

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini pertumbuhan bisnis di Indonesia terus berkembang, salah satunya di bidang logistik. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, pergudangan, serta aktivitas logistik lainnya banyak lahir perusahaan logistik yang terus berkembang dan bersaing guna merebut pasar. Logistik telah menjadi kebutuhan terutama untuk yang skala bisnisnya sudah lintas daerah, lintas pulau, maupun lintas negara. Semua individu membutuhkan jasa logistik yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan dan *dihandle* sampai pada waktu dan tempat yang tepat, aman dan terjamin. Dalam kegiatan pemasaran logistik berhubungan dengan distribusi yaitu menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia.

Pendistribusian barang dan jasa merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting di dalam suatu perusahaan, barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan akan bermanfaat dan memiliki nilai ekonomis apabila dapat sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu sesuai kebutuhan. Peran distribusi yang dapat memenuhi kebutuhan, tepat waktu, dan sesuai dari segi harga merupakan faktor-faktor penentu keberhasilan fungsi distribusi dari produsen ke konsumen. Tidak adanya *control* terhadap pendistribusian barang dapat menyebabkan kerugian besar bagi perusahaan. Distribusi akan melibatkan pergerakan dan penyimpanan produk dari gudang ke konsumen dengan pertambahan nilai dari produk (Wibawa, Ari 2013).

PT. *Republic Express* yang dikenal dengan nama RPX adalah pionir pengiriman logistic terpadu (*One Stop Logistics*) dengan pengalaman lebih dari 30 tahun di Indonesia. Perusahaan ini mendukung industri dan perdagangan baik dalam pertukaran barang domestik dan internasional meliputi: transportasi darat, pengiriman udara dan laut di seluruh dunia,

kontrak logistik, manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management*), serta pergudangan transit dan *logistic*. RPX membawa inovasi pengiriman yang mendukung proses bisnis, memberikan pengalaman bermakna bagi pelanggan yang dapat mempermudah proses pengiriman. Memiliki karyawan lebih dari 1.700 karyawan di lebih dari 40 kota di seluruh Indonesia.

RPX menerima layanan-layanan logistik seperti: ecommerce, ekspres internasional, gudang logistik, distribusi, ekspres domestik *Business to Business (B2B)*, jasa pengiriman barang, kepabeanan, *enabler*, dan gudang transit.

RPX ber-lokasi di Jl. Ciputat Raya No.99, Pondok Pinang, Jakarta Selatan 12310 yang memiliki visi dalam menjalankan perusahaan yaitu RPX berkomitmen untuk memberikan layanan *One Stop Logistics* melalui para karyawan, manajemen, dan para mitra perusahaan yang didukung oleh teknologi terkini dan para praktisi bisnis. Setiap orang di perusahaan RPX *group* akan menjalin hubungan yang saling menguntungkan dengan para pelanggan dan mitra perusahaan lainnya.

Dengan visi tersebut, RPX *group* juga mengusung misi yaitu berdedikasi sebagai perusahaan penyedia jasa logistik kelas dunia, dengan kemampuan untuk bersaing dalam ekonomi global. Kesuksesan RPX *group* bermula dari pendekatan sinergis dan terfokus kepada seluruh unit bisnis RPX, serta dukungan dari seluruh karyawan, manajemen, dan para mitra perusahaan.

RPX *Group* juga memiliki logo dan *wordmark* yang menjadi simbol dari perusahaan tersebut. *Wordmark* dari RPX *group* adalah *One Stop Logistics* dimana layanan yang diinginkan konsumen kepada perusahaan logistik semakin banyak ragamnya. Ketika konsumen mengirimkan barang atau dokumen, konsumen ingin memastikan bahwa kiriman konsumen akan diantarkan secara cepat, aman, dan efisien. Apabila bisnis konsumen melibatkan aktifitas pengiriman barang, konsumen perlu menghubungi beberapa penyedia layanan jasa untuk pengepakan, lisensi, dan jasa dokumentasi, serta pengiriman paket. Setiap konsumen akan melakukan

pengiriman, konsumen butuh menghubungi sedikitnya tiga penyedia jasa yang berbeda.

RPX memfasilitasi dan mempercepat proses pengiriman konsumen. Apapun tipe paket baik barang ataupun dokumen, kemanapun konsumen ingin mengirimnya baik melalui udara, darat, maupun laut, RPX mempunyai semua infrastruktur dan jaringan yang konsumen inginkan. Layanan kepabeanan dan gudang penyimpanan barang ketika paket konsumen transit dapat RPX berikan untuk konsumen. RPX didukung oleh teknologi terkini untuk memenuhi setiap kebutuhan konsumen. Layanan komprehensif yang RPX berikan untuk konsumen dengan jaringan lokal dan internaional di kota-kota besar di Indonesia dan di dunia, akan membuat semuanya mudah bagi konsumen.

RPX menggunakan sistem pelacakan (*tracking*) yang sudah terintegrasi ke seluruh sistem RPX yang ada, yang berfungsi untuk memberikan informasi men-detail tentang barang, isi barangnya, volume barangnya, dan identitas pemesan dan pengirimnya yang dinamakan aplikasi DELTA (Delivery Tracking). Jadi akan lebih mudah untuk mengetahui posisi barang ada dimana, siapa yang menerima, apakah *on time* pengirimannya, atau ada *delivery exception* (kegagalan). Dari *delivery exception* dapat diketahui keberhasilan pengiriman barang ada diangka berapa persennya.



Gambar 1. 1 Logo RPX *One Stop Logistics*

Sumber: Google.com

Logo RPX *Group* digambarkan dengan huruf yang bertuliskan “RPX” yang berwarna kuning atau emas di huruf “P” dan berwarna hitam pada huruf “R” dan “X”. dan dibawah huruf “RPX” terdapat tulisan *wordmark* “*One Stop Logistics*”

Sejarah RPX berawal dari didirikannya PT. *Republic Express* oleh Dr.Eddy Joesoef pertama kali pada 13 April 1982 yang berkerja sama dengan *principal* “*City Link*” untuk menangani pengiriman barang ke sekitar negara Asia Tenggara. Kemudian pada 9 Agustus tahun 1984 perusahaan ini berubah nama menjadi PT. Repex Perdana Internasional (RPX *International*) dengan Bapak Harsha E. Joesoef selaku direktur utama. Di tahun 1985 PT. Repex Perdana *International* melakukan penggantian *principal* dengan “*Gelco International*” dimana kemudian *principal* ini dibeli oleh *Federal Express Corporation* (Fedex).

Tidak berhenti sampai disitu, RPX terus mengembangkan layanannya dibidang logistik dengan mendirikan bisnis unit yang bergerak dibidang jasa kepabeanan (PT Sena Satwika / RPX *Clearance*), penyedia jasa *Trucking* (PT Pelangi Semesta / RPX *Freight*), jasa pengiriman *domestic* (PT Antareja Prima Antara / RPX *Domestic*), jasa *forwarding* (PT Senatrans Utama / RPX *Forwarding*), jasa pergudangan (PT Wahana Dirgantara / RPX *Warehouse*), airlines (PT Republic Express / RPX *Airlines*), dan dibidang manajemen properti (PT Sentra Banuadhi / RPX *Properti Management*).

Pada tahun 2001, semua *Business Unit* tersebut berada pada naungan *Holding Company* PT Repex Wahana (RPX *One Stop Logistics*). Ditahun 2014, unit bisnis tersebut dilebur menjadi 4 unit bisnis, yaitu *Express*, *Logistics*, *Agency Services*, dan *Property*). Ditahun 2016, unit bisnis RPX berubah menjadi *Express*, *Logistics*, *Clearance and Freight*, serta *Property*.



Gambar 1. 2 RPX *One Stop Logistics*

Sumber: Google.com

Menghadapi kenyataan banyaknya jasa logistik yang sejenis dengan kualitas yang beragam dan selera konsumen yang mudah berganti serta munculnya pesaing-pesaing baru, dampaknya adalah semakin banyak perusahaan jasa logistik yang ditawarkan dengan dalam bentuk pelayanan yang beragam. Kondisi tersebut membuat pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya, sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan pelanggan. Salah satu cara agar pengusaha bertahan dan bisa berkembang diperlukan proses pengangkatan bisnisnya agar selalu tumbuh pada tingkatan yang diinginkan. Dalam hal ini adalah pembukaan cabang.

Dalam aktivitas pengirimannya, RPX mengirimkan barang ke kota-kota yang belum ada cabang RPX menggunakan jasa 3PL seperti PT. Pos Indonesia, JNE, dan Tiki karena perusahaan tersebut memiliki cabang dari kota-kota besar sampai ke pelosok desa. RPX sendiri sekarang ini hanya

memiliki cabang inti di kota-kota besar saja seperti Jakarta, Bandung, Medan, Yogyakarta, Bali, dan Surabaya.

Dilihat dari volume dan kuantitas barang yang dikirimkan terus berkembang pengiriman barang ke beberapa daerah yang belum mempunyai cabang terus meningkat, hal itu dapat menjadi potensial untuk pembukaan cabang RPX guna meraih keuntungan yang maksimal dan ekspansi wilayah. Dengan dibukanya cabang di daerah tersebut dapat menjadi sebuah potensi kerja-sama baru dengan wirausahawan lokal yang butuh jasa pengiriman. Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, membuka cabang di daerah tersebut juga dapat memperkenalkan brand RPX sendiri ke masyarakat dan wirausahawan di daerah tersebut, dapat menjadi peluang untuk penambahan customer dari *Business to Business*(BTB), *Business to Customer*(BTC), maupun *Customer to Customer*(CTC).

Daerah yang saat ini sedang mengalami perkembangan pengiriman dan infrastruktur salah satunya adalah Kota Samarinda. Kota Samarinda merupakan ibu kota provinsi Kalimantan Timur, Indonesia, kota dengan penduduk terbesar di seluruh Pulau Kalimantan. Samarinda menjadi peluang yang sangat besar bagi perusahaan logistik dikarenakan dimudahkannya fasilitas dan infrastruktur jalan yang ada. Berpengaruh juga karena efek pemindahan Ibu Kota Negara ke Kalimantan Timur karena terdapat beberapa Proyek Strategis Nasional (PSN) dan yang sudah berjalan. Seperti Bandar Udara Internasional Aji Pangeran Tumenggung Pranoto, Jalan bebas hambatan Balikpapan – Samarinda yang rencananya akan melewati Ibu Kota Baru Republik Indonesia, lalu ada Jalan bebas hambatan Samarinda-Bontang yang sudah direncanakan, dan beberapa proyek besar lainnya yang sangat membantu dalam aktivitas dan kegiatan logistik di Samarinda dan sekitarnya.

Pada Tabel 1.1 adalah data distribusi barang keluar masuk Samarinda selama 1 tahun menggunakan *vendor* (3PL) pada tahun 2019

Tabel 1. 1 Data *Inbound* dan *Outbound* Berdasarkan Berat (Kg)

Inbound Kg	
Destination	Total Kg Tahun 2019
Samarinda	62.866 Kg
Outbound Kg	
Destination	Total Kg Tahun 2019
Samarinda	47.821 Kg

Sumber: RPX

Pada Tabel 1.1 menjelaskan total barang *inbound* Kota Samarinda pada tahun 2019 sebesar 62.866 kg dan *outbound* sebesar 47.821 kg.. Pada Tabel 1.2 terdapat biaya yang dikeluarkan pada tahun 2019 oleh RPX untuk pengiriman barang masuk dan keluar Samarinda menggunakan jasa 3PL.

Tabel 1. 2 Data Biaya Keluar Masuk Samarinda Menggunakan Jasa 3PL

Inbound (Kg)		
Destination	Total Tahun 2019 (Rp)	Biaya per kg (Rp)
Samarinda	1.257.318.000	20.000
Outbound (Kg)		
Destination	Total Tahun 2019 (Rp)	Biaya per kg (Rp)
Samarinda	1.052.062.000	22.000

Sumber : RPX

Pada Tabel 1.2 menjelaskan bahwa Total pengeluaran RPX untuk keluar dan masuk barang ke Samarinda menggunakan jasa 3PL pada tahun 2019 sejumlah Rp 1.257.318.000 untuk *inbound* dan Rp 1.052.062.000 untuk *outbound*. Biaya *inbound* Rp 20.000 dipergunakan untuk penjemputan di bandara dan pengiriman barang per kg di Samarinda sedangkan Biaya *outbound* Rp 22.000 dipergunakan untuk penjemputan dan pengantaran ke bandara dan biaya komisi oleh RPX kepada 3PL per kg nya. Dengan akan dibukanya cabang sendiri, RPX dapat menekankan biaya yang keluar dan tidak perlu memberikan komisi kepada 3PL.

Beberapa pesaing RPX sudah mempunyai kantor cabang dikota Samarinda, bahkan sudah mempunyai *hub* di setiap wilayah, seperti JNE,Tiki, JNT, Sicepat, dan pesaing lainnya. Samarinda memiliki peluang dari segi infrastruktur, pasar yang masih luas, kawasan industri, dan pengrajin lokal yang berpotensi menjalin kerja sama serta menjadi pelanggan RPX.

Membuka cabang memerlukan biaya investasi yang besar, mulai dari sewa ruko, membeli motor dan mobil, investasi peralatan, gaji karyawan, biaya listrik dan air, perlengkapan dan peralatan kantor, pengiklanan, dan biaya lainnya yang tak terduga. Hal tersebut akan menjadi pertimbangan oleh RPX karena biaya yang dikeluarkan tidak sedikit. Namun, dengan dibukanya cabang dikota Samarinda mempunyai manfaat yaitu membuka lapangan pekerjaan, memperluas jaringan perusahaan, pengenalan *brand*, dan keuntungan jangka panjang.

Atas dasar hal tersebut, maka penulis mencoba untuk menerapkan sebuah penelitian studi kelayakan pembukaan cabang baru perusahaan RPX dikota Samarinda secara finansial dibandingkan menggunakan jasa 3PL.

STIMLOG

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah pembukaan cabang baru RPX dikota Samarinda layak jika ditinjau dari aspek finansial?
2. Apakah lebih layak membuka cabang dikota Samarinda dibandingkan dengan tetap menggunakan jasa 3PL?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. mengkaji kelayakan pembukaan cabang baru RPX dikota Samarinda dengan meninjau aspek finansial
2. mengkaji apakah lebih layak membuka cabang dikota Samarinda dibandingkan dengan tetap menggunakan jasa 3PL

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Keilmuan

- a. Hasil dari penelitian dapat menambah wawasan dalam penentuan keputusan melalui aspek finansial
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai penentuan pilihan dan pengambilan keputusan kepada mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia

2. Manfaat Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para pelaku usaha, khususnya RPX untuk meningkatkan keuntungan dan memperluas cabang.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Peneliti hanya mengkaji kelayakan pembukaan cabang baru RPX dikota Samarinda dengan meninjau aspek finansial
2. Peneliti hanya meneliti arus barang masuk dan keluar Samarinda di RPX
3. Peneliti memberikan batasan waktu pengambilan data dilihat dari rata-rata arus barang masuk dan keluar Samarinda pada tahun 2019

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan laporan ini secara garis besar dibagi dalam 6 Bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang, identifikasi masalah, Manfaat penelitian yang berisi manfaat keilmuan dan manfaat praktisi, batasan masalah, tujuan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas tentang yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini membahas tentang pengertian manajemen, logistik, *Supply Chain Management* (SCM), distribusi dan transportasi, gudang, studi kelayakan, analisis SWOT, aspek finansial yaitu *BEP*, *NPV*, *IRR*, *Net BCR*, dan *PP*, serta *state of the art*.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang bagaimana cara sistematika penelitian yang dilakukan, variabel, dan data yang dikaji merupakan cara analisis melalui *flowchart*, mengenai metode penelitian yang digunakan serta bagaimana alurnya menggunakan flowchart dan penjelasan dari flowchart tersebut.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

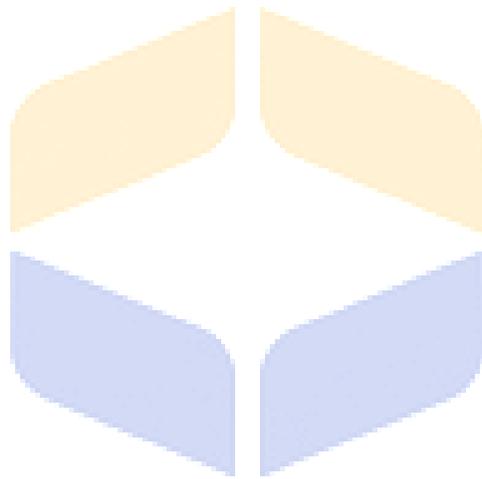
Bab ini berisi mengenai pengumpulan data seperti profil perusahaan.....

BAB V Analisa

Bab ini berisi mengenai analisa

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan yang terdapat.....



STIMLOG