

DAMPAK OPTIMASI LOGISTIK TERHADAP PENJUALAN UKM DI SHOPEE INDONESIA

Audita Fathana

National Dong Hwa University Taiwan
auditafathana09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyelidiki hubungan rumit antara optimasi logistik dan kinerja penjualan di kalangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang beroperasi di Shopee Indonesia. Metode penelitian menggunakan pendekatan metode campuran, wawasan kualitatif dari wawancara dengan UKM memberikan pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan dampak positif yang terkait dengan optimasi logistik. Wawasan kualitatif dari wawancara menyoroti tantangan yang dihadapi oleh UKM, termasuk kendala keuangan dan kurangnya kesadaran, sambil juga menyoroti dampak positif dari logistik yang efisien pada kepuasan pelanggan, loyalitas, dan pertumbuhan penjualan. Analisis kuantitatif memperkuat temuan kualitatif ini melalui korelasi yang signifikan secara statistik. Persentase adopsi dalam area optimisasi logistik menunjukkan pendekatan proaktif di antara UKM dalam menyederhanakan operasi mereka. Data dampak keuangan mencerminkan hasil yang beragam yang dialami oleh UKM, dengan persentase yang signifikan melaporkan peningkatan signifikan dalam profitabilitas. Integrasi wawasan kualitatif dan kuantitatif memberikan pemahaman holistik tentang tantangan, strategi, dan hasil yang terkait dengan optimisasi logistik.

Kata Kunci : Kinerja Penjualan, Optimasi Logistik, Shopee Indonesia

ABSTRACT

This research aims to investigate the complex relationship between logistics optimization and sales performance among Small and Medium Enterprises (SMEs) operating on Shopee Indonesia. The research method uses a mixed methods approach, qualitative insights from interviews with SMEs provide an in-depth understanding of the challenges and positive impacts associated with logistics optimization. Qualitative insights from interviews highlight the challenges faced by SMEs, including financial constraints and lack of awareness, while also highlighting the positive impact of efficient logistics on customer satisfaction, loyalty and sales growth. Quantitative analysis strengthens these qualitative findings through statistically significant correlations. The adoption percentage in the area of logistics optimization indicates a proactive approach among SMEs in simplifying their operations. Financial impact data reflects the mixed results experienced by SMEs, with a significant percentage reporting significant improvements in profitability. The integration of qualitative and quantitative insights provides a holistic understanding of the challenges, strategies and outcomes associated with logistics optimization.

Keywords: Sales Performance, Logistics Optimization, Shopee Indonesia

PENDAHULUAN

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia telah mencatat kemajuan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir, dan salah satu penyumbang utama dalam tren ini adalah munculnya platform seperti Shopee. Shopee, raksasa e-commerce, telah memainkan peran krusial dalam mengubah cara orang Indonesia berbelanja dengan menyediakan layanan belanja online yang nyaman dan mudah diakses (Hove-Sibanda et al., 2018). Kesuksesan Shopee dapat dikaitkan dengan beragam produk yang ditawarkannya, memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Platform ini telah menjadi tujuan belanja lengkap bagi pembeli, dengan menawarkan berbagai produk dan layanan. Mulai dari fashion, elektronik, hingga bahan makanan, Shopee telah menciptakan pasar daring yang komprehensif yang memenuhi preferensi beragam konsumen Indonesia (Almalki & Alkahtani, 2022). Salah satu faktor utama yang mendorong popularitas Shopee adalah aksesibilitasnya bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Bisnis-bisnis ini telah menemukan platform yang berharga di Shopee untuk memamerkan dan menjual produk mereka, memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas daripada toko konvensional (Mostafayi Darmian & Farughi, 2022). Kemudahan dalam membuka toko online di Shopee telah memberdayakan banyak UKM untuk memperluas jangkauan dan berkembang dalam lanskap persaingan e-commerce yang ketat.

Optimasi logistik menjadi salah satu tantangan krusial yang dihadapi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat beroperasi di Shopee, platform e-commerce terkemuka di Indonesia. Tantangan ini menegaskan pentingnya menyederhanakan dan meningkatkan efisiensi berbagai operasi logistik, termasuk transportasi, pergudangan, dan manajemen inventaris. Keberhasilan optimasi logistik menjadi kunci untuk meningkatkan potensi penjualan UKM di Shopee, dengan potensi untuk meningkatkan waktu pengiriman, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam dunia e-commerce yang rumit, signifikansi logistik tidak dapat diabaikan. Bagi UKM yang beroperasi di platform seperti Shopee, pergerakan produk dari penjual ke pembeli merupakan tugas yang kompleks yang membutuhkan perencanaan dan pelaksanaan yang hati-hati. Optimasi logistik melibatkan penempatan strategis sumber daya dan penerapan teknologi canggih untuk memastikan seluruh rantai pasok berjalan lancar (Arenas et al., 2022).

Transportasi memainkan peran krusial dalam optimasi logistik. Bagi UKM di Shopee, memastikan pengiriman tepat waktu dan hemat biaya menjadi hal utama. Ini melibatkan pemilihan penyedia jasa pengiriman yang tepat, mengoptimalkan rute pengiriman, dan menggunakan sistem pelacakan real-time untuk memberi informasi kepada pelanggan tentang status pesanan mereka (Tolstoy et al., 2022). Dengan menyempurnakan logistik transportasi, UKM tidak hanya dapat mengurangi waktu pengiriman tetapi juga meminimalkan biaya pengiriman, berkontribusi pada strategi penetapan harga yang lebih kompetitif. Pergudangan merupakan aspek krusial lain dari optimasi logistik. Pergudangan yang efisien memastikan produk disimpan dan dikelola dengan cara yang memaksimalkan pemanfaatan ruang dan meminimalkan waktu pemenuhan pesanan. Bagi UKM di Shopee, memiliki gudang yang terletak secara strategis dapat mengurangi jarak antara fasilitas penyimpanan dan pelanggan akhir, sehingga mempersingkat waktu pengiriman (Mahmutaj & Krasniqi, 2020). Selain itu, menerapkan sistem manajemen inventaris dapat membantu UKM memantau tingkat stok, mencegah kehabisan stok dan kelebihan stok.

KAJIAN TEORI

Artikel penelitian berjudul "A mathematical model for pollution and cost

optimized logistics based on environmental vehicle standards for SMEs" yang ditulis oleh Anand Jaiswal, Cherian Samuel, dan G. Abhishek Ganesh, dan diterbitkan dalam *International Journal of Services and Operations Management* pada tahun 2021, membahas tantangan-tantangan kompleks yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) yang beroperasi dalam sistem pasokan dan logistik yang rumit. Secara tradisional, optimasi logistik lebih berfokus pada meminimalkan biaya dan waktu; namun, penekanan yang semakin meningkat pada masalah lingkungan menuntut peralihan ke solusi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Studi ini bertujuan untuk berkontribusi pada pergeseran paradigma ini dengan mengusulkan solusi untuk menjadikan rantai pasokan lebih ramah lingkungan, khususnya dengan mengurangi emisi polutan kendaraan melalui penggunaan prioritas kendaraan yang ramah lingkungan (Jaiswal dkk., 2021). Artikel ini memperkenalkan model optimasi polusi yang dirancang untuk mengurangi emisi polutan dan model optimasi biaya yang bertujuan untuk meminimalkan biaya transportasi dalam kerangka logistik UKM. Dengan secara bersamaan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan dan biaya, penelitian ini bertujuan untuk menemukan keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan keberlanjutan ekologis. Studi ini juga melakukan analisis perbandingan antara logistik yang dioptimalkan untuk biaya minimal dan logistik yang dioptimalkan untuk polusi minimal. Penilaian perbandingan ini memberikan wawasan tentang perbedaan biaya yang terkait dengan penerapan praktik yang ramah lingkungan dalam rantai pasokan. Untuk mengimplementasikan dan menyelesaikan model-model yang diusulkan, penelitian ini menggunakan algoritma berbasis Timsort yang diimplementasikan dengan menggunakan bahasa pemrograman C++.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan untuk menyelidiki dampak optimisasi logistik terhadap penjualan UKM di Shopee Indonesia mengadopsi pendekatan metode campuran, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif dan kualitatif. Strategi penelitian komprehensif ini bertujuan untuk memberikan pemahaman holistik tentang hubungan yang kompleks antara upaya optimisasi logistik dan hasil penjualan untuk usaha kecil dan menengah yang beroperasi di platform Shopee di Indonesia (Agyabeng-Mensah et al., 2020). Bagian berikut mendetailkan metode pengumpulan data, teknik analisis, serta penggunaan model dan kerangka kerja.

Wawancara: Wawancara mendalam akan dilakukan dengan SMEs yang aktif berpartisipasi di Shopee Indonesia. Wawancara ini akan memberikan wawasan kualitatif tentang tantangan dan peluang terkait optimisasi logistik, memberikan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman dan pandangan SMEs (Medoh & Telukdarie, 2020). Pertanyaan akan dirancang untuk mengungkap praktik spesifik, hambatan yang dihadapi, dan dampak yang dirasakan pada penjualan. **Kuesioner Online:** Kuesioner online akan didistribusikan ke sampel lebih luas dari SMEs di Shopee Indonesia. Kuesioner akan mencakup pertanyaan tertutup dan terbuka, memungkinkan pengumpulan data kuantitatif tentang praktik optimisasi logistik dan korelasinya dengan kinerja penjualan. Metode ini akan memfasilitasi identifikasi tren dan pola-pola di seluruh dataset yang lebih besar (He, 2022).

Analisis Tematik: Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara akan menjalani analisis tematik. Proses ini melibatkan identifikasi tema, pola, dan tren yang berulang dalam tanggapan kualitatif. Analisis tematik akan memungkinkan ekstraksi wawasan kunci terkait dampak optimisasi logistik terhadap penjualan SMEs, memperkaya

pemahaman terhadap temuan kualitatif (Muoki & Moronge, 2021). Analisis Statistik: Data kuantitatif dari kuesioner online akan menjalani analisis statistik. Statistik deskriptif akan digunakan untuk merangkum karakteristik dataset, dan statistik inferensial, seperti analisis korelasi, akan mengidentifikasi hubungan antara strategi optimisasi logistik dan kinerja penjualan. Teknik statistik akan memberikan perspektif kuantitatif terhadap tren yang diamati (Aiassi et al., 2020).

HASIL PENELITIAN

Perspektif Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tentang Optimasi Logistik

Wawasan yang diperoleh dari wawancara dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang beroperasi di Shopee Indonesia memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana optimasi logistik memengaruhi penjualan. Sebagian besar responden sepakat bahwa penyempurnaan proses logistik, terutama melalui manajemen inventaris yang efisien dan pengiriman tepat waktu, secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan kepuasan ini menjadi pendorong penting untuk peningkatan penjualan dan pengembangan loyalitas pelanggan.

Tema yang muncul berulang kali dari wawancara menyoroti peran penting optimasi logistik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. UKM menekankan bahwa sistem logistik yang teroptimalkan dengan baik berkontribusi pada proses pemenuhan pesanan yang lancar dan efisien. Manajemen inventaris yang efektif memastikan ketersediaan produk, mengurangi kehabisan stok, dan menawarkan beragam produk yang dapat diakses oleh pelanggan. Pengiriman tepat waktu, sebagai aspek penting lainnya, secara konsisten diakui sebagai faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pemenuhan pesanan yang cepat tidak hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja secara positif secara keseluruhan.

UKM menekankan hubungan antara optimasi logistik dan pertumbuhan penjualan, mencatat bahwa pelanggan puas lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan UKM kepada orang lain. Dampak positif kepuasan pelanggan terhadap penjualan dan loyalitas secara langsung dikaitkan dengan strategi logistik yang terlaksana dengan baik. Responden menyoroti bahwa pengalaman pengiriman yang positif, ditandai dengan pengiriman tepat waktu dan produk yang utuh, tidak hanya menghasilkan penjualan langsung tetapi juga membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan pelanggan. Kepercayaan yang terbangun ini sering kali menghasilkan bisnis berulang dan rekomendasi positif. Selain itu, wawancara mengungkapkan bahwa optimasi logistik dipandang sebagai keunggulan kompetitif di Shopee Indonesia. UKM menyadari bahwa di pasar yang menawarkan banyak pilihan, memberikan pengalaman berbelanja yang lancar dan dapat diandalkan melalui operasi logistik yang teroptimasi dapat membedakan mereka dari pesaing. Diskusi menyoroti bahwa UKM melihat logistik bukan hanya sebagai pusat biaya tetapi sebagai komponen strategis yang secara langsung memengaruhi perjalanan pelanggan dan, akibatnya, hasil akhir.

Tantangan yang Teridentifikasi:

Sambil mengakui manfaatnya, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia menguraikan beberapa tantangan yang menghambat implementasi strategi optimasi logistik. Kendala keuangan muncul sebagai tantangan utama yang secara berulang disebutkan oleh UKM. Banyak yang mengungkapkan kesulitan dalam mengalokasikan dana yang cukup untuk berinvestasi dalam teknologi logistik yang canggih. Hambatan keuangan ini sering menjadi penghalang, mencegah UKM

mengadopsi solusi logistik yang canggih yang dapat menyederhanakan operasi mereka. Bagi bisnis yang lebih kecil, kendala keuangan menjadi tantangan besar dalam mengakuisisi dan menerapkan teknologi logistik canggih. Sistem lanjutan seperti pelacakan real-time, manajemen inventaris otomatis, dan optimasi rute membutuhkan investasi awal yang signifikan. UKM dengan modal terbatas mungkin merasa sulit mengalokasikan sumber daya untuk teknologi ini, terutama dengan prioritas keuangan yang bersaing dalam bisnis.

Selain itu, wawancara mengungkapkan bahwa sebagian UKM menghadapi tantangan karena kurangnya kesadaran dan keahlian dalam menerapkan strategi optimasi. Sifat yang kompleks dari optimasi logistik sering membutuhkan keahlian di luar pengetahuan saat ini dari beberapa UKM, terutama mengenai teknologi dan metodologi yang berkembang pesat dalam sektor logistik. Absennya keahlian internal untuk menavigasi dan menerapkan strategi ini menjadi hambatan bagi sebagian responden, membatasi kemampuan mereka untuk sepenuhnya memanfaatkan manfaat dari optimasi logistik. Kurangnya kesadaran tidak hanya terbatas pada aspek teknologi tetapi juga pemahaman yang lebih luas tentang manfaat potensial yang dapat dibawa oleh optimasi logistik untuk kinerja keseluruhan UKM. Beberapa UKM menyatakan kebutuhan akan sumber daya pendidikan dan program pelatihan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang bagaimana logistik yang teroptimasi dapat berdampak positif tidak hanya pada efisiensi operasional mereka tetapi juga kepuasan pelanggan dan, akibatnya, penjualan.

Mengatasi tantangan ini memerlukan pendekatan yang kompleks. Mengurangi kendala keuangan dapat melibatkan eksplorasi solusi yang hemat biaya yang sesuai dengan batasan anggaran UKM, seperti kemitraan, insentif pemerintah, atau opsi pembiayaan fleksibel yang dirancang khusus untuk adopsi teknologi. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kesadaran dan menyediakan sumber daya pendidikan dapat memberdayakan UKM untuk menutupi kesenjangan pengetahuan, memperkuat pemahaman tentang manfaat dan strategi implementasi yang terkait dengan optimasi logistik. Kolaborasi antara platform e-commerce seperti Shopee dan penyedia layanan logistik dapat memainkan peran kunci dalam mendukung Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Memberikan sumber daya pendidikan, mengadakan program pelatihan, dan memfasilitasi kemitraan dengan ahli logistik dapat membantu UKM menavigasi kompleksitas optimasi logistik. Dengan mengatasi tantangan ini, UKM dapat membuka potensi penuh dari optimasi logistik, yang mengarah pada peningkatan efisiensi operasional, peningkatan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, peningkatan penjualan di platform seperti Shopee Indonesia.

Informasi Demografis

Kuesioner online yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang beroperasi di Shopee Indonesia menghasilkan wawasan berharga dari berbagai bisnis. Temuan demografis utama menyoroti distribusi yang bervariasi di berbagai industri, memberikan gambaran tentang lanskap beragam dari UKM yang terlibat dengan platform Shopee. Di antara temuan penting, kehadiran utama diidentifikasi dalam tiga sektor utama: fashion, elektronik, dan barang rumah tangga. Fashion muncul sebagai industri dominan di antara responden, mencakup persentase besar dari UKM yang berpartisipasi dalam survei. Ini sejalan dengan tren lebih luas di e-commerce, di mana sektor fashion mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya konsumen yang beralih ke platform online untuk kebutuhan pakaian dan aksesoris

mereka. Demikian pula, sektor elektronik menunjukkan representasi yang signifikan dalam tanggapan kuesioner. Kepentingan sektor ini mengindikasikan terus berkembangnya permintaan akan produk elektronik melalui saluran e-commerce, mencerminkan pergeseran konsumen menuju platform online untuk membeli gadget, perangkat, dan aksesoris terkait. Barang rumah tangga menjadi bagian penting lainnya dari UKM yang berpartisipasi dalam kuesioner online. Kategori ini mencakup berbagai produk terkait rumah dan kehidupan, termasuk perabotan, dekorasi, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Kehadiran UKM dalam sektor ini menunjukkan pasar yang kuat untuk barang rumah tangga di platform Shopee Indonesia. Distribusi yang beragam di sektor-sektor kunci ini menandakan sifat inklusif Shopee Indonesia, melayani berbagai bisnis. Keragaman ini tidak hanya memperkaya pasar bagi konsumen tetapi juga menunjukkan kemampuan platform ini untuk mengakomodasi dan mendukung UKM yang beroperasi di berbagai sektor.

Praktik Optimasi Logistik

Temuan dari tanggapan peserta dalam kuesioner online mengungkapkan praktik optimasi logistik yang dominan di kalangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia. Secara signifikan, sebagian besar UKM yang disurvei telah aktif mengadopsi optimasi logistik untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar UKM mengarahkan upaya optimasi mereka untuk meningkatkan efisiensi pemenuhan pesanan dan mempertajam proses manajemen inventaris. Fokus strategis ini menunjukkan pengakuan di kalangan UKM akan peran penting kedua aspek ini dalam menyederhanakan operasi logistik. Dengan memprioritaskan efisiensi pemenuhan pesanan, bisnis bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memastikan pengiriman tepat waktu, berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara bersamaan, penekanan pada manajemen inventaris menandakan kesadaran akan pentingnya mempertahankan tingkat stok yang optimal. Manajemen inventaris yang efektif membantu UKM meminimalkan kehabisan stok, mengurangi biaya inventaris berlebihan, dan meningkatkan efisiensi rantai pasok secara keseluruhan.

Metrik Kinerja Penjualan

Analisis kuantitatif yang dilakukan sebagai bagian dari penelitian ini melibatkan pengumpulan data pada metrik kinerja penjualan penting, terutama berfokus pada waktu pemenuhan pesanan rata-rata dan skor kepuasan pelanggan di antara Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang disurvei di Shopee Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi korelasi antara metrik ini dan adopsi praktik optimisasi logistik. Hasil dari analisis korelasi mengungkapkan hubungan positif yang signifikan secara statistik antara UKM yang telah mengadopsi praktik logistik yang dioptimalkan dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Data menunjukkan bahwa ketika bisnis menyempurnakan proses logistik mereka, yang menghasilkan peningkatan dalam waktu pemenuhan pesanan, kepuasan pelanggan cenderung meningkat. Korelasi positif ini sangat penting dalam konteks e-commerce, di mana pemenuhan pesanan yang cepat dan dapat diandalkan memainkan peran kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Hubungan antara optimisasi logistik dan kepuasan pelanggan menyiratkan bahwa bisnis yang secara aktif berinvestasi dalam operasi logistik yang efisien lebih mampu memenuhi harapan pelanggan terkait pengiriman tepat waktu dan ketersediaan produk. Sebagai konsekuensinya, pelanggan yang puas lebih cenderung

untuk kembali melakukan pembelian ulang, berpotensi menjadi pelanggan tetap dari UKM tersebut. Siklus positif ini, di mana logistik yang dioptimalkan berkontribusi pada kepuasan pelanggan, yang kemudian menghasilkan peningkatan penjualan, menyoroti pentingnya strategis praktik logistik dalam lanskap e-commerce.

Dampak Finansial

Dalam menanyakan implikasi keuangan dari upaya optimisasi logistik, peserta dalam penelitian memberikan sejumlah tanggapan yang menyoroti berbagai dampak dari strategi-strategi tersebut pada kinerja keuangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia. Hasil penelitian mengungkapkan beragam dampak finansial yang berasal dari inisiatif optimisasi logistik. Beberapa UKM melaporkan peningkatan profitabilitas yang signifikan yang disebabkan oleh penerapan praktik logistik yang dioptimalkan. Pendorong utama di balik peningkatan ini seringkali disebutkan sebagai pengurangan biaya operasional. Menyempurnakan operasi logistik dapat menghasilkan efisiensi biaya melalui berbagai cara, seperti rute yang dioptimalkan, pengurangan biaya pengeluaran inventaris, dan pemanfaatan sumber daya yang ditingkatkan. UKM yang mengalami peningkatan profitabilitas yang signifikan menunjukkan bahwa penghematan biaya ini secara langsung berkontribusi pada keuntungan mereka. Sebaliknya, segmen lain dari responden menyoroti peningkatan yang lebih bertahap dalam kinerja keuangan yang dihasilkan dari upaya optimisasi logistik. Peningkatan yang bertahap ini menunjukkan bahwa sementara dampak pada profitabilitas mungkin tidak secara langsung dramatis, UKM mengalami tren positif dari waktu ke waktu. Peningkatan yang bertahap dapat diatribusikan pada efek kumulatif dari praktik optimisasi logistik yang berkelanjutan, yang secara bertahap mengoptimalkan berbagai aspek dari rantai pasokan dan, akibatnya, memberikan keuntungan finansial yang berkelanjutan. Keragaman dalam tanggapan menyoroti hubungan yang rumit antara optimisasi logistik dan hasil finansial. Faktor-faktor seperti skala bisnis, tingkat implementasi optimisasi logistik, dan strategi khusus yang diadopsi, semuanya berkontribusi pada dampak finansial yang bervariasi yang dilaporkan oleh UKM.

Tabel 1.
Distribusi Demografi Responden

Industri	Persentase (%)
Fashion	35
Elektronik	25
Barang-barang rumah tangga	20
Lainnya	20

Tabel tersebut mengilustrasikan distribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia dalam berbagai industri. Dari UKM yang disurvei, sektor fashion muncul sebagai yang paling menonjol, menyumbang sebesar 35% dari total. Dominasi ini sejalan dengan tren e-commerce secara umum, di mana industri fashion terus mengalami pertumbuhan substansial karena konsumen semakin beralih ke platform online untuk kebutuhan pakaian dan aksesoris mereka. Sektor elektronik mengikuti di belakangnya, mewakili 25% dari UKM yang disurvei. Hal ini menunjukkan adanya kehadiran yang signifikan dari bisnis yang terlibat dalam penjualan produk elektronik,

mencerminkan preferensi konsumen yang terus berlanjut untuk membeli gadget dan barang terkait melalui saluran e-commerce. Barang rumah tangga menyumbang 20% dari distribusi tersebut, mencerminkan representasi yang substansial dari UKM yang mengkhususkan diri dalam produk rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari di Shopee Indonesia. Terakhir, kategori yang diberi label "Lainnya" juga memiliki porsi yang signifikan, mewakili 20% dari UKM yang disurvei. Kategori ini mencakup berbagai industri di luar fashion, elektronik, dan barang rumah tangga, menunjukkan sifat inklusif platform ini yang melayani berbagai bisnis. Distribusi di sektor-sektor utama ini menekankan sifat beragam dan dinamis dari pasar Shopee Indonesia, yang memberikan peluang bagi UKM dari berbagai sektor untuk berinteraksi dengan basis konsumen yang luas. Memahami distribusi industri ini sangat penting bagi administrator platform, bisnis, dan pemangku kepentingan untuk menyesuaikan inisiatif dukungan, membangun kolaborasi spesifik industri, dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan UKM di berbagai sektor.

Tabel 2.
Praktik Optimisasi Logistik

Optimasi Area	Persentase Adopsi (%)
Efisiensi Pemenuhan Pesanan	65
Manajemen Persediaan	55
Optimasi Rute	40
Integrasi Teknologi	30

Tabel ini memberikan pemecahan yang informatif tentang persentase adopsi di kalangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia terkait berbagai area optimisasi logistik. Terutama, sebanyak 65% UKM yang disurvei telah memprioritaskan dan menerapkan strategi optimisasi dalam efisiensi pemenuhan pesanan. Hal ini menunjukkan kesadaran yang luas di kalangan bisnis akan peran penting efisiensi pemenuhan pesanan dalam menjamin kepuasan pelanggan dan, pada gilirannya, memengaruhi penjualan. Diikuti dengan dekat, sebanyak 55% UKM telah fokus untuk mengoptimalkan praktik manajemen inventaris mereka. Ini menandakan pengakuan yang substansial terhadap pentingnya menjaga tingkat stok yang optimal untuk memenuhi permintaan pelanggan, mengurangi biaya persediaan yang berlebihan, dan meningkatkan efisiensi rantai pasok secara keseluruhan. Peningkatan pada manajemen inventaris sejalan dengan tren umum bisnis yang berusaha untuk menjaga keseimbangan antara ketersediaan produk dan efektivitas biaya.

Optimisasi rute merupakan area kunci lainnya, dengan 40% dari UKM mengadopsi strategi untuk meningkatkan efisiensi rute pengiriman mereka. Area optimisasi ini menegaskan komitmen untuk menyederhanakan proses transportasi, mengurangi waktu pengiriman, dan meminimalkan biaya logistik. Ini menunjukkan kesadaran yang semakin meningkat di kalangan UKM akan dampak yang bisa diciptakan oleh rute yang dioptimalkan dengan baik terhadap efisiensi operasional secara keseluruhan. Terakhir, integrasi teknologi merupakan area optimisasi yang diadopsi oleh 30% UKM. Kategori ini mencerminkan penyatuan solusi teknologi untuk meningkatkan berbagai aspek operasi logistik. Adopsi teknologi dalam logistik menunjukkan pendekatan yang progresif di kalangan UKM, mengakui peran alat digital

dalam mencapai efisiensi, ketepatan, dan responsibilitas dalam rantai pasokan. Secara keseluruhan, distribusi yang beragam di berbagai area optimisasi ini menyoroti pendekatan multifaset yang diambil oleh UKM di Shopee Indonesia untuk meningkatkan operasi logistik mereka.

Tabel 3.
Analisis Korelasi - Optimisasi Logistik dan Kinerja Penjualan

Matriks	Koefisien Korelasi	p-nilai
Waktu Pemenuhan Pesanan Rata-rata	0.65	0.001
Skor Kepuasan Pelanggan	0.72	0.000
Pertumbuhan Penjualan	0.60	0.005

Tabel yang disajikan menunjukkan hasil analisis korelasi, memberikan wawasan berharga tentang hubungan antara berbagai metrik di dalam Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) yang disurvei di Shopee Indonesia. Metrik pertama, Waktu Rata-rata Pemenuhan Pesanan, menunjukkan koefisien korelasi positif sebesar 0,65 dengan nilai p-nilai yang signifikan secara statistik sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat dan menguntungkan antara praktik logistik yang dioptimalkan, khususnya dalam hal efisiensi pemenuhan pesanan, dan penurunan waktu rata-rata pemenuhan pesanan. Seiring dengan pendekatan koefisien korelasi menuju 1, hasil ini menyiratkan bahwa semakin UKM mengoptimalkan proses logistik mereka, kemungkinan besar akan terjadi penurunan waktu yang diperlukan untuk memenuhi pesanan pelanggan.

Demikian juga, metrik kedua, Skor Kepuasan Pelanggan, menunjukkan koefisien korelasi positif yang lebih tinggi sebesar 0,72, dipadu dengan nilai p-nilai yang signifikan secara statistik sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan korelasi yang kuat dan sangat signifikan antara praktik logistik yang dioptimalkan dan peningkatan kepuasan pelanggan. Ketika UKM fokus untuk menyempurnakan operasi logistik mereka, terutama dalam hal manajemen inventaris dan efisiensi pengiriman, terdapat dampak positif yang signifikan pada skor kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas, pada gilirannya, lebih mungkin menjadi pelanggan yang kembali, berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Terakhir, metrik Pertumbuhan Penjualan menunjukkan koefisien korelasi positif sebesar 0,60, dengan nilai p-nilai yang signifikan secara statistik sebesar 0,005. Hal ini menandakan hubungan yang signifikan antara praktik logistik yang dioptimalkan dan peningkatan pertumbuhan penjualan. Saat UKM menyempurnakan operasi logistik mereka, memberikan pemenuhan pesanan yang efisien dan meningkatkan kepuasan pelanggan, dampak positifnya juga memengaruhi kinerja penjualan secara keseluruhan.

Tabel 4.
Dampak Finansial dari Optimalisasi Logistik

Dampak Terhadap Profitabilitas	Presentasi Responden
Peningkatan Signifikan	25
Perbaikan Bertahap	40

Dampak Terhadap Profitabilitas	Presentasi Responden
Tidak Ada Perubahan yang Terlihat	20
Tidak Yakin/Tidak Berlaku	15

Tabel 4 memberikan gambaran komprehensif tentang dampak keuangan yang dihasilkan dari adopsi optimasi logistik di kalangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia. Data tersebut mengilustrasikan beragam respons dari responden yang disurvei, mencerminkan berbagai hasil keuangan yang dialami oleh UKM sebagai hasil dari upaya optimasi logistik mereka. Sebanyak 25% responden melaporkan "Peningkatan Signifikan" dalam profitabilitas, menunjukkan pergeseran positif yang substansial dalam kinerja keuangan yang disebabkan oleh implementasi praktik logistik yang dioptimalkan. Ini mengindikasikan bahwa bagi seperempat UKM yang disurvei, aspek penghematan biaya dan peningkatan efisiensi dari optimasi logistik secara langsung berdampak pada peningkatan profitabilitas yang berarti.

Selanjutnya, 40% responden mencatat "Peningkatan Secara Bertahap" dalam kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan dampak positif yang lebih inkremental namun berkelanjutan dari waktu ke waktu. UKM dalam kategori ini mungkin mengalami manfaat kumulatif dari upaya optimasi logistik yang terus berlanjut, yang berkontribusi pada peningkatan stabil dalam kesehatan keuangan mereka secara keseluruhan. Sebagian besar responden, sebanyak 20%, mengindikasikan bahwa tidak ada "Perubahan yang Terlihat" dalam profitabilitas akibat optimasi logistik. Ini bisa mengimplikasikan bahwa, bagi UKM ini, dampak keuangan dari upaya optimasi mungkin tidak termanifestasikan seperti yang diharapkan, atau manfaatnya mungkin terimbangi oleh faktor-faktor eksternal lainnya. Terakhir, 15% responden menandai respons mereka sebagai "Tidak Yakin/Tidak Berlaku," menunjukkan tingkat ketidakpastian atau pengakuan bahwa dampak keuangan dari optimasi logistik mungkin tidak mudah dikenali atau berlaku untuk konteks bisnis mereka secara khusus.

PEMBAHASAN

Kendala Keuangan: Hambatan yang Merata

Salah satu tema dominan dan berulang yang muncul dari wawancara adalah tantangan yang signifikan akibat kendala keuangan. Banyak UKM mengungkapkan kesulitan inheren dalam mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk mengadopsi teknologi logistik canggih. Kendala keuangan yang dihadapi bisnis-bisnis ini menjadi hambatan yang besar, menghalangi kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam solusi terkini yang berpotensi mengubah operasi logistik mereka. Mulai dari peningkatan infrastruktur transportasi hingga penerapan sistem manajemen inventaris yang canggih, kendala keuangan yang dihadapi UKM menunjukkan perlunya mekanisme dukungan yang ditargetkan untuk mengurangi hambatan signifikan ini.

Kurangnya Kesadaran dan Keahlian: Navigasi Wilayah yang Belum Terjamah

Tantangan krusial lain yang diidentifikasi melalui wawancara kualitatif adalah kurangnya kesadaran dan keahlian dalam menerapkan strategi optimisasi. Bagi sebagian responden, sifat rumit dari optimisasi logistik terbukti menjadi wilayah yang sulit untuk dilalui. Ketidakinginan untuk memahami teknologi terkini, praktik terbaik industri, dan strategi optimisasi menjadi hambatan yang signifikan. UKM menyuarakan kebutuhan akan sumber daya edukasi dan program pelatihan untuk mengisi kesenjangan

pengetahuan ini, menekankan pentingnya memberikan bisnis-bisnis dengan alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk menavigasi kompleksitas optimisasi logistik.

Wawasan Mendalam terhadap Hambatan yang Diakui oleh UKM

Wawasan kualitatif yang didapat dari wawancara memberikan pemahaman yang mendalam terhadap hambatan yang dihadapi UKM dalam upaya mereka untuk melakukan optimisasi logistik. Tantangan-tantangan ini melampaui pertimbangan keuangan semata dan menjelajahi interaksi yang rumit antara kesadaran, keahlian, dan lanskap dinamis industri logistik. Dengan mengidentifikasi dan memahami tantangan-tantangan ini secara mendetail, para pemangku kepentingan, pembuat kebijakan, dan pelaku industri dapat menyesuaikan intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi kebutuhan khusus UKM yang berupaya meningkatkan proses logistik mereka.

SIMPULAN

Hasil dari studi komprehensif ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang hubungan yang rumit antara optimisasi logistik dan kinerja penjualan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Shopee Indonesia. Wawasan kualitatif dari wawancara menyoroti tantangan yang dihadapi oleh UKM, termasuk kendala keuangan dan kurangnya kesadaran, sambil juga menyoroti dampak positif dari logistik yang efisien pada kepuasan pelanggan, loyalitas, dan pertumbuhan penjualan. Analisis kuantitatif memperkuat temuan kualitatif ini melalui korelasi yang signifikan secara statistik. Persentase adopsi dalam area optimisasi logistik menunjukkan pendekatan proaktif di antara UKM dalam menyederhanakan operasi mereka. Data dampak keuangan mencerminkan hasil yang beragam yang dialami oleh UKM, dengan persentase yang signifikan melaporkan peningkatan signifikan dalam profitabilitas. Integrasi wawasan kualitatif dan kuantitatif memberikan pemahaman holistik tentang tantangan, strategi, dan hasil yang terkait dengan optimisasi logistik. Melangkah ke depan, mekanisme dukungan yang ditargetkan yang mengatasi kendala keuangan, inisiatif pendidikan untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan, dan kolaborasi industri dapat memberdayakan UKM untuk membuka potensi penuh dari optimisasi logistik. Saat UKM menavigasi lanskap dinamis e-commerce di platform seperti Shopee Indonesia, investasi strategis dalam optimisasi logistik muncul sebagai pendorong kunci untuk pertumbuhan yang berkelanjutan, peningkatan kepuasan pelanggan, dan peningkatan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyabeng-Mensah, Y., Ahenkorah, E., Afum, E., Dacosta, E., & Tian, Z. (2020). Green warehousing, logistics optimization, social values and ethics and economic performance: the role of supply chain sustainability. *International Journal of Logistics Management*, 31(3). <https://doi.org/10.1108/IJLM-10-2019-0275>
- Aiassi, R., Sajadi, S. M., Hadji-Molana, S. M., & Zamani-Babgohari, A. (2020). Designing a stochastic multi-objective simulation-based optimization model for sales and operations planning in built-to-order environment with uncertain distant outsourcing. *Simulation Modelling Practice and Theory*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.simpat.2020.102103>
- Almalki, M., & Alkahtani, M. (2022). Allocation of Regional Logistics Hubs and Assessing Their Contribution to Saudi Arabia's Logistics Performance Index Ranking. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127474>

- Arenas, C. D. C., Renaud, S. Q., Quintero, M. C. M., & Cardona, J. C. (2022). E-COMMERCE INFLUENCE ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF SMES IN THE CITY OF MANIZALES, COLOMBIA. *Innovar*, 32(84). <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n84.100594>
- Chu, D., Ma, W., Yang, Z., Li, J., Deng, Y., & Cheong, K. H. (2021). A Physarum-inspired algorithm for logistics optimization: From the perspective of effective distance. *Swarm and Evolutionary Computation*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.swevo.2021.100890>
- He, D. (2022). Intelligent Selection Algorithm of Optimal Logistics Distribution Path Based on Supply Chain Technology. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/9955726>
- Hove-Sibanda, P., Sibanda, K., & Mukarumbwa, P. (2018). Greening up in logistics: Managerial perceptions of small and medium-sized enterprises on sustainability in Zimbabwe. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 14(1). <https://doi.org/10.4102/td.v14i1.559>
- Jaiswal, A., Samuel, C., & Ganesh, G. A. (2021). A mathematical model for pollution and cost optimised logistics based on environmental vehicle standards for SMEs. *International Journal of Services and Operations Management*, 39(2). <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2021.115450>
- Liu, G., & Zhu, Y. (2022). Logistics Optimization Strategy Based on Deep Neural Framework. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/8367155>
- Liu, L. (2021). Analysis of Optimization Algorithm for Logistics Management. *Journal of Physics: Conference Series*, 1992(2). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1992/2/022128>
- Mahmutaj, L. R., & Krasniqi, B. (2020). Innovation types and sales growth in small firms: Evidence from Kosovo. *South East European Journal of Economics and Business*, 15(1). <https://doi.org/10.2478/jeb-2020-0003>
- Medoh, C. N., & Telukdarie, A. (2020). Logistics optimisation: A cyber physical model. *International Journal of Business Analytics*, 7(1). <https://doi.org/10.4018/IJBAN.2020010104>
- Mostafayi Darmian, S., & Farughi, H. (2022). An optimization-based approach for managing downstream logistic operations: A real application in pandemic outbreak conditions. *Computers and Industrial Engineering*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108495>
- Muoki, R. K., & Moronge, M. (2021). Influence of Logistics Optimization on Performance of Freight Forwarding Companies in Kenya. *International Journal of Supply Chain and Logistics*, 5(1). <https://doi.org/10.47941/ijscsl.534>
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Review*, 31(3). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101946>
- Zhao, Y., Zhou, Y., & Deng, W. (2020). Innovation mode and optimization strategy of B2C E-commerce logistics distribution under big data. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8). <https://doi.org/10.3390/SU12083381>