



E-PAPER PERPUSTAKAAN DPR-RI

<http://epaper.dpr.go.id>

Judul	: DAYA SAING - Biaya Logistik Indonesia Masih Tinggi
Tanggal	: Rabu, 04 April 2018
Surat Kabar	: Kompas
Halaman	: -

JAKARTA, KOMPAS – Indonesia masih kalah bersaing dengan China dan India terkait konektivitas sehingga harga logistik masih tinggi. Padahal, Indonesia menduduki posisi ketiga dalam kategori ukuran dan pertumbuhan pasar logistik di dunia. CEO Kargo.co.id Yodi Aditya, dalam media briefing JDA Day 2018, di Jakarta, Rabu (4/4/2018), menyatakan, konektivitas pasar logistik yang belum baik sehingga pengiriman komoditas belum efisien. “Bahkan, menurut data World Economy Forum, 25 persen pendapatan domestik bruto (PDB) habis untuk pembiayaan logistik, sedangkan China hanya 14 persen,” ujarnya. Yodi menilai, pemerintah sekarang cukup agresif dalam meningkatkan kinerja logistik bangsa. Berdasarkan penilaian Bank Dunia dalam Logistics Performance Index tahun 2016, Indonesia berada di peringkat 63 dengan skor 2,98, naik dari sebelumnya peringkat 64. Namun, skor tersebut sama dengan Vietnam, yang menempati peringkat 64. Sedangkan dibandingkan dengan negara lainnya di kawasan Asia Tenggara, Indonesia juga masih menduduki peringkat rendah, seperti Singapura peringkat 5 (skor 4,1), Malaysia peringkat 32 (skor 3,43), dan Thailand peringkat 45 (skor 3,26). Dalam indeks tersebut, indikator terendah Indonesia berada pada infrastruktur, dengan skor 2,65. Yodi optimistis, masalah infrastruktur akan segera teratasi. Hal itu karena pemerintah sementara membangun berbagai macam infrastruktur, seperti 2.623 kilometer jalan, 568 kilometer jalan tol, 15 bandara udara, dan 104 pelabuhan laut baru. ELSA EMIRIA LEBA UNTUK KOMPAS Suasana ‘media briefing’ JDA Day 2018, di Jakarta, Rabu (4/4/2018). Indonesia menduduki posisi ketiga dalam kategori ukuran dan pertumbuhan pasar logistik di dunia. Kondisi Indonesia yang terdiri dari kepulauan membuat infrastruktur menjadi sangat penting. Oleh karena itu, digitalisasi proses logistik dapat meningkatkan efisiensi pengiriman barang dan memperluas pasar. President JDA Software Group, Inc Asia Pacific Amit Bagga mengatakan, rantai pasokan Indonesia membutuhkan sistem digital yang dapat mengerti kebutuhan pelanggan sehingga strategi distribusi dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. JDA adalah perusahaan perangkat lunak dan konsultasi asal Amerika Serikat yang bergerak di bidang manajemen rantai pasokan serta rencana manufaktur dan ritel. “Proses dari bahan mentah, lalu ke industri, distribusi, toko, dan pelanggan dapat dihubungkan dengan sistem perangkat lunak,” kata Amit. Ia mencontohkan, di China, pelanggan membawa label sebuah produk di toko untuk memesan barang. Label tersebut merupakan perangkat digital otomatis yang dapat mengetahui apakah produk tersedia atau tidak. Ketika dipindai, pada saat yang bersamaan label tersebut melaporkan ke toko mengenai status produk. Kemudian, toko melanjutkan laporan itu ke tempat penyimpanan logistik bahwa produk tersebut perlu ditambah. Selain itu, digitalisasi juga berguna untuk mendapatkan data pelanggan. Data pelanggan dapat digunakan untuk menganalisis preferensi mereka di suatu wilayah sehingga perusahaan dapat memprediksi jumlah tempat penyimpanan ataupun produk yang dikirim ke suatu daerah. Amit menyakini metode tersebut dapat membuat harga komoditas di seluruh Indonesia sama. Data dari Kargo.co.id menyebutkan, proses digital membuat transaksi elektronik berkang dari dua hari menjadi satu jam dalam skala besar. Sistem yang terintegrasi antardivisi suatu perusahaan meningkatkan efisiensi pengiriman logistik 25 persen. Hanya saja, Amit menemukan, kebanyakan sistem rantai pasokan Indonesia masih didata secara manual. Kondisi tersebut membuat rumit analisis strategi suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan JDA terhadap sekitar 200 CEO perusahaan ternama, 60 persen menyatakan memiliki strategi transformasi digital. Namun, hanya sedikit yang memiliki peta jalan digital. Bahan, lebih dari 50 persen tidak mengetahui bagaimana mereka akan mentransformasi perusahaan. CEO Kargo.co.id Yodi Aditya Data dari Kargo.co.id juga menyebutkan, 38 persen perusahaan masih meragukan keamanan data ketika masuk ke dunia digital. Selain itu, 38 persen menilai terjun ke digital membutuhkan investasi bernilai tinggi. Sedangkan 26 persen tidak memiliki sumber daya manusia yang memadai di bidang teknologi informasi (TI). Sistem rantai pasokan Indonesia dinilai perlu untuk segera masuk ke dunia digital agar industri manufaktur dapat bersaing. Apalagi, saat ini banyak perusahaan luar mengincar pasar Indonesia, seperti Alibaba dan JD.com dari China. Yodi menyakini, industri manufaktur di Indonesia akan masuk ke dunia digital dalam waktu tiga tahun dengan preferensi masyarakat yang meningkat bertransaksi secara digital melalui e-dagang. “Trennya Indonesia bergerak cepat,” katanya. Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspress Indonesia (Asperindo) memperkirakan, sektor logistik akan tumbuh lebih dari 15 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan Lembaga Penelitian Ekonomi dan Sosial Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI) memperkirakan, ekonomi akan tumbuh 5,3 persen tahun 2018, naik 0,1 persen.