

LAYANAN LOGISTIK RETAIL



Oleh: Rendra B. Prastianto

Executive Director | PT Winson Singa Logistik (Ekspedingin)

Latar Belakang Layanan Logistik Retail

Salah satu penyebab berkembangnya layanan logistik retail adalah adanya permintaan dari pasar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner serta horeka. Kapasitas produksi dan pengiriman UMKM dan horeka yang berskala kecil dan menengah, ketidakpastian jumlah pengiriman serta adanya tuntutan kecepatan dan ketepatan pengiriman produk oleh konsumen mendorong adanya permintaan layanan logistik pengiriman retail yang efektif dan efisien.

Di sisi lain layanan logistik retail tumbuh sebagai bentuk antisipasi dari adanya pertumbuhan yang pesat dari pasar daring, yang berdampak pada adanya tren pengiriman dalam jumlah kecil. Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan 'e-commerce' dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomi bagus, sehingga harus dimanfaatkan oleh para pelaku usaha (Kominfo, 2019).

Sebagai tambahan, layanan logistik retail juga dapat menjadi *backbone* untuk omnichannel pemasaran produk melalui inventarisasi data dan informasi pelanggan. Kegiatan pengiriman barang tidak hanya melibatkan aliran produk secara fisik tetapi juga aliran informasi seperti nama, jenis kelamin, umur, alamat, kecenderungan pembelian dan lain lain. Data dan informasi ini dapat menunjang kegiatan omnichannel pemasaran.

Pengertian Layanan Logistik Retail

Layanan logistik retail merupakan layanan yang membantu pergerakan barang dan informasi dalam rantai pasokan retail yang umumnya berhubungan erat dengan bisnis B2C. Secara umum tujuan dari logistik retail adalah mendistribusikan atau menyalurkan barang dalam jumlah dan jenis yang tepat, waktu yang tepat, dan penerima yang tepat. Perbedaan yang mendasar anatar layanan logistik umum dan retail adalah volume dan kuantitas barang yang dikirimkan. Logistik retail umumnya mengirimkan barang dalam volume dan kuantitas yang terbatas, yang berdampak pada harga layanan yang tinggi.

Sistem distribusi ritel dari waktu ke waktu. Fernie dan Sparks (2004) menggambarkan perubahan ini sebagai "*supply chain transformation*." Dulu, pengecer adalah penerima pasif produk sedangkan di era ini mereka mengelola logistik mereka sendiri. Dalam 20–30 tahun terakhir

ARTIKEL

pengecer grosir telah membangun pusat distribusi dan sekarang menyalurkan sebagian besar aliran produk mereka melalui gudang mereka sendiri (Fernie et al. 2010, p. 895).

Jika dilihat dari perspektif fungsional, jaringan logistik ritel semacam ini dapat dibagi menjadi subsistem pusat distribusi, transportasi dan toko (Sternbeck dan Kuhn 2010, p. 1020). Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 48/M-DAG/PER/8/2013, pusat distribusi adalah tempat yang berfungsi sebagai penyangga komoditas utama untuk menunjang kelancaran arus barang baik antar kabupaten dan kota maupun antar provinsi untuk tujuan pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Transportasi adalah pengangkutan atau perpindahan barang dari satu satu tempat ke tempat lain, dalam kasus ini dari supplier toko retail hingga ke konsumen akhir. Toko didefinisikan sebagai tempat terjadinya proses jual beli, khusus di dalam usah retail toko juga kadang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang. Layanan logistik retail terdiri dari beberapa fungsi penting yaitu (RetailMinded, 2022):

1. Inventory Procurement

Pengadaan persediaan adalah proses sumber bahan tepat waktu untuk memenuhi permintaan dan harapan pelanggan. Ini memengaruhi bagaimana aktivitas ritel eCommerce Anda dapat dijalankan dengan semestinya. Kegiatan ini meliputi manajemen persediaan, penjualan, dan distribusi produk. Mengetahui apa yang terjadi dalam proses pengadaan dapat membantu dalam penyusunan rencana yang lebih baik dalam rangka mencapai rantai pasokan yang lebih berkelanjutan dan efisien. Misalnya, alih-alih melihat pengadaan sebagai bagian terpisah dari proses logistik, anggaplah itu sebagai tahap awal—dan paling penting—dalam mengelola operasi logistik.

2. Receiving and Processing Inventory

Untuk memenuhi pesanan pelanggan, barang harus diterima dan diproses terlebih dahulu. Ini melibatkan pembongkaran dan pemeriksaan inventaris yang masuk, yang kemudian didokumentasikan sebelum disimpan. Menerima dan memproses inventaris sangat penting untuk keberhasilan operasi logistik ritel. Selain memungkinkan kecepatan dan efisiensi dalam pemenuhan produk, juga memastikan barang yang diterima sesuai dengan yang dipesan.

3. Distributing Inventory

Distribusi adalah proses pengiriman inventaris ke beberapa pusat pemenuhan atau gudang alih-alih satu fasilitas. Prinsip di balik metode ini cukup sederhana: memungkinkan produk lebih dekat dengan pengguna akhir. Ini menjadikannya teknik yang efektif untuk mengurangi waktu pengiriman—serta menurunkan biaya pengiriman pada saat yang bersamaan. Hal ini terjadi karena jarak secara signifikan memengaruhi harga pesanan eceran, semakin kecil jarak yang harus ditempuh suatu paket, semakin rendah biaya yang harus dibayar pelanggan.

4. *Order Fulfillment*

Pemenuhan pesanan yang efisien dan hemat biaya sangatlah penting dan secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan mengklik tombol 'Pesan Sekarang', informasi mereka divalidasi, dan produk yang dipesan akan dikemas dan diambil sesegera mungkin. Proses ini juga dikenal sebagai *order-to-cash* (O2C).

Selama proses O2C, tugas manajemen akuntansi dan inventaris harus dilanjutkan. Ini termasuk menemukan item yang tersedia di inventaris dan menerima pembayaran pelanggan. Jika berkolaborasi dengan perusahaan pemenuhan pihak ketiga, tugas pemesanan dan pemenuhan akan diotomatiskan. Hal ini untuk memastikan bahwa pesanan dikemas dengan aman dan dikirim segera.

5. *Tracking Inventory and Orders*

Di seluruh rantai pasokan, sangat penting untuk memiliki sistem yang memungkinkan perusahaan untuk mengelola dan memantau inventaris secara *real time*. Dengan adanya hal tersebut, perusahaan akan dapat mempertahankan tingkat stok yang sesuai dan mengisi kembali stok untuk memenuhi permintaan pelanggan tanpa melampaui kisaran optimal dan meningkatkan biaya inventaris.

6. *Shipping*

Setelah pesanan pelanggan dikemas, mereka akan segera dikirim. Jika perusahaan memiliki fasilitas pemenuhan atau beberapa gudang, pesanan akan dikirimkan ke lokasi yang lebih dekat dengan pelanggan. Strategi pengiriman yang efektif sangat penting untuk membantu menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan. Strategi pengiriman yang menarik sering menggabungkan berbagai metode dan kolaborasi dengan berbagai operator.

Jenis Layanan Logistik Retail

1. *Full Truck Load (FTL)*

Pengiriman barang dengan cara memenuhi kapasitas truk, biasanya hanya dari satu pengirim, satu lokasi muat dan satu lokasi bongkar. Sering kali digunakan untuk pengiriman dalam satu pulau.

2. *Full Container Load (FCL)*

Pengiriman barang dengan cara memenuhi kapasitas container, biasanya hanya dari satu pengirim, satu lokasi muat dan satu lokasi bongkar. Cara ini digunakan dengan sarana kapal peti kemas antar pulau.

3. *Less Truck Load (LTL)*

Pengiriman barang dengan banyak pengirim dalam satu truk, dengan ukuran dan jumlah muatan yang sedikit. Muatan yang sedikit itu dikonsolidasi hingga memenuhi kapasitas truk.

4. *Less Container Load (LCL)*

ARTIKEL

Pengiriman barang dengan banyak pengirim dalam satu container, yang dikonsolidasi hingga mencapai kapasitas penuh container.

4 Mei 2023

Referensi:

Fernie J, Sparks L (2004) Retail logistics: changes and challenges. In: Fernie J, Sparks L (eds) Logistics and retail management. Kogan Page, London, pp 3–37

Fernie J, Sparks L, McKinnon AC (2010) Retail logistics in the UK: past, present and future. Int J Retail Distrib Manag 38(11/12):894– 914

Markom. (2022). *Warehouse e-commerce di Indonesia*. Retrieved from <https://mmproperty.com/article/tips-menentukan-lokasi-gudang-dan-pilihan-jasa-paling-cocok/>

Kominfo. (2019, Februari). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Retrieved from [kominfo.go.id: https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media)

RetailMinded. (2022, July 28). *A Brief Guide To Retail Logistics*. Retrieved from [retailminded.com: https://retailminded.com/a-brief-guide-to-retail-logistics/](https://retailminded.com/a-brief-guide-to-retail-logistics/)

Sternbeck M, Kuhn H (2010) Differenzierte Logistik durch ein segmentiertes Netzwerk im filialisierten Lebensmitteleinzelhandel. In: Schönberger R, Elbert R (eds) Dimensionen der Logistik. Gabler, Wiesbaden, pp 1009–1038

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