

## **Interview dengan Rupesh Jain, 8 Oktober 2009**

### **Pertanyaan:**

**P : Sebutkan nama dan posisi Anda di korporasi A.P. Moller – Maersk (APMM)**

*J : Nama Saya Rupesh Jain. Saya adalah CCO (Chief Commercial Officer) MCC Transport, salah satu anak perusahaan korporasi A.P. Moller – Maersk.*

**P : Mengenai kawasan Intra-Asia, apa yang terjadi dengan kawasan ini? Apa yang menarik dengan kawasan ini?**

*J : Kawasan Intra-Asia merupakan kawasan yang sedang berkembang pesat dewasa ini. Sejak kegiatan ekonomi mulai berpindah dari kawasan Eropa dan Amerika ke kawasan ini, membuat Intra-Asia perlahan-lahan menjadi pusat perekonomian dunia yang baru. Banyak kegiatan perdagangan berlangsung di sini, di kawasan Intra-Asia sendiri. Terlebih lagi dengan China bergabung dengan perdagangan bebas, aktivitas perdagangan di kawasan ini pun semakin ramai. Dan ini berimbas kepada arus lalu lintas pengiriman barang melalui jasa pengangkutan peti kemas yang semakin ramai pula. Kawasan Intra-Asia diperkirakan akan terus berkembang dalam waktu yang cukup lama dan mengingat kemerosotan yang dialami oleh kawasan Eropa dan Amerika, sudah tentu Intra-Asia menjadi sorotan dunia saat ini.*

**P : Dan apakah kawasan Intra-Asia menarik perhatian APMM untuk bermain di dalamnya?**

*J : Tentu saja. Korporasi pastinya tidak mau ketinggalan kesempatan ini. Melihat kondisi dunia saat ini, Intra-Asia merupakan ‘kunci’ untuk mempertahankan kelangsungan hidup korporasi di dunia pelayaran dan jasa angkut peti kemas. Akan tetapi, ini bukan kali pertama bagi Korporasi berbisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas di kawasan Intra-Asia. Melalui Maersk Line, anak perusahaannya, Korporasi sudah bermain di kawasan ini walaupun hasilnya tidak memuaskan, hanya kurang lebih 2% dari total volume yang ada di kawasan Intra-Asia. Oleh karena itu, Korporasi mencoba mengevaluasi kegagalan sebelumnya, mencoba mempelajari dan melihat bagaimana korporasi bisa meningkatkan porsi pasarnya.*

**P : Spesifik kepada bisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas di kawasan Intra-Asia, apakah merupakan hal yang gampang untuk memulai bisnis ini di kawasan Intra-Asia?**

*J : Bukanlah hal yang gampang untuk bergabung dan memulai bisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas di kawasan ini. Intra-Asia merupakan kawasan dengan harga jual rendah dan profit yang rendah pula. Jangan mengharapkan profit yang tinggi dalam waktu singkat. Selain itu, banyak hal lain yang diminta oleh Intra-Asia kepada pebisnis jasa angkut peti kemas sehingga modal dan jaringan relasi dan kerjasama yang tinggi sangat dibutuhkan di sini. Saat ini saja yang cukup berperan di kawasan ini adalah pemain-pemain lama seperti RCL, SSL, dengan cakupan jaringan rute pelayaran yang luas, sedangkan beberapa pemain kecil hanya bermain di porsi kecil jaringan rute pelayaran di kawasan Intra-Asia.*

**P : Bagaimana dengan pelanggan jasa angkut peti kemas di kawasan ini? Apakah peranan mereka sangat tinggi bagi bisnis jasa angkut peti kemas di Intra-Asia?**

*J : Perdagangan di kawasan Intra-Asia ini sangat tinggi, oleh karena itu mayoritas pelanggan langsung jasa angkut peti kemas adalah para perusahaan trading atau forwarding yang mengatur pengiriman barang eksportir dan importir, walaupun di sini juga ada pelanggan-pelanggan yang merupakan eksportir atau importir langsung. Merupakan hal yang lumrah dalam berbisnis dimana menginginkan biaya yang kecil dan profit yang besar. Berbisnis di kawasan dengan harga jual dan profit rendah, sudah pasti selisih harga - walaupun sedikit - diantara pengusaha jasa angkut peti kemas juga menjadi perhitungan. Dan inilah yang banyak dilakukan oleh para trading dan forwarding. Mereka membandingkan harga dan mencoba menurunkan harga jual jasa angkut peti kemas. Jika ada perusahaan jasa angkut peti kemas yang memiliki harga jual sesuai dengan kemauan mereka, trading dan forwarding itu pun dengan gampang dapat berpindah dan menggunakan jasanya. Dalam segi harga, pelanggan sangat mempengaruhi bisnis jasa angkut peti kemas di kawasan Intra-Asia.*

**P : Mengenai pemasok, apakah pemasok memiliki pengaruh yang besar dalam bisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas di Intra-Asia?**

*J : Hal-hal utama yang dibutuhkan dalam bisnis ini antara lain bahan bakar minyak, peti kemas, kapal, dan pelabuhan. Sebagian besar perusahaan pelayaran dan jasa angkut peti kemas pastinya memiliki unit peti kemas dan kapal, walaupun banyak juga yang*

*mendapatkannya melalui penyewaan peti kemas dan kapal. Ini lebih murah dibandingkan dengan memiliki unit peti kemas dan kapal sendiri, akan tetapi akan sangat bergantung kepada pemasok. Begitu juga halnya dengan bahan bakar minyak dan jasa pelabuhan, perusahaan pelayaran dan jasa angkut peti kemas akan sangat bergantung kepada pemasok-pemasok tersebut.*

**P : Adakah jasa/usaha pengganti jasa angkut peti kemas di kawasan Intra-Asia?**

**Apakah jasa/usaha pengganti ini dapat menarik pelanggan jasa angkut peti kemas dan menyebabkan pelanggan menggunakan jasa/usahanya?**

*J : Satu-satunya jasa pengiriman barang yang dapat dibandingkan dengan jasa angkut peti kemas adalah jasa pengiriman barang lewat udara (airfreight). Akan tetapi berbeda dengan jasa angkut peti kemas lewat laut, pengiriman barang lewat udara sangat mahal dan kuantitas barang yang dikirimkan tidak sebanyak pengiriman lewat laut. Oleh karena itu, jasa pengiriman barang lewat barang sebagai jasa alternatif.*

**P : Dari semua ini, apakah APMM yakin dapat bermain dan meraih porsi pasar yang besar di kawasan Intra-Asia?**

*J : Tentu saja. Korporasi bukanlah pemain asing di bisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas di kawasan Intra-Asia ini. Akan tetapi untuk dapat meraih porsi pasar yang besar, strategi baru dibutuhkan akan kegagalan lampau tidak terulang.*

**P : Apa yang menyebabkan kegagalan APMM dalam berbisnis di kawasan Intra-Asia?**

*J : Bisnis pelayaran dan jasa angkut peti kemas dijalankan oleh Maersk Line, salah satu anak perusahaan APMM. Akan tetapi Maersk Line merupakan pebisnis angkut peti kemas yang berpengalaman di jarak tempuh panjang dan tipe bisnis Maersk Line tidak sesuai dengan kawasan Intra-Asia yang berjarak tempuh pendek. Oleh karena itu, Maersk Line gagal meraih porsi pasar yang besar di kawasan ini.*

**P : Apa yang dilakukan APMM untuk memperbaiki ini? Apa kekuatan APMM di sini?**

*J : Korporasi memiliki banyak anak perusahaan yang bergerak di bisnis atau industri yang berbeda, salah satunya adalah MCC Transport yang bergerak di bisnis feeder sebagai feeder operator di kawasan Asia. Nama MCC Transport untuk kawasan Asia sudah banyak dikenal dan MCC Transport berpengalaman menjalankan bisnis pelayaran di kawasan Asia. Oleh karena itu, MCC Transport pantas untuk menjalankan bisnis*

*pelayaran dan jasa angkut peti kemas APMM di kawasan Intra-Asia. Intra-Asia merupakan kawasan dengan profit rendah, dan untuk dapat bersaing di sini maka harus dapat mengurangi biaya operasional. Dan dengan menggabungkan kekuatan Maersk Line dan kekuatan MCC Transport, korporasi yakin dapat bermain dan meraih porsi pasar yang besar di kawasan Intra-Asia.*



## BISNIS CONTAINER SHIPPING DI KAWASAN INTRA-ASIA

1. Sebutkan nama Anda dan nama perusahaan tempat Anda bekerja.

Jawaban:

Indah / Freight Liner Indonesia

2. Bagaimana potensi bisnis pengiriman barang melalui laut (*seafreight*) di kawasan Intra-Asia?

Jawaban:

So far masih menjanjikan

3. Siapa saja pemain (*carrier*) dalam bisnis pelayaran peti kemas (*container shipping*) di kawasan Intra-Asia? Apakah mereka pemain lama?

Jawaban: Hapag, evergreen, Samin, NYK, Sinokor, GSL

4. Bagaimana hubungan diantara pemain-pemain tersebut? Apakah persaingan diantara mereka bersifat tinggi? Jika iya, dalam hal apakah mereka bersaing? Harga, rute pelayaran, atau yang lainnya?

Jawaban: Relatif ok. Rute, Final dest, sailing schedule dan yg paling utama adalah harga.

Bahkan kadang, bg shipper service adalah no 2.

5. Adakah pemain atau *carrier* baru yang berbisnis container shipping di kawasan Intra-Asia dewasa ini? Jika ada, sebutkan nama-namanya.

Jawaban: Ada. Jitiki line, Mariana Express, Intan Nusa

6. Apakah pemain baru tersebut berpengaruh besar dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia?

Jawaban: Ya, mereka agresive dalam offer harga, dan schedule mereka lumayan ok

7. Menurut Anda, apakah mudah bagi suatu perusahaan untuk membuka bisnis baru dan turut bermain di dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia? Jelaskan alasan Anda.

Jawaban: Untuk saat ini persaingan sangat ketat, dikarenakan perang harga, hal ini sangat menguntungkan shipper, akan tetapi mungkin akan menyulitkan bagi pemain / shipping baru.

***Terima Kasih atas partisipasi Anda***

## BISNIS CONTAINER SHIPPING DI KAWASAN INTRA-ASIA

1. Sebutkan nama Anda dan nama perusahaan tempat Anda bekerja.

Jawaban:

Elvi / pt. pacific translog

2. Bagaimana potensi bisnis pengiriman barang melalui laut (*seafreight*) di kawasan Intra-Asia?

Jawaban: Pelabuhan Belawan mempunyai potensi yang besar untuk sector ini

3. Siapa saja pemain (*carrier*) dalam bisnis pelayaran peti kemas (*container shipping*) di kawasan Intra-Asia? Apakah mereka pemain lama?

Jawaban: Hapag Lloyd, RCL, APL, WANHAI, HANJIN, MOL, K Line (old player)

4. Bagaimana hubungan diantara pemain-pemain tersebut? Apakah persaingan diantara mereka bersifat tinggi? Jika iya, dalam hal apakah mereka bersaing? Harga, rute pelayaran, atau yang lainnya?

Jawaban: hal yg sangat berpengaruh adalah rate dan transit time.

5. Adakah pemain atau *carrier* baru yang berbisnis container shipping di kawasan Intra-Asia dewasa ini? Jika ada, sebutkan nama-namanya.

Jawaban: CMA CGM, MISC

6. Apakah pemain baru tersebut berpengaruh besar dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia?

Jawaban: selama 3 bulan terakhir CMA CGM and MISC memberikan harga lebih rendah di banding Shipping Line lain.

7. Menurut Anda, apakah mudah bagi suatu perusahaan untuk membuka bisnis baru dan turut bermain di dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia? Jelaskan alasan Anda.

Jawaban: mereka akan mudah mendapatkan customer dengan rate yang murah, tetapi belum tentu memberikan keuntungan dalam jangka panjang.

***Terima Kasih atas partisipasi Anda***

## BISNIS CONTAINER SHIPPING DI KAWASAN INTRA-ASIA

1. Sebutkan nama Anda dan nama perusahaan tempat Anda bekerja.  
Jawaban: Renny Asmarani / GOODYEAR
2. Bagaimana potensi bisnis pengiriman barang melalui laut (*seafreight*) di kawasan Intra-Asia?  
Jawaban: 70% to Asia
3. Siapa saja pemain (*carrier*) dalam bisnis pelayaran peti kemas (*container shipping*) di kawasan Intra-Asia? Apakah mereka pemain lama?  
Jawaban: RCL, NYK, WANHAI, APL, PIL, K-LINE
4. Bagaimana hubungan diantara pemain-pemain tersebut? Apakah persaingan diantara mereka bersifat tinggi? Jika iya, dalam hal apakah mereka bersaing? Harga, rute pelayaran, atau yang lainnya?  
Jawaban: Service (T/T), freight rate
5. Adakah pemain atau *carrier* baru yang berbisnis container shipping di kawasan Intra-Asia dewasa ini? Jika ada, sebutkan nama-namanya.  
Jawaban: N/A
6. Apakah pemain baru tersebut berpengaruh besar dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia?  
Jawaban: N/A
7. Menurut Anda, apakah mudah bagi suatu perusahaan untuk membuka bisnis baru dan turut bermain di dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia? Jelaskan alasan Anda.  
Jawaban: Tidak Mudah

*Terima Kasih atas partisipasi Anda*

## BISNIS CONTAINER SHIPPING DI KAWASAN INTRA-ASIA

1. Sebutkan nama Anda dan nama perusahaan tempat Anda bekerja.  
Jawaban: Precilia Caroline, PT. Pacific Translog
2. Bagaimana potensi bisnis pengiriman barang melalui laut (*seafreight*) di kawasan Intra-Asia?  
Jawaban: Sangat Besar
3. Siapa saja pemain (*carrier*) dalam bisnis pelayaran peti kemas (*container shipping*) di kawasan Intra-Asia? Apakah mereka pemain lama?  
Jawaban: Evergreen, Samudera Indonesia, RCL, Yangming, K-Line, Haspul, Newship, Cosco dan China Shipping
4. Bagaimana hubungan diantara pemain-pemain tersebut? Apakah persaingan diantara mereka bersifat tinggi? Jika iya, dalam hal apakah mereka bersaing? Harga, rute pelayaran, atau yang lainnya?  
Jawaban: Tidak terlalu tinggi
5. Adakah pemain atau *arrier* baru yang berbisnis container shipping di kawasan Intra-Asia dewasa ini? Jika ada, sebutkan nama-namanya.  
Jawaban: Carrier tidak ada pemain baru, yang ada hanya MCC, yang lain NVOCC
6. Apakah pemain baru tersebut berpengaruh besar dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia?  
Jawaban: Ya, karena memberikan pilihan routing dan harga yang competitive.
7. Menurut Anda, apakah mudah bagi suatu perusahaan untuk membuka bisnis baru dan turut bermain di dalam bisnis container shipping di kawasan Intra-Asia? Jelaskan alasan Anda.  
Jawaban: Untuk pemain baru bila di dukung nama besar seperti MCC seharusnya tidak terlalu sulit asalkan di dukung oleh service yang baik. Pemain intra Asia yang paling di utamakan adalah service dan kemudahan. System yang kaku akan sulit berkembang di industry ini kecuali dapat menawarkan harga yang murah. Contohnya cap koreksi.

***Terima Kasih atas partisipasi Anda***



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Gema Mutia  
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 31 Agustus 1981  
Alamat : Jl. Bulan Raya Blok 1 No. 9, Pondok Mekarsari Permai,  
Mekarsari – Cimanggis- Depok 16952  
Email : g\_mutia@yahoo.com  
Status : Menikah

### Pendidikan

- 2007 – 2009, mahasiswi Pasca Sarjana Ilmu Administrasi kekhususan Administrasi Bisnis Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- 1998 – 2003, Sarjana Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran.

### Pekerjaan

- 2004 – 2005, Personal Assistant Sales Manager, PT. Bank Niaga, Tbk.
- 2005 – 2008, Call Centre Supervisor, Maersk Line, PT. Maersk Indonesia.
- 2008 – 2009, Customer Service Manager, MCC Transport, PT. Maersk Indonesia
- 2009 – sekarang, Route Management, MCC Transport Singapore, Pte. Ltd.