



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

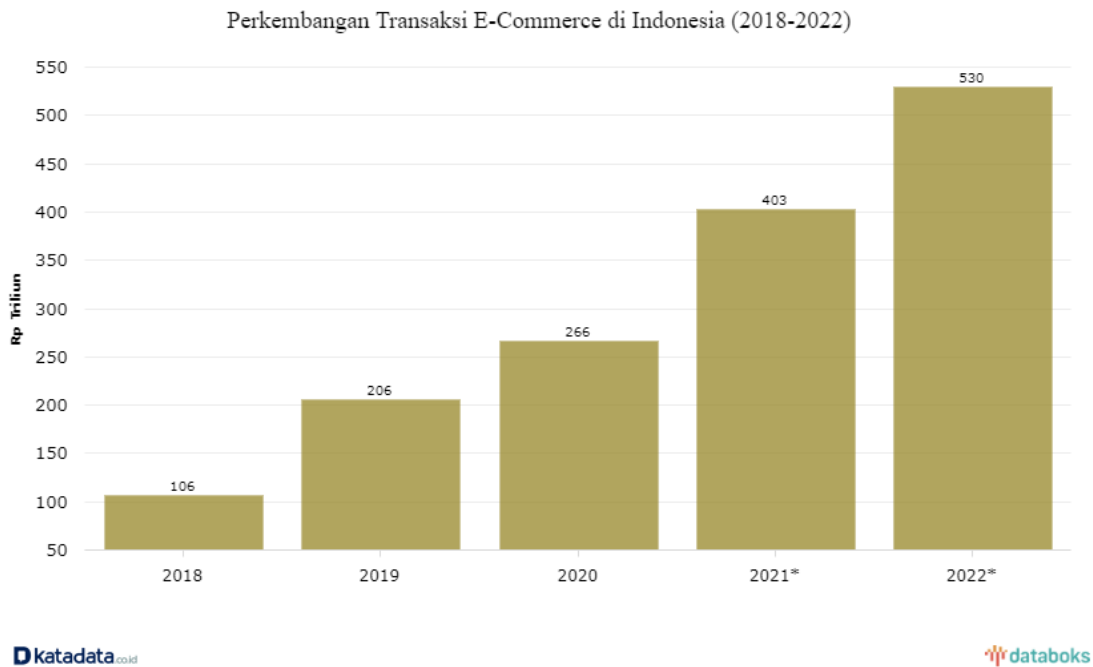
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan kominfo.go.id Indonesia tahun ini sedang mengalami pertumbuhan ekonomi paling lambat dalam lima tahun terakhir. Tetapi pertumbuhan industri e-commerce justru semakin pesat di tengah perlambatan laju ekonomi tanahair. "Bukan tak mungkin nantinya industri e-commerce dapat menjadi salah satu tulang punggung perekonomian nasional," harap Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara. Terlebih, kebanyakan pelaku bisnis e-commerce di tanah air berskala kecil dan menengah (UKM). Seperti yang kita ketahui, bisnis UKM menjadibusaha yang paling tahan banting di saat krisis ekonomi sekalipun. Melalui industri e-commerce, Rudiantara berharap dapat terus dikembangkan dan mendukung perekonomian Indonesia yang diprediksi menjadi kekuatan ekonomi baru dunia padatahun 2020 nanti. Potensi industri e-commerce di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari data analisis Ernst dan Young, dapat dilihat pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di tanah air setiap tahun meningkat 40 persen. Ada sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia. Tak hanya sekedar untuk mencari informasi dan chatting, masyarakat di kota-kota besar kini menjadikan internet terlebih lagi e-commerce sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa e-commerce di Indonesia akan terus berkembang.

Menurut databoks.katadata.co.id laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce Tanah Air diproyeksi menyentuh Rp 403 triliun pada 2021. Jumlah ini tumbuh 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 266 triliun. Bank Indonesia juga telah memproyeksikan transaksi e-commerce di Indonesia terus naik pada 2022 dengan nilai mencapai Rp 530 triliun atau tumbuh 31,4% (yoy).



Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi E-commerce di Indonesia (2018-2022)

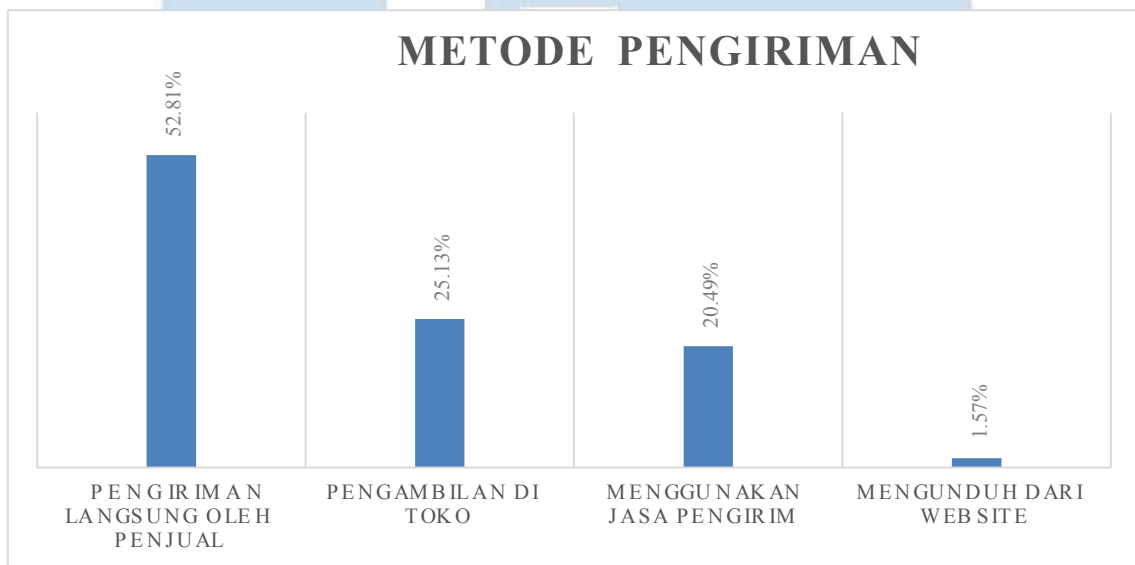
Sumber: Bank Indonesia (BI), diolah oleh databoks

Sedangkan e-commerce memiliki banyak keunggulan dalam hal mengatasi geografis keterbatasan, mendapatkan pelanggan baru, menciptakan pasar untuk produk khusus, tetap buka sepanjang waktu dll., logistik adalah salah satu area di mana kompleksitas meningkat karena satu bergerak dari ritel fisik ke e-commerce. Di toko ritel, seseorang dapat dengan mudah menyerahkan barang dagangan kepada pelanggan. Masalah dalam e-commerce pergudangan, inventaris, pengepakan, pengiriman, dan pelacakan, masih perlu diurus (Khurana 2016).

Dengan meningkatnya daya beli masyarakat di Indonesia yang bertransaksi melalui *e-commerce* maka sudah menjadi suatu kunci utama bagi perusahaan yang berjualan di *e-commerce* untuk lebih memperhatikan salah satu dari beberapa komponen yang ada yaitu mengenai permasalahan dalam pengiriman atau logistik. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat strategi manajemen logistik yang efektif dan efisien supaya perusahaan dapat memastikan ketepatan dan keamanan produk sampai pada tangan konsumen.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik lebih separuh dari usaha *E-commerce* di Indonesia paling sering mengirimkan langsung produknya kepada

pembeli oleh pihak penjual sebanyak (52,81 persen), dan (25,13persen) memilih paling sering dengan cara pembeli mengambil langsung pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu, sebanyak (20,49 persen) memilih paling sering mengirimkan produknya kepada pembeli menggunakan jasa pengiriman. Serta hanya (1,57 persen) saja yang mengirimkan produknya dengan cara pembeli men-download dari website, aplikasi, software, atau lainnya.



Gambar 1. 2 Metode Pengiriman Barang Yang Sering Digunakan Usaha E-commerce, Tahun 2020

Sumber: Diolah dari Badan Pusat Statistik 2020

“Logistik adalah salah satu pendorong penting dalam manajemen rantai pasokan atau *Supply Chain Management* (SCM). Zaman dahulu, logistik pihak ketiga atau *Logistic Service Provider* (3PL), juga disebut sebagai *outsourcing* logistik” (Knemeyer et al., 2003). “Logistik pihak ketiga dikenal sebagai penggunaan perusahaan eksternal untuk melakukan beberapa atau semua fungsi logistik, seperti transportasi, distribusi, pergudangan, manajemen inventaris, pemrosesan pesanan, dan penanganan material” (Isiklar et al.,2007).

Melakukan *outsourcing* logistik maka dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dalam mengurangi kebutuhan investasi modal terkait logistik seperti halnya fasilitas, peralatan, tenaga kerja, dan teknologi informasi. Oleh karena itu,

dengan melakukan *outsourcing* logistik perusahaan akan lebih bisa berkonsentrasi pada kompetensi inti untuk mencapai keunggulan yang kompetitif.

PT Graha Mitra Furnitama (GMF) adalah perusahaan yang bergerak di industri *furniture* yang memiliki beberapa toko yaitu *Mobelio.shop*, *Mobelio dream*, dan *mobelio excellent*. Dengan melakukan proses penjualan secara *online* diberbagai *platform marketplace* yaitu Shopee, Tokopedia, Blibli dan Bukalapak.

Proses pengiriman produk PT Graha Mitra Furnitama kepada konsumen diberbagai wilayah di Indonesia menggunakan jasa layanan logistik atau *Third-Party Logistic Provider* sebagai strategi perusahaan dalam meningkatkan pengiriman serta mampu meminimalisir biaya. Dalam proses pengiriman harus diingat kembali bahwa peran penting logistik pihak ketiga ini sangat berpengaruh terhadap perusahaan maka keberhasilan proses pengiriman harus berjalan tanpa hambatan. Saat ini PT Graha sMitra Furnitama (GMF) bekerjasama dengan beberapa perusahaan penyedia jasa logistik atau *Third-Party Logistic Provider* yaitu Sentral Cargo, JNE/JTR dan Sicepat Halu. direktur PT Graha Mitra Furnitama (2021) berpendapat Akan tetapi terdapat masalah terkait kinerja yaitu: 1. Kesalahan *pickup* produk atau miskomunikasi, 2. Nomor resi tidak terinput pada *system* dan 3. Kerusakan pada kemasan produk. Sehingga akibat kesalahan tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas perusahaan.





Gambar 1. 3 Kerusakan pada packaging

Pemilihan secara khusus mengenai topik ini didasarkan atas permasalahan faktual yang terjadi di PT Graha Mitra Furnimart (GMF) sehingga menggunakan metode dua langkah yang terdiri dari AHP dan TOPSIS.

“Pada langkah pertama AHP digunakan untuk menghitung bobot atribut atau kriteria serta bobot keseluruhan dari kandidat di setiap atribut. Pada langkah kedua bobot ini dipertimbangkan dan digunakan dalam proses TOPSIS. TOPSIS kemudian diterapkan untuk masalah evaluasi dan hasilnya menunjukkan preferensi urutan penyedia 3PL” (Perçin, S., 2009; Bhutia, P.W. & Phipon, R., 2012, Sahu et al. 2016).

Peneliti tertarik untuk menerapkan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan TOPSIS. Diharapkan dengan menerapkan metode tersebut dapat menjadi solusi untuk perusahaan ketika melakukan pemilihan *Third-Party Logistic Provider*. Sehingga tidak terdapat masalah dan bisa lebih mengoptimalkan manajemen logistik perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja Kriteria dan Sub Kriteria yang menjadi prioritas PT Graha Mitra Furnitama dalam memilih *Third-Party Logistic Provider*?
2. Siapakah *Third-Party Logistic Provider* yang terbaik dan sebaiknya dipilih oleh PT Graha Mitra Furnitama?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kriteria dan subkriteria PT Graha Mitra Furnitama dalam memilih *Third-Party Logistic Provider*.
2. Untuk mengetahui *Third-Party Logistic Provider* yang terbaik yang dipilih oleh PT Graha Mitra Furnitama.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Untuk Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini penulis berharap dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan *Logistic Service Provide* atau 3PL yang sesuai dengan metode yang telah di terapkan agar lebih efisien dan berstruktur yang akan digunakan perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai penggunaan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan (TOPSIS) untuk pemilihan *Third-Party Logistic*.
2. Bagi Universitas, hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan referensi dalam meningkatkan kualitas pendidikan bagi civitas akademika.

3. Bagi peneliti, mampu menerapkan hasil pembelajaran kedalam realita operasional. Serta peneliti mempunyai pengetahuan dan wawasan mengenai materi dan media pembelajaran yang sesuai.
4. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan sebagai pembanding kasus-kasus yang serupa mengenai pemilihan *Third-Party Logistic Provider* menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan (TOPSI)

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang mempengaruhi hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis. Adapun batasan penulis sebagai berikut:

1. Scoop Penelitian akan di lakukan di PT Graha Mitra Furnimart yaitu pada departemen Operation dan Finance di karenakan department terkait merupakan departemen yang paling berhubungan langsung dengan Proses Logistik di perusaha.
2. Variabel yang akan di bahas adalah mengenai *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan (TOPSIS) untuk pemilihan *Third-Party Logistic Provider*.
3. Keterbatasan waktu penelitian dan keterbatasan akses data. Karena faktor hambatan terbesar peneliti adalah waktu, maka peneliti mungkin tidak dapat mendapatkan hasil riset yang sempurna. Tetapi peneliti tetap mengupayakan dengan semaksimal mungkin mengenai detail dan kesempurnaan hasil penelitian yang mengacu pada jurnal pendukung.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan penjelasan dari masing-masing bab yang di paparkan secara singkat jelas. "IMPLEMENTASI *ANALYTIC HIERARCHY*

PROCESS (AHP) DAN (TOPSIS) DALAM PROSES PEMILIHAN THIRD-PARTY LOGISTIC PROVIDER (3PL) PADA PT GRAHA MITRA FURNITAMA”). Terdiri dari lima bab yang terkait dan saling berhubungan, sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang yang menjadi alasan mengapa penelitian dilakukan dengan penjelasan secara umum mengenai industry terkait. Kemudian bab ini juga dilengkapi dengan tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian serta sistematika penulisan

BAB 2: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar landasan dalam penelitian ini, seperti manajemen rantai pasok, logistik dan metode pengambilan keputusan seperti *Analytic Hierarchy Process (AHP)* dan *(TOPSIS)* untuk pemilihan *Third-Party Logistic Provider* serta teori-teori yang dikutip dalam penelitian ini di ambil dari buku dan jurnal yang telah dicantumkan sumbernya. Pada bab ini juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

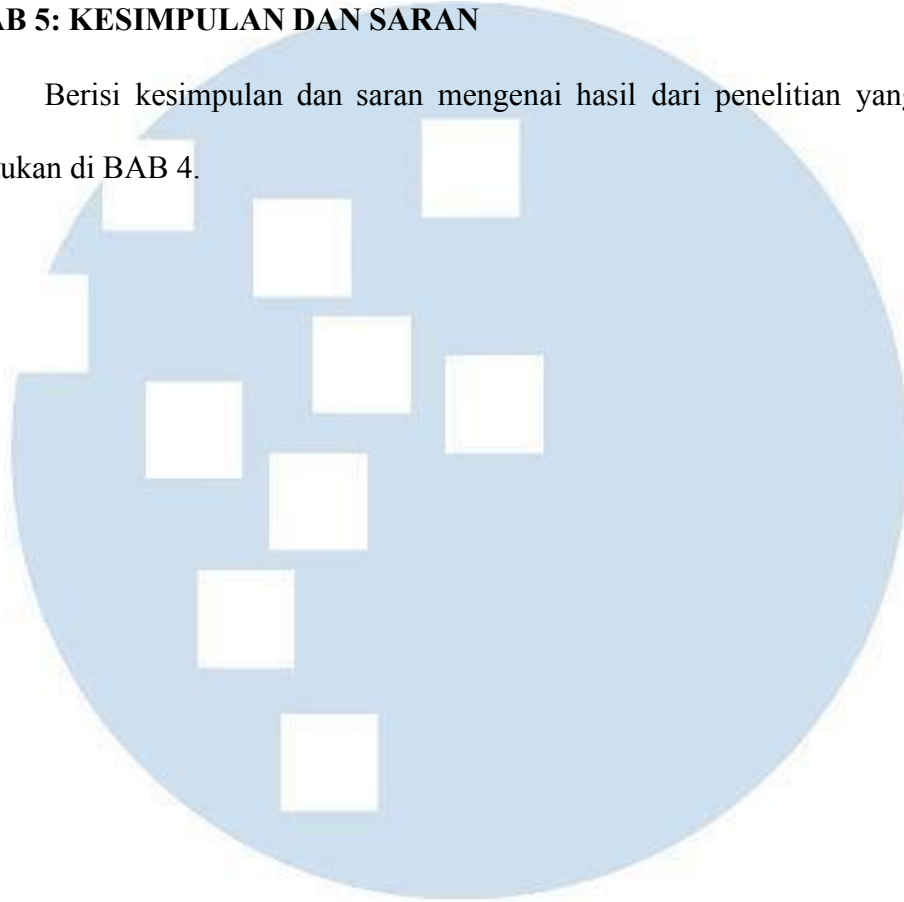
Peneliti menjabarkan tentang objek penelitian yang dipakai, kemudian terdapat desain penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang cara penulis mengumpulkan data, memroleh data, dan mengolah data yang telah di dapatkan dari kuesioner dan hasil observasi serta membahas hasil dari data yang telah di peroleh.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan di BAB 4.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA