

PEMETAAN KLAS TER LOGISTIK UNTUK INDUSTRI KREATIF BERBASIS UKM E-COMMERCE

Dani Leonidas Sumarna ST., MT¹, Darfial Guslan ST., MT²,

D IV Logistik Bisnis ^{1, 2}

Politeknik Pos Indonesia; Jalan Sariasih no.54 Bandung

danileo@poltekpos.ac.id ¹

darfialguslan@poltekpos.ac.id²

Abstrak

Pertumbuhan bisnis online (e-commerce) saat ini sudah sangat pesat. Pada 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta dengan 77 persen di antaranya mencari informasi produk dan belanja online. Pada 2016, jumlah online shopper mencapai 8,7 juta orang dengan nilai transaksi sekitar 4,89 miliar dolar AS. Perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh salah satu isu penting dalam perkembangan e-commerce adalah logistik. Salah satu Key Performance untuk e-commerce adalah waktu kedatangan kiriman yang merupakan salah satu isu yang menjadi bagian dari aktifitas logistik. Pelaku UKM e-commerce membutuhkan penyedia jasa logistik dalam menjalankan proses pengiriman barang ke pelanggan.

Dalam penelitian ini akan dilakukan pemetaan kluster logistik yang mempermudah pelaku UKM e-commerce dalam mengirim dan mendistribusikan produk yang ditawarkan. Pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan kluster industri dengan output aktifitas-aktifitas dan mengidentifikasi komponen (struktur dan proses bisnis) sistem rantai pasok kluster logistik serta Memetakan kluster logistik Kota Cimahi melalui pendekatan sistem rantai pasok dan kluster industri.

Kata kunci :

Kluster, Jasa Pelayanan Logistik, UKM, E-Commerce

Abstract

The growth of online business (e-commerce) is now very fast. In 2015 internet users in Indonesia reached 93.4 million with 77 percent of them seeking product information and shopping online. In 2016, the number of online shopper reached 8.7 million people with a transaction value of around 4.89 billion US dollars. This development is strongly influenced by one of the important issues in the development of e-commerce is logistics. One Key Performance for e-commerce is the time of arrival of the shipment which is one of the issues that are part of logistics activities. The perpetrators of e-commerce SMEs need logistics service providers to carry out the process of delivering goods to customers.

In this study logistical cluster mapping will be carried out which facilitates e-commerce SMEs in sending and distributing products offered. The approach is carried out using an industrial cluster approach with activities and identifying components (business structures and processes) of the logistics supply chain cluster system and mapping the logistics cluster of Cimahi City through supply chain systems and industrial clusters.

Keywords :

Cluster, Logistic Service, SME, E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat pangsa pasar e-commerce di Indonesia memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, pasar e-commerce menjadi tambang emas yang sangat menggoda bagi sebagian orang yang bisa melihat potensi ke depannya. Seiring berkembangnya jaringan internet di Indonesia, semakin mempermudah pelaku usaha untuk dapat mengimplementasikan e-commerce. Banyak UKM yang ingin mengimplementasikan e-commerce, namun masih mengalami hambatan. Saat ini, UKM di kota Cimahi diperkirakan mencapai 8734, namun yang sudah memiliki izin usaha mikro dan kecil (IUMK) dan surat izin usaha perdagangan (SIUP) baru 2790 UKM.

Adapun tujuan khusus yang ditargetkan pada penelitian ini adalah:

- Identifikasi pelaku jasa logistik dan pelaku e-commerce dalam skala UKM,

- Pemetaan kluster logistik berdasarkan pelaku jasa logistik dan e-commerce, dengan penentuan karakteristik dasar (sifat umum kluster),
- Analisis kebijakan bagi industri kreatif secara umum (berdasarkan kebijakan pemerintah pusat dan daerah).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kajian pada industri kreatif telah dilakukan banyak pihak, diantaranya oleh instansi terkait antara lain Bappeda Kota Bandung, Deperindag Propinsi Jawa Barat dan Kota Bandung. Beberapa hasil yang telah diperoleh antara lain teridentifikasinya pelaku usaha kreatif di Kota Bandung (Buku Data Base Pelaku Kreatif Kota Bandung). Hasil tersebut merupakan serangkaian aktivitas pemetaan industri kreatif, beberapa kajian pendukung yang telah dilakukan Bappeda Kota Bandung, diantaranya:

- Kajian tentang Pengembangan Brand Image Bandung Kota Kreatif yang Bermartabat,

- b. Kajian tentang Perencanaan Pengembangan Kapasitas Mekanisme Iklim dan Jejaring Komunitas Kreatif. (2008)
- c. Kajian tentang Perencanaan Penyusunan Analisis Kebutuhan dan Road Map Kota Kreatif. (2008)
- d. Kajian industri kreatif dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia 2007 “Studi pemetaan Industri Kreatif Indonesia dan kontribusinya terhadap perekonomian dalam retang waktu 2002-2006”
- e. Kajian pemetaan rantai pasok industri kreatif Kota bandung, (Sujatmiko, B, 2009).

Kajian-kajian tersebut telah komprehensif melakukan studi mengenai industri kreatif secara umum. Penelaahan industri kreatif dilakukan melalui potensi usaha industri kreatif dalam keterkaitannya dengan potensi sumber daya baik manusia, alam, budaya, seni dll. Kota Bandung sendiri saat ini telah menambahkan sektor industri kreatif, yaitu Kuliner selain 14 sektor industri kreatif (Departemen Perdagangan RI) yaitu periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion, video-film-dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, dan riset dan pengembangan.

Penelitian ini merupakan pemicu dari lingkungan yang langsung berhubungan dengan industri kreatif, dimana dalam lingkungan industri (bappeda, 2008), terdapat tiga lingkungan berpengaruh yaitu: lingkungan eksternal makro, lingkungan eksternal mikro dan lingkungan internal. Dalam lingkungan eksternal mikro yaitu: konsumen, pemasok, persaingan dan lembaga keuangan merupakan pemicu yang bisa dijadikan dasar dari lingkup yang lain.

Sehingga sesuai dengan hasil penelitian poin 5, dan berbasiskan penelitian yang lain (1,2,3,dan 4) penelitian ini merupakan penelitian yang memiliki sudut pandang yang berbeda, dengan melihat dari operasional atau tactical bagaimana industri kreatif ini berjalan.



Gambar. 1 Road Map Penelitian

A. MODEL KLAS TER DINAMIS

Model Klaster Dinamis merupakan sebuah model yang tumbuh berdasarkan kombinasi dari sebuah populasi perusahaan dan/ atau pertumbuhan yang cepat dari banyak perusahaan, yang merupakan sebuah rangkaian *feedback effect* yang ditambahkan pada *technological diversity* dari kawasan tertentu. Model klaster dinamik merupakan siklus dari komponen-komponen antara lain :

1) Cluster (*enterprise specialization*)

Cluster berhubungan dengan sumber dari produktivitas (**smith dan marshall**), *value chain* (**porter’s**) yang mengacu pada spesialisasi untuk supply bagi perusahaan dan *feedback* yang berupa faktor produksi.

Spesialisasi yang dibangun pada *cluster* berhubungan dengan proses yang bertujuan memperoleh kapabilitas unik dan keunggulan bersaing (*competitive advantage*)

2) Development enterprise (*technology spin-off*)

Komponen ini *generate* kapabilitas produktif yang unik, meningkatkan perbedaan teknologi, membuat kesempatan-kesempatan pengembangan produk baru, Membantu perkembangan kesempatan untuk perusahaan-perusahaan lain dalam kawasan tertentu berdasarkan potensi khusus yang dimilikinya.

Technology spin-off mengacu pada *productive capabilities* dan interaksinya dengan peluang pasar yang mendesak.

3) Technological Variation (*industrial specialization*)

Merepresentasikan perlunya perusahaan-perusahaan baru untuk mengekloitasi *new product opportunitie*. Dalam prosesnya perusahaan-perusahaan tersebut membuat kesempatan-kesempatan untuk spesialisasi tertentu yang berbeda dengan perusahaan lainnya.

Dalam hal ini perusahaan-perusahaan baru mengembangkan kombinasi antara berbagai kemampuan teknologi dan kombinasi sumber daya yang dimiliki untuk membangun hubungan dalam kelompok teknologi tertentu.

4) Horisontal integration and reintegration (*open system*)

Horisontal integration and reintegration adalah kemungkinan dari beragam teknologi yang membentuk suatu *collective knowledge* atau sebuah “*invisible college*”. Dalam *Horisontal integration* kecepatan dan penguatan proses dibangun oleh kombinasi dari perusahaan, atau hubungan yang diekplorasi dari kesempatan-kesempatan baru.

B. MODEL TEKNETRIK UNTUK ANALISIS TINGKAT MUATAN TEKNOLOGI

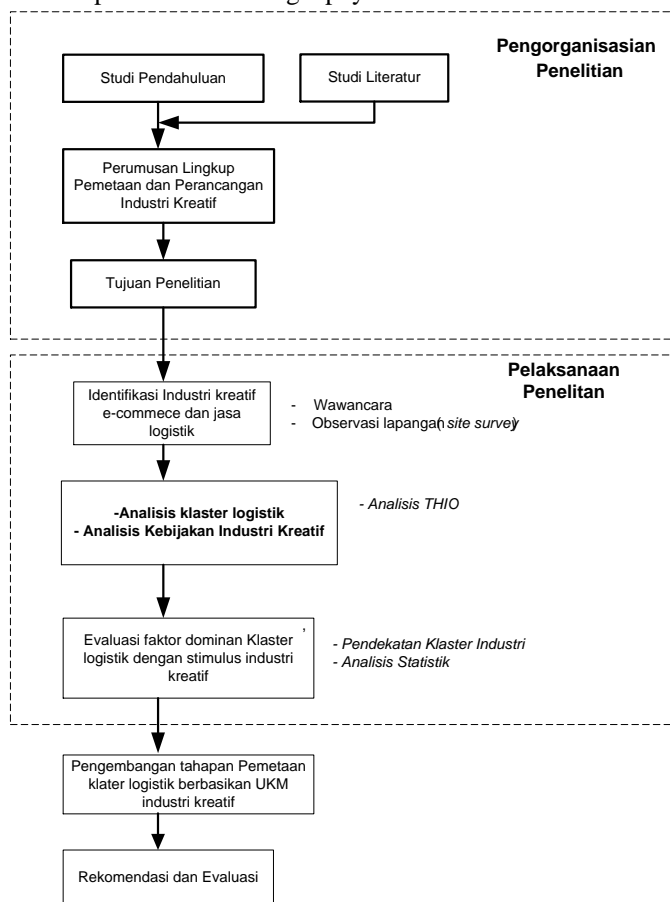
Istilah teknometrik telah digunakan oleh sejumlah anaJis dalam kurun waktu terakhir merujuk pada aspek-aspek tertentu dan pengukuran teknologi diantaranya oleh H. Grupp dan O.Hohmeyer (1986) dan D. Sahal (1985). Dalam konteks yang sama, UNESCAP (1989) menggunakan terminologi ini untuk menekankan perhatian/kerangka kerja pada pengukuran

teknologi secara eksplisit melalui keempat komponennya seperti yang telah dijelaskan pada bagian terdahulu.

Model teknometrik mengukur kontribusi gabungan dari masing-masing kornponen teknologi menuju pada sofistifikasi teknologi yang dioperasikan pada fasilitas transformasi. Kontribusi gabungan ini selanjutnya disebut kontribusi teknologi yang dibentuk oleh empat komponen teknologi pada fasilitas transformasi.

III. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode pelaksanaannya dilakukan melalui studi pendahuluan melalui observasi lapangan (wawancara, dan *brainstroming*), dilanjutkan dengan *desk study* sebagai langkah proses analisis. Berikut adalah metode pelaksanaan selengkapnya:



Gambar. 2 Metode Pelaksanaan Penelitian

IV. HASIL PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

A. DATA UMKM DAN JASA LOGISTIK KOTA CIMAH

Hasil *desk study* menunjukkan bahwa terdapat 37 jasa logistik di kota Cimahi baik pemerintah (PT. Pos Indonesia)

dan swasta. 37 jasa logistik tersebut tersebar di tiga kecamatan di kota Cimahi, yaitu Cimahi Utara, Cimahi Tengah, dan Cimahi Selatan.

TABEL I
JUMLAH JASA LOGISTIK KOTA CIMAH TIAP KECAMATAN

| Kecamatan | Cimahi Utara | Cimahi Tengah | Cimahi Selatan |
|-----------|--------------|---------------|----------------|
| Jumlah | 7 | 18 | 12 |

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pemkot Cimahi, terdapat 522 umkm terdaftar yang termasuk kategori kecil dan menengah yang tersebar di tiga kecamatan, yaitu cimahi utara, cimahi tengah, dan cimahi selatan. Dalam penelitian ini yang dicoba dipetakan adalah 122 umkm yang data alamatnya terdeteksi di google maps.

TABEL II
JUMLAH PELAKU UMKM KOTA CIMAH TIAP KECAMATAN

| Kecamatan | Cimahi Utara | Cimahi Tengah | Cimahi Selatan |
|-----------|--------------|---------------|----------------|
| Jumlah | 29 | 55 | 38 |

Sumber : Pengolahan Data

B. KLASTER UMKM BERDASARKAN SEBARAN JASA LOGISTIK

Penyusunan kluster disini berdasarkan wilayah kecamatan, dimana kota cimahi terbagi dalam tiga kecamatan, yaitu cimahi utara, cimahi tengah, dan cimahi selatan. Setelah itu, pengelompokan dilakukan berdasarkan jarak terdekat dengan jasa logistik yang tersedia. Cara penentuan jarak ditentukan dengan Google Maps. Penentuan umkm masuk dalam kelompok (jasa logistik) yang mana ditentukan berdasarkan jarak minimum (dalam kilometer) dari lokasi umkm ke jasa logistik. Hasil pengelompokan untuk tiga kecamatan, yaitu cimahi utara, tengah dan selatan menghasilkan 4 kelompok untuk cimahi utara, 13 kelompok untuk cimahi tengah, dan 10 kelompok untuk cimahi selatan.

1) Kluster Cimahi Utara

Dari hasil kluster untuk wilayah cimahi utara, hasil pengelompokan menunjukkan terbentuk menjadi 4 kelompok dari 7 kemungkinan kelompok kluster (jasa logistik). 4 kelompok tersebut adalah dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL III
KELOMPOK 1 (KANTOR POS SANGKURIANG) UMKM CIMAH UTARA (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Sangkuriang |
|--|------------------------|
| PERORANGAN INDUSTRI ALAT MUSIK GAMELAN "BAH OMO" | 0.935 |
| CV HAN CREATIVE | 0.867 |

| | |
|--------------------|--------------|
| ALLZ | 1.163 |
| SAKE | 1.234 |
| CV TRI KARYA BAKTI | 0.924 |
| GREAT LEE | 1.3 |
| YURIDA BUTIK | 0.496 |
| ASLI | 1.128 |
| CIPUTRA JAYA | 1.273 |
| BATIK SEKAR PUTRI | 2.286 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,286 Km.

TABEL IV
KELOMPOK 2 (KANTOR POS CIBABAT) UMKM CIMAHU UTARA (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Cibabat |
|---|--------------------|
| AYS | 0.541 |
| ALBERTA JAYA | 1.306 |
| CV. AMANDA | 1.793 |
| KENCANA | 1.149 |
| CV CIHANJUANG INTI TEKNIK (industri bandrek) | 1.17 |
| CV DWI DAYA NUTRIKA | 0.192 |
| BRUNHIL | 1.188 |
| CV MOKAMULA | 1.123 |
| CV MUKTI MAKMUR SEJATI | 2.118 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,118 Km.

TABEL V
KELOMPOK 3 (PAKET REX) UMKM CIMAHU UTARA (JARAK DALAM KM)

| UKM | Paket Rex |
|---------------|-----------|
| CV JAYA KARYA | 2.105 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik dalam kelompok ini adalah 2,105 Km.

TABEL VI
KELOMPOK 4 (WAHANA CIMAHU CIBABAT) UMKM CIMAHU UTARA (JARAK DALAM KM)

| UKM | Wahana Cimahi cibabat |
|------------------|-----------------------|
| BERKAH | 0.185 |
| VOLLIANO'S SNACK | 0.279 |

| | |
|-----------------------|--------------|
| AWI JAYA, PD | 0.822 |
| TANU JAYA ABADI | 0.018 |
| ADI KREASI PROMOSINDO | 0.859 |
| L2 SNACK | 2.331 |
| BIMA DAYA | 0.998 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,331 Km.

2) *Kluster Cimahi Tengah*

Dari hasil kluster untuk wilayah cimahi tengah, hasil pengelompokkan menunjukkan terbentuk menjadi 13 kelompok dari 18 kemungkinan kelompok kluster (jasa logistik). 13 kelompok tersebut adalah dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL VII
KELOMPOK 1 (KANTOR POS CIBABAT) UMKM CIMAHU TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Cibabat |
|-----------------------------|--------------------|
| Cimahi Stock Export | 1.395 |
| CV. Alberta | 0.046 |
| Java Fod Industry | 1.784 |
| CV. Harus Karisma Nusantara | 1.706 |
| HDL 293 seafood | 1.692 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,784 Km.

TABEL VIII
KELOMPOK 2 (POS INDONESIA (PERSERO) PT) UMKM CIMAHU TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Pos Indonesia (Persero). PT |
|-----------------------|-----------------------------|
| Sendang Kahuripan | 0.529 |
| Risset Sport Konveksi | 0.441 |
| Top | 0.573 |
| J&C Cookies | 0.572 |
| J&J | 1.106 |
| CV. Amanda | 0.573 |
| Calista Bagelen | 0.684 |

| | |
|--------|-------|
| Rafina | 0.618 |
|--------|-------|

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,106 Km.

TABEL IX

KELOMPOK 3 (KANTOR POS GG, PA OHE) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos gg. Pa Ohe |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Omega | 2.511 |
| Sakura Kue | 2.465 |
| Toko Ananda Departement Store Tbk | 2.566 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2.566 Km.

TABEL X

KELOMPOK 4 (KANTOR POS RUKO CITOSE) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Ruko Citose |
|---------------------|------------------------|
| Kripset Lianis Gaul | 0.202 |
| Simply Happy Shop | 0.247 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,247 Km.

TABEL XI

KELOMPOK 5 (KANTOR POS PACINAN) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Pacinan |
|--------------|--------------------|
| Bumilang 79 | 0.187 |
| Pasar Atas | 0.1 |
| Reine | 0.334 |
| Ramayana II | 0.186 |
| Sumber Raos | 0.185 |
| Sumber Murah | 0.036 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,187 Km.

TABEL XII

KELOMPOK 6 (PANDU LOGISTIK) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Pandu Logistics |
|---------------------|-----------------|
| CV. Opey Production | 0.218 |
| Rumah Seni Pelangi | 0.168 |
| Imitasi | 0.341 |
| Jamu Seduh 264 | 0.35 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,341 Km.

TABEL XIII

KELOMPOK 6 (WAHANA) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Wahana |
|---------------------|--------|
| Ghanisa Herbal Shop | 0.039 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,039 Km.

TABEL XIV

KELOMPOK 7 (MEGA TRANS & COURIER CARGO) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Mega Trans Courier & Cargo Service |
|----------------------|------------------------------------|
| Hannys | 0.381 |
| Bali Super | 0.375 |
| CV. Dwi Rasa Mandiri | 0.538 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,538 Km.

TABEL XV

KELOMPOK 8 (ESL EXPRESS) UMKM CIMAHI TENGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | ESL express |
|-----------------|-------------|
| Zaa Collections | 0.179 |
| Widia | 0.332 |

| | |
|------------------|--------------|
| Buana Bazzar | 0.319 |
| Marathon | 0.263 |
| Tictac | 0.256 |
| Pasar Antri Baru | 0.332 |
| Ria Busana | 0.403 |
| Margana | 0.416 |
| Rina Shoes | 0.329 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,416 Km.

TABEL XVI

KELOMPOK 9 (JNE AGEN CIMAH) UMKM CIMAH TENGGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | JNE agen cimahi |
|-------------------|-----------------|
| Castello | 0.083 |
| Pertiwi Saya Suka | 0.235 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,235 Km.

TABEL XVII

KELOMPOK 10 (TIKI) UMKM CIMAH TENGGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | TIKI |
|-----------------------------|--------------|
| Catering Ngudi Rasa | 1.53 |
| CV.Khaisma Mudagaya Laksana | 1.761 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,761 Km.

TABEL XVIII

KELOMPOK 11 (JNE DUSTIRA) UMKM CIMAH TENGGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | JNE dustira |
|---------------|--------------|
| Getuk Bandung | 2.702 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,702 Km.

TABEL XIX

KELOMPOK 12 (ELTEHA) UMKM CIMAH TENGGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Elteha |
|-----|--------|
|-----|--------|

| | |
|--------------|--------------|
| Sumber Agung | 0.022 |
| Atlanta | 0.026 |
| Ganda Sport | 0.041 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,041 Km.

TABEL XX

KELOMPOK 13 (MARS CARGO) UMKM CIMAH TENGGAH (JARAK DALAM KM)

| UKM | Mars Cargo |
|-------------------------------|--------------|
| Kangen Rasa | 2.614 |
| PT. Multi Laris Jaya Sukses | 2.046 |
| CV. Cahaya Indah Jaya Lestari | 2.993 |
| Pasar Cimindi | 2.6 |
| Blessindo | 3.096 |
| CV. Garini Nagata | 0.1 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 3,096 Km.

3) *Kluster Cimahi Selatan*

Dari hasil kluster untuk wilayah cimahi selatan, hasil pengelompokkan menunjukkan terbentuk menjadi 10 kelompok dari 12 kemungkinan kelompok kluster (jasa logistik). 10 kelompok tersebut adalah dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL XXI

KELOMPOK 1 (KANTOR POS JALAN RAYA NANJUNG) UMKM CIMAH SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Jalan Raya Nanjung |
|---------------------|-------------------------------|
| CV RAGAM JAYA UTAMA | 0.292 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,292 Km.

TABEL XXII

KELOMPOK 2 (WAHANA LOGISTIK AGEN PERUM. PHARMINDO, CIMAH, BANDUNG.) UMKM CIMAH SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Wahana Logistik Agen Perum. Pharmindo, Cimahi, Bandung. |
|------------|---|
| TANAYA ART | 0.289 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,289 Km.

TABEL XXIII

KELOMPOK 3 (KANTOR POS CIMAHIMINDI.) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor pos Cimahi Cimindi |
|-------------------|---------------------------|
| LUGGER | 0.464 |
| CV ULTRA FOAMINDO | 1.585 |
| BronisRA | 0.447 |
| CV PRIANGAN | 1.525 |
| FAMILY SNACK | 0 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,585 Km.

TABEL XXIV

KELOMPOK 4 (KANTOR POS CIMAHIMELONG ASIH.) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor pos Cimahi Melong Asih |
|----------------|-------------------------------|
| CV BROMO INDAH | 0.625 |
| CAHAYA BUANA | 1.068 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,068 Km.

TABEL XXV

KELOMPOK 5 (KANTOR POS PHARMINDO.) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Kantor Pos Pharmindo |
|------------------|----------------------|
| BIKE CLIVE | 0.402 |
| CV KENCANA HEGAR | 1.274 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,274 Km.

TABEL XXVI

KELOMPOK 6 (PT POS INDONESIA RANCABENTANG) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | PT Pos Indonesia Rancabentang |
|------------------------------|-------------------------------|
| MANDIRI | 0.878 |
| Art Aluminum Casting | 1.323 |
| NICE SOCKS | 1.049 |
| CV DWI WARNA ANDALAN SEMESTA | 1.476 |
| CV INSANI JAYA MANDIRI | 1.476 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 1,476 Km.

TABEL XXVII

KELOMPOK 7 (AGEN POS GEMPOL) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Agen Pos Gempol |
|----------------------|-----------------|
| BAMBY FASHION | 0.055 |
| CV SEJAHTERA BERSAMA | 0.002 |
| SAE COLLECTION | 0.384 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,384 Km.

TABEL XXVIII

KELOMPOK 8 (WAHANA) UMKM CIMAHIM SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Wahana |
|-----------------------|--------|
| INTRA LESTARI | 2.23 |
| INTRA LESTARI | 2.23 |
| ZIFIKA FASHION | 2.64 |
| MUSTIKASARI | 1.952 |
| INDA COLLECTION | 2.058 |
| SIMETRIS | 2.305 |
| POCIMAS CIPTA MANDIRI | 1.184 |
| ARTOSCO MUJUR MAKMUR | 1.362 |
| BASO SUMARNO | 0.708 |
| CV IMMANUEL KNITING | 2.024 |
| BIANDA SCRAF | 0.663 |
| CV. BAHTERA ADI JAYA | 1.065 |
| MOMIS BAKERY | 1.293 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,305 Km.

TABEL XXIX

KELOMPOK 9 (LINEX LOGISTICS. PT.) UMKM CIMAH SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Linex Logistics. PT |
|------------|---------------------|
| CV HANIMUN | 0.24 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 0,24 Km.

TABEL XXX

KELOMPOK 10 (AGEN JNE CIBODAS) UMKM CIMAH SELATAN (JARAK DALAM KM)

| UKM | Agen JNE Cibodas |
|----------------------|------------------|
| TANJUNG HARAPAN JAYA | 1.591 |
| CV DUTA SETIA GARMEN | 1.798 |
| MANDIRI JAYA ABADI | 1.483 |

| | |
|-------------------|-------|
| ALPHA INTERDESIGN | 1.204 |
| TANJUNG HARAPAN | 2.066 |

Dari hasil pengelompokkan terlihat jarak antara UKM dan jasa logistik terjauh dalam kelompok ini adalah 2,066 Km.

C. HASIL ANALISIS THIO

Berikut adalah nilai hasil perhitungan nilai TCC dari 3 sampel (3 UMKM dengan modal awal tertinggi dari tiap kecamatan) yang dilakukan survey dan verifikasi:

TABEL XXXI

HASIL REKAPITULASI NILAI TCC

| No | Nama Perusahaan | T | H | I | O |
|----|---|-------|-------|-------|-------|
| 1 | CV DWI WARNA ANDALAN SEMESTA (Cimahi Selatan) | 0.462 | 0.446 | 0.348 | 0.438 |
| 2 | BLESSINDO (Cimahi Tengah) | 0.407 | 0.396 | 0.368 | 0.395 |
| 3 | CV CIHANJUANG INTI TEKNIK (industri bandrek) (Cimahi Utara) | 0.412 | 0.401 | 0.351 | 0.38 |

Berdasarkan tabel XXXI terlihat bahwa nilai Teknoware, humanware, orgaware CV Dwi warna Andalan memiliki nilai yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa untuk 3 faktor T, H dan I dapat dijadikan rujukan untuk perusahaan yang lainnya. Sedangkan untuk Orgaware bisa merujuk pada perusahaan ke 2 yaitu Blesindo.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini:

- Hasil penelitian desk study menunjukkan Identifikasi pelaku jasa logistik di kota cimahi adalah terdapat 37 jasa logistik di kota Cimahi baik pemerintah (PT. Pos Indonesia) dan swasta. 37 jasa logistik tersebut tersebar di tiga kecamatan di kota Cimahi, yaitu Cimahi Utara, Cimahi Tengah, dan Cimahi Selatan.
- Hasil penelusuran data Berdasarkan data yang diperoleh dari Pemkot Cimahi, terdapat 522 umkm terdaftar yang termasuk kategori kecil dan menengah yang tersebar di tiga kecamatan, yaitu cimahi utara, cimahi tengah, dan cimahi selatan. Dalam penelitian ini yang dicoba dipetakan adalah 122 umkm yang data alamatnya terdeteksi di google maps.
- Analisis kebijakan bagi industri kreatif secara umum (berdasarkan kebijakan pemerintah pusat dan daerah),

hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum kebijakan telah dibuat oleh pemerintah pusat dan daerah, namun karena pertumbuhan yang berbeda setiap daerah maka kebijakan yang ada belum sepenuhnya menunjang industri kreatif.

4. Demand yang tumbuh secara alami memaksa proses atau pelaku jasa logistik perlu menyesuaikan dengan waktu, lokasi dan volume yang ada.
5. Berdasarkan analisis THIO maka kebijakan pemerintah perlu mendorong kepada faktor-faktor berikut: fasilitas mesin khusus, Fasilitas Terintegrasi dan fasilitas multiguna, kemampuan adaptasi dan inovasi, fakta untuk memanfaatkan dan Fakta untuk meningkatkan pemahaman, organisasi yang siap untuk bersaing dan Organisasi yang mencari peluang.
6. Pemetaan kluster logistik berdasarkan pelaku jasa logistik dan e-commerce, dengan penentuan karakteristik dasar (sifat umum kluster), yang dalam hal ini adalah berdasarkan kedekatan dengan jasa logistik. Hasil pengelompokkan menunjukkan bahwa tiap-tiap kelompok memiliki anggota yang jarak terjauh dengan

jasa logistik dalam kelompoknya antara 0,041 sampai 3,096 Km.

REFERENSI

- [1] Deny, S. (2016, September 21). BPS: Jumlah e-Commerce di Indonesia Capai 26,2 Juta. Retrieved from <http://bisnis.liputan6.com/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta>
- [2] Hadi, F. (2017, Juni). Transaksi e-Commerce di Indonesia Pada 2016 Mencapai 4,89 Miliar Dolar AS. Retrieved from <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commrece-di-indonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as>
- [3] James, R. S. (2001). Strategic Logistics Management. Mc Graw Hill.
- [4] Jatmiko, B. (2010). Pemetaan dan Perancangan Rantai Pasok Industri Kreatif Kota Bandung. Bandung: LPPM.
- [5] Karsten, S. (2016, September 18). Retrieved from imersmuda.com/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/
- [6] Porter, M. (2008). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review.
- [7] Pratama, M. I. (2016, November 12). <http://www.pikiran-rakyat.com>. Retrieved from <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2016/11/12/ini-7-hal-penghambat-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-384600>