

Pengaruh Strategi Logistik Terhadap Kinerja Perusahaan

Sulida Erliyana^{1*}, M Aji Luhur Pambudi²

¹Program Studi Transportasi Laut, Politeknik Bumi Akpelni

²Program Studi Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim, Politeknik Bumi Akpelni

*e-mail korespondensi: erliyanasulida@yahoo.co.id

Abstract

Logistics is one of the important elements in the supply chain that plays a significant role in increasing the competitiveness of companies. This article examines how an effective logistics strategy can improve a company's performance both in terms of operations and finances. This research focuses on logistics strategies such as distribution optimization, the use of information technology in supply chain management, and collaboration with third parties. This study uses a descriptive research method with a qualitative and quantitative approach (mixed method). This approach was chosen to comprehensively analyze and describe the company's logistics strategy. The results of the study show that the right logistics strategy can lower operational costs, increase efficiency, and strengthen customer satisfaction, which ultimately has a positive impact on the company's performance.

Keywords: Logistics Strategy, Company Performance, Supply Chain, Operational Efficiency, Customer Satisfaction.

Abstrak

Logistik merupakan salah satu elemen penting dalam rantai pasokan yang berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Artikel ini mengkaji bagaimana strategi logistik yang efektif dapat meningkatkan kinerja perusahaan baik dari segi operasional maupun finansial. Penelitian ini berfokus pada strategi logistik seperti optimasi distribusi, penggunaan teknologi informasi dalam manajemen rantai pasokan, serta kolaborasi dengan pihak ketiga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (mixed method). Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi logistik perusahaan secara komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi logistik yang tepat dapat menurunkan biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Logistik, Kinerja Perusahaan, Rantai Pasokan, Efisiensi Operasional, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Logistik sebagai bagian integral dari rantai pasokan memainkan peran krusial dalam mencapai tujuan ini. Efektivitas logistik tidak hanya berpengaruh pada pengurangan biaya tetapi juga mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan secara tepat waktu. Oleh karena itu, strategi logistik yang dirancang dengan baik dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Maraknya perdagangan secara online, membuat Perusahaan untuk dapat mensikapi hal tersebut yaitu dengan merencanakan strategi logistic. Strategi logistic yang dapat dipilih dapat disesuaikan dengan kebutuhan Perusahaan, kebutuhan ini tentunya berbeda antara Perusahaan yg satu dengan yg lain. Strategi ini harus dapat meningkatkan kinerja Perusahaan dan kinerja ini nantinya dapat dievaluasi untuk mengambil Langkah selanjutnya.

Penerapan strategi bisnis logistik memerlukan perencanaan yang matang. Pertama, dengan melakukan analisis strategi lingkungan operasi internal dan juga eksternal perusahaan untuk mengetahui secara detail keperluan perencanaan dan juga strategi yang akan digunakan untuk bisnis logistik pada perusahaan tersebut.

Analisa strategi bisnis logistik pada lingkungan perusahaan mempunyai peran dan juga fungsi. Disini fungsi dalam Bisnis Logistik adalah sebagai orientasi kebijakan, perencanaan strategis terintegrasi, dan orientasi fungsional. Berikut adalah penjelasan masing-masing fungsi yaitu:

1. Dalam bisnis logistik mempunyai peran perencanaan strategis terintegrasi yang dimana berfungsi untuk manajemen level memahami permasalahan yang terjadi pada lingkungan perusahaan yang akan berdampak langsung pada proses perencanaan perusahaan.
2. Setelah mengetahui hal-hal yang perlu perbaikan dari hasil analisa, penerapan strategi bisnis logistik bisa untuk meningkatkan kualitas bisnis logistik yang dilakukan. Upaya strategis dan teknis perusahaan perlu dilakukan untuk hal inovasi, peningkatan dan pengembangan bisnis logistik perusahaan. Strategi-strategi tersebut akan meningkatkan peluang yang dimiliki perusahaan.
3. Dalam aktivitas logistik, selain aliran pergerakan barang, juga mencakup pergerakan aliran informasi dan aliran keuangan. Jadi seiring dengan arus barang maka terjadi arus informasi dan arus financial. Seluruh aktivitas logistik tersebut pasti menggunakan infrastruktur dan fasilitas fisik seperti pelabuhan, bandar udara, jalan raya, gudang, rel kereta api, alat transportasi, *material handling equipment*, dan saat ini teknologi informasi pun ikut serta seperti *transport management system* (TMS), *warehouse management system* (WMS), *fleet management system* (FMS), *order management system* (OMS), dan lain-lain.

Selain infrastruktur, fasilitas logistik, teknologi informasi dalam aktivitas logistik juga melibatkan resource lain yang penting yaitu tenaga kerja. Tenaga kerja dibutuhkan mulai dari tenaga kerja driver, operator, supervisor, dan managerial. Kinerja logistik selalu diukur dan dievaluasi secara periodik, tujuannya agar dapat dilakukan perbaikan kinerja secara berkelanjutan. Umumnya kinerja logistik diukur dalam bentuk *on time performance*, *lead time*, keamanan, tingkat kerusakan, *tracking & tracing*, dan lain-lain.

Indikator biaya logistik menunjukkan biaya logistik total untuk menjalankan semua aktivitas logistik perusahaan dalam proses rangkaian rantai pasok. Sementara indikator kualitas layanan logistik menunjukkan kinerja layanan yang dihasilkan dari aktivitas logistik. Kinerja layanan logistik umumnya diukur dalam bentuk *on time performance*, *lead time*, keamanan, tingkat kerusakan, *tracking & tracing*, dan lain-lain.

Perkembangan ekonomi global yang menuntut keunggulan kompetitif perusahaan, sejalan dengan pemikiran Christopher (2016) yang menekankan bahwa logistik dan manajemen rantai pasok adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam ekonomi global. "Efektivitas logistik tidak hanya berpengaruh pada pengurangan biaya tetapi juga mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan secara tepat waktu" mendukung konsep yang dikemukakan oleh Bowersox et al. (2013) tentang peran strategis logistik dalam mencapai efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Terkait dengan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, Chopra dan Meindl (2019) menegaskan pentingnya alignment antara strategi rantai pasok dengan strategi kompetitif perusahaan. Sementara itu, konsep perencanaan strategis terintegrasi sama dengan pemikiran Ballou (2004) yang menekankan pentingnya perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian dalam manajemen logistik.

Mengenai aktivitas logistik yang mencakup pergerakan barang, informasi, dan keuangan, Mentzer (2001) telah lebih dulu mengidentifikasi komponen-komponen ini sebagai elemen kunci dalam manajemen rantai pasok. Penggunaan teknologi informasi seperti TMS, WMS,

dan FMS yang disebutkan dalam teks mendukung konsep yang dibahas oleh Bowersox et al. (2012) tentang peran teknologi dalam mengintegrasikan proses logistik.

Aspek pengukuran kinerja logistik, khususnya mengenai indikator biaya dan kualitas layanan, selaras dengan framework yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016) tentang pentingnya mengukur kinerja layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional.

Tujuan dilakukannya analisis adalah untuk menilai lingkungan perusahaan secara menyeluruh, mulai dari faktor-faktor yang berada di dalam sampai faktor-faktor di luar perusahaan yang saling berkaitan dan berpengaruh satu sama lain untuk perkembangan, kemajuan dan mencapai tujuan perusahaan. Dalam penerapan strategi bisnis logistik memerlukan analisis internal pada perusahaan yang dimana perusahaan akan mengalami proses perencanaan strategi bisnis logistik mengkaji faktor-faktor pada internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan mempunyai kelemahan dan kekuatan sehingga dapat mendapatkan hasil analisa secara efektif untuk menghadapi ancaman yang ada di dalam lingkungan perusahaan. Dalam penerapan strategi bisnis logistik memerlukan analisis eksternal pada perusahaan yang akan digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan perusahaan terhadap persaingan dari pesaing perusahaan yang ada, ancaman dari pesaing, ancaman produk atau jasa sehingga akan mendapatkan hasil analisa untuk bagaimana perusahaan dapat berpeluang dan bersaing dalam industrinya dalam hal ini bisnis logistik.

METODE

1. Desain Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (mixed method). Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi logistik perusahaan secara komprehensif. Penelitian dilakukan dengan mengkaji aspek internal dan eksternal perusahaan serta mengukur kinerja logistik berdasarkan indikator biaya dan kualitas layanan.
2. Populasi dan Sampel
 - Populasi: Seluruh perusahaan yang menerapkan sistem logistik dalam operasional bisnisnya di wilayah penelitian
 - Sampel: Menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria:
 - Perusahaan yang telah menerapkan sistem logistik minimal 2 tahun
 - Memiliki sistem teknologi informasi logistik (TMS, WMS, FMS, atau OMS)
 - Memiliki departemen logistik terstruktur
 - Target responden:
 - Manajer Logistik
 - Supervisor Operasional
 - Staff Logistik
 - Driver dan Operator
3. Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen
 - a) Teknik Pengumpulan Data:
 - Wawancara mendalam dengan para manajer dan supervisor logistik
 - Observasi langsung terhadap proses operasional logistik
 - Dokumentasi sistem dan prosedur logistik
 - Kuesioner untuk mengukur kinerja layanan logistik
 - Studi dokumen laporan keuangan untuk analisis biaya logistik
 - b) Instrumen Penelitian:
 - Pedoman wawancara terstruktur
 - Lembar observasi sistematis

- Kuesioner dengan skala Likert (1-5) untuk mengukur:
 - Ketepatan waktu pengiriman
 - Lead time
 - Tingkat keamanan pengiriman
 - Tingkat kerusakan barang
 - Efektivitas sistem tracking & tracing
 - Checklist dokumentasi
4. Teknik Analisis Data
- a) Analisis Kualitatif:
- Reduksi data hasil wawancara dan observasi
 - Penyajian data dalam bentuk deskripsi dan matriks
 - Penarikan kesimpulan dan verifikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Logistik dalam Perusahaan

- a. **Pengelolaan Inventori yang Optimal:** Pengelolaan inventori yang efektif dapat membantu perusahaan menekan biaya penyimpanan sekaligus menjaga tingkat pelayanan pelanggan. Strategi seperti *Just-In-Time (JIT)* dapat membantu mengurangi biaya inventori dan meningkatkan fleksibilitas perusahaan.
- b. **Penggunaan Teknologi Informasi:** Implementasi teknologi seperti sistem manajemen transportasi (TMS) dan sistem manajemen gudang (WMS) telah menjadi penting dalam meningkatkan visibilitas logistik dan efisiensi operasional. Teknologi ini memungkinkan perusahaan melacak pergerakan barang secara real-time dan mengoptimalkan rute distribusi.
- c. **Kolaborasi dengan Penyedia Layanan Logistik Pihak Ketiga:** Banyak perusahaan kini mengadopsi strategi outsourcing logistik dengan berkolaborasi dengan penyedia layanan logistik pihak ketiga (3PL). Langkah ini memungkinkan perusahaan untuk fokus pada kompetensi inti sambil mengandalkan mitra logistik untuk mengelola aktivitas distribusi dan transportasi.

2. Pengaruh Strategi Logistik Terhadap Kinerja Perusahaan

- a. **Efisiensi Biaya:** Strategi logistik yang efisien dapat menurunkan biaya transportasi dan penyimpanan. Dengan mengoptimalkan rute pengiriman dan pengelolaan inventori, perusahaan dapat mengurangi pengeluaran operasional dan meningkatkan margin keuntungan.
- b. **Peningkatan Pelayanan Pelanggan:** Pengiriman yang tepat waktu dan kualitas layanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi logistik yang terkoordinasi dengan baik dapat membantu memenuhi kebutuhan pelanggan lebih cepat dan akurat.
- c. **Fleksibilitas Operasional:** Responsivitas terhadap perubahan permintaan pasar menjadi salah satu faktor penting bagi kinerja perusahaan. Strategi logistik yang fleksibel memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan volume produksi dan distribusi dengan cepat sesuai dengan permintaan pasar.

Strategi logistik adalah kunci untuk memastikan operasi bisnis berjalan efisien, hemat biaya, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Berikut adalah langkah-langkah strategis yang dapat diambil, antara lain :

1. Analisis Kebutuhan dan Sasaran Bisnis

- Mengidentifikasi tujuan utama: Apakah fokusnya pada pengurangan biaya, peningkatan kecepatan pengiriman, atau meningkatkan layanan pelanggan?

- memahami kebutuhan pelanggan: memastikan strategi logistik selaras dengan ekspektasi pelanggan, seperti waktu pengiriman dan fleksibilitas.
2. Mengoptimalkan Jaringan Distribusi
- Mengevaluasi lokasi gudang: Pastikan lokasi gudang atau pusat distribusi strategis untuk menjangkau pelanggan dengan cepat.
 - Merancang alur logistik: Tentukan jalur distribusi terbaik untuk meminimalkan jarak dan waktu.
3. Manajemen Persediaan
- Menerapkan prinsip Just-in-Time (JIT) untuk mengurangi biaya penyimpanan.
 - Menggunakan teknologi seperti sistem manajemen persediaan (Inventory Management System) untuk melacak dan mengelola stok secara real-time.
4. Integrasi Teknologi
- Menggunakan software logistik seperti TMS (Transportation Management System) untuk memantau pengiriman.
 - Mengimplementasikan IoT dan AI untuk memantau suhu, lokasi, atau prediksi permintaan.
5. Peningkatan Efisiensi Transportasi
- Mengoptimalkan rute transportasi menggunakan alat seperti GPS dan analitik data.
 - Menggunakan moda transportasi yang sesuai untuk jenis produk Anda (darat, laut, udara, atau kombinasi).
6. Kemitraan yang Strategis
- Menjalin kerja sama dengan penyedia logistik pihak ketiga (3PL) jika diperlukan, untuk menangani transportasi atau pergudangan.
 - Membangun hubungan yang kuat dengan pemasok untuk memastikan kelancaran pasokan.
7. Fokus pada Keberlanjutan
- menerapkan strategi ramah lingkungan, seperti penggunaan kendaraan listrik atau pengemasan ramah lingkungan.
 - Mengurangi jejak karbon dengan mengoptimalkan rute dan mengurangi limbah.
8. Pengukuran Kinerja
- Menetapkan Key Performance Indicators (KPI), seperti:
 - Waktu siklus pesanan.
 - Tingkat akurasi pengiriman.
 - Biaya logistik per unit.
 - melakukan evaluasi berkala untuk memastikan strategi tetap efektif.
9. Pelatihan Tim
- Melatih karyawan dalam teknologi logistik terbaru dan pengelolaan alur kerja.
 - Memastikan semua tim memahami peran mereka dalam mencapai tujuan logistik.
10. Perencanaan untuk Risiko
- Mengidentifikasi potensi risiko seperti gangguan pasokan atau bencana alam.
 - Menyiapkan rencana kontingensi, seperti memiliki pemasok cadangan atau alternatif moda transportasi.

Strategi logistik memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Pengelolaan logistik yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar. Berikut adalah beberapa cara strategi logistik memengaruhi kinerja Perusahaan, diantaranya yaitu :

1. Efisiensi Operasional

- Mengoptimasi alur kerja: Strategi logistik yang baik mengurangi waktu dan tenaga yang terbuang dalam proses pengiriman, penyimpanan, atau distribusi.

- Pengurangan lead time: Proses logistik yang terorganisasi memungkinkan perusahaan memenuhi permintaan pelanggan lebih cepat.
2. Pengurangan Biaya
- Manajemen inventori yang efisien: Mengurangi biaya penyimpanan dengan menghindari stok berlebih atau kekurangan stok.
 - Penggunaan teknologi: Sistem otomatisasi seperti TMS (Transportation Management System) membantu mengurangi biaya transportasi dengan rute yang lebih efisien.
3. Peningkatan Kepuasan Pelanggan
- Pengiriman tepat waktu: Strategi logistik yang andal memastikan pelanggan menerima barang sesuai waktu yang dijanjikan.
 - Kualitas layanan yang konsisten: Hal ini membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan.
4. Penguatan Daya Saing
- Perusahaan dengan logistik yang unggul dapat merespons perubahan pasar lebih cepat dibanding pesaing.
 - Logistik yang efisien sering kali memungkinkan harga produk lebih kompetitif di pasar.
5. Peningkatan Profitabilitas
- Penurunan biaya operasional: Efisiensi logistik langsung berdampak pada margin keuntungan perusahaan.
 - Pertumbuhan pendapatan: Dengan kepuasan pelanggan yang tinggi dan proses pengiriman yang cepat, penjualan berulang dan pelanggan baru cenderung meningkat.
6. Keberlanjutan dan Reputasi
- Strategi logistik yang ramah lingkungan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen modern yang lebih peduli terhadap keberlanjutan.

Dampak Negatif Jika Strategi Logistik Tidak Efektif dapat menyebabkan:

- Keterlambatan pengiriman yang merusak reputasi perusahaan.
- Biaya operasional membengkak akibat inefisiensi.
- Pelanggan tidak puas sehingga berdampak pada hilangnya pasar.

Ketidakefektifan dalam strategi logistik dapat mengakibatkan serangkaian dampak negatif yang serius bagi kelangsungan bisnis perusahaan. Keterlambatan pengiriman menjadi masalah utama yang dapat merusak reputasi perusahaan di mata pelanggan dan mitra bisnis. Ketika pengiriman tidak tepat waktu secara berulang, kepercayaan pelanggan akan terkikis, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor yang menawarkan layanan logistik lebih andal. Hal ini tidak hanya berdampak pada hubungan bisnis jangka pendek, tetapi juga dapat menciptakan citra negatif yang berkepanjangan di pasar.

Dari segi finansial, strategi logistik yang buruk mengakibatkan pembengkakan biaya operasional yang signifikan. Inefisiensi dalam pengelolaan inventory, pemilihan rute transportasi yang tidak optimal, pemanfaatan ruang gudang yang tidak maksimal, serta koordinasi yang buruk antar bagian logistik dapat mengakibatkan pemborosan sumber daya. Biaya tambahan juga muncul dari kebutuhan pengiriman ulang, penanganan komplain pelanggan, serta perbaikan barang yang rusak akibat penanganan yang tidak tepat. Kondisi ini secara langsung mempengaruhi margin keuntungan perusahaan dan mengurangi daya saing dari sisi harga.

Dampak paling krusial dari ketidakefektifan strategi logistik adalah hilangnya pangsa pasar akibat ketidakpuasan pelanggan. Pelanggan yang tidak puas tidak hanya akan berhenti menggunakan layanan perusahaan, tetapi juga cenderung membagikan pengalaman negatif mereka kepada calon pelanggan lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial dan platform ulasan online. Efek berantai dari ketidakpuasan pelanggan ini dapat menyebabkan penurunan drastis dalam perolehan pelanggan baru dan mempersulit upaya perusahaan dalam

mempertahankan posisinya di pasar. Pada akhirnya, hal ini dapat mengancam keberlanjutan bisnis perusahaan dalam jangka panjang, terutama di era digital di mana informasi tentang kualitas layanan dapat menyebar dengan sangat cepat.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi logistik memainkan peran vital dalam kesuksesan operasional perusahaan modern. Implementasi strategi logistik yang efektif mencakup berbagai aspek mulai dari pengelolaan inventori yang optimal, penggunaan teknologi informasi seperti TMS dan WMS, hingga kolaborasi strategis dengan pihak ketiga (3PL). Keberhasilan strategi ini dapat meningkatkan efisiensi operasional, menurunkan biaya, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar. Sebaliknya, kegagalan dalam menerapkan strategi logistik yang efektif dapat mengakibatkan dampak negatif serius seperti keterlambatan pengiriman, pembengkakan biaya operasional, dan hilangnya pangsa pasar akibat ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perencanaan yang matang dalam mengembangkan strategi logistik, mulai dari analisis kebutuhan bisnis, optimalisasi jaringan distribusi, integrasi teknologi, hingga pengukuran kinerja secara berkala, serta memperhatikan aspek keberlanjutan dan manajemen risiko untuk memastikan keberhasilan jangka panjang

DAFTAR PUSTAKA

- Ballou, R. H. (2004). *Business logistics/supply chain management: Planning, organizing, and controlling the supply chain* (5th ed.). Pearson/Prentice Hall.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply chain logistics management* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2012). *Supply chain logistics management* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (7th ed.). Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mentzer, J. T. (2001). *Supply chain management*. Sage Publications.