



POLITEKNIK POS INDONESIA
Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia



SEMINAR NASIONAL BISNIS LOGISTIK

"MENYIKAPI TANTANGAN BISNIS LOGISTIK DI ERA PERDAGANGAN BEBAS"

18 MEI 2006, AUDITORIUM POLITEKNIK POS INDONESIA



M. JOHARI Z.
(ASPERINDO)



WAHYU T.
(ALI)



SENATOR N.B.
(ITB)



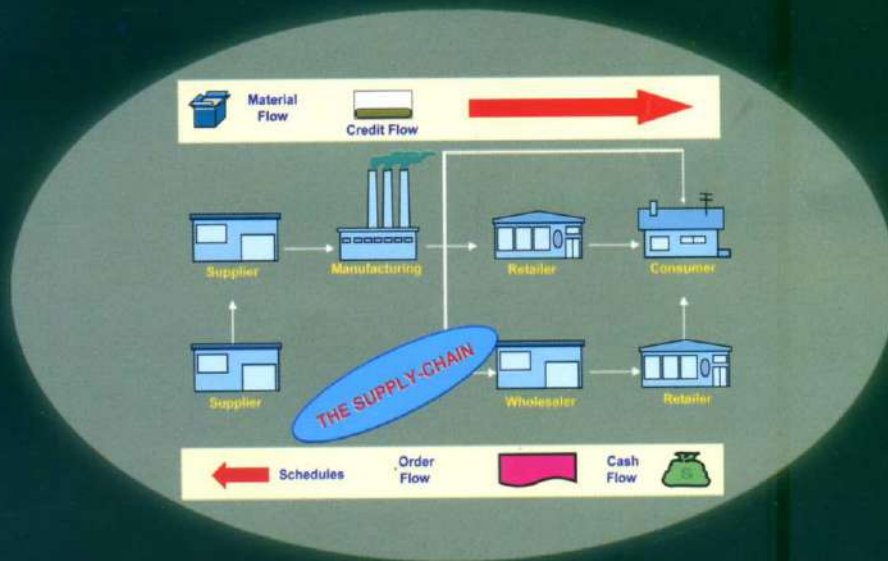
NOFRISEL
(POSINDO)



RACHMAD
(DEPHUB)



ASHWIN S.
(SEKJEN
DEPKOMINFO)



Organized by :

Jurusan Logistik Bisnis POLITEKNIK POS INDONESIA

Jalan Sari Asih Nomor 54 Bandung 40151

Tel. 022-2009570 ext-113 Faks. 022-2009568 E-mail : kajurlogbis@poltekpos.ac.id

Designed by :dhan

BOOKLET DAN PROCEEDING

SEMINAR NASIONAL BISNIS LOGISTIK

**“MENYIKAPI TANTANGAN BISNIS LOGISTIK
DI ERA PERDAGANGAN BEBAS”**

18 MEI 2006, AUDITORIUM POLITEKNIK POS INDONESIA

POLITEKNIK POS INDONESIA
Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia

designed by : dhan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera bagi kita semua.

Kita panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, pada hari ini, Kamis, tanggal 18 Mei 2006, di Auditorium Politeknik Pos Indonesia, Bandung, telah dapat diselenggarakan Seminar Nasional Bisnis Logistik dengan tema "Menyikapi Tantangan Bisnis Logistik Di Era Perdagangan Bebas" oleh Politeknik Pos Indonesia.

Polteknik Pos Indonesia sebagai suatu institusi pendidikan yang menyiapkan dan mendidik sumber daya manusia, sangat berkepentingan terhadap perkembangan lingkungan industri, baik ditingkat lokal, nasional, regional, internasional, dan global.

Sebagaimana diketahui, perkembangan industri jasa pengiriman mengalami perubahan dan kemajuan yang sangat pesat. Semua pihak, seperti regulator, pelaku usaha, provider, dan users, dihadapkan pada berbagai tantangan global yang sangat kompleks. Profesionalisme dan kompetensi, menjadi ciri utama kesiapan menghadapi kompetisi global.

Booklet dan proceeding seminar ini, mencoba mendokumentasikan sekaligus memetakan situasi dan kondisi yang lebih jelas mengenai industri jasa pengiriman, baik di bidang logistik, pos, dan kurir. Kehadiran para narasumber dari kalangan industri, akademisi, users, dan pemerintah, diharapkan dapat memberikan sumbang saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya regulator, dalam rangka membangun formulasi kebijakan yang dapat menaungi semua kepentingan para stakeholder.

Semoga bermanfaat.

Selamat datang dan selamat berseminar.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bandung, 18 Mei 2006
POLITEKNIK POS INDONESIA,

PANITIA
SEMINAR NASIONAL BISNIS LOGISTIK

DAFTAR ISI

Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Sambutan Ketua Jurusan Logistik Bisnis	1
Sambutan Direktur	2
Sambutan Ketua Yayasan	4
<i>Keynote Speaker :</i>	
Sekjen Depkominfo RI DR. Ir. ASHWIN SASONGKO S, M.Sc.	5
Materi Seminar :	
Ka Puslitbang Mnjm Transportasi Multimoda Dephub RI Ir. RACHMAD, MStR Kebijakan Transportasi Multimoda Dalam Mendukung Aktivitas Logistik	10
Ka SBU Total Logistik Pos Indonesia NOFRISEL, SE, MM Logistik vs Supply Chain Management : Konsep, Konteks dan Penerapannya di Dunia Industri	17
Pakar Logistik ITB Prof. DR. Ir. SENATOR NUR BAHAGIA Business Outsourcing for Best Company Performance	23
Ketua Umum Asperindo M JOHARI ZEIN Peranan Perusahaan Ekspres Dalam Bisnis Logistik	37
Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) Board Member Ir. WAHYU TUNGGONO, MBA Supply Chain and Logistic Business in Indonesia	41

Materi Proceeding :

Direktur Pos Ditjen Postel RI Ir. WORO INDAH WIDYASTUTI Sekilas Tentang Regulasi Bisnis Logistik	46
Dosen Hukum Bisnis Politeknik Pos Indonesia, Karyawan Pos Indonesia DHANANG WIDIJAWAN, S.H., M.H Politik Hukum Bisnis Logistik, Pos Dan Kurir	48
Pimcab PT Agung Raya Bandung (Logistic Service Provider) MARSANTO, S.Sos., MM Menjadi Pemenang Dalam Bisnis Logistic	56
Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri & Pasca Sarjana Sistem Logistik UNPAS IR. AGUS PURNOMO, MT. Supply Chain yang Tangkas : Bersaing Di Pasar yang Turbulent	59
Jurusan TI Unisba Program Pasca Sarjana TMI Unpas DR.RAKHMAT CEHA, IR., M.ENG. Rekayasa Logistik: Sebagai Strategi Mencapai Keunggulan Bersaing	64



Sambutan
Ketua
Jurusan Logistik Bisnis
POLITEKNIK POS INDONESIA

Assalamu'allaikum Wr,Wb
Salam Sejahtera,

Dengan mengucapkan puji syukur allhamdulillah atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat rahmat dan hidayahnya kami dan segenap panitia bisa menyelenggarakan seminar nasional yang dengan tema " Menyikapi Tantangan Bisnis Logistik Di Era Globalisasi ".

Secara umum bahwa Seminar ini diselenggarakan untuk menggali masukan – masukan dari pelaku bisnis logistic baik dari (*user*) maupun dari (*provider*), serta dari akademisi, hasil dari seminar ini diharapkan bisa memberi masukan ke regulator dalam hal ini adalah Pemerintah. Seminar ini diselenggarakan memberikan informasi bahwa bagaimana peluang bisnis logistik di Indonesia saat ini, dimana fenomena yang berkembang menunjukan bahwa bisnis tersebut masih sebagian kecil yang bisa terserap oleh pelaku bisnis ini. Kenapa demikian ? hal ini karena terlalu banyak dan ketidak jelasan regulasi yang mengatur tentang bisnis ini, sehingga untuk mengembangkan bisnis logistik perlu benturan – benturan dengan peraturan – peraturan yang ada, akibatnya justru banyak pemain asing yang meninkmatinya.

Dalam bidang akademik bahwa seminar tersebut untuk mencari bentuk kurikulum yang sesuai dengan bisnis logistik, sehingga kurikulum yang diharapkan di pendidikan Politeknik Pos bisa memberikan kontribusi baik pada pemerintah dalam hal ini adalah mencerdaskan bangsa maupun pada pelaku bisnis logistik di Indonesia.

Saya berharap dengan terselenggaranya seminar ini, bisa memberikan dan menemukan warna tersendiri khususnya di jurusan Logistik Bisnis Politeknik Pos Indonesia ini.

Demikian kami sampaikan, dengan niat dan hati yang tulus dalam menyelenggarakan seminar ini mudah mudahan bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Wassalam' mualaikum Wr.Wb.

Bandung, 18 mei 2006.
Ketua Jurusan Logistik Bisnis.

Ir. Suntoro, MT
Nip. 10163019



Sambutan
Direktur
POLITEKNIK POS INDONESIA

Assalamualaikum Wr.Wb,

Yang terhormat Bapak Sekretaris Jenderal Departemen Komunikasi dan Informatika DR. Ashwin Sasongko, Ketua Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia, para pembicara dan moderator, para peserta seminar yang saya muliakan.

Puji syukur kita panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada kita semua untuk dapat berkumpul bersama dalam acara Seminar Nasional Logistik.

Selaku tuan rumah, kami mengucapkan selamat datang kepada para peserta seminar, para pembicara dan moderator serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak Ibu untuk meluangkan waktu dapat menghadiri acara seminar ini.

Seminar ini dihadiri para *provider*, *user* dan *regulator* yang bergerak dalam bisnis logistik, dimana hal ini sangat jarang terjadi. Kita sadari bahwa permasalahan yang dihadapi dalam bisnis logistik sangatlah kompleks dan berdimensi luas, dan tidaklah mungkin dapat diselesaikan melalui satu seminar seperti saat ini. Namun setidaknya forum ini merupakan langkah awal untuk secara lebih serius lagi dalam memecahkan permasalahan – permasalahan yang dihadapi dalam bisnis logistik Oleh sebab itu, tentunya sangat besar harapan kami sebagai penyelenggara agar forum ini mampu menghasilkan masukan-masukan yang berharga bagi perkembangan bisnis logistik sesuai dengan tema seminar yaitu "Menyikapi tantangan Bisnis Logistik di Era Perdagangan Bebas".

Sebagai institusi pendidikan yang relatif masih baru, Politeknik Pos Indonesia tentunya masih harus banyak belajar, termasuk dalam menyelenggarakan sebuah seminar yang berskala nasional. Kami yakin masih banyak kekurangan –kekurangan yang mungkin Bapak dan Ibu rasakan selama mengikuti seminar ini, oleh karena itu melalui kesempatan yang baik ini kami menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang mungkin Bapak dan Ibu rasakan.

Pada kesempatan yang baik ini pun kami ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas kesediaan PT. Pos Indonesia yang setiap tahun selalu merekrut karyawannya dari alumni terbaik Politeknik Pos Indonesia. Demikian juga kepada PT. MATS Logistik yang pada bulan Mei 2006 telah merekrut sebanyak 10 orang lulusan Politeknik Pos Indonesia dari berbagai jurusan. Kami yakin kesempatan yang sama akan diberikan oleh perusahaan-perusahaan lainnya. Hal ini tentunya sangat membanggakan dan memicu motivasi kami untuk terus dapat menghasilkan lulusan yang cakap sesuai kebutuhan perusahaan-perusahaan.

Ucapan terima kasih kami sampaikan juga kepada para sponsor dan YPBPI yang telah mendukung

sepenuhnya terselenggaranya seminar ini, serta panitia seminar yang telah bekerja keras untuk suksesnya acara ini.

Demikian sambutan dari kami, dan kami akhiri dengan ucapan Wassalammualaikum Wr. Wb"

Direktur Politeknik Pos Indonesia

SUTRISNO Ph.D



Sambutan
Ketua
YAYASAN PENDIDIKAN BHAKTI POS INDONESIA
(YPBPI)

Assalamualaikum Wr.Wb,

Yang terhormat Bapak Sekretaris Jenderal Departemen Komunikasi dan Informatika, Bapak DR. Ashwin Sasongko, Direktur Politeknik Pos Indonesia, para pembicara dan moderator, para peserta seminar yang saya muliakan.

Puji syukur kita panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada kita semua untuk dapat berkumpul bersama dalam acara Seminar Nasional Logistik. Saya sebagai Ketua Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia yang merupakan pendiri Politeknik Pos Indonesia tentunya mendukung sepenuhnya terselenggaranya acara seminar ini. Hal ini sejalan dengan misi yang diemban Politeknik Pos Indonesia sebagai lembaga pendidikan, tentunya tidak hanya melaksanakan kegiatan proses belajar mengajar, tetapi juga harus mampu memberikan kontribusi pemikiran yang berguna bagi masyarakat luas.

Tema seminar yaitu "Menyikapi Tantangan Bisnis Logistik di Era Perdagangan Bebas", merupakan pilihan yang pas sesuai dengan Politeknik Pos Indonesia sebagai institusi pendidikan yang mengusung "ikon" logistik bisnis. Dalam lingkup makro, permasalahan dalam bisnis logistik yang terkait dengan berbagai sektor antara lain perhubungan, pos dan telekomunikasi, serta perdagangan merupakan hal yang sangat kompleks dan memerlukan penanganan yang lebih serius jika dihubungkan dengan semakin dekatnya era perdagangan bebas. Oleh karenanya besar harapan kami, apabila dalam seminar ini dapat dihasilkan masukan-masukan yang berharga untuk peningkatan kinerja bisnis logistik, baik untuk regulator, provider maupun user.

Kepada para peserta kami ucapkan selamat berseminar, dan kepada Politeknik Pos Indonesia kami sampaikan penghargaan atas terselenggaranya acara ini.

Demikian sambutan dari kami, dan kami akhiri dengan "Wassalamualaikum Wr. Wb"

Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia

Ketua ,

DR. SETYO RIYANTO, SE, MM



Sambutan
Sekretaris Jenderal
DEPARTEMEN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI
(Keynote Speaker)

Assalamualaikum wr. Wb.

Selamat pagi dan salam sejahtera bagi kita semua.

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga kita masih diberi kesempatan hadir dan berkumpul di tempat ini, dalam rangka seminar nasional logistik dengan tema menyikapi tantangan-tantangan bisnis logistik di era perdagangan bebas.

Sebagaimana diketahui bersama bahwa industri pos global yang dijalankan oleh berbagai negara dapat diamati dengan melihat keadaan sebelum dan sesudah regulasi. Sebelum regulasi industri pos hidup dalam proteksi regulasi dan cenderung monopolistik dimana peran negara sangat dominan dan pasarnya merupakan "tradisional post market".

Kemudian setelah dilakukan deregulasi melalui berbagai bentuk diantaranya transparansi, liberalisasi dan privatisasi atas core marketnya, maka pasar industri pos mengalami perkembangan yang sangat mendasar, dimana pasarnya bersifat "hybrid post market" yang kemudian tumbuh dan berkembang menjadi "commercial post market" dengan tingkat keterbukaan pasar yang tinggi dan peran negara cenderung berkurang atau minimal sekali.

Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan sebagai berikut:

1. Perkembangan yang kuat kearah layanan logistik terpadu
2. Persaingan bisnis komunikasi dengan distribusi fisik menuju tingkat internasional
3. Bisnis telekomunikasi cenderung dipisahkan secara tegas dari bisnis pos akan tetapi menjadi paralel dan menjadi tulang punggung layanan logistik
4. Beberapa perusahaan jasa pengiriman milik swasta atau privat courier services telah memperoleh akses global.

Dalam undang-undang no. 6 Tahun 1984 tentang pos beserta turunannya asperindo dikenal dengan perusahaan jasa titipan (perjastip) Indonesia, sekarang diperkenalkan dengan nama baru "Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia" (ASPERINDO).

Secara formal bisnis kegiatan dibidang ini dilakukan oleh beberapa pemain utama yaitu:

1. Badan usaha milik negara (BUMN), PT Pos Indonesia
2. Perusahaan jasa kiriman ekspres (PERJASTIP) atau jasa kurir
3. Perusahaan jasa transportasi (JPT) atau kargo.

4. Lain-lain diantaranya angkutan bis antar kota, kapal, kereta api bahkan pesawat udara.

Masing-masing pemain memiliki pangsa pasar hampir sama tetapi mempunyai regulasi masing-masing atau bahkan bersifat ilegal karena tidak ada regulasi yang memayungi.

Pt pos indonesia langsung ditunjuk oleh negara melalui undang-undang no.6/1984 Tentang pos dengan segmen kiriman surat, kartupos, warkatpos, sekogram, paket (logistik) dan wesel (layanan transaksi keuangan) serta menjalankan misi penugasan khusus dari pemerintah yakni public services obligation (psa).

Hal ini terkait dengan konsekuensi keanggotaan ri di upu (universal postal union) dan prinsip single postal territory serta freedom of transit dimana kiriman pos harus disampaikan dari dan ke seluruh pelosok manapun di seluruh dunia.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menunjang arus distribusi barang baik hubungan dalam dan luar negeri maka perlu ditingkatkan pelayanan jasa paket pos non standar dengan berpedoman pada keputusan menteri perhubungan nomor : km 86 tahun 1999 tentang penyelenggaraan jasa paket pos non standar.

Perusahaan jasa titipan (perjastip) bernaung di bawah uu no.6/1984 Tentang pos dan peraturan menteri perhubungan no.5/2005 Tentang penyelenggaraan jasa titipan, yang izinnya dikeluarkan oleh departemen komunikasi dan informatika cq dirjen pos dan telekomunikasi dengan kewenangan menangani kiriman barang antara lain barang cetakan, surat kabar, sekogram, bungkus kecil, paket dengan layanan yang sifatnya "door to door".

Perusahaan jasa pengurusan transportasi (jpt) / kargo bernaung dibawah kepmen perhubungan no. 10/1998 Tentang jasa pengurusan transportasi yang izinnya oleh dinas perhubungan propinsi.

Perusahaan jpt merupakan penjelmaan dari emkl (ekspedisi muatan kapal laut) dan emku (ekspedisi muatan kapal udara) pada awalnya menangani barang kiriman "port to port" namun sekarang juga melakukan bisnis secara "door to door" sehingga dalam implementasi bisnisnya ada ketersinggungan sekmen pasar antara pt pos indonesia, perjastip dan perusahaan jpt.

Dari keterangan diatas dapat kita lihat bahwa bisnis industri perposan cukup bersaing dari sisi bisnis usaha logistiknya. Melihat persaingan usaha seperti itu maka perlulah suatu penanganan yang cukup serius dalam menggeluti bisnis logistik ini. Oleh karena untuk keberhasilan usaha ini perlu adanya pendekatan manajemen dalam bidang logistik.

Untuk mendukung manajemen logistik ini juga diperlukan suatu rantai aliran barang yang memungkinkan perpindahan barang dari produsen ke konsumen agar keterlambatan penyampaian barang, salah barang dan sebagainya dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan.

Manajemen logistik merupakan bagian supply chain yang berfungsi untuk merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan keefisien dan keefektifan aliran dan penyimpanan barang, pelayanan dan informasi terkait dari titik permulaan hingga tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Saudara-saudara sekalian.

Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa bisnis logistik merupakan lingkungan makro yang terdiri dari lingkungan ekonomi, teknologi, politik, regulasi, sosial budaya, dan geografi/ demografi.

Dari segi regulasi/ peraturan internasional yang harus dikembangkan dalam bisnis logistik ke depan

adalah adanya ketentuan-ketentuan WTO (World Trade Organization) khususnya yang berkaitan dengan perdagangan jasa yaitu : GATS (General Agreement On Trade In Service) dan UPU (Universal Postal Union).

Dalam ketentuan WTO-GATS bidang jasa komunikasi (communication services) terdiri dari :

- Jasa pos (postal services)
- Jasa kurir (courier services)
- Jasa telekomunikasi (telecommunication services)
- Jasa audio visual (audio visual services)

Konsekuensi dari pelaksanaan aturan tersebut diatas adalah terbukanya peluang yang makin luas bagi perusahaan asing untuk masuk ke indonesia termasuk bisnis logistik. Akuisisi atau kerjasama perusahaan perusahaan nasional belum siap untuk bersaing, maka pasar jasa logistik di indonesia akan menjadi garapan empuk foreign companies terutama untuk kiriman internasional.

Demikian halnya dalam ketentuan UPU (Universal Postal Union). UPU sebagai wadah perhimpunan para penyelenggara jasa pos baik pemerintah maupun bumh dalam mengembang bisnis sebagai berikut:

"Membangun komunikasi sosial, kultural dan komersial antara semua orang di dunia melalui wilayah pos tunggal dunia (single postal teritory) dengan penyediaan layanan pos yang diselenggarakan secara efisien sebagaimana diatur dalam akta-akta UPU".

Dengan demikian layanan paket pos dikategorikan sebagai layanan pos universal yang berarti setiap unit pelayanan pos wajib menerima dan menyampaikan kiriman paket minimal untuk ukuran, berat, dan jenis layanan standar. Hal ini berarti fungsi public service juga melekat pada bisnis logistik pos.

PT Pos Indonesia merupakan BUMN yang ditunjuk pemerintah dalam pengelolaan layanan paket atau bisnis logistik harus bisa bersaing dengan layanan logistik lain dengan selalu dapat menyesuaikan lingkungan makro yang bisa berpengaruh maju mundurnya bisnis logistik ini.

Kepuasan pelanggan, ketepatan waktu penyampaian barang serta keamanan merupakan faktor-faktor yang sangat penting dalam menghadapi tantangan-tantangan bisnis di era perdagangan bebas.

Demikian sambutan saya.

Mudah-mudahan dengan adanya seminar ini dapat menambah pengetahuan kepada peserta seminar dan mahasiswa politeknik tentang kondisi dan perkembangan bisnis logistik di indonesia.

Akhirnya saya ucapkan terimakasih kepada seluruh peserta seminar. Selamat belajar dan semoga Allah SWT memberi rahmat dan hidayahnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sekretaris Jenderal

Departemen Komunikasi dan Informatika RI

ttd,

DR. Ir. Ashwin Sasongko S, M.Sc.

SUPPLY CHAIN YANG TANGKAS : BERSAING DI PASAR YANG TURBULENT

IR. AGUS PURNOMO, MT.

Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri & Pasca Sarjana
Sistem Logistik UNPAS



ABSTRAK

Pasar yang bergolak (*turbulent*) dan berubah-ubah (*volatile*) kini sedang menjadi fenomena, siklus hidup yang semakin pendek, ekonomi global dan persaingan yang hiper kompetitif menciptakan ketidakpastian tambahan. Resiko yang berhubungan dengan panjangnya dan lambatnya pergerakan barang dalam rantai logistik telah menjadi permasalahan yang memaksa organisasi untuk melihat lagi bagaimana Supply Chain mereka disusun dan dimanage. Makalah ini memaparkan kunci untuk tetap survival pada kondisi pasar yang telah berubah ini melalui "ketangkasan", khususnya dengan menciptakan Supply Chain yang responsif. Perbedaan antara filosofi "ramping (*lean*)" dan "tangkas (*agile*)" dan aplikasi yang sesuai dengan gagasan ini dibahas juga dalam makalah ini.

Kata kunci : Supply Chain, agile, lean, turbulent

Evolusi Logistik dan Supply Chain

Evolusi Supply Chain (lihat gambar1) terdiri dari lima fase perkembangan yang dimulai logistik tempat kerja, kemudian logistik fasilitas, logistik kerjasama, logistik supply chain dan logistik global (Frazelle, 2002)

Workplace Logistics (Logistik Tempat Kerja)

Logistik tempat kerja adalah aliran material pada sebuah stasiun kerja tunggal. Tujuan logistik lokasi kerja adalah untuk meminimasi perpindahan seorang pekerja individual pada sebuah mesin atau sepanjang lini perakitan. Nama yang populer dari logistik lokasi kerja sekarang adalah *Ergonomi*.

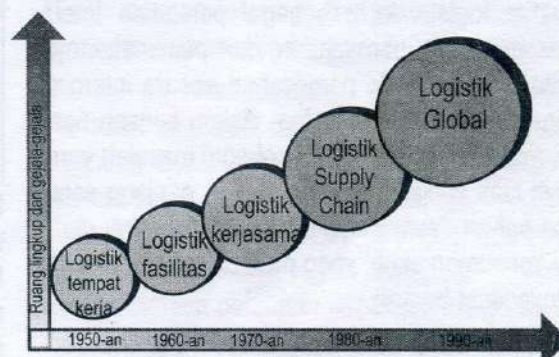
Facility Logistics (Logistik Fasilitas)

Logistik fasilitas adalah aliran material antara stasiun kerja di dalam fasilitas (pabrik, stasiun, gudang, atau pusat distribusi) yang menitikberatkan pada penanganan material (*material handling*). Akar dari logistik fasilitas dan penanganan material yang dimaksud terjadi pada produksi massal dan lini perakitan yang dibedakan antara tahun 1950-an dan tahun 1960-an.

Corporate Logistik (Logistik Perusahaan)

Logistik Perusahaan adalah aliran material dan informasi antar fasilitas dan proses-proses pada sebuah perusahaan (inter-stasiun kerja, inter-fasilitas, dan intra-perusahaan). Untuk sebuah pabrik aktivitas logistik terjadi antara pabrikasi dan pergudangan, untuk agen terjadi antara pusat distribusi dengan retailer (pengecer), antara pusat distribusinya dengan toko pengecer. Logistik perusahaan terkadang dikaitkan dengan anggapan distribusi fisik yang populer di tahun 1970-an.

Gambar 1 Evolusi Supply Chain



Supply Chain Logistics (Logistik Supply Chain)

Logistik supply chain adalah aliran material, informasi, dan uang antar perusahaan antar-stasiun kerja, antar fasilitas, antar perusahaan, dan antar chain).

Ada perbedaan antara pengertian logistik dengan manajemen supply chain. Supply chain adalah jaringan kerja dari fasilitas-fasilitas (gudang, pabrik, terminal, pelabuhan, toko, dan rumah), kendaraan (truk, kereta api, pesawat terbang, dan kapal laut), dan sistem informasi logistik yang dihubungkan dengan supliernya suplier dan konsumen akhir. Logistik adalah kejadian dalam supply chain. Aktivitas-aktivitas logistik (respon ke konsumen, manajemen persediaan, supply, transportasi, dan pergudangan) saling berhubungan dan mencapai tujuan supply chain. Dengan meminjam sebuah analogi olahraga, logistik adalah permainan yang dimainkan dalam arena supply chain.

Global Logistics (Logistik Global)

Logistik global adalah aliran material, informasi, dan keuangan antar negara. Logistik global menghubungkan supliernya suplier kita dengan konsumen akhir di seluruh dunia. Aliran logistik global telah meningkat secara dramatis tahun akhir-akhir ini yang disebabkan globalisasi pada ekonomi dunia, lebih diperluas dengan adanya blok-blok perdagangan, dan akses global dengan website untuk pembelian dan penjualan barang.

Konsep Manajemen Supply Chain

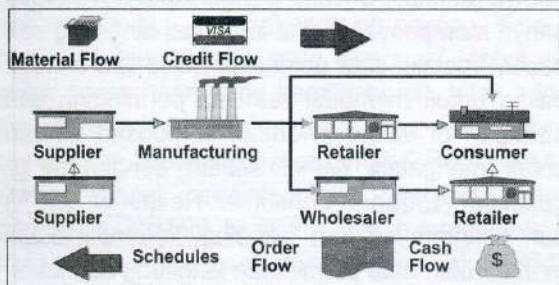
Konsep supply chain merupakan konsep baru dalam melihat persoalan logistik. Konsep lama melihat logistik lebih sebagai persoalan intern masing-masing perusahaan, dan pemecahannya dititikberatkan pada pemecahan secara intern di perusahaan masing-masing. Dalam konsep baru ini, masalah logistik dilihat sebagai masalah yang lebih luas yang terbentang sangat panjang sejak dari bahan dasar sampai barang jadi yang dipakai konsumen akhir, yang merupakan mata rantai penyediaan barang.

Berikut ini disajikan beberapa definisi-definisi tentang Manajemen Supply Chain (Signorelli, S., and Heskett, J.L., 1984) :

Pengarang	Definisi Manajemen Supply Chain
Oliver and Weber (1982)	Aliran barang-barang mulai dari pemasok melalui pabrikan dan saluran distribusi ke pemakai akhir.
Ellram (1991)	Pendekatan terpadu dalam perencanaan & pengendalian material dari pemasok ke pemakai akhir
Christopher (1992)	Manajemen jejaring organisasi yang menghubungkan upstream dan downstream, dalam proses & aktivitas yang berbeda untuk memproduksi nilai suatu produk/ jasa ke konsumen akhir
International Center For Competitive Excellence (1994)	Integrasi proses bisnis dari pengguna akhir ke pemasok awal untuk menyediakan produk/jasa dan informasi yang mempunyai nilai tambah bagi konsumen
Handfield and Nichols (1999)	Integrasi seluruh aktivitas yang berhubungan dengan aliran & transformasi barang-barang dan informasi untuk meningkatkan hubungan di supply chain untuk mencapai keunggulan bersaing
David Simchi-Levi et al. (2000)	Sekumpulan pendekatan yang digunakan untuk mengefisienkan integrasi pemasok-pabrikan-gudang-distributor-pengecer dalam memproduksi dan distribusi pada kuantitas yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat, untuk meminimasi seluruh ongkos dan memenuhi kebutuhan tingkat pelayanan
Ayers (2001)	Perancangan, pemeliharaan dan operasi proses supply chain untuk memuaskan pengguna akhir

Melihat definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa supply chain adalah logistics network. Dalam hubungan ini, ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu: suppliers-manufacturer-distributio-retail-outlets-customers,

dimana terdapat aliran material dan kredit dari upstream ke downstream, dan aliran uang pembayaran, pesanan, dan jadwal dari arah sebaliknya (gambar 2).



Gambar 2. Aliran dalam Supply Chain

Konsep Ketangkasan (Agility)

Kompetisi antar perusahaan akhir-akhir ini tidak hanya sangat ketat, tetapi juga terjadi antar banyak perusahaan dari banyak negara. Apalagi sebagai akibat dari globalisasi dan "pemaksaan" ekonomi pasar bebas yang dilakukan oleh organisasi-organisasi seperti WTO (World Trade Organization), AFTA (Asean Free Trade Area), APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), dan sebagainya di mana hal-hal yang menghalangi kompetisi pasar bebas seperti bea masuk, proteksi dan subsidi pemerintah, baik yang dilakukan secara terang-terangan maupun yang terselubung. Di samping itu, perusahaan berlomba-lomba memenuhi kehendak para konsumen karena memang the name of the game haruslah berorientasi pada customers, yaitu dalam 3 hal pokok : harga, mutu, layanan (kecepatan, kemudahan, dan sebagainya).

Khususnya, kemampuan untuk mampu mengimbangi permintaan dari pelanggan untuk pengiriman lebih cepat dan untuk memastikan bahwa suplai dapat sinkron untuk memenuhi permintaan puncak konsumen merupakan faktor kritis yang penting pada era kompetisi yang didasarkan waktu.

Untuk menjadi lebih peka akan kebutuhan pasar yang demikian maka diperlukan lebih dari hanya sekadar kecepatan saja. Kebutuhan manuver tingkat tinggi untuk merespon pasar yang demi-

kian ini disebut sebagai ketangkasan. **Ketangkasan adalah suatu kemampuan bisnis yang luas, baik dalam hal struktur organisasi, sistem informasi, proses logistik dan khususnya, pola fikir** (Christopher, 1998).

Suatu karakteristik kunci dari suatu organisasi yang tangkas adalah fleksibilitas. Konsep ketangkasan bisnis berasal di sistem pabrikasi yang fleksibel (Flexible Manufacturing Systems / FMS). Ide awalnya, melihat dari rute memproduksi dalam sistem FMS dilakukan secara otomatis sehingga memungkinkan melakukan perubahan yang cepat (seperti : pengurangan set-up time) dan dengan demikian merupakan suatu kemampuan reaksi yang lebih besar untuk merubah baik volume maupun bauran produk. Kemudiannya gagasan ini diterapkan ke dalam konteks bisnis yang lebih luas, sehingga lahirlah konsep ketangkasan sebagai suatu orientasi organisasi (Nagel, Roger and Rick Dove, 1991).

Ketangkasan (agility) harus dibedakan dengan kerampingan (leanness). Ramping adalah berbuat (menghasilkan) sesuatu dengan lebih sedikit. Menurut Womack et al, 1990, istilah ramping sering digunakan dalam hubungan dengan pabrikasi ramping (lean manufacturing), untuk menyiratkan "zero inventory" pada sistem produksi tepat waktu (just-in-time). Paradoknya, banyak perusahaan yang sudah mengadopsi pabrikasi ramping sebagai praktek bisnisnya, namun tidak tangkas di supply chain mereka. Industri mobil merupakan salah satu dari contoh ini. Asalnya pabrikasi ramping diterapkan di Toyota Production System (TPS), dengan fokusnya penghapusan dan pengurangan kemubaziran (Ohno, Taiichi, 1988).

Prinsip pabrikasi ramping yang berasal dari TPS telah dipelajari oleh pabrikan-pabrikan lain di seluruh dunia dan tampaknya telah menjadi kecenderungan untuk memperoleh keuntungan-keuntungan dari pemikiran pabrikasi ramping ini. Namun demikian, terjadi suatu situasi yang paradok dimana peralatan pabrikasi dioperasikan dengan sangat efisien dengan waktu throughput di pabrik turun menjadi duabelas jam bahkan kurang dari itu, namun pengangkutan persediaan produk

jadi bisa mencapai dua bulan sebelum dijual, dan hasilnya pelanggan harus menunggu seminggu atau bahkan sebulan untuk mendapatkan mobil yang menjadi pilihan mereka.

Ada kondisi-kondisi yang tertentu dimana suatu pendekatan ramping bisa dipertimbangkan. Khususnya bila permintaan dapat diramalkan dan variasi produk rendah dengan volume tinggi. Permasalahan akan muncul ketika kita mencoba untuk menanamkan filosofi itu ke dalam situasi di mana permintaan sulit diramalkan dan variasi produk tinggi, sehingga sebagai konsekuensinya volume di unit barang yang individu (Stock keeping unit / SKU) tingkatan rendah.

Gambar 3 menjelaskan ketiga dimensi yang kritis tentang keseragaman (Variety), Variabilitas (atau ramalan) dan Volume menentukan pendekatan yang akan digunakan : tangkas atau ramping.

Ketangkasan bisa didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu organisasi untuk merespon dengan cepat perubahan permintaan baik perubahan volume maupun keseragaman (Christopher, 1998). Kondisi pasar demikian disebut sebagai turbulent dimana permintaan mudah berubah-ubah dan tidak dapat diramalkan. Karenanya sangat penting untuk melakukan penelitian tentang ketangkasan.



Gambar 3: Tangkas atau Ramping ?

Upaya menjadi Supply Chain yang Tangkas

Suatu Supply Chain yang tangkas memiliki beberapa karakteristik seperti pada gambar 4. Pertama, Supply Chain yang tangkas adalah pasar yang peka (Sensitive Market). Dengan pasar yang peka

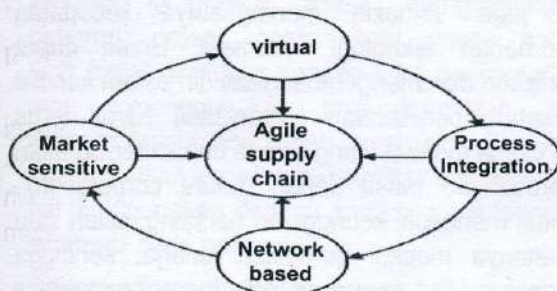
maka Supply Chain mampu membaca dan merespon permintaan yang sebenarnya. Kebanyakan organisasi bekerja berdasarkan peramalan belaka (forecast-driven) dibanding permintaan yang sebenarnya (demand-driven). Dengan kata lain mereka hanya mempunyai sedikit informasi langsung dari pasar, melalui data penjualan masa lalu mereka paksa untuk membuat ramalan permintaan dan disimpan di dalam inventori. Terobosan terbaru untuk mengatasi hal ini adalah dengan menggunakan Efficient Consumer Response (ECR) dan penggunaan dari teknologi informasi untuk memperoleh data permintaan langsung dari point-of-sale atau point-of-use. Hal ini memberikan kemampuan organisasi untuk "mendengar suara" dari pasar dan untuk merespon secara langsung terhadap kebutuhan konsumen tersebut.

Penggunaan teknologi informasi untuk berbagi data antar para pembeli dengan pemasok, menciptakan suatu Virtual Supply Chain, yang lebih didasarkan pada informasi bukannya didasarkan pada inventori.

Sistem logistik konvensional didasarkan pada suatu paradigma untuk mencari jumlah inventori yang optimal dan lokasi penempatannya. Formula dan algoritma yang kompleks dikembangkan untuk mendukung model bisnis yang didasarkan inventori ini. Pradoksnya, apa yang telah kita pelajari adalah permintaan diketahui berdasarkan informasi yang diperoleh dari saluran pemasaran. Electronic Data Interchange (EDI) dan sekarang Internet sudah membuka peluang untuk kemitraan di Supply Chain. Perusahaan mudah untuk bereaksi sesuai dengan permintaan yang riil, dibandingkan jika permintaan dikirim dari satu chain ke chain lainnya, karena akan terjadi distorsi dan noisy dari order tersebut.

Sharing Informasi antara mitra Supply Chain hanya dapat terjadi secara penuh melalui Pengintegrasian Proses (Process Integration). Dengan pengintegrasian proses hal ini berarti terjadi kolaborasi antara para pembeli (perusahaan) dengan para pemasok, pengembangan produk bersama, sistem yang sama dan sharing informasi. Bentuk kerjasama semacam ini di Supply Chain telah

menjadi semakin populer, hal ini sejalan dengan fokus perusahaan dalam memanager kompetensi inti mereka dan alihdaya (outsource) semua aktivitas yang bukan kompetensi inti. Pada saat ini, kepercayaan yang lebih besar terhadap mitra dan partner aliansi, menjadi semakin penting. Karenanya. Di "perusahaan yang diperluas" (sebutan untuk perusahaan yang beraliansi ini), tidak ada lagi batasan-batasan dan suatu etos dari kepercayaan dan komitmen harus berlaku. Bersamaan dengan proses pengintegrasian ini maka perlu ditentukan strategi bersama, tim buyer-supplier, transparansi informasi dan bahkan akuntansi yang saling terbuka.



Gambar 4 : The Agile Supply Chain

Gagasan ini menjadikan Supply Chain sebagai perserikatan dari mitra yang saling berhubungan bersama-sama sebagai suatu jejaring yang menyediakan keempat faktor di atas untuk menjadi Supply Chain yang tangkas. Suatu hal yang harus diakui, suatu perusahaan bisnis tidak akan mampu bersaing dalam jangka panjang bila hanya berdiri sendiri, dibandingkan bila menjadi suatu Supply Chain. Kita kini memasuki zaman "kompetisi jejaring" di mana keunggulan akan diperoleh oleh organisasi yang memiliki struktur yang lebih baik, koordinasi dan manajemen hubungan dengan mitra mereka dalam suatu jejaring lebih baik, semakin dekat dan lebih tangkas hubungan mereka dengan pelanggan akhir. Tantangan pasar global saat ini adalah bagaimana mencapai keunggu-

lan yang langgeng yang dapat di-leverage menjadi kekuatan dan kompetensi dari jejaring mitra untuk mencapai kemampuan respon yang lebih baik terhadap kebutuhan pasar.

Kesimpulan

Manajemen Pemasaran belum menyadari pentingnya Logistik dan Manajemen Supply Chain sebagai elemen kunci dalam memperoleh keunggulan di pasar. Bagaimanapun, saat ini lingkungan bisnis yang lebih menantang, di mana berubah-ubahnya permintaan dan sulitnya memprediksi permintaan menjadi keharusan untuk menuju ke Supply Chain yang tangkas. Unsur-unsur dari Supply Chain yang tangkas terdiri dari Market Sensitive, Process Integration, Virtual dan Network Based.

Pustaka

- (1) Billington, Corey and Jason Amaral, 1999, Investing in Product Design to Maximise Profitability Through Postponement. in Andersen, David (ed), Achieving Supply Chain Excellence Through Technology, San Francisco : Montgomery Research.
- (2) Christopher, Martin, 1998, Logistics & Supply Chain Management, London : Pitmans, (Zara case written by Helen Peck)
- (3) Frazelle, Edward, 2002, Supply Chain Strategy : The Logistics of Supply Chain Management, McGraw-Hill, New York.
- (4) Nagel, Roger and Rick Dove, 1991, 21st Century Manufacturing Enterprise Strategy, Incooca Institute, Lehigh University
- (5) Ohno, Taiichi, 1988, The Toyota Production System Beyond Large Scale Production, Portland, Oregon : Productivity Press.
- (6) Signorelli, S., and Heskett, J.L., 1984, Benetton (A), Harvard Business School Case Study No. 9-685-014.
- (7) Stalk, George, .Time . 1988, The Next Source of Competitive Advantage., Harvard Business Review, July/August.
- (8) Womack, James, Daniel Jones & Daniel Roos, 1990, The Machine that Changed the World, New York : Macmillan.

Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia
POLITEKNIK POS INDONESIA



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

Ir. AGUS PURNOMO, MT

SEBAGAI *PEMAKALAH*

SEMINAR NASIONAL BISNIS LOGISTIK
"MENYIKAPI TANTANGAN BISNIS LOGISTIK DI ERA PERDAGANGAN BEBAS"
AUDITORIUM POLITEKNIK POS INDONESIA

BANDUNG, 18 MEI 2006

DIREKTUR



SUTRISNO, P.hD

KETUA

JURUSAN LOGISTIK BISNIS

Ir. SUNTORO, MT