

**PROSES BONGKAR, MUAT, DAN STUFFING YANG DILAKUKAN OLEH KRANI
DAN OPERATOR PADA PT. SEGARA PASIFIC MAJU**

Kevin Markus¹, Tresna Rismaya², Pian Alfiansyah³
Program Studi Manajemen Logistik
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Logistik Indonesia Bandung

Correspondence		
Email: kevinmarkus527@gmail.com	No. Telp: 087893567526	
Submitted 22 Juli 2024	Accepted 25 Juli 2024	Published 1 Agustus 2024

ASBTRACT

PT. Segara Pacific Maju (SPM) merupakan sebuah perusahaan jasa pelayanan yang melayani Depot, Gudang Logistik, dan Transportasi di Jakarta Indonesia. Omset produksi tahunan perusahaan adalah sekitar 20%, keberhasilan pada omset yang dimiliki oleh perusahaan tidak terlepas dari keterampilan manajemen perusahaan yang dibantu oleh tim yang kuat dari sumber daya manusia yang kompeten secara teknis, sehingga memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan dan membuat perusahaan tetap stabil dalam jasa pelayanan pengangkutan abrang. Kemudian, PT. Segara Pacific Maju (SPM) juga memiliki pergudangan dan transportasi yang efisien sehingga cukup diminati oleh klien / customer yang menggunakan jasa pada perusahaan PT. Segara Pacific Maju (SPM). Selain kelancaran operasional, kesuksesan PT. Segara Pacific Maju (SPM) juga didukung oleh sumber daya jaringan yang luas, baik secara lokal maupun perusahaan asosiasi diluar negeri, agensi dan kantor perwakilan. Setelah melaksanakan kegiatan kerja praktik/magang selama 3 minggu (21 hari) penulis ditempatkan pada bagian Pergudangan, Bongkar Muat dan Stuffing, dalam melaksanakan kerja praktik, penulis juga melihat langsung kedatangan Truck Kontainer dan proses bongkar muat yang ada di gudang oleh pihak Krani. Maka penulis mengangkat masalah yang terdapat di lapangan yaitu “Kurangnya Krani Dan Operator Dalam Gudang Dalam Proses Bongkar Muat Dan Stuffing Barang”. Keterbatasan Krani Dan Operator dalam gudang sangat besar dikarenakan dalam melakukan proses bongkar muat dan stuffing barang menjadi sangat lambat sehingga sering terjadi penumpukan dan komplain dari supir truck dan Forwarder,

1. Pendahuluan

A. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Segara Pacific Maju (SPM) merupakan sebuah perusahaan jasa pelayanan yang melayani Depot, Gudang Logistik, dan Transportasi di Jakarta Indonesia. Omset produksi tahunan perusahaan adalah sekitar 20%, keberhasilan pada omset yang dimiliki oleh perusahaan tidak terlepas dari keterampilan manajemen perusahaan yang dibantu oleh tim yang kuat dari sumber daya manusia yang kompeten secara teknis, sehingga memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan dan membuat perusahaan tetap stabil dalam jasa pelayanan pengangkutan abrang. Kemudian, PT. Segara Pacific Maju (SPM) juga memiliki pergudangan dan transportasi yang efisien sehingga cukup diminati oleh klien / customer yang menggunakan jasa pada perusahaan PT. Segara Pacific Maju (SPM). Selain kelancaran operasional, kesuksesan PT. Segara Pacific Maju (SPM) juga didukung oleh sumber daya jaringan yang luas, baik secara lokal maupun perusahaan asosiasi diluar negeri, agensi dan kantor perwakilan.

B. Sejarah Perusahaan

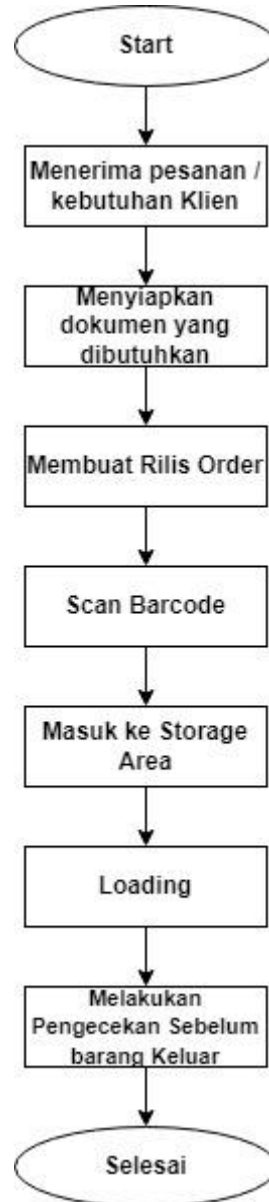
PT. Segara Pacific Maju (SPM) didirikan pada tahun 1990 dengan visi melayani Depot, Gudang Logistik dan Pengangkutan (transportasi), awalnya, sejarah dari didirikannya PT. Segara Pacific Maju (SPM) ini karena permintaan klien / customer pada bidang logistik meningkat setiap tahunnya, baik itu terkait jasa pelayanan depot, permintaan untuk Logistik CFS/Pergudangan dan juga servis di bagian Transportasi. Oleh sebab itu, akhirnya PT. Segara Pacific Maju (SPM) didirikan pada tahun 1990. PT. Segara Pacific Maju (SPM) juga akhirnya dibangun karena melihat peluang dan kebutuhan yang sangat tinggi dari masyarakat di seluruh dunia terhadap Logistik, berhubung dalam konsep pasokan barang dari daerah satu ke daerah lain perlu menggunakan transportasi sebagai media perpindahan barang. PT. Segara Pacific



Maju terletak sekitar 4,2 KM dari Pelabuhan Utama Jakarta (Tanjung Priok), dan memiliki operasional m² ruang 57.000 untuk Depot, CFS/Pergudangan dan Layanan Transportasi.

2. PROSES KERJA

A. *Flowchart* Proses Kerja



Gambar 2. 1
***Flowchart* Proses Kerja**

Berdasarkan flowchart proses kerja, maka klien / customer akan menghubungi perusahaan terkait kebutuhan jasa yang dibutuhkan, misalnya adalah PT FPS akan mengirim barang ke Gudang PT. Segara Pacific Maju (SPM) untuk di ekspor, setelah barang dari klien telah tiba, selanjutnya perusahaan akan melakukan pengecekan terhadap dokumen – dokumen yang diperlukan dalam proses Ekspor barang seperti dokumen PKB, PEB, dll. Selanjutnya, perusahaan akan membuat rilis order sebelum barang masuk ke *Storage Area*. Kemudian, dari *Storage Area*, barang milik klien yang akan dikirim terlebih dahulu akan dimuat oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan container. Selesai di muat, maka selanjutnya adalah

bagian terakhir sebelum barang keluar yaitu dilakukan pengecekan Kembali. Jika semuanya sudah aman, maka barang bisa segera keluar dari Gudang.

B. Ruang Lingkup Warehouse

Salah satu bagian yang ditempati oleh Penulis ketika melakukan kegiatan kerja Praktikum adalah menjadi bagian dari Staff Gudang. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis diantaranya adalah melakukan proses bongkar muat atau staffing barang ketika barang akan masuk atau akan keluar dari gudang, selanjutnya, kegiatan yang dilakukan adalah meminta surat jalan yang sudah diterima dan dinyatakan aman oleh perusahaan. Selanjutnya, penulis dan rekan kerja lainnya mendata barang berdasarkan ukuran Panjang x Lebar untuk mendapatkan kubikasi dalam proses staffing karena, ukuran ini nantinya akan mempengaruhi container yang diambil, karena container tersebut harus sesuai dengan barang.

Selanjutnya, yaitu membuat surat laporan yang bernama *tally sheet*, *tally sheet* merupakan suatu proses ketika barang akan masuk ke Gudang dimana staff Gudang diharuskan membuat surat laporan, setelah selesai membuat surat laporan, maka surat tersebut akan dikirim ke kantor untuk dicek, jika sudah dicek maka kantor akan menginformasikan ke pihak perusahaan yang memiliki barang (klien). Apabila sudah tidak ada kendala, maka seluruh karyawan di Gudang akan mendata Kembali barang – barang agar tidak terjadi kesalahan atau miss.

C. Flowchart Proses Kerja di Warehouse

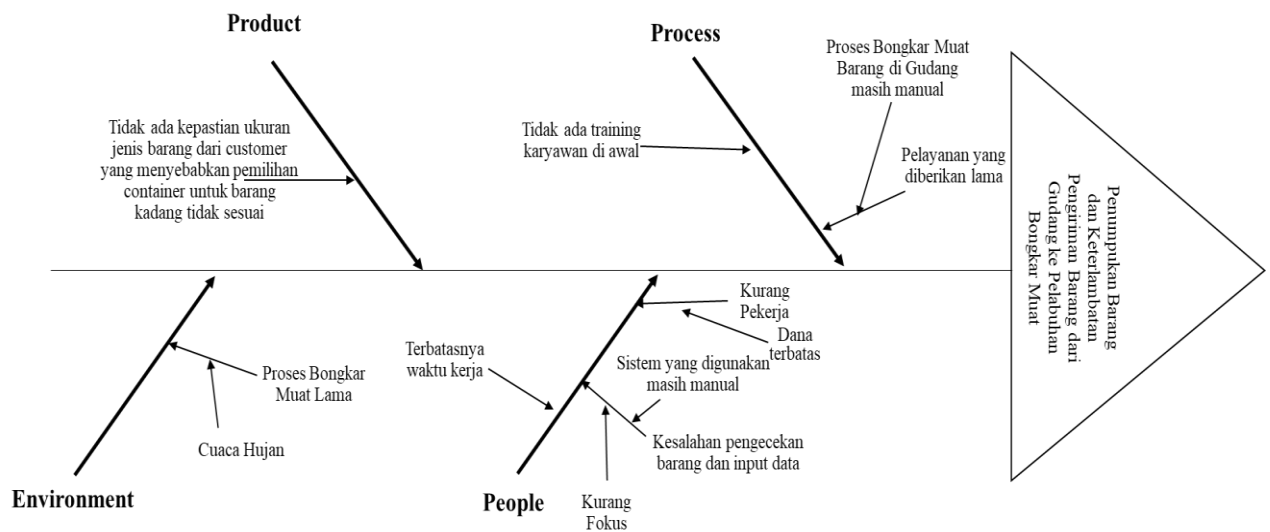


Gambar 2. 2
Flowchart Proses Kerja di Warehouse

3. ANALISIS MASALAH DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Permasalahan

Dalam pelaksanaan kerja praktik, penulis menemukan permasalahan yang terjadi pada proses bongkar muat barang yang sering terjadi pada saat barang akan masuk ke Gudang maupun keluar dari gudang di pelabuhan. Pada permasalahan tersebut didasari oleh faktor kurangnya jumlah krani dan operator, sehingga menyebabkan penumpukan barang di Gudang dan komplain dari pihak supir maupun *forwarder*. Dari permasalahan yang ada, maka proses kegiatan digudang memakan waktu yang lama dan menyebabkan perusahaan rugi dalam biaya operasional gudangnya, dimana proses kegiatan tersebut berupa memantau penerimaan & pengeluaran barang di gudang; mencatat keluar masuk barang di buku stock & sistem; melakukan dan mengatur proses bongkar muat barang sesuai dengan surat jalan; menjaga keakuratan data stock manual & sistem ; actual menjaga dan menjalankan. Dari permasalahan diatas, penulis membuat fishbone diagram untuk mencari akar penyebab permasalahan yang terjadi baik penyebab utama maupun akar masalah dari penyebab utama tersebut. Hasil analisis fishbone dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Gambar 3.1
Fishbone Diagram

Penjelasan:

a) People

- Kurangnya pekerja dalam kegiatan kranai dan operator mengakibatkan penumpukan barang di gudang dan komplain dari pihak supir maupun forwarder, dimana yang disebabkan oleh dana yang terbatas dari perusahaan sehingga belum adanya penambahan karyawan.
- Kesalahan pengecekan barang masuk dan keluar dari gudang dan penginputan data barang menyebabkan pelayanan yang dilakukan lama, dimana kesalahan tersebut sering terjadi dikarenakan kurang fokusnya karyawan terhadap suatu pekerjaannya.

b) Process

- Tidak adanya training terlebih dahulu untuk karyawan di awal masa pekerjaannya, sering terjadi kesalahan – kesalahan yang dilakukan karyawan disebabkan oleh tidak adanya training yang diberikan oleh perusahaan, dimana dengan minimnya biaya yang dimiliki sehingga belum dapat memberikan training awal.
- Pelayanan yang diberikan oleh pihak gudang ke supir dan forwarder lama, dimana kegiatan tersebut sering terjadi dikarenakan proses bongkar muat barang di gudang masih manual, belum lengkapnya alat bantu yang ada pada di gudang menyebabkan proses bongkar muat masih kebanyakan manual.

c) Product

- Tidak ada kepastian ukuran jenis barang dari customer yang menyebabkan pemilihan container untuk barang kadang tidak sesuai

d) Enviroment

- Proses bongkar muat lama, sering terjadinya proses bongkar muat lama disebabkan oleh faktor cuaca hujan, dimana jika terjadi hujan menyebabkan bongkar muat ditunda terlebih dahulu sampai tidak hujan lagi.

B. Pemecahan Masalah

Setelah melihat permasalahan yang ada di proses bongkar muat yang ada pada gudang pelabuhan, maka ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu :

1. Aspek Transportasi :

Adanya penambahan alat bantu bongkar muat di gudang. Pihak gudang harus mengeluarkan biaya lebih untuk menambah beberapa jenis alat bantu proses bongkar muat di Pelabuhan, seperti :

- HMC atau Harbour Mobile Crane yang memang cocok untuk mengangkat kontainer besar sebab punya daya angkut sebesar 100 ton.
- RS atau Reach Stacker yang memiliki spreader sehingga dipakai untuk menaik-turunkan kontainer.
- FL yaitu Fork Lift yang juga berfungsi menaik-turunkan kontainer dengan kapasitas maksimal 32 ton.
- RTG atau Rubber Tyred Gantry yang digunakan untuk memindahkan kontainer di sebuah tumpukan agar lebih mudah diambil atau ditata ulang.
- CC yaitu Container Gantry Crane yang dipasang permanen di tepi dermaga yang memiliki rel untuk mengangkat kontainer dengan jarak jauh.

2. Aspek SDM:

Perekrutan Pegawai baru. Pihak gudang harus melakukan perencanaan untuk perekrutan pegawai baru dengan tujuan untuk dapat mengoptimalkan kegiatan proses bongkar muat di gudang untuk pengiriman barang maupun barang yang masuk ke gudang sehingga target dapat tercapai yang berdampak pada kenaikan penghasilan perusahaan.

4. PENUTUP

A. Deskripsi Kegiatan

Setelah melaksanakan kegiatan kerja praktik/magang selama 3 minggu (21 hari) penulis ditempatkan pada bagian Pergudangan, Bongkar Muat dan Stuffing, dalam melaksanakan kerja praktik, penulis juga melihat langsung kedatangan Truck Kontainer dan proses bongkar muat yang ada di gudang oleh pihak Krani. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis diantaranya adalah melakukan proses bongkar muat barang ketika barang akan masuk atau akan keluar dari gudang, selanjutnya, adalah meminta surat jalan yang sudah diterima dan dinyatakan aman oleh perusahaan lalu mendata barang berdasarkan ukuran Panjang x Lebar untuk mendapatkan kubikasi dalam proses staffing karena, ukuran ini nantinya akan mempengaruhi container yang diambil.

Selanjutnya, membuat surat laporan yang bernama *tally sheet*, *tally sheet* merupakan suatu proses ketika barang akan masuk ke Gudang dimana staff Gudang diharuskan membuat surat laporan, setelah selesai membuat surat laporan, maka surat tersebut akan dikirim ke kantor untuk dicek, jika sudah dicek maka kantor akan menginformasikan ke pihak perusahaan yang memiliki barang (klien).

Berikut ini merupakan beberapa foto saya selama magang,



Gambar 4. 1
Proses Bongkar Muat Barang dan Pengepakan Barang



Gambar 4. 2 Proses Pemindahan Barang

Referensi

- ADYANTO, B. C., & SANTOSA, S. B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Berrybenka. com) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Aldi, Andika, & Annisa. (2020, May 22). Perbankan Syariah Memiliki Keunggulan di Masa Pandemi Covid-19. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah.
- Azmi, M. W., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Pada Pembelian Elektronik Di Marketplace Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1610-1618.

- Azzahara, K. (2023). Pengaruh Emotional Branding Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan (Studi Mahasiswa Prodi Ilmu Ekonomi FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Badjuri, D. (2013). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Perangkat Desa Pagandon Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Administrasi CENDEKIA*, 6(1).
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2014). *Electronic Data Processing*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological forecasting and social change*, 96, 40-50.
- dan Sopiah, S. (2013). *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Development, S. M. (2020, December 11). Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah 2021 – Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII. <https://fecon.uui.ac.id>. <https://fecon.uui.ac.id/blog/2020/12/12/peluang-dan-tantangan-perbankan-syariah-2021/>
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023, May). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) (Vol. 2, pp. 189-199)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ilimiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen*.
- Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik.
- Jafar Shiddiq, M., & Raudatul, P. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (PERBANKAN SYARIAH). In [pa-martapuraokut.go.id](http://www.pa-martapuraokut.go.id). http://www.pa-martapuraokut.go.id/images/jurnal_Bank_syariah_Jafar.pdf
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K, L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Keller, K, L. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. P., and Keller. K. L. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Langton, N. Robbins, P, S. And Judge, A, T. (2016). *Organizational Behaviour*. Seventh Canadian Edition.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding Customer Experience*. Harvard. Business Publishing, Boston, MA.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 90, 16-38.
- Pranoto, R. G. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.
- Priansa, D, J. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Puspaningtyas, L. (2020a, May 4). Sejauh Mana Dampak Covid-19 Terhadap Bank Syariah? *Republika.co.id*. <https://republika.co.id/berita/q9sq59383/sejauh-mana-dampak-covid19-terhadap-bank-syariah>
- Putra, D. (2021, January 25). Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di 2021. *Infobanknews*. <https://infobanknews.com/topnews/peluang-dan-tantangan-perbankan-syariah-di-2021/>
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Yoghurt di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 62-69.
- Sagala, N. C. R. I., Purbawati, D., Listyorini, S., & Nurseto, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Pegguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 266-275.
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-Wom dan costumer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *MBR (Management and Business Review)*, 1(2), 106-115.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Yogyakarta : Andi, 2014 ISBN 978-979-29-3575-2
- Sangadji, Etta Mamang. (2010). "Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis Dalam Penelitian". Yogyakarta : Andi
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra merek, harga dan promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada PT. Pegadaian (Persero) cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).
- Schiffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Branda*. NewYork: FreePas.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Branda*. NewYork: FreePas.
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380-388.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi bisnis pemasaran*.
- Yusnia, Y., & Burhanudin, A. Y. (2020). Costumer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pusat Grosir Solo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 463826.