelajari dari data ini?

Hal ini menunjukkan bahwa dinamika ekspor dan impor sangat cepat berubah dan dipengaruhi oleh banyak faktor, baik di dalam maupun luar negeri. Penurunan ekspor dan kenaikan impor bisa menjadi sinyal yang perlu dicermati oleh pemerintah dan pelaku usaha.

Yuk, Berpikir Lebih Jauh!

1. Menurutmu apa saja faktor-faktor di dunia yang bisa menyebabkan ekspor suatu negara menurun? (Misalnya, kondisi ekonomi global, harga komoditas, atau kebijakan perdagangan negara lain).
2. Mengapa kenaikan impor bisa terjadi? Apa saja contoh komoditas yang mungkin banyak diimpor Indonesia?
3. Mengapa menjaga neraca perdagangan tetap surplus itu penting bagi ekonomi Indonesia?
4. Sebagai generasi muda, apa peran yang bisa kita lakukan untuk mendukung ekspor Indonesia agar terus meningkat?

Pengayaan 2

Menurut World Economic Forum, 90% barang di seluruh dunia diangkut melalui pengiriman kontainer. Namun, jika kontainer ini tidak tersedia pada lokasi dan waktu yang tepat, rantai pasokan global dapat menghadapi kendala serius. Konsekuensinya bisa berupa kenaikan inflasi, kelangkaan bahan baku dan produk penting, serta kerugian finansial bagi perusahaan, baik skala besar maupun kecil. Perlu dicatat pula bahwa lebih dari 95% produksi kontainer pengiriman dunia berada di Tiongkok, negara pengekspor terbesar di dunia, demikian laporan dari Federal Maritime Commission. Kamu dapat mengakses informasi tersebut melalui laman berikut.

<https://www.youtube.com/watch?v=dfmEYpCHfCg>



Pindai QR

<https://www.youtube.com/watch?v=dfmEYpCHfCg>



Refleksi

Setelah kamu mendalami seluk-beluk perdagangan internasional, mulai dari aktivitas ekspor-impor, berbagai dokumen penting, peran *freight forwarding*, hingga kargo internasional, semoga wawasanmu semakin terbuka lebar. Pembahasan ini bukan sekadar materi pelajaran, tetapi fondasi penting untuk masa depan kariermu.

Coba kamu refleksikan sejenak.

1. Seberapa besar peran logistik dalam rantai pasok global? Bayangkan sebuah produk dari pabrik di China sampai ke tangan konsumen di Indonesia. Di baliknya ada ribuan proses logistik yang kompleks, mulai dari pengemasan, pengangkutan, pergudangan, hingga *customs clearance*. Tanpa manajemen logistik yang baik, perdagangan internasional tidak akan berjalan lancar. Kamu adalah bagian penting dari roda besar ini!
2. Mengapa setiap detail dokumen itu sangat penting? Dari *Bill of Lading* (B/L), *Commercial Invoice*, hingga *Packing List*, setiap lembar dokumen mempunyai fungsi vital. Sedikit saja kesalahan bisa menyebabkan keterlambatan, denda, bahkan kegagalan pengiriman. Hal ini melatihmu untuk teliti dan memahami bahwa dalam dunia logistik, akurasi adalah kunci.
3. Bagaimana *freight forwarder* menjadi “dirigen” dalam orkestra pengiriman barang? Mereka adalah jembatan antara eksportir, importir, maskapai pelayaran/penerbangan, bea cukai, dan berbagai pihak lainnya. Kemampuan mereka merencanakan rute, mengurus dokumen, dan menyelesaikan masalah di lapangan adalah seni yang harus kamu kuasai.
4. Apa tantangan terbesar dalam tata laksana pengiriman barang? Mungkin kamu berpikir tentang cuaca buruk, kemacetan, atau kapasitas kapal. Namun, ada juga tantangan berupa regulasi yang berbeda di setiap negara, fluktuasi biaya transportasi, atau bahkan risiko kerusakan dan kehilangan barang. Hal ini melatih kita untuk berpikir strategis dan adaptif.

Pembelajaran ini membekalimu dengan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana barang bergerak melintasi batas negara. Pemahaman ini adalah bekal berharga untuk memasuki dunia kerja yang semakin terhubung secara global. Kamu tidak hanya belajar teori, tetapi juga memahami dinamika nyata yang akan kamu hadapi di lapangan.

Teruslah belajar, gali lebih dalam, dan persiapkan dirimu untuk menjadi profesional logistik yang andal dan kompeten. Masa depan perdagangan internasional ada di tanganmu!



Glosarium

agen	: Perantara atau wakil perusahaan dalam mengurus kegiatan ekspor–impor, misalnya agen pelayaran atau agen bea cukai.
<i>assign task</i>	: Proses dalam aplikasi DMS untuk memberikan tugas pengiriman kepada kurir tertentu.
asuransi pengiriman	: Perlindungan finansial atas barang kiriman jika terjadi kerusakan atau kehilangan selama proses pengiriman.
<i>batch number</i>	: Nomor unik yang menunjukkan kelompok produksi suatu barang, sering dipakai dalam sistem FIFO atau FEFO di pergudangan.
<i>chargeable weight</i>	: Berat barang yang digunakan sebagai dasar perhitungan biaya kirim, bisa berdasarkan berat aktual atau berat volume (mana yang lebih besar).
COD (<i>Cash on Delivery</i>)	: Metode pembayaran di mana penerima barang membayar saat barang diterima.
<i>Connote (Consignment Note)</i>	: Dokumen atau nomor resi pengiriman sebagai bukti barang sudah diterima perusahaan logistik untuk dikirim ke tujuan.
CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	: Strategi bisnis yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (<i>profit</i>), pendapatan (<i>revenue</i>), dan kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>).
<i>dashboard</i>	: Tampilan ringkas (biasanya berbentuk grafik atau tabel) yang memperlihatkan data kinerja layanan, misalnya status pengiriman, tingkat kepuasan, atau jumlah komplain secara <i>real time</i> .
<i>delivery sheet</i>	: Lembar kerja yang dibawa kurir berisi daftar paket yang harus diantar, dilengkapi tanda tangan penerima.
dokumen bea cukai	: Dokumen resmi (<i>invoice</i> , <i>packing list</i> , surat keterangan asal, dan formulir bea cukai) yang wajib dilampirkan untuk pengiriman internasional agar barang dapat melewati prosedur impor/ekspor.
<i>entity</i>	: Menu aplikasi logistik (misalnya DMS) untuk mencatat dan mengelola data mitra usaha, pelanggan, kurir, atau kendaraan.
ETA (<i>Estimated Time of Arrival</i>)	: Perkiraan waktu kedatangan barang, kendaraan, atau kurir di tujuan tertentu.
FEFO (<i>First Expired, First Out</i>)	: Prinsip pengeluaran barang berdasarkan tanggal kedaluwarsa terdekat.
FIFO (<i>First In, First Out</i>)	: Prinsip pengeluaran barang berdasarkan urutan kedatangan paling awal.
<i>fragile</i>	: Kata bahasa Inggris yang berarti “mudah pecah”. Label “ <i>Fragile</i> ” digunakan untuk menandai barang agar petugas logistik menangani dengan ekstra hati-hati.

FTA (<i>Free Trade Agreement</i>)	: Perjanjian perdagangan bebas antarnegara yang mengurangi hambatan perdagangan.
HS Code (<i>Harmonized System Code</i>)	: Kode internasional untuk klasifikasi barang dalam perdagangan internasional.
lead time	: Waktu keseluruhan mulai dari pesanan diterima hingga barang sampai ke tangan pelanggan, termasuk proses pengemasan, pengiriman, dan penanganan di gudang.
manifest	: Daftar resmi barang-barang yang dimuat dalam kendaraan ekspedisi sebelum berangkat.
market place	: Platform <i>e-commerce</i> di mana banyak penjual (individu atau perusahaan) menawarkan barang/jasa, dan konsumen membeli langsung dari penjual tersebut (contoh: Tokopedia, Shopee).
modules	: Bagian aplikasi logistik yang berisi fitur tambahan sesuai kebutuhan perusahaan.
order fill rate	: Persentase pemenuhan pesanan yang dikirim lengkap sesuai kuantitas dan spesifikasi pada pengiriman pertama (tanpa ada kekurangan).
overflow location	: Lokasi sementara di gudang yang digunakan ketika rak utama penuh.
POD (<i>Proof of Delivery</i>)	: Bukti serah terima barang dari pihak pengirim kepada penerima.
primisima	: Istilah mutu atau <i>grade</i> kualitas tertentu pada produk ekspor, seperti tekstil atau hasil pertanian.
real time	: Proses atau data yang diperbarui secara langsung/pantas, misalnya pelacakan lokasi paket yang terus ter- <i>update</i> selama truk berjalan.
retur (<i>return</i>)	: Proses pengembalian barang oleh pelanggan ke perusahaan logistik atau penjual, biasanya karena barang rusak, tidak sesuai pesanan, atau cabang salah kirim.
SOP (<i>Standard Operating Procedure</i>)	: Dokumen yang berisi langkah-langkah baku (standar) untuk menjalankan proses tertentu, misalnya prosedur penanganan komplain atau tata cara pengemasan barang.
surcharge	: Biaya tambahan pengiriman, misalnya untuk asuransi, barang besar, atau barang berbahaya.
Survei Kepuasan Pelanggan	: Kuesioner atau formulir yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan (kecepatan, ketepatan, kondisi barang, dan komunikasi CS).
tracking (pelacakan)	: Fitur atau sistem yang memungkinkan pelanggan dan petugas melacak posisi dan status terkini paket selama dalam proses pengiriman.
ULDs (<i>Unit Load Devices</i>)	: Kontainer khusus untuk memuat kargo di pesawat terbang.
wallet	: Fitur aplikasi logistik untuk mencatat transaksi keuangan, seperti biaya kirim, komisi kurir, atau saldo COD.

Daftar Pustaka

- Anita, Siska Yuli, dkk. *Pengantar Ekonomi (Mikro Dan Makro)*. Serang: PT Sada Kurnia Pustaka, 2022.
- Ariyanto A., dkk. *Manajemen Layanan Pelanggan*. Bandung: Widina Media Utama, 2024.
- Ballou, Ronald H. *Business Logistics Management, 4th ed.*, Prentice-Hall, Inc.: New Jersey, 1992.
- Banjarnahor, Astri Rumondang, dkk. *Manajemen Transportasi Udara*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Bastutu., Alfatiyah., Shobur., dan Candra. *Manajemen Logistik*. Tangerang: Unpam Press, 2019.
- Bowersox, D. *Supply Chain Logistics Management*. Michigan: McGraw-Hill International Edition, 2012.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., dan Cooper, M.B. *Supply Chain Logistics Management (4th ed.)*. New York: McGraw-Hill, 2013.
- Christopher, M. *Logistics and Supply Chain Management (5th ed.)*. Harlow: Pearson, 2016.
- Christopher, Martin. *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service*. England: Pearson Education Limited, 1998.
- Chopra, S., dan Meindl, P. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (7th ed.)*. Harlow: Pearson, 2019.
- Croxton, K. L., García-Dastugue, S. J., Lambert, D. M., dan Rogers, D. S. "The Supply Chain Management Processes." *The International Journal of Logistics Management*, 12(2) (2001): 13–36. <https://doi.org/10.1108/09574090110806271>
- Dembińska, I. "Smart Logistics in The Evolution of The Logistics." *European Journal of Service Management*, 27 (March 2018): 123–133. <https://doi.org/10.18276/ejsm.2018.27/2-15>
- Galindo, L.D. *The Challenges of Logistic 4.0 for The Supply Chain Management an The Information Technology*. Norwegia: NTNU, 2016.
- Gunasekaran, Angappa dan Subramanian, Nachiappan dan Papadopoulos, Thanos, "Information technology for competitive advantage within logistics and supply chains: A review." *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, Elsevier*, vol. 99(C) (2017): 14-33. DOI: 10.1016/j.tre.2016.12.008
- Hadiguna, Rika Ampuh dan Jonrinaldi. *Inovasi untuk Efektivitas Logistik*. Padang: Andalas Univesity Press, 2015.
- Harrison, A., dan van Hoek, R. *Logistics Management and Strategy (4th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited, 2011.
- Hasibuan, Sahir, Cahya, dkk. *Manajemen Logistik dan Supply Chain Management*. Bandung: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Jacobs, F. dan Chase, R. *Operations and Supply Chain Management*. Newyork: Mcgraw- Hill Education, 2018.

- John J. Coyle, C. John Langley, Robert A. Novack, dan Brian Gibson. *Supply Chain Management: A Logistics Perspective*. Boston: Cengage Learning, 2012.
- Kain, R. dan Verma, A. “Logistics Management in Supply Chain–An Overview”. *Materials Today: Proceedings*, 5(2) (2018): 3811–3816. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2017.11.634>
- Klumpp, M. dan Heragu, S. “Outbound Logistics and Distribution Management”. In *Lecture Notes in Logistics*. Springer International Publishing, (2019). https://doi.org/10.1007/978-3-319-92447-2_14
- Liu, X. *Environmental Sustainability in Asian Logistics and Supply Chains*. China: Springer, 2019.
- Megaswara, A., Hurriyati, R., dan Dirgantari, P. D. “Pengaruh E-Logistics Terhadap Kepuasan”. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 3(2) (2020): 106–111. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=GUsecKEAAAAJ&citation_for_view=GUsecKEAAAAJ:u-x6o8ySG0sC
- Pant, S., dan Prakash, R. “Application of AI and IoT in Logistics and Supply Chain Management”. *Journal of Supply Chain Management Systems*, 9(2) (2020): 23–31.
- Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor PER-5/BC/2025 Tentang Perubahan Keenam atas Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor P-22/BC/2009 Tentang Pemberitahuan Pabean impor, 2025.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 145/PMK.04/2007 tentang Ketentuan Kepabeanan di Bidang Ekspor, 2007.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 155/PMK.04/2022 Tahun 2022 tentang Ketentuan Kepabeanan di Bidang Ekspor, 2022.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2020 tentang Ketentuan Umum Penggunaan Surat Keterangan Asal Barang Indonesia, 2020.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2020 tentang Pemeriksaan dan Pengawasan Tata Niaga Impor Setelah Melalui Kawasan Pabean (Post Border), 2020.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2023 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor, 2023.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2023 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor, 2024.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 33 Tahun 2021 tentang Peraturan Keselamatan Penerbangan Sipil Bagian 108. (Menggantikan PM 91 Tahun 2018), 2021.
- Purnomo, H. *Manajemen Logistik Modern*. Yogyakarta: Andi Offset, 2020.
- Republik Indonesia. *Peta Okupasi Nasional Bidang Logistik dan Supply Chain*. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021.
- Republik Indonesia. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor: Kep. 354 Tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Inonesia Kategori Transportasi dan Pergudangan Golongan Pokok POS dan Kurir Bidang Keahlian POS Sub Bidang Penanganan Layanan Komunikasi Tertulis/Elektronik dan Paket*. Jakarta: Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2014.

- Republik Indonesia. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor: Kep. 372 /Men/Xi/2009 tentang Petunjuk Pelaksanaan Bulan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Nasional Tahun 2010–2014*. Jakarta: Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2014.
- Risa, Mey. *Ekspor dan Impor*. Banjarmasin: POLIBAN PRESS, 2018.
- Rohman, S. dan Abdul, F. W. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di Masa Pandemi Covid-19”. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1) (2020): 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Rushton, A., Croucher, P., dan Baker, P. *The Handbook of Logistics and Distribution Management (6th ed.)*. London: Kogan Page, 2017.
- Scott, C. “Guide to Customer Service in Supply Chain Managemen”. *Springer International Publishing*, (2018): 175–187. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77185-4_10
- Setiawan, I. *Sistem Informasi Manajemen Logistik*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Siagian, Y. M. *Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis*. Bandung: Grasindo, 2020.
- Siahaya, Willem. *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*. Jakarta: Penerbit In Media, 2013.
- Sukirno, S. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sumar'in, dkk. *Manajemen Bisnis Ritel*. Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2024.
- Suntoro. *Fundamental Manajemen Logistik Fungsi Logistik dalam Implementasi dan Operasi*. Jakarta: Prenada Media, 2020.
- Tanjung, H., dan Siahaan, A. *Pengantar Supply Chain Management*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Taraawneh, R., dan Al-Shourah, A. “The impact of supply chain management practices on competitive advantage”. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, 10(3) (2017): 240–247. <https://doi.org/10.1504/IJEPEE.2017.086623>
- Taylor, G. D. *Logistics Engineering Handbook*. Florida: CRC Press Taylor & Francis Group, 2008.
- Turban, Efraim dan Volonino, Linda. *Information Technology for Management: Transforming Organization in the Digital Economy (7th Edition)*. New Jersey: Wiley, 2010.
- Wilding, R., Wagner, B., dan Bode, C. “*Digital Supply Chains: Transformation in Supply Chain Management*”. Springer, 2021.
- Woschank, M., dan Zsifkovits, H. Smart Logistics – Conceptualization and Empirical Evidence Theoretical framework. 20(734713) (2021): 1–9. <https://doi.org/10.12982/CMUJNS.2021.030>
- Yekti P. Suradji dan Hari Pramono. *Proses Penggunaan WMS*. Jakarta: PT. Citosarana Jasapratama/CitoXpress, 2025.
- Zenezini, Lagorio., Pinto., Marco., dan Golini. “The Collection An Delivery Points Implementation Process from the Courier, Express an Parcel Operator’s Perspective”. *IFAC Papers Online Converence Paper Archive. Elsevier*, (2018). 10.1016/j.ifacol.2018.08.383

Daftar Sumber Gambar

- Gambar 2.20: diadaptasi dari dokumentasi pribadi Yekti dan Hari/CitoXpress.
- Gambar 2.21: diadaptasi dari dokumentasi pribadi Yekti dan Hari/CitoXpress.
- Gambar 2.22: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.23: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.24: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.25: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.26: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.27: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.28: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.29: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.30: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.31: diadaptasi dari aplikasi WMS CitoXpress/Yekti dan Hari.
- Gambar 2.32: tangkapan layar dari aplikasi Mile.App SMKN 1 Garut pada 04 Oktober 2025.
- Gambar 2.33: tangkapan layar dari aplikasi Mile.App SMKN 1 Garut pada 04 Oktober 2025.
- Gambar 2.33: tangkapan layar dari aplikasi Mile.App SMKN 1 Garut pada 04 Oktober 2025.
- Gambar 2.34: tangkapan layar dari aplikasi Mile.App SMKN 1 Garut pada 04 Oktober 2025.
- Gambar 3.1: diadaptasi dari dokumentasi pribadi Yekti dan Hari/CitoXpress.
- Gambar 3.2: dimodifikasi dari <https://universe roboflow.com/amyf467-gmail-com/generic-invoice-processing-nlp-cgmko> pada 15 Oktober 2025.
- Gambar 3.3: diadaptasi dari dokumentasi pribadi Yekti dan Hari/CitoXpress.
- Gambar 3.4: diadaptasi dari dokumentasi pribadi Yekti dan Hari/CitoXpress.
- Gambar 3.5: dimodifikasi dari <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:China-CO-e1515007546368.jpg> pada 15 Oktober 2025.

Indeks

A

AGV 56
AI 54, 60, 61, 73, 98, 104
AMR 56
AS/RS 56, 57, 59
asuransi pengiriman 7

B

B2B (*Business to Business*) 17, 18
B2C (*Business to Consumer*) 17, 19
B2E (*Business to Employee*) 17, 19
barcode 56, 58, 59, 62, 66, 98, 104
batch number 78, 100, 101
big data 54, 60, 61, 99, 104

C

C2C (*Consumer to Consumer*) 17, 19
chargeable weight 169, 172
COD (*Cash on Delivery*) 87, 91, 142
connote (consignment note) 92, 185
CRM (*Customer Relationship Management*)
28, 103

D

dashboard 89
daya tanggap 43
delivery sheet 86, 94, 97, 102
DMS vi, ix, 54, 72, 86, 90, 91, 96, 103, 104,
185
dokumen

bea cukai 6, 166
pengiriman 14, 135, 143, 174, 179

E

ekspedisi 17, 18, 21, 44, 59, 72, 92, 93, 94,
186
empati 26, 27, 43
ERP 66, 69, 70, 71, 72, 103

F

FEFO (*First Expired First Out*) 78
FIFO (*First In First Out*) 78
fragile 24, 29, 46

G

G2B (*Government to Business*) 17, 18
G2C (*Government to Citizen*) 18, 19
G2G (*Government to Government*) 18
global 15, 57, 129, 130, 179
GPS 56, 57, 59, 60, 61, 62, 67, 87, 98, 99
gudang 13, 14, 18, 19, 21, 24, 26, 29, 33, 45,
46, 55, 56, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66,
70, 71, 72, 77, 78, 79, 81, 82, 84, 89, 97,
98, 99, 100, 103, 119, 120, 121, 126,
146, 150, 157, 158, 166, 169, 170, 172,
173, 174, 175, 176

H

HS code 127, 128, 186

I

IoT 54, 60, 61, 99, 104

J

jaminan (*assurance*) 42

K

keandalan (*reliability*) 42

keluhan pelanggan 36, 43, 45, 63

kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) 42

L

layanan tertulis 5

M

manifest 67, 69, 86, 92, 93, 96, 102

marketplace 17, 28, 38, 44, 45, 90

modules 87

monitoring 50, 157

N

nyata 59, 76, 124, 184

O

overflow location 186

P

pelanggan

eksternal 14, 16, 46, 47

internal 45, 46, 47

pelanggan eksternal viii, 14, 16, 21

pelanggan internal 14

pelayanan prima 40, 42, 44, 45

pengaduan pelanggan 35, 36, 37, 39

pengiriman 6, 7, 9, 18, 19, 20, 24, 38, 45, 47,

48, 50, 67, 69, 75, 89, 90, 91, 93, 101,

102, 120, 122, 133, 134, 141, 142, 145,

149, 150, 156, 157, 158, 159, 161, 165,

167, 168, 171, 172, 173, 174, 175, 179,

180, 181, 190

POD 165, 171, 186

proses pengiriman 12, 22, 25, 117, 172, 176

R

reliability 42

RFID 56, 58, 59, 62, 66, 67, 98, 99, 104

robot picking 56

S

ServQual 42

sistem *tracking* 29

sopir truk 78

surcharge 91, 168

survei kepuasan pelanggan 50

T

tangible 43

tracking 15, 29, 43, 46, 48, 59, 86, 89, 94, 95

U

ULDs 169, 187

W

wallet 87

WMS 54, 64, 65, 66, 69, 71, 72, 76, 77, 78, 79,

80, 81, 83, 99, 101, 103, 104

Profil Pelaku Perbukuan

Penulis



Nama Lengkap : Dela Dewi Ramdani, S.E., M.M.

Email : deladewiramdani@gmail.com

Instansi : SMK Negeri 1 Garut

Alamat Instansi : Jl. Cimanuk 309 A

■ Pekerjaan/Profesi:

1. SMK Negeri 1 Garut 2020–saat ini
2. CV. Chikal Jaya Makmur 2019–2020

■ Pendidikan Terakhir:

1. S2 Manajemen, Universitas Garut (2022)
2. S1 Manajemen, Universitas Jenderal Achmad Yani (2019)

■ Bidang Keahlian:

1. *Logistic and Supply Chain Management*
2. Ekonomi dan Manajemen

■ Rekam Jejak Karya Tulis:

1. *Manajemen Logistik Kelas XI* (2025)
2. *Buku Panduan Guru Manajemen Logistik Kelas XI* (2025)
3. *Dasar-Dasar Teknik Logistik untuk SMK/MAK Kelas X* (2023)
4. *Buku Panduan Guru Dasar-Dasar Teknik Logistik untuk SMK/MAK Kelas X* (2023)

■ Rekam Jejak Penelitian:

1. *Identifikasi Faktor-Faktor Non-Harga yang Dominan dalam Keputusan Pembelian Kopi Organik di Kabupaten Garut* (2022)

■ Informasi Lain:

1. Sertifikasi Asesor Kompetensi, BNSP (2025)
2. Sertifikasi Penulis Buku Teks, BNSP (2023)

Penulis



Nama Lengkap : Deary Wahyu Nugroho

Email : dearywahyu12@gmail.com

Instansi : SMA Negeri 23 Garut

Alamat Instansi : Jl. Raya Jatiwangi - Bungbulang , Jatiwangi,
Kec. Pakenjeng, Kabupaten Garut, Jawa Barat

■ Pekerjaan/Profesi:

1. Guru SMA Negeri 23 Garut (2024–saat ini)
2. Kepala Laboran Teknik dan Manajemen Logistik SMK Negeri 1 Garut (2019–2024)
3. Penulis Buku Nonfiksi (2023)
4. Asesor Kompetensi Teknik Logistik (2022–2024)
5. Guru SMK Negeri 1 Garut (2018–2024)
6. Manajer Operasional HM *Tour & Travel* (2015–2016)

■ Pendidikan Terakhir:

1. S1 Manajemen, STIE TRIDHARMA (2014)

■ Bidang Keahlian:

1. Dasar-Dasar Teknik Logistik Fase E

■ Rekam Jejak Karya Tulis:

1. *Pengembangan Capaian Pembelajaran Konsentrasi Keahlian Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)* (2022)
2. *Modul Ajar Manajemen Logistik Fase F* (2022)

Penelaah



Nama Lengkap : Yekti Prihatiningsih Suradji

Email : yekti.suradji@gmail.com

Instansi : PT. Citosarana Jasapratama (CITOPRESS)

Alamat Instansi : Jl. Bendungan Hilir Raya GII/16
Jakarta Pusat 10210

■ Riwayat Pekerjaan/Profesi:

1. Direktur Utama PT. Citosarana Jasapratama (2003–sekarang)
2. Direktur LSP Pos Logistik Indonesia (2018–sekarang)
3. Direktur PT. Kencana Dutasemesta (Tour & Travel) (1990–2023)

■ Riwayat Pendidikan:

1. S1 Manajemen, Universitas Krisnadwipayana (2006)

■ Bidang Keahlian:

1. *Logistic dan Supply Chain Management*
2. *Pariwisata (Tour & Travel)*

■ Rekam Jejak Penelaahan/

Reviu Buku:

1. Buku Siswa: Teknik Logistik
2. Buku Siswa dan Buku Guru: Manajemen Logistik Kelas XI
3. Buku Siswa dan Buku Guru: Manajemen Logistik Kelas XII
4. Buku untuk SMK: Usaha Jasa Pariwisata (Penulis UE Wardhani, dkk.)

■ Rekam Jejak Karya Tulis:

1. Modul Ajar bagi Mahasiswa Politeknik APP Jakarta: Bisnis Proses Kiriman Ekspres
2. Modul Ajar bagi Mahasiswa Politeknik APP Jakarta: Customer Relationship Management
3. Modul Ajar bagi Mahasiswa Politeknik ATI Padang: Etika Profesi

■ Informasi Lain:

1. Anggota Tim Kaji Ulang SKKNI No. 354 tahun 2014 Bidang Perposan dan Logistik (2025)
2. Trainer pada ToT Calon Dosen/Guru Tamu di DPP ASPERINDO (2025)
3. Dosen Tamu di Politeknik APP Jakarta (2014–2025)
4. Trainer pada ToT Dosen Politeknik APP Jakarta (2023)
5. Reviewer Penulisan Bahan Ajar SMK Logistik (2021)
6. Trainer pada ToT Dosen Politeknik ATI Padang (2020)
7. Tim Penyusun Peta Okupasi Nasional Bidang Logistik dan Supply Chain (2020)
8. Tim Penyusun SKKNI Bidang Logistik dan Supply Chain (2019 dan 2020)
9. Tim Penyusun Skema Sertifikasi KKKNI Level II dan III bagi SMK Logistik (2018)
10. Reviewer Kurikulum Teknologi dan Rekayasa Program Keahlian Teknik Industri Kompetensi Keahlian Teknik Logistik (2018)
11. Ketua Tim Penyusun Peta Okupasi Nasional Bidang Perposan (2018)
12. Anggota Tim Penyusun SKKNI Bidang Perposan (2014)
13. Anggota Bidang SDM Sistem Logistik Nasional (SISLOGNAS) (2012)
14. Dewan Pendiri LSP Pariwisata (2003)

Penelaah



Nama Lengkap : Doni Wihartika
Email : wihartika@unpak.ac.id
Instansi : Universitas Pakuan

■ Riwayat Pekerjaan/Profesi:

1. Dosen Universitas Pakuan
2. Area Mananager Inter Expedition (2008–2009)

■ Riwayat Pendidikan:

1. S3 Program Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Pakuan (2024)
2. S2 Program Magister Manajemen, IMMI Jakarta (2010)
3. S1 Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, IPB (2004)

■ Bidang Keahlian:

1. Manajemen Operasional dan Logistik
2. Sistem Informasi Manajemen
3. Manajemen Pemasaran

■ Rekam Jejak Penelaahan/Reviu Buku:

1. Penilai Buku Ekonomi Kelas XII, Penilaian Buku Teks Pendamping Kelas III, VI, IX, XII, Pusat Perbukuan (2024)
2. Penilai Ahli Materi/Pembelajaran Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI Buku Teks Pendamping Kelas II, V, VIII, dan XI, Pusat Perbukuan (2023)
3. Penilai Buku Teks Pelajaran SMK/MAK Kelas X, Program Keahlian C2, Kurikulum 2013 (2019)

■ Rekam Jejak Karya Tulis:

1. Customer Engagement Behavior, Perilaku Keterikatan Pelanggan (2024)
2. Manajemen, Pemasaran Jasa, dan Logistik (2025)

■ Informasi Lain:

1. Asesor kompetensi LSP PNM
2. Cofounder Sisdik @ <https://www.sisdik.web.id>

Editor



Nama Lengkap : Nurhasanah Widianingsih, M.Pd.

Email : wonderfullwidi@gmail.com

Instansi : SMPN 1 Cileunyi

Alamat Instansi : Jl. Raya Cinunuk, Cimekar, Kec. Cileunyi,
Kab. Bandung

■ Pekerjaan/Profesi:

1. Guru Bahasa Indonesia di SMPN 1 Cileunyi (2023–saat ini)
2. Editor, Pusbuk–Kemdikbud (2021–saat ini)
3. Penilai BTP–Kemdikbud (2024)
4. Penulis Buku Pandik, PT. Duta Pustaka Indonesia (2024)
5. Guru Bahasa Indonesia di SMP Labschool UPI Cibiru (2019–2023)
6. Penulis Buku Bahasa Indonesia SD, CV. Eka Prima Mandiri (2023)
7. Penulis Modul Kurikulum Merdeka SMP, Pusmenjar–Kemdikbud (2020)
8. Penelaah Modul SMP Terbuka, Ditjen SMP–Kemdikbud (2020)

■ Pendidikan Terakhir:

1. S2 Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia (2020)

■ Rekam Jejak Penyuntingan:

1. *Buku Siswa dan Buku Guru Manajemen Logistik, SMK/MAK Kelas XI*, Pusbuk–Kemdikbud (2024)
2. *Buku Panduan Guru Pengembangan Komunikasi bagi Peserta Didik dengan Hambatan Pendengaran, SDLB, SMPLB, dan SMALB*, Pusbuk–Kemdikbud (2024)
3. *Buku Siswa dan Buku Guru Dasar-Dasar Teknik Konstruksi Kapal, SMK/MAK Kelas X Semester 1 dan 2*, Pusbuk–Kemdikbud (2022)
4. *Buku Panduan Guru Prakarya dan Kewirausahaan: Rekayasa, SMA/MA Kelas XI*, Pusbuk–Kemdikbud (2022)
5. *Buku Panduan Guru Prakarya dan Kewirausahaan: Rekayasa, SMA/MA Kelas XII*, Pusbuk–Kemdikbud (2022)

■ Rekam Jejak Karya Tulis:

1. *Pembelajaran Aktif dan Kolaboratif dalam Kurikulum Merdeka*, PT. Duta Pustaka Indonesia (2024)
2. *Belajar Tuntas (Beta) Bahasa Indonesia Kelas 1*, CV. Eka Prima Mandiri (2023)
3. *Belajar Tuntas (Beta) Bahasa Indonesia Kelas IV*, CV. Eka Prima Mandiri (2023)

Editor

Nama Lengkap : Wuri Prihantini

Email : -

Instansi : Pusat Perbukuan, Kemdikbudristek



■ Pekerjaan/Profesi

1. Pusat Perbukuan di bagian Penyusunan, Pengembangan, dan Penilaian Buku SD, SMP, dan SMA (2008–saat ini)
2. Staf di bagian engineering di beberapa perusahaan swasta (2002–2007)

■ Pendidikan Terakhir

S2 Jurusan Linguistik, Fakultas Ilmu Bahasa, Universitas Indonesia–Depok (2021)

■ Bidang Keahlian:

1. Editor Buku

■ Pengalaman Mengedit Buku dan Terbitan Lainnya

Editor kedua dalam beberapa judul Buku Kurasi Pusat Perbukuan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2023), di antaranya:

1. *Pencurian di Rumah Bernyanyi*;
2. *Pulang*;
3. *Seraung untuk Pu'i*; dan
4. *Ketika Ibu Pergi* (2023)

■ Pengalaman Menulis Buku atau Terbitan Lainnya

1. The Meaning of Takut 'Fear' by Indonesian-Speaking School-Age Children. In *International University Symposium on Humanities and Arts 2020 (INUSHARTS 2020)* (pp. 333-340). Atlantis Press (2021).
2. Peran Media Sosial dalam Pemaknaan 'New Normal'. *Jurnal Konferensi Linguistik*, 2(1), 437–443 (2021).

Editor Visual



Nama Lengkap : Ilhamsyah

Email : ideamaniacs@telkomuniversity.ac.id

Instansi : Telkom University

Alamat Instansi : Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan
Buahbatu- Bojongsoang, Sukapura, Kec.
Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat

■ Pekerjaan/Profesi:

1. Dosen Tetap Telkom University, Kampus Pusat, Bandung
2. Konsultan Desain dan Perancangan Media Komunikasi, Informasi dan Edukasi Palang Merah Indonesia (2011–2022)
3. Konsultan Brand Strategy Kultura Creative Studio, Bandung (2020-2021)

■ Pendidikan Terakhir:

1. Magister Desain (S2), Fakultas Seni Rupa Desain, Institut Teknologi Bandung (2013)

■ Bidang Keahlian:

1. *Art Directing*
2. *Graphic Designer*
3. *Illustrator*

■ Rekam Jejak Desain Buku atau Karya Lainnya

1. Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital (2021)

Ilustrator



Nama Lengkap : Kevin Richard Budiman

Email : kevinramone69@gmail.com

Instansi : Bogor

■ Riwayat Pekerjaan/Profesi:

1. Staf Multimedia Sekolah Bogor Raya (2018–2022)
2. *Visual Art Officer* Lippo Plaza Bogor (2016–2018)
3. *Freelancer* Pusat Kurikulum dan Perbukuan (2013–saat ini)

■ Riwayat Pendidikan:

1. S1: Desain Komunikasi Visual (DKV), Trisakti Jakarta (2011)

■ Bidang Keahlian:

1. Desain dan Ilustrasi

■ Rekam Jejak Desain Buku:

1. *Buku Guru dan Siswa PJOK Kelas IX*, Kemendikbud.
2. *Buku Guru dan Siswa Agama Buddha Kelas II*, Kemendikbud
3. *Buku Guru dan Siswa Agama Hindu Kelas X*, Kemendikbud
4. *Buku Suplemen Kelas IV SD*, Kemendikbud
5. *Buku Guru Prakarya SMP Kelas VII*, Kemendikbud
6. *Buku SMK Dasar-Dasar Konstruksi dan Perawatan Bangunan Sipil Kelas X*, Kemendikbud
7. *Buku SMK Dasar-Dasar Teknik Logistik*, Kemendikbud.
8. *Buku SMK Dasar-dasar Teknik Pengelasan dan Fabrikasi Logam*, Kemendikbud.

Desainer

Nama Lengkap : Muhamad Isnaini

Email : surat159@gmail.com

Bidang Keahlian : Percetakan, Desain Grafis

■ Riwayat Pekerjaan/Profesi

1. *Freelance*

■ Riwayat Pendidikan

1. S-1 Perbankan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

■ Rekam Jejak Desain Buku:

1. *Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan untuk SMA/MA/SMK/MAK Kelas XI*, Kemdikbudristek (2024)
2. *Panduan Guru Seni Tari untuk SMA/MA/SMK/MAK Kelas X, XI*, Kemdikbudristek (2023-2024)
3. *Panduan Guru Seni Tari untuk SMP/MTs Kelas VII, VIII*, Kemdikbudristek (2023-2024)
4. *Buku Siswa dan Buku Panduan Guru Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual untuk SMK/MAK Kelas X Semester 1 dan Semester 2*, Kemdikbudristek (2022)