

SINERGI RISET DAN INOVASI SEKTOR BUMN DAN SWASTA DALAM Mendukung REVITALISASI BADAN LITBANG



Gemilang Tarigan
Ketua Umum
Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia
Jakarta, 19 Februari 2019

TOPIK

- I. GAMBARAN BISNIS LOGISTIK INDONESIA DI MASA DEPAN
- II. TANTANGAN BISNIS ANGKUTAN BARANG
- III. INOVASI SOLUSI BISNIS ANGKUTAN BARANG KEDEPAN
- IV. CONTOH INOVASI DI BISNIS ANGKUTAN BARANG
- V. KESIMPULAN

Gambaran Bisnis Angkutan Barang Indonesia di masa depan ?

Rural population **50,21%** Urban Population **49,79%**

+/-257.000.000

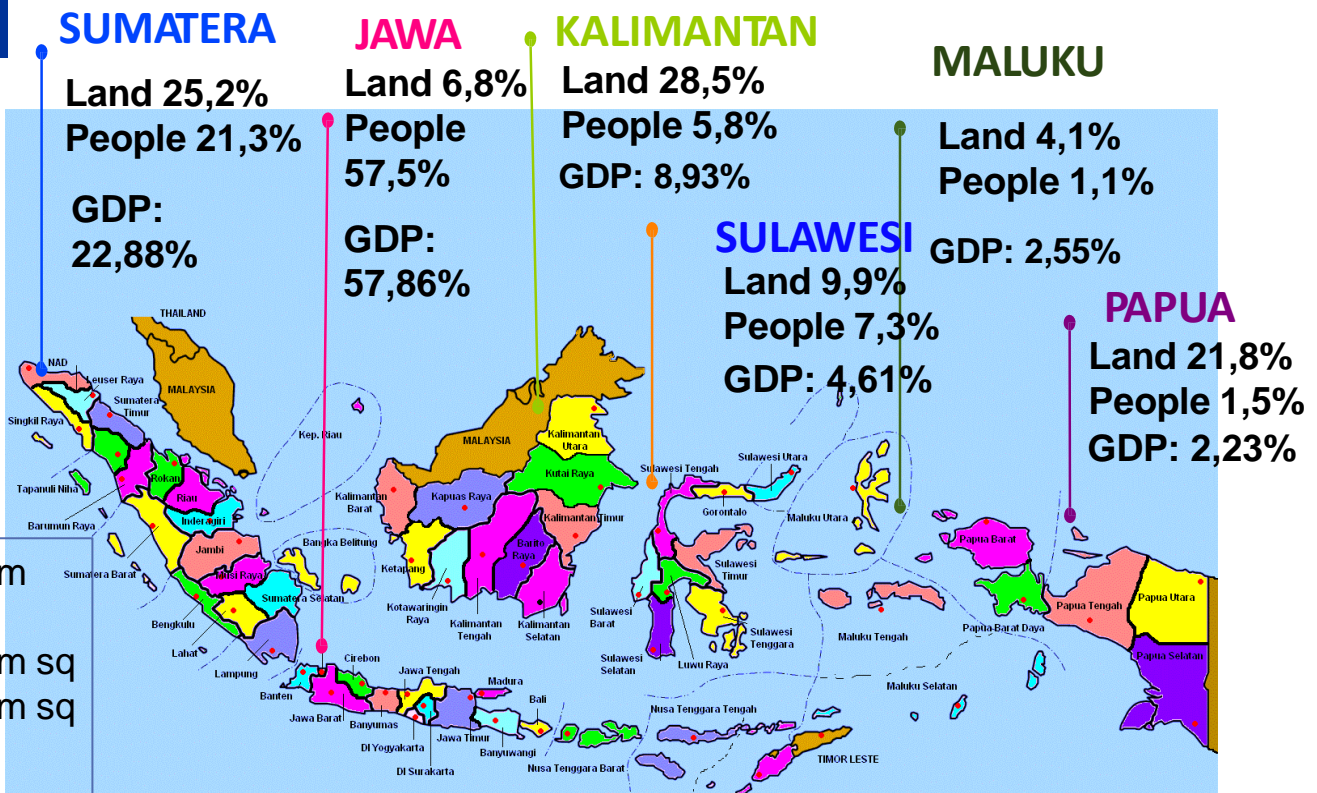
peop population

124 $\frac{\text{people}}{\text{km}^2}$
DENSITY

PEOPLE growth **1,49%** in year

Broad Sea	: 7.660.000 km Sq
Land	: 5.800.000 km sq
Num of Island	: 1.860.360 km sq
Num of Provinces	: 17.845
Width	: 33
	: 5.000 km from west to east

Natural Resources : petroleum, natural gas, tin, nickel, timber, bauxite, copper, coal, gold, silver, palm oil, rubber, Cocoa, and fishery



GOD'S BLESSING OR CHALLENGES For Business in the Transport

Gambaran Bisnis Angkutan Indonesia di masa depan ? (Lanjutan)

Transportation & Logistics Market Size, 2013 - 2018



Source: Analysis by Frost & Sullivan

Tantangan Domestik Angkutan Barang

**INDONESIA
SEBAGAI NEGARA
YANG TINGKAT
KONSUMSI YANG
PALING BESAR**

Reaksi

**Industri Logistik
Menjamur**

**Globalisasi Bisnis
di Sektor Angkutan
Barang**

Akibatnya

Mendorong banjirnya peningkatan produk-produk impor ke Indonesia

Semua industri di Indonesia belum mempunyai 100% input atau bahan baku di dalam negeri

Ketergantungan rata-rata manufaktur di Indonesia itu masih 50%-70% adalah bahan baku impor.

Pasar industri logistik Indonesia diprediksi tumbuh sekitar 14-15 persen dalam kurun waktu 5 tahun mendatang.

- Industri logistik nasional sangatlah fragmented. Tidak ada satu pelaku usaha yang menguasai secara dominan. Iklim industri logistik asli Indonesia nyatanya sama sekali belum siap menghadapi hal tersebut.
- Banyak perusahaan-perusahaan asing yang ingin masuk di bisnis ini di Indonesia, baik melalui proses akuisisi, joint venture, kerjasama operasi dan berbagai bentuk kerjasama lainnya
- Customer cenderung menentukan pilihan berdasarkan harga **sehingga** Pelaku usaha industri logistik Indonesia lebih fokus menawarkan harga ekonomis daripada menciptakan layanan yang memiliki nilai tambah (*value added service*) atau Inovasi .

Tantangan Global Angkutan Barang

Tidak bisa di hidari terjadinya Aliansi berupa merger dan akuisisi telah terjadi 5 tahun terakhir, akan memiliki dampak bagi bisnis jasa angkutan barang

Tiga kelompok pelaku usaha transportasi yang melakukan aliansi, yaitu:

1. Penyedia jasa logistik hilir,
2. Jasa trucking
3. Operator pelayaran

**ALIANSI
(Merger &
Akuisisi)**

1. Jasa Logistik Hilir

Motif Memperbesar perusahaan pasar

→ Contohnya, FedEx mengakuisisi TNT Express, UPS mengambil alih Coyote Logistik, dan XPO Logistik membeli Norbert Dentressangle di Perancis dan Con-way Cargo di Amerika Serikat.

2. Penyedia Jasa Trucking,

Motif perluasan pasar

→ Contoh di Amerika Serikat, akuisisi besar-besaran oleh Daseke, dan Roadrunner membeli Stagecoach demi mengembangkan sayap di Meksiko.

3. Operator Pelayaran

Motif penggunaan kapal berukuran lebih besar untuk memangkas biaya operasional

→ Neptune Orient Lines (Perusahaan induk APL) dengan CMA CGM atau Maersk Line, dan bergabungnya Cosco dan CSCL (China Shipping Container Lines).

Tantangan Angkutan Barang dalam Memasuki Persaingan Bisnis ASEAN

Penerapan IT

Ketersediaan IT adalah sebuah prasyarat dalam mengembangkan Jasa trucking, karena mampu membangun kapabilitas operasional, lebih efisien, dan memberikan aksesibilitas informasi yang tinggi terhadap customer



Dukungan Kapabilitas SDM

Pengembangan sumber daya manusia menjadi kunci menghadapi persaingan bisnis AEC, antara lain, dalam bidang infrastruktur, agen institusi, kapabilitas penyedia jasa lokal, dan ketersediaan Jasa trucking.



Manajemen Logistik

Tersedianya kemampuan manajerial yang memadai untuk membangun network-based management yang kuat sehingga dapat menciptakan interkoneksi dan integrated service yang tangguh, baik di domestik maupun global.



Inovasi

Mobilitas orang dan barang yang bergerak sangat dinamis, persaingan Jasa trucking dituntut untuk terus berinovasi agar dapat terus bertahan.

Inovasi dalam Persaingan Bisnis Angkutan Barang



Kondisi pasar dan peluang-peluang bisnis yang menarik tersebut ternyata masih belum dapat dimanfaatkan oleh para pemain lokal secara optimal (berkolaborasi). Bahkan sebaliknya, para pemain local berguguran satu-persatu karena kerasnya persaingan terutama karena tekanan dari perusahaan-perusahaan jasa logistik asing yang berkolaborasi.



Permasalahannya adalah terutama menyangkut kompetensi sumber daya manusia, jejaring kerja, teknologi, **INOVASI** dan modal.



Perusahaan yang bertahan hidup dan tumbuh dalam kondisi seperti ini adalah yang memahami dan melakukan perubahan serta menciptakan **INOVASI**.

INOVASI di Perusahaan

Merupakan Aspek yang Sangat Penting

**MENURUT CRAVENS DAN
PIERCY (2009),**

Suatu perusahaan adalah berorientasi pasar ketika budaya penciptaan nilai pelanggan yang superior dijalankan secara sistematis dan menyeluruh pada perusahaan yang bersangkutan.

Dalam konteks ini, proses INOVASI di perusahaan merupakan aspek yang sangat penting dalam usaha menghasilkan produk-produk baru guna memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berubah.

Pola pikir konsumen yang berubah seiring perkembangan zaman menuntut praktisi-praktisi bisnis untuk mengembangkan angkutan barang pada pangsa pasar yang luas.

Bertumbuh pesatnya bisnis ONLINE, manufaktur dan retail memicu tumbuhnya perusahaan logistik lokal

Semua logistik memiliki bentuk bisnis yang sama, namun dengan **inovasi** layanan jadi berbeda dibanding kompetitor, Semakin diminati dan dipercaya oleh konsumen bahkan memancing terus **berinovasi** untuk kepuasan konsumen.

Contoh Sinergi dan Inovasi Perusahaan Logistik Dalam Bisnis E-Commerce



Contoh Sinergi dan Inovasi

Layanan Logistik *Package Service* Berbasis *Mobility*

Saat ini perusahaan logistik mulai mengembangkan inovasi layanan logistik *package service* berbasis *mobility*, dengan menggunakan aplikasi di *smartphone*
→ Layanan ini memungkinkan integrasi layanan logistik, *payment*, dan konfirmasi status pergerakan barang sejak barang diproses di *drop center*, pengolahan, transportasi, sampai dengan *delivery*.



Inovasi logistik *package service* juga telah dikembangkan pada pengelolaan pergudangan untuk pengolahan *package* secara otomatis, sehingga produktivitas sortir kiriman paket dapat dilakukan dalam volume yang sangat besar, contohnya GDEX, Amazon .



GDEX → Perusahaan logistik dan express di Malaysia, telah mengoperasikan otomatisasi pengolahan kiriman paket yang mampu memproses lebih dari 80.000 paket/malam, mulai jam 19.00 sampai dengan 23.00.



Kemampuan ini didukung oleh desain *material handling* dan teknologi otomatisasi pergudangan yang produktif dan efisien.
Saat ini beberapa operator logistik kelas dunia, seperti DHL dan FedEx sedang uji coba untuk pemanfaatan teknologi *drone* dalam pengantaran paket.

Contoh Sinergi dan Inovasi Layanan Angkutan Barang Di salah satu Perusahaan Asing

1. Solusi RFID

Solusi RFID telah mempercepat proses, proyek percontohan telah memberikan bukti yang jelas dari penerapan RFID untuk logistik tekstil. → Infrastruktur RFID Malthus saat ini dikembangkan untuk digunakan pada pelanggan lain di sektor ini

2. DHL ProView,

DHL ProView adalah perangkat pengiriman online yang memungkinkan pelanggan untuk melacak pengiriman setiap saat dari belahan dunia mana pun. Pengiriman dapat dilacak dan dimonitor dengan menggunakan nomor rekening tertentu, tanpa menggunakan nomor bukti tanda terima

3. Solusi Realtime DHL

Dengan SOLUSI RealTime DHL, pelanggan menjadi bagian dari proses langsung pengiriman dan dapat menerima informasi real-time dengan lebih efektif tentang barang pengiriman.

→ Pelanggan dapat mengontrol rute transportasi dan menyesuaikan berdasarkan kejadian terbaru. Pelanggan dapat memonitor kondisi barang dan mengetahui siapa saja yang mengakses barang dan kontainer pengiriman. Solusi yang ditawarkan DHL dapat memancarkan informasi tentang barang kepada pelanggan selama proses pengiriman berlangsung.

Inovasi produk yang berkesinambungan dengan menawarkan solusi terbaik sehingga dapat menghemat penggunaan sumber daya

Kesimpulan

- ❑ **PENTINGNYA BADAN LITBANG → Inovasi dan kredibilitas sumber daya manusia (SDM) menjadi kunci utama keberhasilan bisnis angkutan Barang tetap bertahan ditengah persaingan bisnis yang makin ketat saat ini**
- ❑ **PENTINGNYA SINERGI BUMN DAN SWASTA → Sektor logistik sangat potensial untuk berkembang dengan pesat ke depannya, jika tidak ditangkap pelaku usaha angkutan barang domestik akan direbut perusahaan Asing. Perusahaan logistik tidak akan bisa bertahan dalam persaingan global jika tidak berkolaborasi satu sama lain. "Kita tidak pernah anggap mereka kompetitor sebenarnya, tetapi lebih kepada *partner*.**
- ❑ **REVITALISASI LITBANG SESUAI KEBUTUHAN PELAKU USAHA → Badan litbang harus aktif dalam mengembangkan inovasi dan peningkatan kemampuan SDM handal berdasarkan kebutuhan Pelaku usaha angkutan barang.**

TERIMA KASIH