

ABSTRAK

Pengguna e-commerce di Indonesia tiap tahunnya selalu meningkat. Bahkan, jumlah transaksi e-commerce di Indonesia terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2019. Hal ini menjadikan bisnis third-party logistics di bidang e-commerce semakin dibutuhkan mengingat sistem jual-beli e-commerce mengharuskan adanya jasa logistik antara penjual dan pembeli. Melihat adanya peluang bisnis logistik yang besar, PT Pos Logistik Indonesia berencana mengambil profit dengan membangun PT Pos Indonesia Kurir (PIK) yang berfokus pada logistik e-commerce dengan memanfaatkan infrastruktur PT Pos Indonesia yang sudah tersebar hampir di seluruh Indonesia. Pada penelitian ini, dilakukan feasibility study pada pembangunan jasa logistik e-commerce dengan menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, serta aspek finansial dengan time horizon selama tahun 2020, 2021, 2022, dan 2023. Pada aspek pasar dan pemasaran, dilakukan forecasting permintaan menggunakan WinQSB dan didapat metode Moving Average with Trend (M=2) memberikan hasil yang paling akurat dan valid berdasarkan analisis Tracking Signal. Didapat juga bahwa terdapat market space sebesar 5,4% dan dengan menggunakan analisis SWOT ditentukan besarnya market share yang diambil sebesar 42,6% dari market space yang ada. Selain itu, dilakukan analisis 7P dan analisis STP untuk mendapatkan strategi pemasaran yang spesifik dan memperjelas target pasar yang dituju. Pada aspek teknis dan teknologi, dilakukan pemilihan lokasi cabang sebanyak 33 dari 205 alternatif menggunakan integrasi AHP-TOPSIS. Kemudian dilakukan penentuan proses bisnis berdasarkan FGD dengan para experts yang sudah berpengalaman pada bidang logistik sehingga didapat diferensiasi proses bisnis yang inovatif. Dilakukan pula pembagian beban antara PT Pos Indonesia dengan PT PIK serta penentuan kebutuhan teknologi agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Pada aspek manajemen, dibutuhkan sebanyak 28 pekerja di bagian Head Office dan 486 pekerja di 33 bagian Branch Office serta dilakukan perhitungan terhadap kebutuhan pekerja kurir dan operator gudang karena bersifat variabel. Strategi manajemen SDM pun dibuat yang meliputi strategi pengembangan SDM, sistem kompensasi, dan strategi pemeliharaan SDM. Pada aspek finansial, dibutuhkan total modal proyek sebesar Rp 55.755.593.984 dan ditentukan harga jualnya sebesar Rp 8.000. Harga tersebut merupakan harga termurah berdasarkan hasil benchmarking. Perhitungan depresiasi menggunakan straight line method didapat nilai sisa pada akhir tahun 2023 sebesar Rp 23.212.047.500. Hasil perhitungan parameter kelayakan menunjukkan bahwa nilai NPV sebesar Rp11.288.530.374, IRR sebesar 21,14% dengan MARR 14%, dan DPP selama 3 tahun 2 bulan 19 hari dengan harapan pengembalian 4 tahun sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek feasible untuk dijalankan. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa penurunan market share yang diperbolehkan adalah sebesar 2,785% dan penurunan harga jual yang diperbolehkan adalah sebesar 4,138%. Model bisnis yang dihasilkan berdasarkan hasil studi kelayakan kemudian disajikan ke dalam Business Model Canvas (BMC).

Kata Kunci: *e-commerce, feasibility study, forecasting, integrasi ahp-topsis, logistik, BMC*