

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi yang sangat pesat, membawa dampak yang cukup besar di berbagai bidang, salah satunya adalah bidang ekonomi. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis *e-commerce*. Bisnis *e-commerce* mampu memberikan kemudahan penjualan melalui internet, sehingga kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli tidak membutuhkan pertemuan dalam melakukan transaksi. Hal ini tentunya sesuai dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan berbagai inovasi di bidang teknologi komunikasi yang semakin efisien, cepat dan praktis, sehingga *e-commerce* merupakan salah satu alternatif yang tepat dalam melakukan transaksi-transaksi seperti menjual maupun membeli barang. Hal ini mendorong banyak pengusaha-pengusaha dari skala retail kecil hingga pengusaha besar yang berusaha mengembangkan bisnis mereka dengan memasuki pasar digital atau *online (e-commerce)*. Selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas, pemasaran atau penjualan melalui internet juga lebih efisien dan dapat menekan biaya pemasaran.

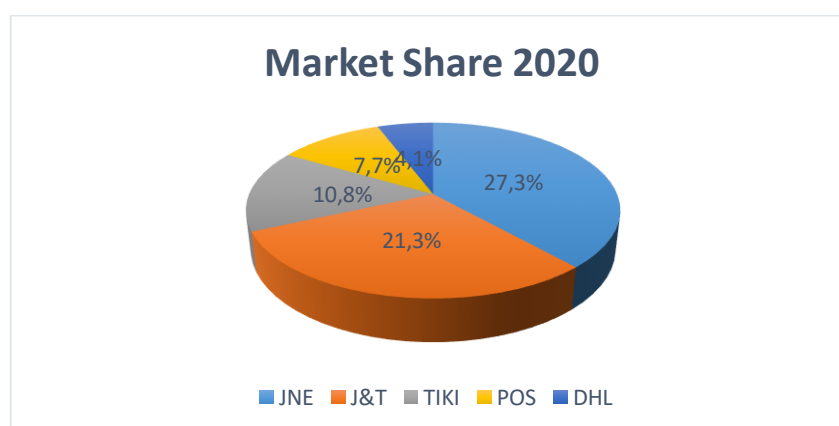
Berkembangnya pasar *e-commerce* di Indonesia membuka peluang bagi bisnis logistik, yang mempunyai potensi besar untuk menopang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Bisnis *online* meningkatkan kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman sebagai perantara proses transaksi jual dan beli antara *seller* (penjual) dengan *buyer* (pembeli). Dengan kondisi dan keberadaan tempat yang berbeda dan jauh antara pembeli dan penjual tersebut, membuat proses ini memerlukan peran dari industri jasa pengiriman barang untuk menghantarkan barang dari penjual kepada pembeli tanpa harus melalui tatap muka secara langsung antara kedua belah pihak.

Persaingan yang ketat juga dirasakan oleh perusahaan penyedia jasa logistik atau pengiriman kilat. Hal ini dikarenakan meningkatnya permintaan masyarakat akan pengguna jasa logistik akhir-akhir ini. Melihat adanya peluang usaha pada

perusahaan penyedia jasa logistik maka pebisnis berlomba-lomba mendirikan perusahaan yang bergerak di bidang tersebut. Mengingat masyarakat pada saat ini disibukkan dengan padatnya rutinitas sehari-hari yang harus dilaksanakan. Hal inilah yang mendorong timbulnya perusahaan penyedia jasa logistik atau pengiriman kilat dan terpacu untuk saling bersaing dan menguasai pasar, di mana mereka dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik konsumen.

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di jasa logistik khususnya dipengiriman pos yang wilayahnya nasional maupun international dengan tujuan berorientasi laba. PT. Pos Indonesia (Persero) mempunyai tugas untuk melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah dalam bidang ekonomi juga pembangunan yang pada umumnya memberikan layanan jasa pengiriman bagi seluruh masyarakat di Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia. PT. Pos Indonesia (Persero) juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam pengiriman barang ataupun surat-surat melalui jasa pengiriman. Sebagai *delivery* atau penyedia jasa pengantar, barang ataupun surat yang akan dikirim pelanggan untuk dikirim ke tujuannya melalui kantor pos.

Namun pada kenyataannya PT. Pos Indonesia (Persero) kalah bersaing dengan jasa ekspedisi lain seperti Jne, J&T, TIKI, dan lain sebagainya. Menurut data dari Top Brand Index tahun 2020, untuk penguasaan pasar terlihat pada Gambar 1.1.

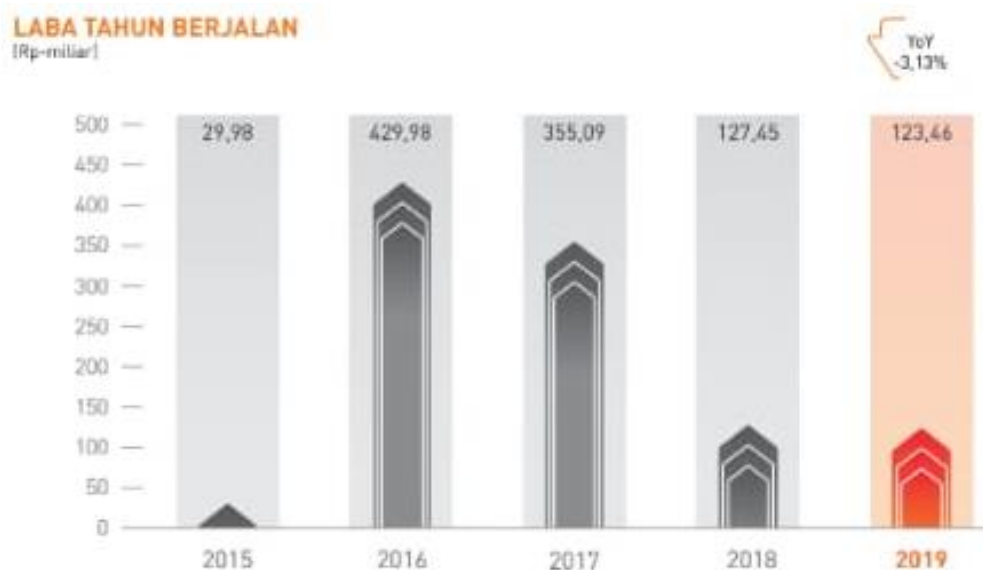


Gambar 1.1 Top Brand Index 2020

Sumber : Top Brand Index 2020

Dilihat dari data di atas PT. Pos Indonesia (Persero) hanya menguasai pasar sebesar 7,7% dan yang paling besar penguasaan pasar adalah JNE sebesar 27,3% dan disusul oleh J&T sebesar 21,3%. TIKI pada posisi ke tiga dengan penguasaan pasar sebesar 10,8%.

Di tengah dinamika dan tantangan usaha yang tidak ringan, kinerja pendapatan segmen logistik berdasarkan laporan tahunan PT. Pos Indonesia (Persero) tahun 2019 meningkat sebesar Rp84,94 miliar atau sebesar 16,62% dibandingkan dengan tahun 2018. Dalam bidang logistik, perusahaan masih mengandalkan optimalisasi dari jaringan kantor pos yang dimiliki serta mengandalkan kinerja PT. Pos Logistik Indonesia sebagai anak perusahaan yang bergerak di bidang logistik. Meskipun pendapatan segmen logistik mengalami peningkatan, manajemen mencermati tingginya persaingan di bidang logistik. Kecenderungan harga logistik yang sangat murah akan menuntut perubahan pola operasi yang lebih efisien.



Gambar 1.2 Laba Tahun Berjalan PT. Pos Indonesia (Persero)

Sumber : Laporan Tahunan 2019 PT. Pos Indonesia (Persero)

Pada Gambar 1.2 sebagai informasi, laba tahun berjalan merupakan catatan keuntungan yang masuk perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnis selama satu tahun pencatatan setelah dipotong pajak. Posisi laba tahun berjalan PT. Pos Indonesia (Persero) cenderung mengalami penurunan. Bahkan pada tahun 2019, posisi laba tahun berjalan hanya sebesar Rp123,46 miliar atau terendah sejak tahun 2015.

Ditinjau dari segi pengiriman barang di PT. Pos Indonesia (Persero) tidak optimal. Jumlah barang yang diantar saat ini sangat sedikit. Pengiriman *personal milling* di PT Pos Indonesia (Persero) sudah tidak ada. Akibat kemajuan teknologi, pengiriman yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia (Persero) hanya surat bisnis, seperti statement dari bank, surat dari notaris, surat dari sekolah dan sebagainya. Sehingga terjadi kondisi di mana kurir bekerja tidak optimal, wilayah sudah terbagi akan tetapi surat pengantar tidak ada. Seharusnya kurir bekerja dari jam 09.00 WIB – 17.00 WIB, namun sebelum jam 17.00 WIB kurir sudah kembali ke kantor karena sudah tidak ada lagi barang yang harus diangkut. Salah satu penyebab tidak tercapainya target perusahaan adalah beban *cost* setiap kurir sangat tinggi terutama *fixed cost* akan tetapi pengiriman barang tidak ada.

Perkembangan teknologi saat ini, memberikan layanan baru yang sedang banyak digemari oleh masyarakat khususnya daerah-daerah kota besar di Indonesia. Layanan tersebut adalah angkutan *online*. Semakin tinggi tuntutan mobilitas masyarakat, maka sistem transportasi akan sangat di butuhkan dalam kesehariannya. Adanya terobosan yang dilakukan dalam dunia transportasi ini menimbulkan banyak pertimbangan masyarakat untuk memilih yang terbaik dari apa yang telah disediakan oleh para penyelenggara.

Angkutan *online* sebagai sarana transportasi yang sudah banyak digunakan. Dalam tahun 2019, dapat dikatakan bahwa angkutan *online* mampu memberikan berbagai layanan untuk masyarakat guna memenuhi kebutuhan pergerakan masyarakat. Layanan utama yang banyak diberikan adalah berupa angkutan penumpang sepeda motor, angkutan penumpang mobil, angkutan makanan, angkutan barang dan lain sebagainya. Salah satu layanan yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam kota untuk melakukan pengiriman barang pelanggan dari asal ke tujuan penerima dengan pemesanan Go-Send di aplikasi Go-Jek, di mana dapat mengantarkan barang dalam satu area yang sama (contoh : dalam area Bandung) dengan maksimal berat barang 20 kg dan dengan maksimal ukuran 70x50x50 cm.

Maka dari itu, penulis hendak memberikan pendapat mengenai perlunya hubungan kerja sama yang dapat timbul dari adanya layanan yang serupa dengan badan yang berbeda. Di mana PT. Pos Indonesia (Persero) dan angkutan *online*

merupakan badan yang sama-sama bergerak didalam layanan pengiriman dalam fokus yang berbeda namun dengan satu tujuan, yaitu untuk menunjang pergerakan. Angkutan *online* sebagai penyedia jasa transportasi, sedangkan PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai pemenuhi syarat pergerakan barang. Dapat dikatakan bahwa penulis menyarankan adanya hubungan jalin kerja sama antar pihak yang disebutkan, yaitu PT. Pos Indonesia (Persero) dan angkutan *online*.

Pemilihan alternatif kerja sama yang hendak terjalin antar PT. Pos Indonesia (Persero) dengan angkutan *online* adalah perusahaan tidak perlu dana besar untuk investasi, tidak terbebani biaya perawatan/pemeliharaan. Namun, ada pula beberapa kelemahan yang diakibatkan penggunaan sewa, diantaranya ketergantungan pihak lain sehingga dapat diperoleh analisis berupa alat angkut yang efektif serta perlu dilakukan perbandingan jika menggunakan sistem *fixed cost* menjadi *variable cost*. Sedangkan untuk pihak angkutan *online* keuntungan yang didapatkan adalah berupa pengiriman tetap yang difasilitasi oleh PT. Pos Indonesia (Persero) dalam jasa pelayanan pengiriman barang kepada *customer*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas Tugas Akhir mengenai “ **Analisis Rute dan Armada Dalam Menunjang Layanan Last Mile Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Distribution Center Cipedes** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah-masalah yang akan diidentifikasi pada laporan Tugas Akhir. Perumusan masalah tersebut antara lain:

1. Bagaimanakah rute usulan yang efisien dalam layanan *last mile* PT. Pos Indonesia (Persero)?
2. Berapakah biaya yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) apabila dalam layanan *last mile* menggunakan armada sendiri dengan rute *existing* dan optimum?
3. Berapakah biaya yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) apabila dalam layanan *last mile* menggunakan armada angkutan *online* dengan rute *existing* dan optimum?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui rute usulan yang efisien dalam layanan *last mile* pada PT. Pos Indonesia (Persero).
2. Untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) apabila dalam layanan *last mile* menggunakan armada sendiri dengan rute *existing* dan optimum.
3. Untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) apabila dalam layanan *last mile* menggunakan armada angkutan *online* dengan rute *existing* dan optimum.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi STIMLOG

Penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai referensi bagi Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia dan sebagai pertimbangan terhadap teori yang semakin berkembang seiring dengan ilmu pengetahuan yang semakin maju.

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan atau pengalaman dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang analisis rute dan armada dalam menunjang angkutan *last mile* pengiriman barang dan membantu dalam melatih mengembangkan pola pikir secara teoritis maupun praktis terhadap suatu permasalahan serta menerapkan teori yang telah dipelajari sebelumnya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian Tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang positif yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan sehingga dapat diterapkan di perusahaan sebagai alternatif perusahaan yang berharga untuk perkembangan perusahaan agar lebih baik dan lebih maju lagi di masa yang akan datang.

4. Bagi Pembaca

Sebagai referensi untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai bahan pembelajaran pada penelitian selanjutnya mengenai permasalahan yang sama.

1.5 Batasan Penelitian

Dengan banyaknya permasalahan yang akan dibahas maka untuk mempermudah pemecahan masalah, pada penelitian ini penulis memiliki batasan-batasan dalam mengkaji objek penelitian. Adapun batasan masalah yang digunakan sebagai berikut :

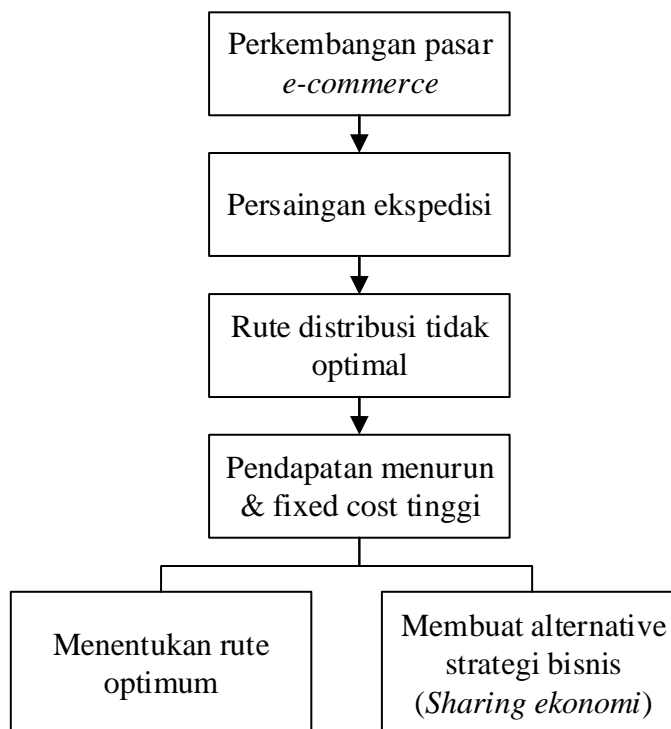
1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PT. Pos Indonesia *Distribution Center* Cipedes dengan 23 Kelurahan di 6 Kecamatan dalam kurun waktu satu bulan pada periode Desember 2019.
2. Penelitian tidak membedakan jenis paket seperti paket pos *express*, Surat Kilat Khusus, Surat Biasa dan lain-lain.
3. Penelitian dan analisa hanya untuk mengetahui perbandingan jika menggunakan sistem *Pricing* dan *Costing*.
4. Analisis data dari penelitian ini dilakukan hanya menggunakan metode *Saving Matrix*, metode *Nearest Neighbour*, dan Biaya Operasional kendaraan (BOK).
5. Untuk data perbandingan digunakan data angkutan *online* Grab dan Go-Jek.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Transportasi yang digunakan untuk proses pengiriman permintaan barang beroperasi dengan baik.
2. Rute distribusi diawali dari lokasi *Distribution Center* Cipedes.
3. Penelitian mengambil ruang lingkup dengan berfokus pada titik tengah kelurahan.
4. Data yang digunakan merupakan data rata-rata permintaan pengiriman perhari pada Desember 2019.
5. Berat rata-rata satu barang yaitu 0,3 Kg.
6. Surat yang akan diantar sudah tersortir dengan baik oleh MPC.
7. Proses *unloading* satu barang dilakukan selama 5 menit.

1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.3 Flowchart Kerangka Pemikiran

Banyaknya intensitas pengguna internet dimanfaatkan untuk hal bisnis yang sangat menjanjikan dalam dunia bisnis sehingga bermunculan *e-commerce* atau toko-toko *online*. Banyaknya perusahaan yang sudah muncul dengan menerapkan sistem *e-commerce* membuat munculnya persaingan perusahaan ekspedisi yang ketat. Perusahaan ekspedisi yang ada berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik dari segi biaya, ketepatan, kecepatan dan aspek lainnya yang menunjang dan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk terus menggunakan jasa ekspedisi tersebut. Hal ini berlaku juga pada PT. Pos Indonesia di mana perusahaan ini memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya. Namun bagi penulis, rute distribusi yang ada sekarang pada DC Cipedes dianggap kurang optimal, yang menyebabkan rute distribusi barang menjadi tidak optimal yang kemudian berimbas pada pendapatan yang menurun serta *fixed cost* yang tinggi. Hal ini tentu akan mengganggu kinerja perusahaan mengingat semua perusahaan tentu menginginkan pengeluaran yang sekecil mungkin dengan pendapatan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis hendak menentukan rute optimum dengan

menggunakan metode *Saving Matrik* dan *Nearest Neighbour* serta membuat alternative strategi bisnis dengan membuat kerja sama dengan pihak Ojek Online.

1.8 Sistematika Penulisan

Penulis laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang relevan dan menjadi referensi dalam penulisan laporan serta berisi metode yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah penyelesaian masalah dan metode yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang pengumpulan data dan cara pengolahan data yang akan dilakukan untuk menghasilkan suatu solusi yang tepat dalam pemecahan masalah terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB V ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang analisis terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap masalah penelitian serta saran-saran yang diajukan kepada perusahaan yang bersangkutan yang bersumber dari temuan penelitian dalam upaya melakukan perbaikan agar perusahaan lebih baik lagi.