

POSTAL LOGISTICS, SEBUAH KOLABORASI RANTAI PASOK

Agus Eko Putro, SE., MT.
Program Studi Manajemen Transportasi Logistik
Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia
Email : aguseko9@gmail.com

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai badan usaha milik negara yang bertugas untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat terutama pelayanan jasa pos telah mendefinisi fungsi dengan tidak hanya sebatas sebagai pembawa berita tetapi telah memposisikan diri untuk bergerak ditiga bidang usaha, yaitu bisnis komunikasi, bisnis logistic, bisnis pelayanan keuangan, dan bisnis pelayanan keagenan.

Selama ini bisnis komunikasi dan bisnis pelayanan keagenan menjadi salah satu andalan pendapatan PT. Pos Indonesia (Persero). Bisnis komunikasi dan bisnis pelayanan keagenan memiliki rantai proses yang berbeda. Lini produksi bisnis komunikasi memiliki rantai proses collections, processing, distribution/transportation dan delivery. Lini produksi bisnis pelayanan keagenan memiliki rantai proses receiving-checking-put away-storage-order picking-shipping preparation-shipping-selling.

Kedua rantai proses tersebut memiliki peran dan fungsi yang sama yaitu mendistribusikan dan memindahkan sesuatu dari satu tempat ke tempat lain. Diera e-commerce saat ini, lini produksi yang telah berjalan belasan tahun lamanya memiliki potensi besar untuk dikembangkan agar memberikan manfaat bisnis yang lebih besar lagi. Kolaborasi jaringan kerja antara lini proses bisnis komunikasi dan bisnis pelayanan keagenan diproyeksikan mampu memenuhi berbagai variasi kebutuhan konsumen. Electronic marketplace membutuhkan fleksibilitas dan kapasitas yang memadai untuk memenuhi berbagai variasi kebutuhan proses distribusi produk.

Lini proses konvensional bisnis komunikasi memiliki satu skema proses, sedangkan lini proses konvensional bisnis layanan keagenan memiliki empat model skema. Dengan proses kolaborasi jaringan kerja ini diproyeksikan mampu tercipta limabelas model skema lini proses yang diintegrasikan dengan memanfaatkan teknologi.

Kata kunci : postal logistics, e-commerce, e-marketplace, kolaborasi jaringan kerja

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Sistem Jasa Perposan

Hasil redefinisi bisnis jasa pos bahwa ciri utama bisnis PT Pos Indonesia (Persero) adalah *pemindahan “sesuatu” dari satu tempat ke tempat lain*. (Putro, Agus Eko, 2000)

Lingkup bidang bisnis PT Pos Indonesia meliputi:

1. Pengiriman berita (*communication*)
2. Pengiriman barang (*logistic*)
3. Pengiriman uang (*financial service*)
4. Pelayanan Keagenan (*agency services*)

Keempat bidang bisnis di atas pada prakteknya masing-masing memiliki rantai nilai dalam upaya mewujudkan pelayanan kepada para konsumen dan mitra bisnis. Pada kenyataannya konsumen dan mitra bisnis membutuhkan prasarana dan sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan permintaan jasa komunikasi dan informasi masyarakat. Subsistem *pengumpulan, pemrosesan, pengangkutan* dan *pengantaran* membutuhkan prasarana dan sarana untuk dapat menjalankan bidang-bidang bisnis tersebut di atas.

Menghadapi semakin ketatnya persaingan di era *electronic commerce* ini PT Pos Indonesia (Persero) harus tetap secara konsisten dan terus menerus melakukan pembenahan manajemen dan organisasi dengan tetap berpijak pada kompetensi inti perusahaan.

Pada keempat bidang bisnis PT. Pos Indonesia terdapat tiga bidang bisnis yang memiliki kemiripan proses bisnis, yaitu :

1. Pengiriman berita (*communication*)
2. Pengiriman barang (*logistic*)
3. Pelayanan Keagenan (*agency services*)

Berdasarkan perspektif rantai proses, pengiriman berita dan barang memiliki kemiripan proses operasi. Rantai proses *collection-processing-transportation/distribution-delivery* telah menjadi rantai operasi baku pengiriman berita dan barang di PT. Pos Indonesia (Persero).

Bidang bisnis pelayanan keagenan memiliki empat jenis pelayanan, yaitu :

No	Keterangan
1.	Distribusi meterai
2.	Distribusi barang konsinyasi
3.	Distribusi kartu perdana Telkomsel
4.	Distribusi perangko dan filateli

Tabel 1-1 Jenis Produk Pelayanan Keagenan

Keempat jenis bisnis pelayanan keagenan tersebut pada umumnya dan pada dasarnya adalah pelayanan rantai pasok produk dari *supplier* sampai dengan pelayanan penjualan. Rantai proses *receiving-storage-order picking-shipping preparation-shipping-selling/retailing* merupakan rantai proses baku pelayanan distribusi produk yang selama ini disebut sebagai pelayanan keagenan.

Bisnis pelayanan pengiriman berita dan barang memiliki esensi makna rantai proses yang relatif sama dengan pelayanan keagenan yaitu pemindahan barang dari satu tempat ke tempat lain. Namun dari

perspektif proses operasional, pelayanan pengiriman berita dan barang dengan pelayanan keagenan memiliki rantai proses yang relatif berbeda.

Masing-masing rantai proses selama ini memiliki lini proses dan dijalankan secara relatif terpisah, diproses secara manual dengan sentuhan teknologi informasi untuk mengontrol transaksi, jejak lacak barang dan *inventory*. Tuntutan di era *e-marketplace* saat ini membutuhkan integrasi dan kolaborasi antar elemen-elemen proses disetiap lini proses diharapkan akan mampu meningkatkan kapabilitas operasi dan kemampuan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen. Integrasi dan kolaborasi jaringan kerja diproyeksikan akan meningkatkan fleksibilitas dan kapasitas operasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan uraian pada sub bab pendahuluan di atas, permasalahan yang mesti dikaji lebih lanjut adalah bagaimana melakukan integrasi dan kolaborasi antar elemen-elemen proses operasi kurir pos dan layanan keagenan untuk meningkatkan kemampuan dan kapabilitas proses operasi di dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

1.3 Pembatasan Permasalahan

Sebagaimana membahas dan mengkaji suatu permasalahan maka diperlukan suatu pembatasan dengan maksud agar pembahasan yang akan dilakukan menjadi lebih terarah, untuk itu dalam pembahasan permasalahan penelitian ini terdapat beberapa pembatasan, yaitu:

- a. Lembaga tempat dilakukannya pengkajian dan penelitian ini adalah PT. Pos Indonesia (Persero).
- b. Ruang lingkup pengkajian dan penelitian adalah pada penentuan dan perumusan model integrasi dan kolaborasi proses operasi kurir pos dan keagenan.

1.4 Maksud Dan Tujuan

a. Maksud

Pengkajian dan penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan model integrasi dan kolaborasi proses operasi kurir pos dan keagenan.

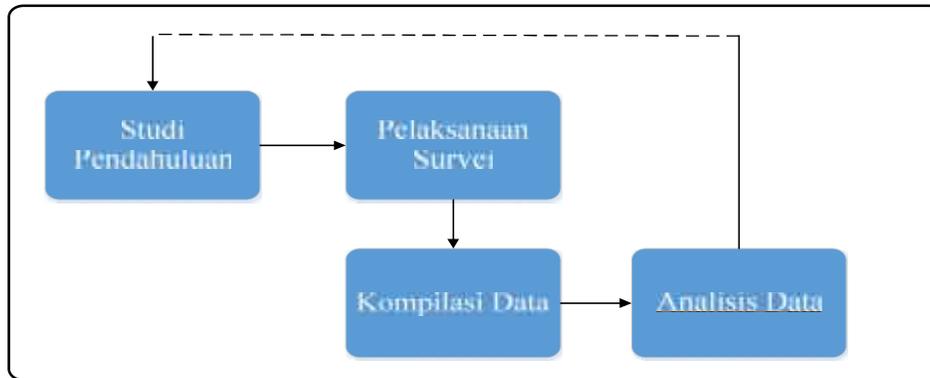
b. Tujuan

Untuk merumuskan dan menghasilkan model integrasi dan kolaborasi proses operasi kurir pos dan keagenan yang relatif efisien, efektif dan mampu melayani berbagai kebutuhan konsumen.

1.5 Metoda Penelitian

Dalam pengkajian dan penelitian ini akan dilakukan pengolahan, analisis dan evaluasi terhadap berbagai data sekunder yang dikumpulkan melalui survei lapangan dan referensi hasil pemetaan diberbagai lini proses kurir pos dan lini proses bisnis layanan keagenan. Hasil analisis data tersebut kemudian akan dipergunakan untuk mengkaji dan merumuskan model integrasi dan kolaborasi antar elemen-elemen proses operasi kurir pos dan layanan keagenan.

Proses penelitian dan pengkajian dilaksanakan sesuai skema berikut :



Gambar 1-1 Alur Proses Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Tujuan dari studi pendahuluan adalah untuk menentukan parameter data yang akan disurvei, menentukan metoda yang diperlukan untuk mengumpulkan data dimaksud dan kerangka pemecahan masalah seperti tampak pada gambar 1. Rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah :

- a. Perumusan kerangka pemecahan masalah
- b. Perumusan tujuan pengumpulan data
- c. Mendefinisikan dan menentukan parameter-parameter yang akan dikaji
- d. Menentukan metoda survei.

2. Pelaksanaan Kajian dan Survei

Pelaksanaan survei lapangan relatif akan ditentukan oleh:

- a. Program rencana survei
- b. Penyediaan sdm
- c. Penyediaan sumber daya finansial
- d. Penyediaan sumber daya waktu

BAB 2 STUDI PUSTAKA

Studi pustaka terdiri atas dua bagian pokok, yaitu:

1. Beberapa hasil observasi dan pengkajian yang membahas permasalahan proses bisnis pelayanan postal, baik kurir maupun logistik, dengan memperhatikan faktor rantai nilai dan rantai pasok sesuai produk dan prosesnya.
2. Landasan teori yang akan dipergunakan sebagai dasar perumusan konsep yang berhubungan dengan masalah rantai nilai dan rantai pasok. Dalam sub bab ini akan dijelaskan teori tentang dasar-dasar jaringan, rantai nilai, rantai pasok dan perdagangan digital.

2.1 Pengkajian tentang Proses Bisnis Komunikasi dan Rantai Pasok Layanan Keagenan

Pengkajian dan penelitian tentang *postal logistics* pada akhirnya tidak hanya terkait dengan proses bisnis komunikasi dengan pelayanan kurirnya, namun termasuk di dalamnya proses bisnis pelayanan keagenan. Integrasi dan kolaborasi jaringan proses bisnis kurir dan keagenan melahirkan model proses bisnis *postal logistics*.

Hasil pengkajian yang akan dibahas dalam studi pustaka adalah elemen-elemen yang membentuk proses bisnis komunikasi dalam hal ini kurir pos dan rantai pasok pelayanan keagenan yang selama ini dikelola oleh PT. Pos Indonesia.

Aspek proses bisnis komunikasi kurir pos dan rantai pasok pelayanan keagenan dibahas dalam sebuah hasil pengkajian berjudul “Penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) Layanan Perusahaan”, yang merupakan kerjasama antara PT. Pos Indonesia dengan PT Multi Utama Indojasa (*MUC Consulting Group*). Pengkajian dilakukan setelah terlebih dulu dilaksanakan pemetaan proses bisnis baik terhadap layanan jasa kurir maupun rantai pasok keagenan yang selama ini telah dilaksanakan oleh PT. Pos Indonesia (Persero).

Terdapat lima aktivitas pemetaan proses bisnis yang dilakukan terhadap produk-produk utama PT. Pos Indonesia, yaitu :

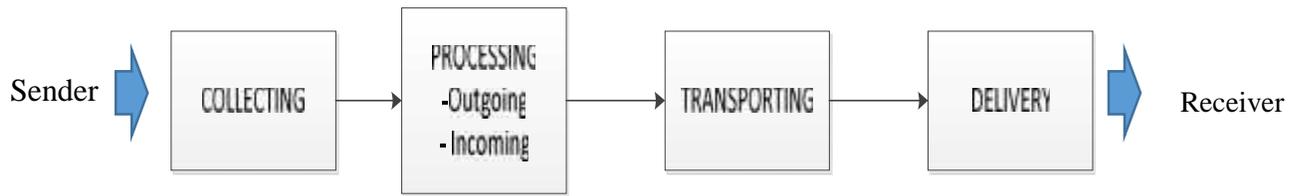
No	Keterangan
1.	Pelayanan Jasapos
2.	Distribusi meterai
3.	Distribusi barang konsinyasi
4.	Distribusi kartu perdana Telkomsel
5.	Distribusi perangko dan filateli

Tabel 2-1 Jenis Proses Bisnis

Pelayanan jasapos adalah layanan bisnis kurir pos berupa pengiriman berita dan barang. Sedangkan pelayanan bisnis keagenan berupa distribusi meterai, barang konsinyasi, kartu perdana Telkomsel, Perangko dan Filateli.

Pemetaan dilakukan terhadap masing-masing proses bisnis, setiap jenis proses bisnis memiliki alur proses bisnis unik yang relatif berbeda satu dengan yang lain. Hasil pengkajian tersebut dilengkapi dengan hasil survei yang dilakukan terhadap proses operasi pelayanan dan rantai pasok keagenan.

Pembenahan manajemen khususnya manajemen pelayanan jasapos harus dimulai dari pemahaman terhadap rantai nilai proses bisnis operasional pelayanan jasapos sbb :

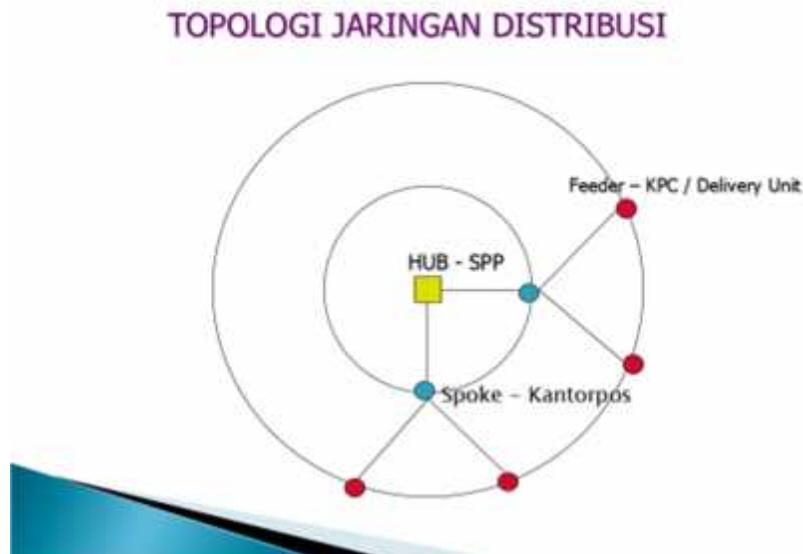


Gambar 2-2 Rantai Nilai Proses Bisnis Operasional Pelayanan Jasapos

Gambar 2-2 di atas menunjukkan rantai nilai pelayanan jasapos yang selama belasan bahkan puluhan tahun dianut oleh PT. Pos Indonesia dalam melayani masyarakat konsumen. Proses bisnis yang bersifat serial ini merupakan proses bisnis inti operasional pelayanan jasapos, berlaku dimanapun disemua unit pelayanan kantorpos (*MUC Consulting Group, 2014*).

Proses bisnis operasional pelayanan jasapos tersebut berfungsi mendistribusikan barang maupun dokumen dari satu tempat ke tempat lain yang berada dalam wilayah pelayanan jasapos. Dalam prakteknya barang-barang yang didistribusikan melalui jaringan pos tidak hanya barang yang dikemas dalam bentuk kiriman paket dari para pengirim sampai diterima oleh si alamat. Selain itu bisnis pelayanan keagenan yang mengelola barang-barang milik mitra usaha yang didistribusikan sepanjang mata rantai pasok sebagai upaya pemenuhan logistik barang yang dipasok oleh para supplier sampai dengan penjualan barang-barang usaha tersebut (konsinyasi) tersedia di *outlet-outlet* kantorpos.

Topologi jaringan distribusi kiriman jasapos tampak pada gambar berikut ini :



Gambar 2-1
Topologi Jaringan Distribusi

Topologi jaringan tersebut di atas menganut konsep *STAR*, dimana sebagai pusat distribusi terdapat sebuah node yang disebut *HUB*, sedangkan jari-jarinya disebut *SPOKE* (Putro, Agus Eko, 2000)

Dalam penerapannya konsep hub muncul dengan nama SPP (Sentral Pengolahan Pos) dan KSD (Kantor Sentral Distribusi), dan Kantor Tukar baik udara maupun laut.

Sedangkan konsep *spoke* direpresentasikan oleh keberadaan kantorpos disetiap kota/kabupaten. *Feeder* berupa kantorpos cabang dan agenpos.

Jumlah SPP saat ini sembilan unit yang tersebar di kota Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Makassar, Banjarbaru, Denpasar dan Medan. Terdapat 206 Kantorpos dan 3600 Kpc.

Selain pendistribusian kiriman barang dan dokumen, PT Pos Indonesia (Persero) memiliki jaringan rantai pasok yang berfungsi mendistribusikan barang-barang milik mitra usaha. Kemitraan strategis antara PT. Pos Indonesia (Persero) dengan mitra kerja ini telah terjalin belasan tahun yang lalu. Tiga produk utama yang didistribusikan oleh rantai pasok PT Pos adalah meterai, benda konsinyasi dan kartu perdana Telkomsel.

2.2 Proses Bisnis Pelayanan Keagenan

Salah satu bidang usaha PT. Pos Indonesia adalah bisnis keagenan. Fokus bidang bisnis ini adalah proses bisnis rantai pasok produk tertentu milik mitra usaha untuk didistribusikan ke kantorpos seluruh Indonesia.

Proses rantai pasok dimulai dari penerimaan barang dari pemasok dalam hal ini Perum Peruri. Dilanjutkan dengan proses penggudangan dan pengelolaan persediaan di Bagian Distribusi dan Persediaan PT. Pos Indonesia (Persero). Proses selanjutnya didistribusikan ke kantorpos seluruh Indonesia untuk dijual kepada para konsumen (*MUC Consulting Group, 2014*).

Gambar berikut adalah skema rantai pasok meterai milik Direktorat Jendral Pajak.



Gambar 2-2 Distribusi Meterai

Gambar selanjutnya adalah proses bisnis rantai pasok barang konsinyasi. Produk tersebut milik mitra usaha PT. Pos Indonesia. Terdapat berbagai jenis produk barang konsinyasi yang dipercayakan kepada PT Pos Indonesia untuk didistribusikan dan dijual melalui kantorpos seluruh Indonesia. Pasokan dilakukan oleh para konsinyor. Selanjutnya dilakukan proses penggudangan dan pengelolaan persediaan di Bagian Distribusi dan Persediaan PT. Pos Indonesia (Persero). Proses berikutnya didistribusikan ke kantorpos seluruh Indonesia untuk dijual kepada para konsumen (*MUC Consulting Group, 2014*).

Gambar berikut adalah skema rantai pasok barang konsinyasi milik para konsinyor.



Gambar 2-3 Distribusi Konsinyasi

Gambar berikutnya di bawah ini adalah proses bisnis rantai pasok produk kartu perdana Telkomsel. Produk tersebut milik PT Telkomsel, mitra usaha PT. Pos Indonesia. Produk yang dipercayakan kepada PT Pos Indonesia untuk dikelola proses pergudangan, persediaan dan pendistribusiannya ke *outlet* dan gerai mitra PT Telkomsel diseluruh Indonesia.

Gambar berikut adalah skema rantai pasok kartu perdana milik PT Telkomsel Indonesia.



Gambar 2-4 Flowchart Warehousing Kartu Perdana Telkomsel

Pasokan langsung dilakukan oleh PT. Telkomsel Indonesia ke berbagai gudang yang telah disediakan diseluruh wilayah Indonesia melalui Gudang Pusat. Gudang Pusat tersebut berada di Kantorpos Jakarta Taman Fatahilah. Selanjutnya dilakukan proses penggudangan dan pengelolaan persediaan di Bagian Distribusi dan Persediaan Kantorpos Jakarta Taman Fatahilah tersebut. Proses berikutnya didistribusikan ke gudang-gudang di kantorpos seluruh Indonesia untuk diserahkan kepada para agen penjualan kartu perdana.

Gambar selanjutnya di bawah ini adalah proses bisnis rantai pasok produk prangko dan filateli milik PT. Pos Indonesia (Persero). Produk tersebut dikelola proses pergudangan, persediaan dan pendistribusiannya ke semua kantorpos diseluruh Indonesia.

Proses rantai pasok dimulai dari penerimaan barang dari pemasok dalam hal ini Perum Peruri. Dilanjutkan dengan proses penggudangan dan pengelolaan persediaan di Bagian Distribusi dan Persediaan PT. Pos Indonesia (Persero). Proses selanjutnya didistribusikan ke kantorpos seluruh Indonesia untuk dijual kepada para konsumen (*MUC Consulting Group, 2014*).

Gambar berikut adalah skema rantai pasok prangko dan filateli milik PT. Pos Indonesia (Persero).



Gambar 2-5 Distribusi Prangko dan Filateli

BAB 3 ANALISIS RANTAI PASOK

Secara konsep rantai pasok dibagi dalam tiga bagian penting, yaitu aktivitas hulu rantai pasok (*upstream supply chain*), aktivitas rantai pasok dan rantai nilai internal (*internal supply chain and value chain*), aktivitas hilir rantai pasok (*downstream supply chain*) (Turban, Efraim., King, David., Lee, Jae., Peng Liang, Ting., Turban, Deborah. 2010).

Aktivitas hulu rantai pasok di PT. Pos Indonesia (Persero) untuk masing-masing jenis skema rantai pasok dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini :

No	Jenis Skema Rantai Pasok	Aktivitas Hulu
1.	Pelayanan Jasapos	Penerimaan kiriman dari pengirim
2.	Distribusi meterai	Penerimaan meterai dari Perum Peruri
3.	Distribusi barang konsinyasi	Penerimaan barang konsinyasi dari konsinyor
4.	Distribusi kartu perdana Telkomsel	Penerimaan kartu perdana dari PT Telkomsel
5.	Distribusi perangko dan filateli	Penerimaan perangko dan filateli dan Perum Peruri

Tabel 3-1 Aktivitas Hulu Rantai Pasok Di PT. Pos Indonesia (Persero)

Masing-masing jenis skema memiliki aktivitas hulu dengan pemasok yang berbeda-beda sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan atau ditangani. Untuk pelayanan jasapos menerima kiriman dari pengirim, bisa berupa individu maupun lembaga. Sedangkan pasokan bagi aktivitas proses distribusi semuanya berasal dari lembaga.

Rantai pasok dan rantai nilai internal untuk masing-masing jenis skema tampak pada tabel berikut ini :

No	Jenis Skema Rantai Pasok	Aktivitas Rantai Nilai
1.	Pelayanan Jasapos	<i>Collection-Processing-Transportation</i>
2.	Distribusi meterai	<i>Receiving-Checking-Put Away-Storage-Order Picking-Shipping Preparation-Shipping</i>
3.	Distribusi barang konsinyasi	<i>Receiving-Checking-Put Away-Storage-Order Picking-Shipping Preparation-Shipping</i>
4.	Distribusi kartu perdana Telkomsel	<i>Receiving-Checking-Put Away-Storage-Order Picking-Shipping Preparation</i>
5.	Distribusi perangko dan filateli	<i>Receiving-Checking-Put Away-Storage-Order Picking-Shipping Preparation-Shipping</i>

Tabel 3-2 Aktivitas Rantai Nilai Internal

Secara garis besar dari lima skema rantai pasok dapat dikategorikan dalam tiga kelompok rantai nilai yang berbeda, skema pertama pelayanan jasapos memiliki tiga aktivitas rantai nilai yaitu *collection*, *processing* dan *transportation*. Sedangkan tiga skema rantai pasok masing-masing distribusi meterai, barang konsinyasi, perangko dan filateli memiliki tujuh aktivitas rantai nilai yang relatif sama, yaitu : *receiving*, *checking*, *put away*, *storage*, *order picking*, *shipping preparation*, *shipping*.

Skema distribusi kartu perdana telkomsel memiliki enam aktivitas rantai nilai, yaitu : *receiving*, *checking*, *put away*, *storage*, *order picking*, *shipping preparation*.

Aktivitas hilir dari serangkaian skema rantai pasok diatas tampak pada table berikut ini :

No	Jenis Skema Rantai Pasok	Aktivitas Hilir
1.	Pelayanan Jasapos	<i>Delivery</i>
2.	Distribusi meterai	<i>Selling/Retailing</i>
3.	Distribusi barang konsinyasi	<i>Selling/Retailing</i>
4.	Distribusi kartu perdana Telkomsel	<i>Shipping</i>
5.	Distribusi perangkat dan filateli	<i>Selling/Retailing</i>

Tabel 3-3 Aktivitas hilir

Kelima jenis skema rantai pasok secara garis besar bisa dikelompokkan ke dalam tiga kategori aktivitas hilir yang berbeda. Kategori pertama pelayanan jasapos yang memiliki aktivitas hilir *delivery*. Kategori kedua terdiri dari rantai pasok distribusi meterai, barang konsinyasi serta perangkat dan filateli memiliki aktivitas hilir *selling*. Kategori ketiga adalah skema rantai pasok kartu perdana Telkomsel, memiliki aktivitas hilir *shipping*.

3.1 Analisis Diagram Proses

Skema rantai pasok distribusi meterai baik aktivitas hulu, rantai nilai maupun aktivitas hilir dengan memanfaatkan diagram proses dilakukan analisis untuk menentukan pola proses aktivitas secara keseluruhan.

Berikut analisis diagram proses skema rantai pasok pelayanan jasapos.

No	Aktivitas	Simbol Diagram Proses	Keterangan
1.	<i>Receiving</i>		Menerima dari pengirim
2.	<i>Checking</i>		Memeriksa identitas, kondisi kemasan dan berat kiriman
3.	<i>Processing</i>		Melakukan entri identitas kiriman ke dalam aplikasi kiriman, proses sortasi kiriman dan bagging sesuai alamat tujuan
4.	<i>Put away storage</i>		Kiriman disimpan menunggu proses persiapan pengangkutan
5.	<i>Order picking</i>		
6.	<i>Shipping preparation</i>		Persiapan pengiriman dan pengangkutan
7.	<i>Shipping/Transportation</i>		Proses pengangkutan kiriman ke daerah/kota tujuan
8.	<i>Delivery</i>		Proses sortasi dan pengantaran kiriman
9.	<i>Selling</i>		

Tabel 3-4 Analisis Diagram Proses Skema Rantai Pasok Pelayanan Jasapos

Berikut analisis diagram proses skema rantai pasok distribusi meterai.

No	Aktivitas	Simbol Diagram Proses					Keterangan
1.	<i>Receiving</i>	●	→	■	⬇	▼	Menerima meterai dari supplier, dalam hal ini Perum Peruri
2.	<i>Checking</i>	●	→	■	⬇	▼	Pemeriksaan kondisi, nilai nominal dan jumlah meterai dengan dokumen pengantarnya
3.	<i>Processing</i>	●	→	■	⬇	▼	
4.	<i>Put away storage</i>	●	→	■	⬇	▼	Penyimpanan meterai di dalam gudang
5.	<i>Order picking</i>	●	→	■	⬇	▼	Pengambilan meterai sesuai permintaan/order
6.	<i>Shipping preparation</i>	●	→	■	⬇	▼	Persiapan pengiriman meterai
7.	<i>Shipping/Transportation</i>	●	→	■	⬇	▼	Pengangkutan kiriman meterai
8.	<i>Delivery</i>	●	→	■	⬇	▼	
9.	<i>Selling/Retailing</i>	●	→	■	⬇	▼	Penjualan meterai di UPT

Tabel 3-5 Analisis Diagram Proses Skema Rantai Pasok Distribusi Meterai

Pemetaan skema rantai pasok distribusi meterai baik aktivitas hulu, rantai nilai maupun aktivitas hilir dengan memanfaatkan diagram proses dilakukan analisis untuk menentukan pola proses aktivitas secara keseluruhan.

Skema rantai pasok distribusi barang konsinyasi baik aktivitas hulu, rantai nilai maupun aktivitas hilir dengan memanfaatkan diagram proses dilakukan analisis untuk menentukan pola proses aktivitas secara keseluruhan.

Berikut analisis diagram proses skema rantai pasok distribusi barang konsinyasi.

No	Aktivitas	Simbol Diagram Proses					Keterangan
1.	<i>Receiving</i>	●	→	■	⬇	▼	Menerima barang konsinyasi dari supplier
2.	<i>Checking</i>	●	→	■	⬇	▼	Pemeriksaan kondisi, harga dan jumlah barang konsinyasi dengan dokumen pengantarnya
3.	<i>Processing</i>	●	→	■	⬇	▼	
4.	<i>Put away storage</i>	●	→	■	⬇	▼	Penyimpanan barang konsinyasi di dalam gudang
5.	<i>Order picking</i>	●	→	■	⬇	▼	Pengambilan barang konsinyasi sesuai permintaan/order
6.	<i>Shipping preparation</i>	●	→	■	⬇	▼	Persiapan pengiriman barang konsinyasi
7.	<i>Shipping/Transportation</i>	●	→	■	⬇	▼	Pengangkutan kiriman barang konsinyasi
8.	<i>Delivery</i>	●	→	■	⬇	▼	
9.	<i>Selling/Retailing</i>	●	→	■	⬇	▼	Penjualan barang konsinyasi di UPT

Tabel 3-6 Analisis Diagram Proses Skema Rantai Pasok Distribusi Barang Konsinyasi.

Pemetaan skema rantai pasok distribusi kartu telkomsel baik aktivitas hulu, rantai nilai maupun aktivitas hilir dengan memanfaatkan diagram proses dilakukan analisis untuk menentukan pola proses aktivitas secara keseluruhan.

Berikut analisis diagram proses skema rantai pasok distribusi kartu Telkomsel.

No	Aktivitas	Simbol Diagram Proses					Keterangan
1.	<i>Receiving</i>	●	→	■	⊔	▼	Menerima kartu perdana telkomsel dari supplier, dalam hal ini PT Telkomsel.
2.	<i>Checking</i>	●	→	■	⊔	▼	Pemeriksaan kondisi, nilai nominal dan jumlah kartu perdana dengan dokumen pengantarnya
3.	<i>Processing</i>	●	→	■	⊔	▼	
4.	<i>Put away storage</i>	●	→	■	⊔	▼	Penyimpanan kartu perdana di dalam gudang
5.	<i>Order picking</i>	●	→	■	⊔	▼	Pengambilan kartu perdana sesuai permintaan/order
6.	<i>Shipping preparation</i>	●	→	■	⊔	▼	Persiapan pengiriman kartu perdana
7.	<i>Shipping/Transportation</i>	●	→	■	⊔	▼	Pengangkutan kiriman kartu perdana
8.	<i>Delivery</i>	●	→	■	⊔	▼	
9.	<i>Selling/Retailing</i>	●	→	■	⊔	▼	

Tabel 3-7 Analisis Diagram Proses Skema Rantai Pasok Distribusi Kartu Telkomsel.

Pemetaan skema rantai pasok distribusi perangkat dan filateli baik aktivitas hulu, rantai nilai maupun aktivitas hilir dengan memanfaatkan diagram proses dilakukan analisis untuk menentukan pola proses aktivitas secara keseluruhan.

Berikut analisis diagram proses skema rantai pasok distribusi perangkat dan filateli.

No	Aktivitas	Simbol Diagram Proses					Keterangan
1.	<i>Receiving</i>	●	→	■	⊔	▼	Menerima perangkat dan filateli dari supplier, dalam hal ini Perum Peruri
2.	<i>Checking</i>	●	→	■	⊔	▼	Pemeriksaan kondisi, nilai nominal dan jumlah perangkat dan filateli dengan dokumen pengantarnya
3.	<i>Processing</i>	●	→	■	⊔	▼	
4.	<i>Put away storage</i>	●	→	■	⊔	▼	Penyimpanan perangkat dan filateli di dalam gudang
5.	<i>Order picking</i>	●	→	■	⊔	▼	Pengambilan perangkat dan filateli sesuai permintaan/order
6.	<i>Shipping preparation</i>	●	→	■	⊔	▼	Persiapan pengiriman perangkat dan filateli
7.	<i>Shipping/Transportation</i>	●	→	■	⊔	▼	Pengangkutan kiriman perangkat dan filateli
8.	<i>Delivery</i>	●	→	■	⊔	▼	
9.	<i>Selling/Retailing</i>	●	→	■	⊔	▼	Penjualan perangkat dan filateli di UPT

Tabel 3-8 Analisis Diagram Proses Skema Rantai Pasok Distribusi Perangkat Dan Filateli

3.2 Peta Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis peta diagram proses tampak bahwa rantai nilai proses pelayanan jasapros dan distribusi produk memiliki berbagai besaran proses yang sama. Besaran aktivitas proses yang dilalui

memiliki kemiripan dan kesamaan. Proses kolaborasi rantai nilai dan jaringan mampu membentuk proses rantai pasok logistik yang unik khas postal.

Proses integrasi dan kolaborasi rantai pasok dimaksud dapat terjadi dengan memanfaatkan dukungan teknologi informasi. Proses kolaborasi tersebut merupakan integrasi antara rantai nilai pelayanan jasapos dan proses logistik produk seperti tampak pada table berikut ini :

No	Aktivitas	Rantai Nilai Postal				Keterangan
		C	P	T	D	
1.	<i>Receiving</i>	V	V			Proses penerimaan produk dan pelayanan jasa di <i>collection point</i> dalam bentuk kiriman maupun di <i>processing unit</i> dalam bentuk kiriman <i>bulky</i>
2.	<i>Checking</i>	V	V	V	V	Proses pemeriksaan terhadap produk maupun kiriman disepanjang rantai nilai pelayanan.
3.	<i>Processing</i>	V	V			Pemrosesan yang dilakukan terhadap produk dan kiriman yang diterima dari pengirim maupun <i>supplier</i> .
4.	<i>Put away storage</i>		V		V	Proses penyimpanan produk maupun kiriman diruang atau tempat yang telah ditentukan.
5.	<i>Order picking</i>		V			Proses pengambilan produk atau kiriman untuk memasuki persiapan pengiriman
6.	<i>Shipping preparation</i>		V			Persiapan pengiriman, meliputi proses pengemasan, bagging maupun labeling.
7.	<i>Shipping/Transportation</i>			V		Proses pengiriman dengan alat transportasi antar <i>node</i> atau ke gudang <i>distributor/retailer</i>
8.	<i>Delivery</i>			V	V	Proses pengiriman dengan alat transportasi ke <i>end receiver</i> atau <i>end user</i> .
9.	<i>Selling/Retailing</i>	V				Proses penjualan atau pelayanan jasa secara ritel diberbagai <i>counter</i> yang tersedia

Tabel 3-9 Integrasi Rantai Nilai Pelayanan Jasapos Dan Proses Logistik Produk

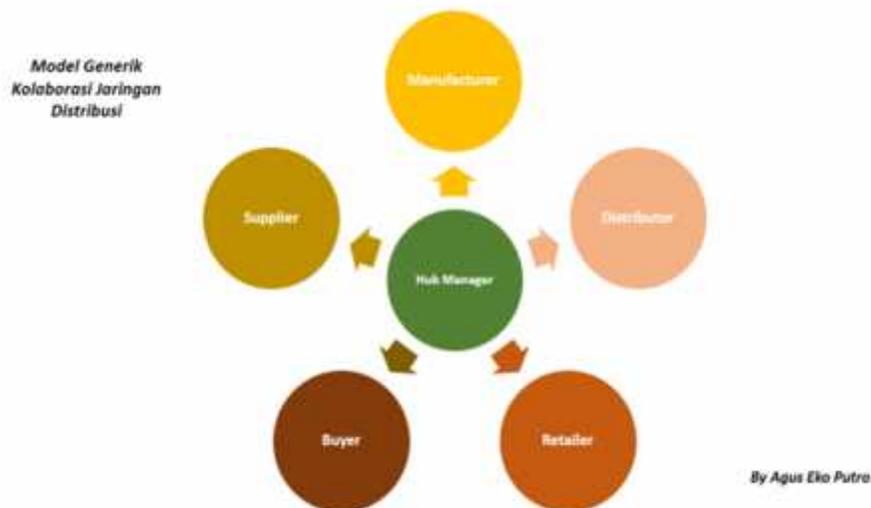
BAB 4 SINTESIS RANTAI PASOK

4.1 Kolaborasi Rantai Pasok (*Collaborative Supply Chain*)

Kolaborasi Rantai Pasok mengacu pada pemahaman penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital yang memungkinkan perusahaan untuk mengkolaborasikan perencanaan, desain, pengembangan, pengelolaan dan riset rantai proses, servis dan inovasi rantai pasok dan aplikasinya. (Turban, Efraim., King, David., Lee, Jae., Peng Liang, Ting., Turban, Deborah. 2010).

Pemanfaatan teknologi memungkinkan pengelolaan rantai proses yang lebih fleksibel dan bervariasi sesuai kebutuhan konsumen. Kolaborasi rantai pasok memberikan ruang yang relatif luas dalam mendesain mata rantai yang diperlukan. Proses kolaborasi rantai pasok memungkinkan dilakukan jika terjadi proses kolaborasi jaringan kerja dan jaringan distribusi, atau bisa disebut sebagai kolaborasi jaringan.

Proses sekuensial *supplier-manufacturer-distributor-retailer-buyer* dapat berubah dengan intervensi teknologi informasi. Proses jaringan sekuensial distribusi barang tersebut dapat dikolaborasikan di bawah kontrol *hub manager* yang berperan mengelola dan mengendalikan proses distribusi disepanjang rantai pasok. Ilustrasi secara generik proses kolaborasi jaringan distribusi tampak pada gambar berikut :

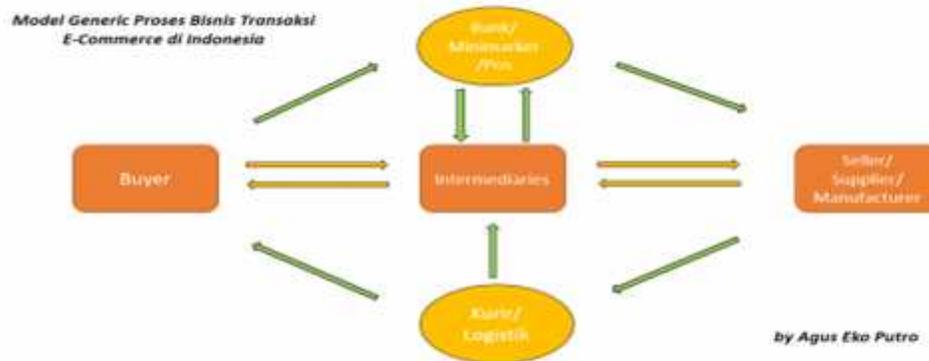


Gambar 4-1 Model Generik Proses Kolaborasi Jaringan Distribusi

4.2 Kolaborasi Jaringan Distribusi (*Collaborative Distribution Network*)

Bisnis *e-commerce* yang sedang melanda berbagai negara diberbagai belahan dunia termasuk di Indonesia harus diantisipasi secara proaktif dengan membangun model bisnis dan proses bisnis yang mampu memenuhi kebutuhan para pemain *e-marketplace*, *intermediaries* maupun para pembeli. Para pelaku bisnis kurir maupun pos harus memahami peta posisi dalam konstelasi operai pelayanan bisnis *e-marketplace*.

Berdasarkan hasil kajian pemetaan proses bisnis transaksi beberapa pemain *e-marketplace* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shopee maupun Blibli terdapat kemiripan model transaksi sebagai berikut :



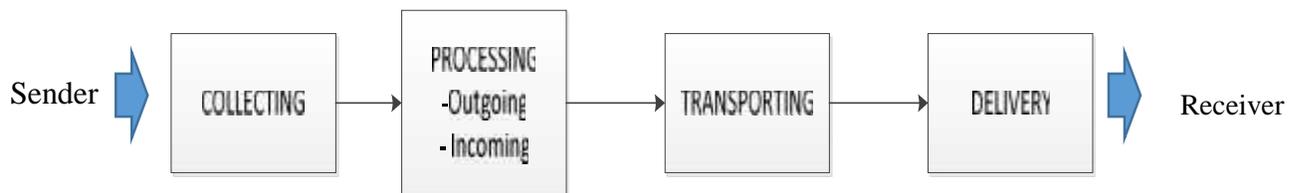
Gambar 4-2 Model Generik Proses Bisnis Transaksi E-Marketplace di Indonesia

Pelayanan logistik, postal dan kurir merupakan bagian dari *support services*. Mempunyai peran penting dalam mendistribusikan kiriman barang hasil transaksi *e-marketplace*. Sebagai bagian dari *support services* harus memiliki koneksi dengan para *supplier, seller/manufacturer, intermediaries* dan *buyer* (Turban, Efraim., King, David., Lee, Jae., Peng Liang, Ting., Turban, Deborah. 2010).

Kemampuan para pelaku bisnis postal, kurir dan logistik ditentukan oleh kemampuannya merancang proses bisnis yang mampu memenuhi kebutuhan para *supplier, seller/manufacturer, intermediaries* dan *buyer*. Diera dirupsi saat ini proses bisnis pelayanan jasa pos yang bersifat sekuensial harus di-*review* dan dievaluasi untuk disesuaikan dengan tuntutan kebutuhan bisnis dan intervensi dirupsi teknologi. Proses bisnis *collection – processing – transporting – delivery* yang telah dianut selama belasan tahun bahkan puluhan tahun berdasarkan hasil kajian terhadap Kantorpos Tipe A sampai dengan E telah membentuk proses birokrasi horisontal. Setiap dokumen dan barang yang dikirimkan selalu harus melalui empat tahapan proses bisnis tersebut. Hanya kiriman dokumen dan barang yang harus diantarkan setempat saja yang tidak melalui proses transportasi angkutan.

Teknologi menjadi faktor pemungkin mengubah sekuensi proses bisnis *collection – processing – transporting – delivery* menjadi proses kolaboratif antar segmen proses bisnis. Proses birokrasi horisontal akan berubah dan terpotong menurut segmen proses sesuai kebutuhan konsumen.

Proses bisnis pos secara konvensional tampak pada gambar berikut ini :



Gambar 4-3 Proses Bisnis Pos

Pendefinisian secara sempit rantai nilai postal menyebabkan rantai pasok tak mampu mengantisipasi tuntutan perubahan lingkungan bisnis, khususnya rantai pasok di era *e-commerce*.

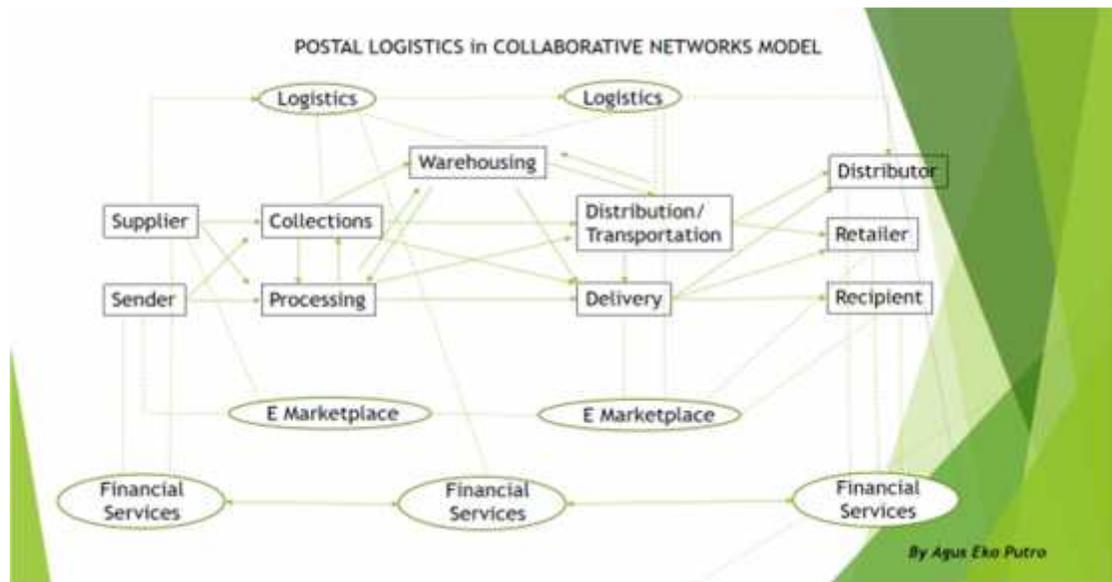
Perluasan perspektif segmen proses rantai pasok postal membuka peluang dan ruang yang lebih luas dalam mengelola manajemen jaringan dan rantai pasok postal.

No	Aktivitas	Rantai Nilai Postal			
		C/S	P	T	D
1.	<i>Receiving</i>	V	V		
2.	<i>Checking</i>	V	V	V	V
3.	<i>Processing</i>	V	V		
4.	<i>Put away storage</i>		V		V
5.	<i>Order picking</i>		V		
6.	<i>Shipping preparation</i>		V		
7.	<i>Shipping/Transportation</i>			V	
8.	<i>Delivery</i>			V	V
9.	<i>Selling/Retailing</i>	V			

Tabel 4-1 Perspektif Baru Segmen Proses Rantai Pasok Postal

Pemanfaatan teknologi secara tepat berdasarkan peta kolaborasi rantai pasok postal dan logistik memunculkan sintesa baru berupa rantai pasok sebagai hasil kolaborasi jaringan proses postal.

Berikut adalah gambar jaringan rantai pasok di dalam kolaborasi jaringan proses postal :



Gambar 4-4 Jaringan Rantai Pasok Didalam Kolaborasi Jaringan Proses Postal

Gambar di atas mengilustrasikan kolaborasi rantai pasok postal dengan memanfaatkan teknologi. Desain proses menjadi basis utama sebelum sebuah produk atau pelayanan masuk dalam proses. Rancangan proses mengacu sebagaimana telah dijelaskan pada tabel 11. Sebagai sebuah *postal logistics system*, terdapat tiga jenis aliran yang mengalir. Aliran informasi *input* proses *postal logistics* diperoleh dari *supplier* dan *sender*. Barang yang dikirim oleh para *supplier* dan *sender* masuk ke proses melalui *collections* dan *processing*

channel. Tahap proses selanjutnya sesuai kebutuhan dapat masuk ke *warehousing, distribution/transportation* atau *delivery channel*.

Output system memiliki tiga klien yaitu *distributor, retailer* dan *recipient*. Ketiganya memiliki kebutuhan dan kriteria mutu yang berbeda.

Dalam dunia bisnis *e-commerce*, maka para *supplier, sender, delivery channel* dan *distributor, retailer* maupun *recipient* memiliki peran penting dan utama dalam menggerakkan roda bisnis *e-marketplace*.

Terdapat berbagai kemungkinan kombinasi rantai proses yang bisa dibentuk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tabel kombinasi kolaborasi rantai proses tampak sebagai berikut :

No	Rantai Pasok	Skema Kolaborasi Rantai Proses
1.	Skema 1	<i>Collection-Processing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
2.	Skema 2	<i>Collection-Distribution/Transportation-Delivery</i>
3.	Skema 3	<i>Collection-Distribution/Transportation</i>
4.	Skema 4	<i>Collection- Delivery</i>
5.	Skema 5	<i>Collection-Processing-Warehousing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
6.	Skema 6	<i>Collection-Warehousing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
7.	Skema 7	<i>Collection-Warehousing-Distribution/Transportation</i>
8.	Skema 8	<i>Collection-Warehousing-Delivery</i>
9.	Skema 9	<i>Processing-Collection-Distribution/Transportation-Delivery</i>
10.	Skema 10	<i>Processing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
11.	Skema 11	<i>Processing-Delivery</i>
12.	Skema 12	<i>Processing-Collection-Warehousing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
13.	Skema 13	<i>Processing-Warehousing-Distribution/Transportation-Delivery</i>
14.	Skema 14	<i>Processing-Warehousing-Delivery</i>
15.	Skema 15	<i>Processing-Warehousing</i>

Tabel 4-2 Kombinasi Kolaborasi Rantai Proses Postal

BAB 5 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan sintesis di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Rantai proses postal dan rantai pasok pelayanan keagenan selama ini memiliki perbedaan proses bisnis. Masing-masing berjalan sesuai fungsinya, walaupun pada tahap tertentu terdapat kesamaan proses, khususnya transportasi dan distribusi.
- b. Rantai proses postal memproses kirimanpos dari pengirim sampai dengan penerima. Sedangkan pelayanan keagenan memproses barang dari pemasok sampai dengan distribusi dan penjualan.
- c. *Postal Logistics* pada prinsipnya adalah kolaborasi rantai proses kurir dan dan rantai pasok layanan keagenan. Keduanya memungkinkan memberikan nilai tambah lebih bagi perusahaan maupun konsumen dengan melakukan kolaborasi dan integrasi proses bisnis. Tuntutan bisnis *e-commerce* akan mampu diantisipasi dengan hasil kolaborasi dan integrasi kedua proses bisnis ini.
- d. Kolaborasi dan integrasi proses bisnis tersebut memungkinkan terjadi dengan didukung teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ballou, Ronald H. : Business Logistics Management, New Jersey, 1992.
2. Bjorn, Andersen. : Business Process Improvement Toolbox, Wisconsin, 1999.
3. Kalakota, Ravi. and Robinson, Marcia : E-Business, Roadmap for Success, Massachusetts, 1999.
4. Kuglin, Fred A. and Rosenbaum, Barbara A. : The Supply Chain Network @ Internet Speed, Preparing Your Company for The E-Commerce Revolution, New York, 2001.
5. Poirier, Charles C. and Reiter, Stephen E. : Supply Chain Optimization, Building The Strongest Total Business Network, San Francisco, 1996.
6. PT. Multi Utama Indojasa (*MUC Consulting Group*). : Penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) Layanan Perusahaan, Bandung, 2014.
7. Putro, Agus Eko.: Analisis Jaringan Angkutan Pos Sekunder Di Wilayah Usaha Pos IV Jakarta 10000, 2000
8. Turban, Efraim., King, David., Lee, Jae., Peng Liang, Ting., Turban, Deborah. : Electronic Commerce 2010, A Managerial Perspective, New Jersey, 2010.
9. Whitehouse, Gary E. : Systems Analysis And Design Using Network Techniques, New Jersey, 1973.