

TIGA DEKADE: *THIRD PARTY LOGISTICS (3PL)* DARI MASA KE MASA

Oleh: Putu Franciska Fajarini, S.Log., M.S.M.

Junior Consultant Supply Chain Indonesia

Di era ini, pelaku logistik dan rantai pasok sudah tidak asing dengan istilah “*Third Part Logistics*”. Penyedia logistik pihak ketiga atau *third party logistics* (3PL) merupakan perusahaan logistik yang membantu perusahaan lainnya baik di dalam maupun di luar bidang logistik dan rantai pasok untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Jasa yang ditawarkan oleh 3PL ini secara umum berupa proses penanganan dan pemindahan barang mulai dari *trucking* hingga proses *end to end*. Perusahaan penyedia jasa logistik ketiga ini, muncul dan dikenal masyarakat pada awal tahun 1980 (Prashant Premkumar¹, 2020).

Kemunculan 3PL ini didorong oleh adanya intensifikasi ekonomi global yang memicu peningkatan perdagangan internasional, yang berdampak pada bertambahnya volume perpindahan material di dalam maupun ke luar negeri. Peningkatnya pergerakan material dalam bentuk impor bahan baku, suku cadang dan barang jadi meningkatkan tekanan pada perusahaan transportasi. Namun di sisi lain juga menjadi peluang bagi pertumbuhan perusahaan 3PL (Sheffi, 1990). Penelitian Maloni dan Carter (2006) menyebutkan beberapa alasan perusahaan lebih memilih untuk menggunakan jasa pihak ketiga, yaitu:

1. Keahlian dan skala ekonomi 3PL yang mengarah pada pengurangan biaya,
2. Fokus dan efisiensi 3PL mengarah pada peningkatan layanan dan,
3. Melibatkan 3PL memungkinkan perusahaan untuk fokus pada kompetensi inti mereka.

Peningkatan minat penggunaan jasa 3PL memicu munculnya banyak perusahaan 3PL dengan perkembangan sebagai berikut:

Era 1990-an

Periode ini ditandai dengan keberadaan intensifikasi aktivitas global, perubahan hukum perdagangan, dan modifikasi dalam blok perdagangan dan politik. Perubahan hukum melibatkan perluasan GATT ke layanan komersial, revisi Incoterms tahun 1990, serta konsolidasi dan pengembangan blok perdagangan. Modifikasi dalam blok perdagangan dan politik dipicu oleh runtuhnya ekonomi yang dikendalikan Eropa Timur dan munculnya blok perdagangan baru. Peristiwa ekonomi besar yang menjadi sorotan pada periode ini adalah masalah mata uang di Jepang dan penarikan Amerika Serikat dari resesi. Selain itu, muncul ekonomi tenaga kerja yang sangat kompetitif dan murah di negara-negara Timur sehubungan dengan pembentukan korporasi global.

Pada periode ini, perkembangan 3PL di kategorikan menjadi dua gelombang. Gelombang pertama perkembangan industri 3PL terjadi pada 1980-an atau bahkan di awal tahun 1950-an ketika

ARTIKEL

perusahaan 3PL tradisional muncul. Kemunculan 3PL di era ini selain disebabkan oleh tren ekonomi yaitu intensifikasi ekonomi global.

Berglund et al. (1999) mengutip dua alasan tambahan kemunculan 3PL. Alasan pertama, yaitu dari sisi permintaan, beralih ke tenaga kerja non-serikat menyebabkan pengurangan biaya tenaga kerja dan restrukturisasi struktur yang berdampak pada intensitas aset secara keseluruhan. Alasan kedua yaitu dari sisi penawaran, deregulasi industri transportasi dan penurunan profit margin menjadi alasan utama bangkitnya industri 3PL. Pada masa ini, pertumbuhan pasar untuk segmen 3PL mencapai 10 juta US dollar dan diperkirakan akan mencapai 47-50 juta US dollar pada awal tahun 2000. Pada gelombang kedua yang terjadi pada awal tahun 1990-an, sejumlah pelaku jaringan logistik dan rantai pasok, secara spesifik perusahaan parsel dan pengiriman ekspres memulai aktivitas 3PL mereka (Prashant Premkumar¹, 2020).

Isu dominan dalam agenda strategis perusahaan di era ini adalah pencarian keunggulan kompetitif dengan pandangan berbasis sumber daya untuk peningkatan kompetensi inti. Hal ini memicu munculnya tren logistik baru yaitu menuju logistik global dengan penekanan pada *reverse logistics* dan lingkungan melalui manajemen material terintegrasi (Busch, 1988). Penerapan *Expert System* mendorong perluasan konsep logistik terhadap kontribusi profitabilitas bagi perusahaan (Speh, 1995). Kolaborasi antara pemasaran dan logistik semakin penting, karena hubungan yang lebih terintegrasi antara pemasaran dan logistik untuk peningkatan keuntungan mulai ditekankan. Dengan demikian tren baru untuk manajemen logistik di era ini adalah logistik global, *contract logistics* atau kemitraan logistik, logistik pemasaran hubungan saluran jangka panjang, dan pembuatan kontrak (Macbeth, 1998). Dengan tren baru tersebut perusahaan 3PL dianggap membawa keuntungan ekonomi, keuntungan manajemen dan strategis bagi perusahaan (Aester 1993).

Semenjak tren baru muncul, pertumbuhan layanan 3PL terus meningkat dalam ukuran yang bervariasi dan jangkauan yang lebih luas. Permintaan perusahaan terhadap jasa 3PL yang semakin tinggi membuat persaingan antar perusahaan 3PL menjadi lebih ketat. Peningkatan dan variasi layanan yang mereka berikan berkontribusi secara signifikan terhadap perencanaan dan implementasi strategis perusahaan karena aktivitas perdagangan dunia sedang mencapai puncaknya. Saluran distribusi menjadi semakin rumit karena tekanan dari persaingan yang meningkat, pasokan internasional dan jaringan distribusi, restrukturisasi perusahaan, dan tingkat ekspektasi yang tinggi meningkat (Sheffi 1990). Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan 3PL di era ini.

Era 2000-an

Menjelang akhir milenium dan awal tahun 2000 sejumlah pemain baru memasuki pasar 3PL dari bidang-bidang seperti teknologi informasi, konsultasi manajemen, dan jasa keuangan. Sementara itu, pada tahun 2007 terjadi kejatuhan dan resesi ekonomi yang disebabkan oleh pengambilan risiko yang berlebihan di industri produk keuangan, khususnya *sub-prime mortgage lending*. Hal ini menyebabkan pemotongan biaya dan penghematan selama bertahun-tahun dari pemerintah, bank sentral, dan pemimpin perusahaan. Hal tersebut pada akhirnya berdampak pada

ARTIKEL

penghematan investasi dalam inovasi. Di sisi lain, hal tersebut mempercepat revolusi *offshoring* dan *outsourcing* karena perusahaan mencari cara untuk menutup kerugian dengan memangkas biaya, memberikan dorongan baru bagi industri logistik pihak ketiga. Studi oleh Evangelista dan Sweeney (2006) serta Koh dan Tan (2005) menyebutkan bahwa fokus dari bisnis 3PL di era ini adalah strategi pengurangan biaya, peningkatan produktivitas dan peningkatan layanan pelanggan melalui penggunaan teknologi informasi dan aplikasi *e-commerce*.

Era 2010-an

Selama dua dekade terakhir, rantai pasokan dan industri logistik mengalami globalisasi yang cepat seiring dengan ekonomi dunia. Salah satu faktor penting dalam globalisasi tersebut adalah munculnya manufaktur-manufaktur besar baru di negara-negara seperti Cina dan Jepang, yang menyebabkan peningkatan impor dan ekspor antar negara. Amerika Serikat, dan beberapa negara pusat manufaktur sebelumnya, dituntut untuk mencari strategi dan mengembangkan pasar lain karena perlambatan ekonomi mereka sendiri. Di era ini, pasar Asia menyediakan pusat produksi yang tepat dan memicu inovasi dalam perdagangan dunia dan strategi rantai pasokan internasional. Oleh karena itu, era ini disebut sebagai "*intervention era*" atau era intervensi (p3parks, 2022).

Di tengah kondisi pergeseran pusat ekonomi pasar global ini, pertumbuhan bisnis 3PL masih relative stabil. Segmen logistik outsourcing memiliki pijakan yang kokoh, dengan pendapatan penjualan kotor mencapai \$107 miliar pada tahun 2009, dibandingkan dengan \$112 miliar tahun 2010 (Inbound Logistics, 2010). Bagi banyak industri, 2009 adalah pasar besar namun dengan keuntungan yang tidak seberapa. Tekanan yang meluas untuk mengurangi biaya dan mengelola permintaan yang tidak pasti mendorong bisnis untuk mengurangi persediaan dan lebih mengandalkan kemitraan logistik pihak ketiga. Hal ini juga yang mendorong peningkatan pertumbuhan bisnis 3PL, 3PLs melaporkan sedikit peningkatan pelanggan baru tahun ini, dengan 73 persen membangun daftar klien mereka setidaknya lima persen, dibandingkan dengan 70 persen pada tahun 2009 (Inbound Logistics, 2010). Menurut laporan studi tahunan yang dilakukan oleh Lembaga konsultasi Capgemini, berikut beberapa tren 3PL di era 2010 (Capgemini Consulting, 2012):

1. 3PL memberikan kontribusi yang besar di tahun 2012, perusahaan lintas industri dan di seluruh dunia menganggap logistik dan manajemen rantai pasokan sebagai komponen kunci dari kesuksesan bisnis, dan banyak yang memuji 3PL karena telah membantu menyediakan cara baru dan inovatif untuk meningkatkan efektivitas logistik mereka.
2. Aktivitas berorientasi eksekusi untuk kegiatan operasional masih memimpin di sektor 3PL: Aktivitas logistik yang paling sering dialihdayakan terus berkembang mencakup aktivitas yang lebih transaksional, operasional, dan berulang, sedangkan yang lebih jarang dialihdayakan adalah aktivitas yang lebih strategis, berorientasi pada pelanggan, dan padat TI. Di masa mendatang, pelanggan mungkin lebih mudah menerima layanan strategis yang mungkin tersedia dari 3PL.

ARTIKEL

3. Kriteria Seleksi 3PL Baru: Efisiensi bahan bakar dan emisi karbon menjadi bagian yang lebih penting dari proses keputusan pengadaan 3PL bagi konsumen.
4. Alasan Non-Pengguna 3PL masih bertahan tidak menggunakan jasa 3PL di era ini: Non-pengguna layanan 3PL memberikan alasan mengapa mereka memilih untuk tidak melakukan *outsourcing* ke 3PL. Di antara yang paling umum: logistik adalah kompetensi inti di perusahaan mereka; mereka beranggapan logistik terlalu penting untuk dipertimbangkan *outsourcing*; pengurangan biaya tidak dialami; terlalu sulit untuk mengintegrasikan sistem TI perusahaan dengan sistem 3PL.

Era 2020-an (Saat ini)

Perkembangan 3PL pada era ini dipicu oleh beberapa hal seperti Industri 4.0, pandemik Covid 19, dan peningkatan pertumbuhan *e-commerce*. Industri 4.0 ditandai oleh kemajuan teknologi yang cepat yang disertai berbagai kemunculan teknologi baru. Hal tersebut berdampak pada perubahan strategi perusahaan dalam menjalankan bisnis mereka. Perubahan teknologi yang bergerak cepat ini memberikan tantangan yang belum pernah terjadi pada periode sebelumnya. Di sisi lain juga menciptakan peluang bagi perusahaan untuk mulai mengadopsi teknologi baru seperti *Internet of Things*, *Cyber-Physical Systems*, Kecerdasan Buatan, Robotika, Keamanan Cyber, Analisis Data, *Block chain*, dan *Cloud computing system*.

Di sisi lain, ledakan pertumbuhan *e-commerce* yang dramatis pada tahun 2020 dengan penjualan melebihi \$4,2 Triliun secara global, menunjukkan perubahan yang luar biasa dalam perilaku pembelian konsumen. Beberapa faktor, termasuk permintaan yang meningkat untuk barang kebutuhan dasar dan penutupan toko-toko *offline*, mendorong transisi dramatis ke penjualan online ini. Dengan pergeseran ini, muncul satu kebutuhan global — kebutuhan untuk mempercepat operasi rantai pasokan.

Kemunculan teknologi inovatif yang telah disebutkan sebelumnya dan tekanan pertumbuhan *e-commerce* menciptakan paradigma baru di bidang logistik, yang disebut sebagai Logistik 4.0. Logistik 4.0 adalah paradigma logistik yang dapat menghubungkan entitas, mesin, barang fisik, produk, dan sumber daya perusahaan dengan menggunakan sensor, perangkat, dan Internet dalam rantai pasokan. Pandangan ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan sistem produksi dan distribusi yang lebih efisien demi penciptaan nilai rantai pasokan yang berkualitas tinggi. Paradigma Logistik 4.0 juga diadopsi oleh perusahaan 3PL dengan menerapkan digitalisasi sebagai langkah awal transformasi bisnis mereka. Digitalisasi memberikan peluang 3PL cara untuk melakukan diferensiasi sambil melayani banyak operator secara bersamaan. Tren yang diuraikan di atas termasuk membangun kapasitas infrastruktur dan rantai pasokan yang didukung platform pengangkutan yang lebih cerdas dan solusi penanganan material yang lebih baik.

Inovasi sukses 3PL di era ini, melibatkan upaya transformasi di seluruh sistem dan proses yang dapat menguntungkan karyawan, pelanggan, dan operasional. Berikut tiga pilar penting dalam membangun fondasi program inovasi untuk pertumbuhan jangka Panjang 3PL saat ini yaitu (Emtec Digital Think Tank, 2021):

ARTIKEL

1. Efisiensi operasional digital

Transformasi digital dapat mengoptimalkan operasional 3PL untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi dan efisiensi yang lebih besar untuk penanganan material, sistem penyimpanan, dan optimasi pengiriman. Efisiensi operasional ini dapat dilakukan melalui digitalisasi seperti;

- a. *Robotic Process Automation (RPA)* – RPA dapat secara efektif mengurangi tenaga kerja manual di semua departemen, terutama penanganan dan penyimpanan material. Dengan otomatisasi penjadwalan, pengumpulan data dan penagihan, serta pembuatan laporan, 3PL dapat mengoptimalkan proses penting di seluruh rantai pasokannya.
- b. *Augmented Reality (AR)* – Informasi tentang berat material, kerapuhan, dll., yang disampaikan melalui AR secara *real time* dapat membantu staf penanganan material untuk mencegah kehilangan dan penanganan kargo untuk barang mudah rusak yang tidak tepat.
- c. *Modular Automated Storage and Retrieval System (ASRS)* – ASRS modular merupakan bagian integral dari penskalaan secara efektif dengan cara yang hemat biaya. Penggunaan ASRS modular di seluruh industri memastikan pemanfaatan ruang yang optimal, melalui pembuatan modul yang sesuai dengan ukuran ruang penyimpanan.

2. Pengalaman Digital untuk Karyawan

Menerapkan algoritma pembelajaran mesin ke data karyawan seperti permintaan cuti atau transfer, kenaikan gaji, penilaian, dll., dapat membantu melacak tren karyawan – mengumpulkan wawasan tentang proses manajemen SDM yang lebih baik. 3PL kemudian dapat memanfaatkan data ini untuk menghasilkan program karyawan yang membuat orang tetap termotivasi, terinspirasi, dan produktif. Langkah-langkah kecil seperti memberikan opsi kerja jarak jauh kepada karyawan dan mendigitalkan sistem untuk mengurangi pekerjaan manual sehari-hari dapat mengurangi biaya sekaligus meningkatkan moral karyawan.

3. Pengalaman Digital untuk konsumen

Meningkatkan efisiensi rantai pasokan, mengantisipasi kebutuhan rantai pasokan, dan menghilangkan *bottlenecks* dapat memungkinkan 3PL untuk memberikan keuntungan yang tak tertandingi kepada pelanggan mereka. Transformasi digital mempercepat operasi logistik inti untuk menciptakan peluang skala. *Machine Learning* membantu 3PL mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dan mengemas layanan mereka sesuai kebutuhan.

27 Maret 2023

ARTIKEL

Referensi:

- Prashant Premkumar¹, S. G. (2020). Trends in Third-Party Logistics – The Past, The Present & The Future. *International Journal of Logistics Research and Transportation*.
- Emtec Digital Think Tank. (2021, November 23). How Digitalization Helps 3PLs Innovate to Differentiate.
- p3parks. (2022, May 6). Logistics 20/20: Two decades back, two decades forward.
- Inbound Logistics. (2010, July). 3PL Perspectives 2010: A Paradox Bound by Demand.
- Capgemini Consulting. (2012). Current State of the 3PL Market Shippers Reflect Continued Confidence with Use of 3PL Services.
- Sheffi, Y. (1990). Third party logistics: present and future prospects'. *Journal of Business Logistics*.
- Berglund, M. L. (1999). Third-party logistics: is there a future?. *The international journal of logistics management*, 59-70.
- Maloni, M. J. (2006). Opportunities for research in third-party logistics'. *Transportation Journal*, 23-38.
- Ellinger, A. E., Keller, S. B., & Bacs, A. B. (2010). The empowerment of frontline service staff in 3PL companies. *Journal of Business Logistics*, 79-98.
- Koh, S. C. (2005). Using e-commerce to gain a competitive advantage in 3PL enterprises in China. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 187-210.
- Busch, H. (1988). Integrated Material Management . *International Journal of Physical Distribution And Materials Management*, 298-394.
- Speh, T. a. (1995). The Management of Financial Resources in Logistics. *Journal of Business Logistics*, 23-42.
- Macbeth, C. P. (1998). *Third Party Logistics Evolution: Lessons from the Past*. Skotlandia: Centre for Supply Chain Management University of Glasgow.

**Isi artikel merupakan pemikiran penulis dan tidak selalu mencerminkan pemikiran atau pandangan resmi Supply Chain Indonesia.*