

PERAN PERUSAHAAN LOGISTIK DALAM MENUNJANG AKTIVITAS PENGIRIMAN BARANG

Dr.Dra.ec.Hj.Made Siti Sundari, M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya (madesiti@ubaya.ac.id)

ABSTRAK

Adanya kendala yaitu keterbatasan waktu maupun keterbatasan pengetahuan tentang lika liku logistik dalam proses pengiriman barang antar negara, baik ekspor maupun impor, mengharuskan para eksportir maupun importir mencari perusahaan berpengalaman yang dapat mengambil alih tugas berkenaan dengan logistik. Perusahaan logistik ini biasa dikenal sebagai *freight forwarder* atau *forwarding* yaitu seseorang atau suatu perusahaan yang mengorganisir pengiriman untuk perorangan atau perusahaan untuk memperoleh barang dari produsen ke pasar, ke pelanggan maupun sampai titik akhir distribusi. Adapun pertimbangan eksportir maupun importir menentukan *forwarding* adalah adanya peran positif yang diberikan *forwarding* dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi perusahaan, sehingga akhirnya mempercayakan proses pengiriman produk dengan menggunakan jasa *freight forwarder*. Peranan dari jasa *forwarding* sangat membantu mempermudah proses pengiriman barang lintas batas negara. Keberadaan teknologi informasi dan kemudahan hubungan melalui internet menjadi pendukung semakin besarnya peran perusahaan logistik ini, sehingga memberikan nilai tambah bagi kualitas yang diberikan perusahaan logistik kepada pelanggan.

Kata kunci: Perusahaan logistik, Freight Forwarder, ekspor dan impor

Info Artikel : Submit September 2018
: Revisi Oktober 2018
: Diterima Desember 2018

PENDAHULUAN

Era pasar global adalah suatu masa dimana hambatan perdagangan semakin menurun sedangkan tingkat persaingan menjadi semakin meningkat. Perdagangan barang dan jasa antar negara terjadi karena adanya kebutuhan akan barang dan jasa yang tidak dapat terpenuhi di dalam negeri, atau barang dan jasa tersebut dapat diperoleh dengan harga yang lebih murah atau lebih baik mutunya dari negara lain. Adam Smith sebagai bapak Ilmu Ekonomi dalam bukunya *The Wealth of Nations* pada 1776 menyatakan “Setiap kepala keluarga yang cermat tak pernah berusaha untuk membuat sendiri barang-barang yang biayanya lebih mahal ketimbang membelinya...Apa yang dilakukan oleh setiap keluarga mesti juga dilakukan oleh sebuah kerajaan besar Jika satu negara asing dapat memberi kita komoditas yang lebih murah harganya ketimbang jika kita membuat sendiri, maka lebih baik jika kita membeli saja dan kita menjual barang buatan kita yang biaya produksinya lebih murah ketimbang mereka” (Hovey dan Gregory, 2009). Kegiatan perdagangan ini sering disebut kegiatan ekspor dan impor. Indonesia saat ini memasuki fakta yang memperkuat situasi ini dengan bergabungnya sejumlah negara ke dalam kerjasama regional dimana hambatan perdagangan dalam lingkup kerjasama tersebut semakin dihilangkan. Salah satu kerjasama regional dimana Indonesia turut menjadi anggotanya adalah ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*).

Kerjasama regional ASEAN didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 oleh 5 negara yaitu Indonesia, Thailand, Singapura, Malaysia dan Philipina berdasarkan Deklarasi Bangkok. Tujuan didirikannya ASEAN adalah untuk meningkatkan kerjasama ekonomi, sosial-budaya dan perdagangan antar negara kawasan Asia

Tenggara. Munculnya integrasi ekonomi didorong untuk lebih meningkatkan volume perdagangan (dan kerja sama ekonomi) antar negara anggota lewat penerapan sistem perdagangan bebas. (Tambunan, 2004). Proses peningkatan kerjasama perdagangan ASEAN pada tahun 1992 disepakati dengan berdirinya AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) yang bertujuan untuk mencapai globalisasi dan liberalisasi perdagangan pada tahun 2015. Liberalisasi perdagangan AFTA dapat dicapai dengan memberlakukan penurunan tarif impor hingga mencapai antara 0 - 5 persen pada barang-barang yang diperdagangkan di Asia Tenggara (Hady, 2004). Banyak upaya yang dilakukan pemerintah dan swasta Indonesia untuk mengurangi hambatan perdagangan antar daerah maupun negara. Upaya dalam menurunkan hambatan perdagangan yang dilakukan antara lain adalah dengan melalui fasilitasi perdagangan. Fasilitasi perdagangan adalah penyederhanaan dan harmonisasi prosedur perdagangan internasional dalam hal pengumpulan, penyajian, komunikasi dan pengolahan data yang diperlukan untuk pergerakan barang dalam perdagangan internasional (Engman, 2005). Hal ini dibutuhkan khususnya oleh eksportir untuk meningkatkan volume produksi dan pangsa pasar, dikarenakan adanya proses pengiriman barang ke luar negeri masih menemui banyak kendala, antara lain keterbatasan waktu dan pengetahuan para eksportir mengenai hal logistik yang masih kurang. Ekspotir dalam menjalankan ekspornya lebih memfokuskan pada produksi barang yang akan diekspor, sedangkan untuk penanganan masalah logistik dan dokumen apabila ditangani sendiri akan memakan biaya serta tenaga kerja yang cukup besar khususnya bagi para eksportir pemula.

Adanya kondisi ini, umumnya terjadi pada perusahaan yang belum berpengalaman, menyebabkan sebagian dari tugas logistik perusahaan eksportir diserahkan pada badan usaha lain yang lebih paham tentang pengiriman barang. Perusahaan yang dipercaya untuk menangani pengurusan dokumen serta muatan keluar dan masuk ke kapal, baik bagi eksportir maupun importir adalah perusahaan jasa dibidang logistik yang dikenal sebagai *freight forwarding* baik melalui darat maupun udara. Tentu saja diharap adanya jasa *freight forwarding* ini dapat membantu mempermudah bagi eksportir maupun importir dalam proses pengiriman barang lintas daerah maupun lintas batas Negara.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang ada disini adalah “Sejauh mana perusahaan logistik dapat berperan dalam mempermudah aktivitas pengiriman barang khususnya melalui laut di era global ini?” Masalah dibatasi hanya pada peran perusahaan logistik (*freight forwarding*) dimata eksportir, sehingga usaha untuk memecahan masalah yang ada dilakukan dengan mewawancarai 4 pengusaha, yaitu 1 dari perusahaan logistik dan 3 dari perusahaan pengiriman barang (eksportir) dan dilakukan pada tahun 2016.

KAJIAN TEORI

Jasa Logistik (*Freight Forwarding*)

Setiap aktivitas ekonomi baik produksi maupun konsumsi yang dilakukan oleh seseorang ataupun suatu perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan, dapat berupa produk barang maupun jasa. Pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak terhadap pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, serta produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. (Kotler, 2002).

Sedangkan pengertian jasa yang dirumuskan di Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 Pasal 1 angka 15, menyatakan bahwa jasa adalah setiap kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesanan.

Jasa logistik atau jasa *Freight Forwarding* pernah didefinisikan dalam PER 178/PJ/2006 yang kemudian dicabut dengan terbitnya PER 70/PJ/2007 yaitu mengacu pada Keputusan Menteri Perhubungan No. KM/10 Tahun 1988 tentang Jasa Pengurusan Transportasi, sebagai usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang, untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, klaim asuransi, atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya. Jasa *freight forwarding* juga termasuk mengurus keperluan formalitas dalam kegiatan transportasi dan membayar biaya yang muncul akibat transportasi maupun pengurusan dokumen.

Perusahaan Logistik (*Freight forwarder*)

Proses pengiriman barang baik lintas daerah maupun lintas negara tidaklah mudah. Banyak hal yang dibutuhkan dan musti diurus agar barang yang akan

dikirim dengan segera sampai pada pemesannya. Perusahaan logistik adalah perusahaan yang menyediakan layanan jasa yang mencakup setiap aktivitas pada rantai distribusi fisik. Disini manajemen logistik diterapkan agar supaya perusahaan dapat melayani konsumen dengan kualitas terbaik dan tingkat efisiensi yang optimal. Adapun konsep manajemen logistik merupakan suatu konsep atau pendekatan sistem secara menyeluruh untuk mengelola proses distribusi termasuk segala aktivitas yang melibatkan perpindahan fisik bahan mentah, inventori dalam proses, dan inventori barang jadi dari tempat produksi asal ke tempat konsumsi (Cateora dan Graham, 2007).

Selain itu dapat pula dikatakan, *Freight forwarder* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa logistik dan keagenan yang mengurus pengiriman dan penerimaan barang ekspor dan impor dengan menggunakan moda transportasi pendukung yaitu transportasi udara, laut, dan darat dengan berbagai variasi harga (Junaidi dan Kusrianto, 2014). Di Indonesia badan usaha yang menyediakan jasa logistik pengiriman barang melalui laut adalah EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut) yaitu badan usaha yang bertujuan untuk memberikan jasa pelayanan atas pengurusan dokumen dan muatan yang akan diangkut melalui kapal laut atau pengurusan dokumen dari muatan yang berasal dari kapal laut.

Menurut Koleangan (2004), pengertian *Freight Forwarder* adalah orang atau badan usaha yang melakukan jasa pengurusan dokumen dan atau definisi baku yang diberlakukan secara international, pengapalan barang atas permintaan importer atau eksportir dengan menerima pembayaran sebagai

kompensasi. Tugas *freight forwarder* (Susilo, 2008) meliputi pengumpulan muatan di suatu gudang tertentu, memantau pergerakan peti kemas selama dalam perjalanan kapal, menyampaikan pemberitahuan kedatangan kapal kepada buyer, serta berperan besar pada proses penagihan biaya tambang (*ocean freight*), bisa juga melakukan pengepakan barang, menyelenggarakan fumigasi, dan lain-lain.

Aktivitas *freight forwarder* secara menyeluruh antara lain (Suyono, 2007):

- 1) Memilih rute perjalanan barang, moda transportasi dan pengangkutan yang sesuai, kemudian memesan ruang muat.
- 2) Melaksanakan penerimaan barang, menyortir, mengepak, menimbang berat, mengukur dimensi, kemudian menyimpan barang ke dalam gudang.
- 3) Mempelajari *letter of credit* barang, peraturan negara tujuan ekspor, Negara transit, negara impor kemudian menyiapkan dokumen-dokumen lain yang diperlukan.
- 4) Melaksanakan transportasi barang ke pelabuhan, mengurus izin bea cukai, kemudian menyerahkan barang kepada pihak pengangkut.
- 5) Membayar biaya-biaya handling serta membayar *freight*.
- 6) Mendapatkan *bill of lading* atau *waybill* dari pihak pengangkut.
- 7) Mengurus asuransi transportasi barang dan membantu mengajukan klaim kepada pihak asuransi bila terjadi kehilangan atau kerusakan atas barang.
- 8) Memonitor perjalanan barang sampai ke pihak penerima, berdasarkan info dari pihak pengangkutan dan agen *forwarding* di negara transit atau tujuan.
- 9) Melaksanakan penerimaan barang dari pihak pengangkut.

10) Mengurus izin masuk pada bea cukai serta menyelesaikan bea masuk dan biaya-biaya yang timbul di pelabuhan transit atau tujuan.

Freight forwarder harus memiliki pengetahuan yang sangat luas karena memiliki tanggung jawab atas pengiriman barang antar daerah maupun antar negara. Tanggung jawab dalam hal menjamin pengiriman dari dan sampai tujuan pengiriman terakhir. mempertimbangkan antara pelayanan yang paling sesuai yang disediakan angkutan kapal, transportasi melalui darat, pengangkutan udara, penggunaan container dengan kapasitas besar, dll. Demikian pula kesesuaian dalam pengepakan, pemenuhan, dan persyaratan berbagai kebijakan, termasuk pemenuhan dokumentasi, tarif dan asuransi premium bagi perorangan, termasuknya kewajiban untuk kondisi-kondisi tertentu dan jadwal transit dari berbagai bentuk jasa transportasi yang tersedia; metode yang paling memuaskan dalam menutup penanganan *finansial internasional cargo*, seluruh aspek teknis dalam pengiriman internasional, *marking of cargo*, dan keadaan/peraturan yang berarti dari negara tujuan yang harus dipenuhi oleh eksportir (Susilo, 2008).

Fasilitasi Perdagangan Dalam Rangka Pengiriman Barang

Ukuran yang digunakan untuk menciptakan sebuah perdagangan antar negara yang transparan, konsisten dan dapat diprediksi adalah melalui fasilitasi perdagangan. Hal ini dilakukan berdasarkan pada penyederhanaan dan standarisasi pada prosedur dan praktek kepabeanan, kebutuhan dokumen, operasional kargo dan transit, serta kesepakatan perdagangan dan transportasi. Pengukuran fasilitasi perdagangan ini sesuai dengan yang dinyatakan UNCTAD, (2006) mengenai hal-hal berikut

- 1) Formalitas, prosedur, dokumen, serta pemakaian standar dan surat elektronik dalam transaksi perdagangan.
- 2) Perbaikan dalam pelayanan (transparan, dapat diprediksi, keseragaman), kerangka hukum dan infrastruktur transportasi dan komunikasi dalam arus fisik barang-barang.
- 3) Penyebarluasan informasi seputar perdagangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemerintah, penyedia jasa dan masyarakat, yang idealnya melalui pendirian badan konsultasi seperti badan fasilitasi perdagangan.

Menurut Wilson, *et.al.* (2003), indikator yang dapat dipakai untuk mengukur fasilitasi perdagangan adalah efisiensi pelabuhan atau bandar udara, bea cukai, regulasi dan penggunaan teknologi informasi. Shepherd dan Wilson (2008) dalam penelitiannya untuk membandingkan liberalisasi perdagangan dan fasilitasi perdagangan menggunakan empat indikator yakni perbaikan fasilitas pelabuhan, perbaikan fasilitas bandar udara, penggunaan teknologi informasi dan regulasi pemerintah.

Pengiriman barang dapat dilakukan melalui darat, laut maupun udara, Pengiriman barang antar negara dapat dikategorikan sebagai ekspor ataupun impor. Ekspor adalah perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam ke luar wilayah pabean suatu negara dengan memenuhi ketentuan yang berlaku (Djauhari dan Amirullah, 2002). Adapun menurut Hamdani (2007), Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan

Departemen Jenderal Perdagangan Internasional, Kebijakan Umum Perdagangan Internasional Departemen Perindustrian dan Perdagangan, bahwa yang dimaksud dengan ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean, sedangkan impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean. Perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan ekspor dan impor disebut sebagai eksportir dan importir.

METODE

Teknik yang digunakan untuk menggali lebih dalam atau mengeksplorasi peranan dari *freight forwarder* dalam menunjang aktivitas pengiriman barang ke luar negeri (ekspor) di Indonesia adalah dengan menggunakan metode kualitatif eksploratori. Penelitian eksploratori adalah jenis penelitian yang berusaha mencari ide-ide atau hubungan yang baru yang bertujuan menggali secara luas untuk mendapatkan gambaran dan pemahaman mengenai masalah yang diteliti (Widhiarta dan Sugiharto, 2013). Melalui teknik *experience survey* yaitu dengan wawancara langsung dengan individu-individu yang berpengetahuan atau berpengalaman dalam pengiriman barang baik perusahaan logistic maupun perusahaan pengiriman barang (eksportir) yang ada di Surabaya. Menurut Churchill (2001), *experience survey* merupakan salah satu teknik dari penelitian eksploratori yang berusaha menyerap pengetahuan serta pengalaman dari mereka yang telah mengenal subyek umum yang sedang diselidiki

Data yang diambil berupa data primer yang diperoleh secara langsung (*direct*) melalui *depth interview* menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sudah

dipersiapkan sebelumnya kepada 4 orang informan yaitu 1 orang pemilik jasa *forwarding* yang terlibat langsung dengan eksportir dan 3 orang eksportir yang menggunakan jasa *forwarding* dalam pengiriman barang. Jumlah ini diharapkan ideal dan dapat memberikan gambaran tentang peranan *freight forwarder* dalam menunjang aktivitas ekspor di Indonesia.

Pengolahan data dilakukan dengan membuat transkrip hasil wawancara, kemudian memberi tanda kode (*open coding*) berupa kata kunci terhadap jawaban-jawaban informan berdasarkan transkrip rekaman wawancara yang telah diperoleh. Tanda kode dibuat dan disesuaikan dengan pengertian supaya mempermudah saat mengadakan tabulasi dan analisis. Kode diberikan pada jawaban informan yang telah dipilih yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Setelah itu melakukan tabulasi data dengan mempersiapkan tabel-tabel sesuai dengan elemen-elemen pertanyaan dan item-item melalui *axial coding*. *Selective coding* merupakan hasil riset yang siap untuk data yang telah selesai yaitu data dari *axial coding*.

HASIL DAN DISKUSI

Wawancara telah dilakukan kepada perusahaan logistik dan beberapa eksportir yang berlokasi di Surabaya. Hasil dari wawancara setelah melalui proses pengkodean kemudian melakukan tabulasi (*axial coding*) seperti nampak pada lampiran 1 yang menunjukkan bahwa semua eksportir sudah menjalankan perusahaan lebih dari lima tahun dan mengekspor produknya ke minimal tiga negara tujuan, seperti Bangladesh, Malaysia, India, Jepang, Korea Selatan, Eropa, China, dan Taiwan. Dua dari tiga eksportir pernah melakukan pengiriman barang

sendiri dengan mengurus sendiri semua dokumen yang dibutuhkan untuk proses pengiriman sampai ketujuan. Akan tetapi saat ini semua eksportir menyerahkan pengurusan dokumen dan pengiriman barangnya pada jasa perusahaan logistic (*freight forwarder*), yang dirasa lebih efisien dan simpel, hemat waktu, system pembayaran yang aman, dapat mengurus dokumen ke Bank untuk LC, biaya lebih murah, dan bisa sebagai fasilitator maupun mediator. Hampir semua eksportir menghadapi permasalahan antara lain tentang metode pembayaran, aturan/regulasi di negara tujuan dan keterlambatan dalam pengapalan

Awal pengoperasian dari perusahaan logistik yang diwawancarai adalah bergerak di bidang pelayaran dan *forwarding*. Kegiatan operasional merupakan ujung tombak bagi perusahaan, karena dengan kegiatan operasional perusahaan dapat menjalankan kegiatan usaha jasanya. Pada saat mendapatkan order, bagian operasional segera mengambil DO (*delivery order*) sesuai dengan SI (*shipping instruction*), kemudian mengkoordinasi alat transportasi truk untuk menaikkan container yang tersedia di depo container. Keberadaan usaha ini banyak membantu para eksportir yang ada di Indonesia. Hal ini terbukti dengan penjualan container 40” dan container 20” pada tahun 2011 – tahun 2015 yang mengalami kenaikan, hal ini dapat dilihat di Lampiran 2. Pada Lampiran 2 nampak bahwa penjualan container 40” yang dilakukan perusahaan sejak 2011 sebesar 110 box container terus mengalami peningkatan sampai ke 2013 sebanyak 125 box container, kemudian 2014 turun kembali pada posisi seperti 2012 yaitu sebesar 120 box container, namun setelah itu th 2015 naik lagi lebih tinggi dari 2013 yaitu sebesar 130 box container. Sedangkan untuk box container ukuran 20” cenderung tetap,

yaitu sebanyak 50 box container peningkatan hanya terjadi di tahun 2013 dan 2015 yaitu 55 box container.

Analisis Peran Perusahaan Logistik

Berdasarkan data hasil wawancara terhadap eksportir (*open coding*), yang kemudian ditabulasikan (*axial coding*), maka proses selanjutnya adalah menganalisis hasil dari tabulasi data tersebut yang dinamakan *selective coding*. Analisis dari tabulasi data dapat dikatakan bahwa saat ini eksportir sangat membutuhkan perusahaan jasa logistik (*freight forwarder*) untuk membantu kelancaran pengiriman barangnya, Banyaknya eksportir yang menggunakan jasa perusahaan logistik ini dapat dilihat dari peningkatan yang terjadi pada penggunaan atau penjualan box container yang dikapalkan. Disamping dapat menghemat biaya juga dan waktu karena tidak perlu bersusah payah untuk mengurus dokumen ke beberapa instansi yang terkait pengiriman barang tersebut. Semakin banyaknya perusahaan logistik yang ada akan mempermudah eksportir untuk memilih perusahaan mana yang terbaik dan berpengalaman serta tentu saja yang memiliki harga paling rendah (yang paling bersaing), apalagi diiringi dengan kemudahan melalui teknologi informasi yang semakin canggih saat ini, Perusahaan yang memiliki kinerja terbaik karena berpengalaman tentunya menjadi pilihan utama, namun saran dan informasi dari eksportir lain itupun tetap menjadi pertimbangan. Pentingnya perusahaan logistik bagi eksportir menunjukkan peran yang cukup besar dari perusahaan ini dalam rangka memperlancar dan memudahkan pengiriman barang yang dilakukan oleh eksportir.

Peran Jasa Perusahaan Logistik (*Freight Forwarder*) dalam meningkatkan perdagangan suatu negara tidak dapat diabaikan begitu saja. Banyak unit usaha kecil-menengah khususnya yang terbatas dalam permodalan maupun informasi mengalami kesulitan untuk memasuki pasar internasional karena tidak adanya pengetahuan tentang prosedur ekspor maupun impor. Adanya jasa ini menyebabkan unit-unit usaha kecil dan menengah memiliki peluang untuk mengekspor barangnya keluar negeri dengan mempercayakan pengurusan surat-surat atau dokumen pengiriman barang ke perusahaan logistik. Tanpa kepercayaan diantara perusahaan logistik dan eksportir maka tentunya pengiriman barang akan tersendat, dan membawa pengaruh pada volume ekspor secara keseluruhan. Menurunnya volume ekspor tentunya akan menurunkan penerimaan devisa negara dan kemudian akan menghambat pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu para eksportir dapat meminimalkan biaya mereka karena jasa *freight forwarding* dapat membantu mengkoordinasikan barang mereka untuk sampai ke tujuan melalui jalur dan moda transportasi yang paling efisien.

Besarnya peranan *freight forwarder* dalam ekspor-impor yaitu antara lain melaksanakan pengurusan prosedur dan formalitas dokumentasi yang dipersyaratkan oleh adanya peraturan-peraturan pemerintah negara ekspor, negara transit dan negara impor, melengkapi dokumen-dokumen yang berkaitan dengan *Letter of Credit, Certificate of Receipt, Bill of Lading, Sea Waybill, Air Waybill, House Bill of Lading, Delivery Order* dan sebagainya, dan juga menyelesaikan biaya-biaya yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan transportasi, penanganan muatan di pelabuhan/gudang. Biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh

freight forwarder kemudian akan dibayar kembali oleh pemberi order ditambah dengan biaya jasa pelayanan. (Suyono, 2007).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis yang telah diuraikan sebelumnya adalah:

1. Kondisi global mengharuskan para eksportir menghadapi persaingan harga untuk barang yang akan dijualnya.
2. Agar harga barang tidak menjadi mahal yang disebabkan oleh pengurusan dokumen yang membutuhkan waktu dan biaya yang besar, maka eksportir mempercayakan pengurusannya kpd pihak yaitu perusahaan logistik (*freight forwarder*)
3. Eksportir merasakan adanya kemudahan, efisiensi waktu dan biaya serta pembayaran yang aman dengan menggunakan jasa *forwarder*
4. Semakin banyaknya jasa dibidang logistic, maka memudahkan eksportir dalam memilih perusahaan *freight forwarder*.
5. Meningkatnya jumlah container yang terjual membuktikan semakin besar kepercayaan eksportir pada *forwarder*, dan hal ini menunjukkan peran perusahaan logistic ini terhadap peningkatan pengiriman barang khususnya ke luar negeri (ekspor)

Saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Diperlukannya perbaikan dan pengembangan sarana, prasarana dan infrastruktur yang berkaitan dengan pengiriman barang ke luar negeri, agar tidak terjadi penumpukan barang di pelabuhan atau keterlambatan pengiriman karea kurangnya kapal pengangkut.
2. *Fright orwarder* perlu meningkatkan kualitas pelayanan mengingat semakin banyaknya pesaing yang muncul dibidang jasa logistik.
3. Agar tetap dapat dipercaya selain pelayanan yang perlu ditingkatkan juga fleksibilitas dan kemudahan dalam pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Cateora, P.R., dan J.L. Graham, 2007, *Pemasaran Internasional*, Edisi 13 Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Djauhari Ansyar dan Amirullah, 2002, *Teori dan Praktek Ekspor-Import*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamdani, 2007, *Seluk Beluk Perdagangan Ekspor – Import*, Jakarta: Yayasan Bina Usaha Niaga Indonesia.
- Hovey Craig, and Gregory Rehmke, 2009, *The Complete Ideal's Guides to Global Economics*, cetakan kesatu, alih bahasa Tri Wibowo , Global Interpratama offset, Jakarta: Prenada.
- Junaedy, Agoes dan Adi Kusrianto, 2014, *Buku Pintar Ekspor Indonesia : Menghadapi Implementasi Komunitas Ekonomi ASEAN*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, 2002 Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium II, Jakarta: Prehallindo
- Shepherd, B. and J.S. Wilson, 2008, *Trade Facilitation in ASEAN Member Countries*, USA: World Bank.
- Susilo, Andi, 2008, *Buku Pintar Ekspor-Import*, Jakarta Selatan: Trans Media.
- Suyono, 2007, *Shipping: Pengangkutan Intermodal Ekspor Import Melalui Laut*, Jakarta: Penerbit PPM.
- Tambunan, Tulus, 2004, *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*, cetakan pertama, Jakarta: Graha Indonesia.
- UNCTAD, 2006, *Trade Facilitation, Handbook Part I National Facilitation Bodies : Lessons From Experience*, United Nations, New York and Geneva.
- Wilson John S., C.L. Mann, T. Otsuki, 2003, *Trade Facilitation and Economic Development : Measuring Impact, Policy Research Working Paper, 2988*, World Bank,.