

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jasa pengiriman barang saat ini semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap jasa tersebut. Menurut Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (ASPERINDO) total nilai pasar dari 195 anggota Asperindo pada tahun 2016 sudah mencapai Rp 50 triliun (Kontan, 2017). Bahkan menurut Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) memproyeksikan bisnis tersebut mengalami kenaikan sebesar 20-25%. Hal tersebut seiring dengan meningkatnya industri *e-commerce* dan pertumbuhan sentra-sentra usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Industry, 2017).

Perkembangan industri pengiriman barang tersebut menjadikan peluang bagi perusahaan pengiriman untuk meningkatkan penjualannya. Dalam upaya untuk meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas diperlukan perencanaan bisnis bagi perusahaan jasa pengiriman barang. Perencanaan bisnis yang tepat dapat meningkatkan daya saing perusahaan ditengah tingkat persaingan yang semakin ketat dan menghasilkan jasa yang dapat memuaskan konsumennya. Ketepatan pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu perencanaan bisnis yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang tidak tepat dapat berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Pemilihan lokasi tergantung pada jenis usaha yang dikembangkan dari masing-masing perusahaan dan sesuai dengan faktor-faktor penting yang telah ditetapkan. Pada perusahaan jasa, faktor kedekatan dengan konsumen merupakan hal yang penting agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.

Menurut Heizer dan Render (2006, p.383-384) lokasi memiliki dampak yang besar pada keseluruhan risiko dan keuntungan perusahaan. Bergantung pada produk dan tipe produksi atau jasa, biaya transportasi sendiri dapat memiliki total sebanyak 25% dari harga jual produk. Hal ini berarti bahwa seperempat dari total pendapatan perusahaan diperlukan untuk menutup biaya kirim bahan mentah yang datang dan produk jadi yang keluar. Selain itu keputusan lokasi bergantung pada tipe bisnis yang dikembangkan. Untuk keputusan lokasi industri, strategi biasanya

adalah meminimalkan biaya dan tetap mempertimbangkan inovasi dan kreativitas. Bagi perusahaan ritel strategi dipusatkan dalam memaksimalkan pendapatan. Strategi lokasi gudang bahkan didorong oleh kombinasi dari biaya dan kecepatan pengiriman. Sehingga tujuan dari strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang saat ini masih menjaga eksistensinya adalah PT. XYZ yang didirikan pada tahun 1972 dan berlokasi kantor pusat di Jakarta. Perusahaan mempunyai kantor perwakilan di beberapa daerah di Indonesia salah satunya di Kota Bandung. Sebagai perusahaan yang telah lama menggeluti bidang jasa pengiriman barang, PT. XYZ sangat memperhatikan kualitas pelayanannya. Agar dapat bersaing, perusahaan harus mampu menciptakan perencanaan bisnis yang tepat di tengah munculnya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya yang juga menawarkan jenis layanan yang sama. Disamping hal tersebut, perusahaan perlu memberikan performansi kerjanya agar dapat melayani konsumennya dengan baik. Salah satu cara meningkatkan performansi tersebut dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna jasa pengiriman barang dengan memberikan pelayanan jaringan atau agen perusahaan demi memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi pengiriman.

Dalam lima tahun terakhir, permintaan jasa pengiriman barang perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut dapat dilihat dari **Gambar 1.1** sebagai berikut:



(Sumber: PT. XYZ)

Gambar 1.1 Permintaan jasa Pengiriman Barang PT. XYZ

Berdasarkan gambar permintaan tersebut, pada tahun 2013 perusahaan mengalami peningkatan permintaan menjadi 3,6 milyar rupiah dari tahun 2012 yaitu 3 milyar rupiah. Kemudian pada tahun selanjutnya permintaan meningkat kembali menjadi 4 milyar rupiah. Pada tahun 2015 permintaan menurun menjadi 3,9 milyar rupiah namun pada tahun 2016 permintaan mengalami kenaikan dengan jumlah sekitar 5,8 milyar. Karena permintaan yang mengalami peningkatan hingga tahun 2014 dan penurunan yang tidak terlalu signifikan pada tahun 2015 serta peningkatan pada tahun terakhir yaitu 2016 maka perusahaan berencana untuk memperluas usahanya di beberapa wilayah yang potensial.

Di Kota Bandung, keberadaan agen perusahaan perlu dilakukan dengan melihat potensi wilayah tersebut agar tercapainya kesuksesan usaha. Potensi penjualan dapat di ramalkan dengan melihat variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan terhadap jasa pengiriman barang. Saat ini, perusahaan mempunyai satu kantor pusat yang berlokasi di Jalan Banceuy dan belum menentukan unit agen. Padahal penentuan unit agen tersebut akan berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan bagi konsumen dan rute pengumpulan barang yang akan dikirim. Rute yang tidak dilakukan secara terencana akan berpengaruh terhadap waktu tempuh dan biaya transportasi. Kenaikan bahan bakar minyak dapat meningkatkan biaya transportasi yang berdampak pada meningkatnya biaya produksi. Saat ini perusahaan melakukan pelayanan *door to door* untuk beberapa konsumen dan pengumpulan barang belum dilakukan secara terintegrasi.

Untuk dapat menekan biaya transportasi, perusahaan harus merencanakan dengan baik sistem pengangkutan. Perencanaan tersebut dimulai dari penentuan lokasi agen yang dapat dijangkau konsumen dan sistem rute pengumpulan barang yang akan dikirim. Tentunya perencanaan tersebut dilakukan agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal tersebut membawa konsekuensi dibutuhkannya sejumlah agen yang kemudian akan mengurangi rute *pick up* yang sebelumnya dilakukan secara *door to door* untuk melakukan pengumpulan barang yang akan dikirim.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul: **"Pengaruh Strategi Distribusi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Logistik di Kota Bandung"**

dan Rute Pengumpulan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus : PT. XYZ Myc'Dcpf wpi -ö

1.2 Identifikasi Masalah

Meningkatnya bisnis jasa pengiriman barang menjadi tantangan bagi perusahaan agar dapat menjaga eksistensinya dan menjadi peluang bagi perusahaan untuk memperluas usahanya. Saat ini PT. XYZ belum menentukan agen perusahaan yang menjangkau wilayah di Kota Bandung dan hanya mempunyai kantor pusat di Jalan Banceuy. Hal tersebut menyebabkan perusahaan memerlukan penambahan unit agen dan perencanaan rute pada saat pengumpulan barang yang akan dikirim. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model permintaan kebutuhan jasa pengiriman barang untuk PT. XYZ?
2. Berapa agen yang diperlukan untuk memenuhi permintaan jasa pengiriman barang tahun 2019?
3. Berapa kapasitas pengangkutan dan bagaimana rute pengumpulan barang yang terencana?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menentukan model permintaan kebutuhan jasa pengiriman barang untuk PT. XYZ.
2. Menentukan agen yang diperlukan untuk memenuhi permintaan jasa pengiriman barang.
3. Mengetahui kapasitas pengangkutan dan menentukan rute pengumpulan barang yang terencana.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan sehingga dapat menambah pemahaman penulis dan memenuhi tugas akhir program manajemen transportasi logistik.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan terhadap unit dan lokasi agen sesuai dengan peramalan permintaan jasa pengiriman barang. Dengan merencanakan agen, perusahaan dapat menyediakan kemudahan bagi konsumen dan meningkatkan pelayanan. Selain itu dapat dilakukan penentuan terhadap rute pengumpulan barang apabila terjadi penambahan agen.

3. Bagi Institusi Pendidikan

Sebagai bahan untuk menambah kepustakaan dan sebagai sumbangan pemikiran serta dapat berguna untuk menjadi bahan referensi serta dapat dikritis.

1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat batasan-batasan atau ruang lingkup dan asumsi yang digunakan sebagai berikut:

1.5.1 Batasan Penelitian

Adapun batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Lingkup wilayah penelitian meliputi kecamatan di Kota Bandung dan fokus pada pengiriman *outbond* dengan tujuan domestik.
2. Biaya investasi pembangunan agen tidak diperhitungkan.
3. Data *pick up* muatan yang digunakan data pada bulan Februari 2017 dan data model permintaan menggunakan data tahun 2015.
4. Penentuan rute berdasarkan penghematan jarak dan hanya sampai tahap usulan tidak memperhitungkan biaya yang dikeluarkan.
5. Jarak antar kantor pusat dengan agen dan antar agen berdasarkan *Google Maps*.
6. Batas kapasitas untuk penentuan rute adalah kapasitas berat muatan kendaraan yang digunakan.

