



PLATFORM LAYANAN PENGANTARAN MAKANAN DAN JASA TRANSPORTASI BERBASIS WEBSITE

Nailah Salsabila^{a*}, Nailah Salsabila^b, Y. Casmadi^c

^aSekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; nailahsalsabila1875@gmail.com, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

^b Sekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; Joseparhusip7@gmail.com, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

^c Sekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; yohanes@ulbi.ac.id, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

* Penulis Korespondensi: Nailah Salsabila

ABSTRACT

An integrated service platform that provides food delivery and transportation services with a website concept is a promising solution to meet the needs of a practical and efficient modern lifestyle. The research aims to design and develop a responsive and user-friendly website-based platform, so that users can easily access both services through a single centralized gateway. The platform also provides cash payments. By implementing a modern and responsive website concept, it is expected to provide optimum user experience, increase efficiency, and be an integrated solution for food delivery and transportation needs in one system.

Keywords: *Integrated Service; Food Delivery; Transportation Services; Responsive Website.*

Abstrak

Platform layanan terintegrasi yang menyediakan pengantaran makanan dan jasa transportasi berbasis website menjadi solusi yang menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup modern yang serba praktis dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah platform berbasis website yang responsif dan user-friendly, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses kedua layanan tersebut melalui satu pintu akses yang terpusat. Pengguna dapat memesan makanan yang diinginkan, serta memesan jasa transportasi sesuai kebutuhan. Platform ini juga menyediakan pembayaran cash. Dengan mengimplementasikan konsep website yang modern dan responsif, platform ini diharapkan dapat memberikan pengalaman pengguna yang optimal, meningkatkan efisiensi, serta menjadi solusi terintegrasi bagi kebutuhan pengantaran makanan dan jasa transportasi dalam satu sistem.

Kata Kunci: Layanan Integrasi; Jasa Transportasi; *Website*, Responsif.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ketergantungan tinggi terhadap layanan logistik dan jasa transportasi online. Studi terbaru menemukan bahwa Gojek adalah salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan orang di Indonesia untuk layanan logistik dan transportasi. Kebutuhan akan kemudahan dan kenyamanan dalam berbagai aspek kehidupan semakin meningkat di era kontemporer, ditandai oleh kemajuan teknologi digital. Layanan pengantaran makanan dan transportasi adalah salah satu industri yang berkembang pesat.

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI) memiliki visi jangka panjang untuk menjadi *"To be A Good Governance and Excellent Teaching University in Logistics Business and Supply Chain Management*

in 2027". Banyak mahasiswa ULBI yang memiliki kendaraan roda dua namun dengan aktivitas kampus yang padat sehingga susah memanfaatkan kendaraan-nya untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Dengan dasar permasalahan tersebut, dibuat proyek "*Platform* Layanan Pengantaran Makanan dan Jasa Transportasi Berbasis *Website*" untuk membantu mahasiswa mendapatkan uang tambahan dari kendaraan mereka miliki. *Website* ini mempunyai tagline "solusi praktis untuk kebutuhan makan dan perjalanan bersama CaBi", CaBi menghadirkan solusi praktis bagi pengguna yang membutuhkan solusi layanan yang praktis, cepat, dan efisien dengan harga yang terjangkau.

1.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, masalah berikut diidentifikasi sebagai subjek penelitian:

1. Apa alasan mahasiswa tidak memanfaatkan kendaraan roda dua untuk menambah penghasilannya?
2. Apa hambatan yang dialami sehingga tidak dapat memanfaatkan kendaraan roda dua sepenuhnya?
3. Bagaimana solusi bagi mahasiswa supaya bisa memanfaatkan tambahan pendapatan dari kendaraan roda dua mereka?

1.2. Tujuan

Setelah masalah diidentifikasi, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Mengetahui alasan mahasiswa tidak memanfaatkan kendaraan roda dua mereka untuk menambah penghasilannya.
- 2 Untuk mengetahui hambatan yang dialami mahasiswa sehingga mereka tidak memanfaatkan kendaraan roda dua mereka sepenuhnya.
- 3 Memberikan solusi kepada mahasiswa untuk memanfaatkan kendaraan roda dua mereka sebagai tambahan penghasilan.

1.3. Ruang Lingkup Masalah

Proyek Integrasi I ini berfokus pada pembuatan situs web yang menghubungkan mahasiswa dengan pelanggan yang membutuhkan layanan transportasi atau pengantaran makanan. Proyek ini terbatas pada lingkungan kampus atau sekitarnya wilayah, dengan fokus pada memenuhi kebutuhan mahasiswa untuk transportasi dan pengantaran makanan. *Platform* ini memiliki desain responsif, menyediakan informasi tentang layanan, harga, dan kontak, serta memungkinkan admin untuk mengelola konten dan memantau aktivitas pengguna

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2019) "Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen."

2.2. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dalam jurnal (Pengaruh Physical Evidence Dan Produk Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Unimal, 2020) Karakteristik jasa adalah sifat jasa yang ditawarkan suatu pihak ke pihak lain yang berfungsi untuk membedakan dari produk lain Ada empat karakteristik jasa yang dijabarkan oleh Kotler:

1. Tidak Berwujud (Intangibility)

Tidak berwujud berarti bahwa seseorang yang membeli jasa tidak memiliki kemampuan untuk melihat, merasakan, mendengar, atau mencicipi suatu jasa sebelum melakukan pembelian.

2. Tidak Tahan Lama (Perishability)

Tidak tahan lama berarti bahwa jasa tidak dapat disimpan untuk digunakan oleh pelanggan di masa depan (seperti halnya barang berwujud yang tidak dapat disimpan), tetapi harus digunakan saat digunakan. Meskipun jasa tidak dapat disimpan, beberapa, seperti operasi plastik, memiliki efek jangka panjang dan pelanggan tidak perlu mengulanginya lagi; jasa lainnya memiliki efek jangka pendek dan membuat pelanggan setia.

3. Tidak dapat dipisahkan (Inseparability)

Produsen dan pembeli jasa biasanya harus memiliki kontrak langsung saat terjadi pertukaran karena status tidak dapat dipisahkan. Akibatnya, jasa biasanya tidak dapat dipisahkan dari produsennya. Sebagai contoh, pasien dan dokter spesialis mata harus hadir untuk pemeriksaan mata.

4. Tidak Selalu Sama (Heterogeneity)

Tidak selalu sama berarti ada kemungkinan variasi yang lebih besar pada penyelenggaraan jasa daripada produksi produk. Misalnya, jasa fotografi memiliki standar yang sama, tetapi jenisnya pasti berbeda dari yang lain.

2.3. Manajemen

Dalam Jurnal Efisiensi Meningkatkan Barang Habis Pakai Guna Meningkatkan Kas Dan Manajemen Keuangan Yang Baik [8].

2.4. Fungsi Manajemen

Dalam Jurnal Efisiensi Meningkatkan Barang Habis Pakai Guna Meningkatkan Kas Dan Manajemen Keuangan Yang Baik [9]. Pada dasarnya, Fungsi Manajemen dapat dibagi menjadi empat, yaitu: Perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakkan (Actuating), dan pengawasan (Controlling) adalah fungsi manajemen yang paling umum digunakan.

1. Perencanaan (Planning)

Fungsi manajemen yang paling awal dan paling penting adalah perencanaan. Pada tahap ini, manajer membuat keputusan strategis dan tujuan organisasi yang jelas.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Selanjutnya, fungsi manajemen adalah pengorganisasian. Pada tahap ini, manajer akan mengatur sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan.

3. Penggerakkan (Actuating)

Fungsi manajemen yang berikutnya adalah penggerakkan. Pada tahap ini, manajer bertanggung jawab untuk menggerakkan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui kepemimpinan, pengawasan, dan pengembangan sistem yang berfungsi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.5. Layanan Transportasi

Menurut jurnal Kebijakan Transportasi Publik dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Masyarakat: Studi Kasus Penggunaan Transjogja (Nurfadillah, Sani, & Abdul, Jurnal Administrasi Negara, 2023) “Salah satu komponen terpenting dalam pembangunan suatu negara adalah transportasi, yang merupakan komponen penting dalam pertumbuhan ekonomi dan sosial serta pertumbuhan industrialisasi.

2.6. Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong dalam [1] “kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”.

Menurut Hidayat dan Sulistyani, (2021) dalam [2] “mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen”.

3. DESKRIPSI BISNIS

3.1. Analisis Pasar

Menurut (Tumuni, 2021) dalam jurnal Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Yang Dintervening Promosi Pemasaran Terhadap Penjualan Di UMKM ROCKET CAFE (Nurul and * , Rahmat Tk. Sulaiman 2) “Perusahaan berharap strategi segmentasi, targeting dan positioning tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan suatu produk.

a. Segmentasi

1. Segmentasi Demografis: Menargetkan pada kalangan usia dewasa: 19-59 tahun.

2. Segmentasi Geografis : Berfokus pada layanan pengantaran cepat untuk daerah perkotaan.
3. Segmentasi Psikografis : Berfokus pada layanan dan pengantaran.

b. Targeting

1. Menargetkan mahasiswa ULBI yang tidak memiliki kendaraan untuk melakukan perjalanan sendiri.
2. Menargetkan mahasiswa ULBI yang memiliki kendaraan roda dua.
3. Mengarahkan upaya pemasaran pada pengguna media sosial yang aktif.

3.2. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor menggunakan kerangka kerja Porter's Five Forces menunjukkan bahwa Gojek dan Grab adalah pesaing utama yang memiliki jaringan mitra driver yang luas dan menawarkan beragam layanan. GoFood (Gojek) memiliki kelebihan dalam restoran yang beragam, sementara Shopee Food menawarkan harga yang lebih terjangkau. Kelebihan dan kekurangan masing-masing pesaing perlu dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih layanan pengantaran makanan dan jasa transportasi.

3.3. Monetisasi

Menurut Jurnal Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah [13] “Monetisasi merupakan program kerja sama dari Google, dan salah satu program yang diberikan oleh google adalah google adsense”.

Keuntungan pada “*Platform Layanan Pengantaran Makanan Dan Jasa Transportasi Berbasis Website*”:

- a. Komisi: *Website* ini dapat mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang terjadi di *platform*.
- b. Iklan: *Website* ini dapat menampilkan iklan pada halaman utama atau halaman pencarian mereka dan menghasilkan pendapatan dari iklan tersebut.
- c. Layanan Tambahan: *Website* ini dapat menawarkan layanan tambahan seperti pengiriman dan pengantaran.

3.4. Traction

Traction dalam “*Platform Layanan Pengantaran Makanan Dan Jasa Transportasi Berbasis Website*” dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. Pengalaman Pengguna yang Baik: Meningkatkan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan nyaman dapat meningkatkan loyalitas dan mendorong pengguna baru.
- b. Pengembangan Kualitas Produk dan Layanan: Meningkatkan kualitas produk dan layanan dapat meningkatkan kesetiaan pengguna dan mendorong mereka untuk kembali menggunakan *platform*.
- c. Kampanye Pemasaran yang Efektif: Kampanye pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian pelanggan baru.

3.5. Model Bisnis

Menurut (Susilowati, 2021) dalam jurnal Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner (Rahayu, Astuti, Mustangin, & Sandy, 2022) “Sebuah bisnis terdiri dari berbagai hal-hal kompleks yang merupakan komponen penyusun entitas itu terbentuk. Dalampencapaian target maksimal akan memerlukan perumusan model bisnis yang tepat sehingga pelaku usaha tidak takut bersaing dengan kompetitor yang menjual dengan harga lebih murah”.

1. Customer Segments

- a. Pengemudi Transportasi.
- b. Pihak yang membutuhkan layanan pengiriman.
- c. Pihak yang membutuhkan layanan transportasi.

2. Value Propositions

- a. Beragam pilihan dari toko makanan.
- b. Kemudahan pembayaran secara cash.
- c. *Platform* yang mudah diakses oleh *customer*.

3. Customer Relationships

- a. Layanan pelanggan yang responsif.
- b. Umpan balik pelanggan untuk meningkatkan layanan
- c. Promosi dan diskon untuk pelanggan yang loyal.

4. Channels

- a. Situs web sebagai *platform* utama.
- b. Media sosial sebagai pemasaran dan interaksi dengan pelanggan.

5. Revenue Streams

- a. Biaya layanan
- b. Komisi dari restoran dan toko makanan.
- c. Biaya pengiriman sesuai dengan pesanan yang dilakukan oleh *customer*.

6. Key Resources

- a. Situs *Website*.
- b. *Tim pengembangan*
- c. Basis data pengguna

7. Key Activities

- a. Pengembangan dan pemeliharaan *platform*.
- b. Manajemen dengan restoran toko makanan.
- c. Pemasaran dan promosi.

8. Key Partnerships

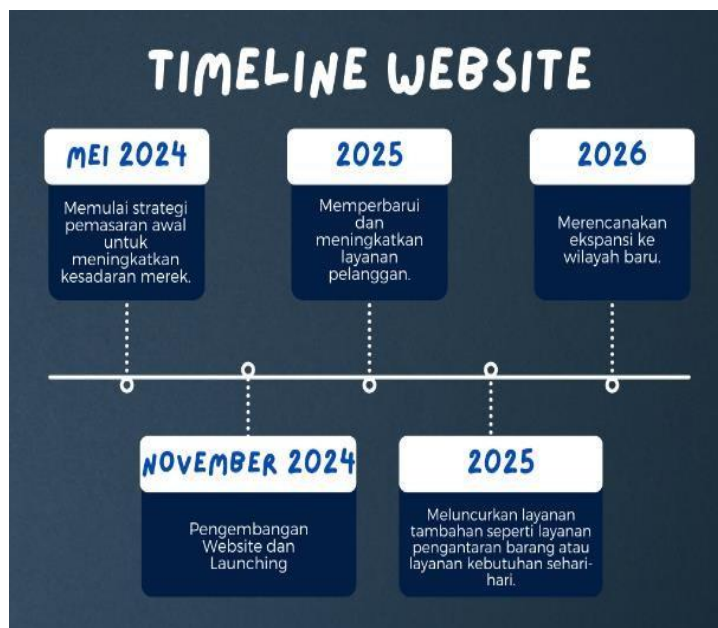
- a. Restoran dan toko makanan sebagai mitra layanan pemesanan.
- b. Pengemudi transportasi.
- c. Penyediaan layanan pembayaran *e-wallet*.

9. Cost Structure

- a. Biaya pengembangan dan pemeliharaan *platform*.
- b. Biaya pemasaran dan promosi

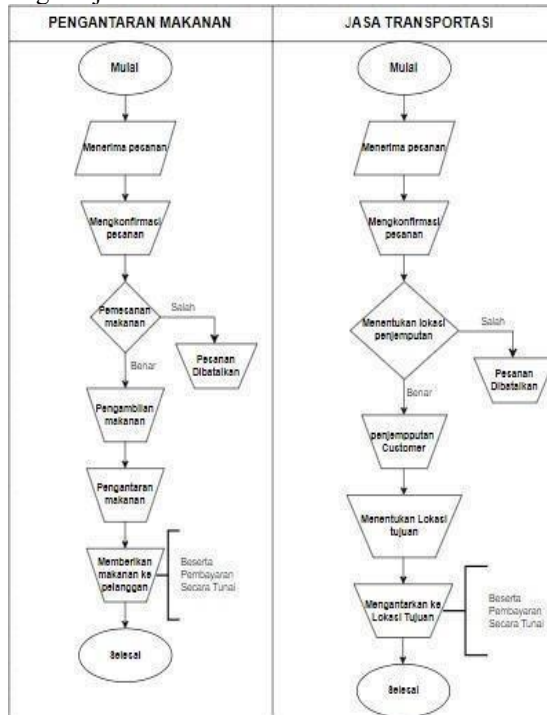
3.6. Business Development

Business development meliputi strategi untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan visibilitas brand, dan membangun interaksi yang baik dengan pelanggan. Sistem informasi pembayaran menggunakan uang tunai cash memungkinkan platform ini memperluas pangsa pasar melalui website interaktif dan meningkatkan visibilitas brand melalui interaksi yang baik dengan pelanggan.



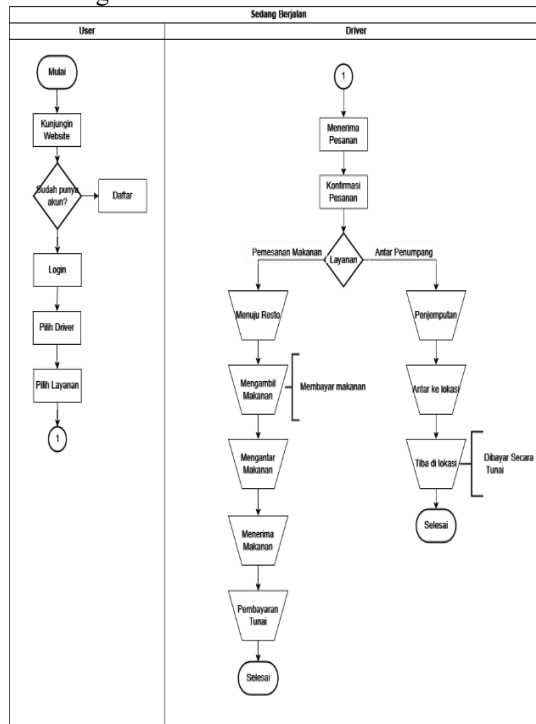
Gambar 1 Timeline Website

4. HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1. Analisis dan Perancangan Digital
 1. Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan



Gambar 2 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan

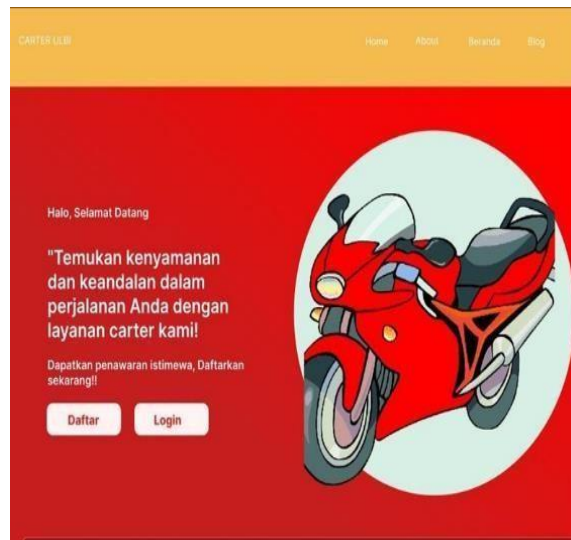
2. Analisis Sistem Yang Akan Dibangun



Gambar 3 Analisis Sistem yang Akan Dibangun

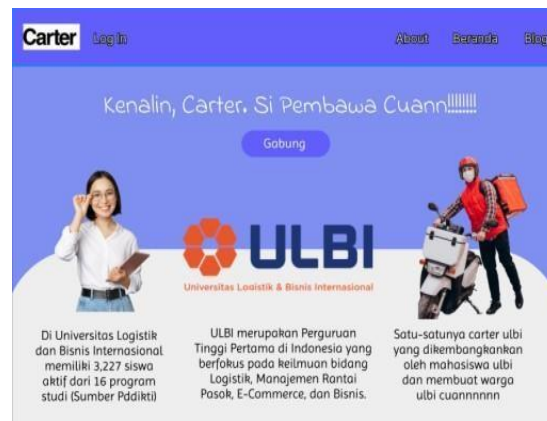
3. Mockup

a. Tampilan Awal



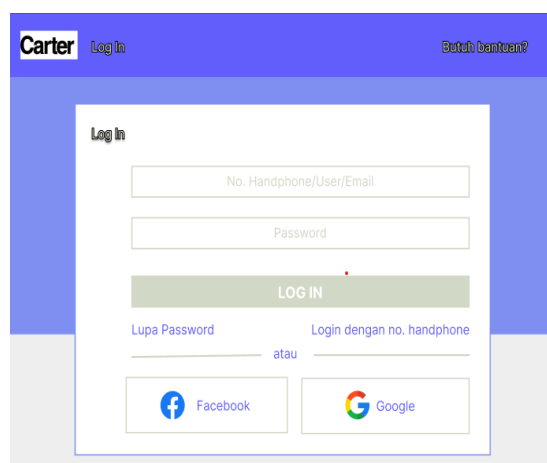
Gambar 4 Mockup

b. Beranda



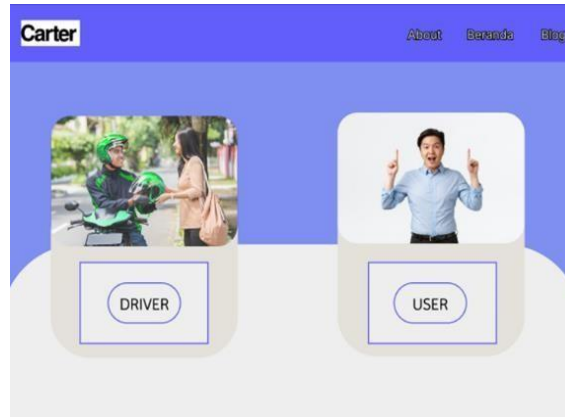
Gambar 5 Beranda

c. Registrasi



Gambar 6 Registrasi

d. Memilih Driver atau User



Gambar 7 Memilih Driver atau User

e. Data diri Driver

 A screenshot of the Carter website's driver registration form. At the top left is the 'Carter' logo and a 'Login' link. At the top right are links for 'About', 'Beranda', and 'Blog'. Below the header is a circular profile picture placeholder with the text 'Tambahkan foto*'. The form consists of several input fields arranged in two columns. The left column includes fields for 'Nama depan', 'Nama belakang', 'Tanggal Lahir', and 'Email'. The right column includes fields for 'SIM (Kalau ada)', 'Plat Kendaraan', and 'Merk Motor'.

Gambar 8 Data Dari Driver

f. Laman Customer



Gambar 9 Laman Customer

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Indonesia menunjukkan ketergantungan yang signifikan terhadap layanan logistik dan transportasi online, dengan Gojek sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan. Studi ini menyoroti pentingnya pengantaran makanan dan transportasi online yang berkembang pesat. Mahasiswa mengalami kesulitan dalam menggunakan kendaraan roda dua untuk mendapatkan uang tambahan karena biaya awal yang tinggi dan kesulitan menemukan pasar atau pelanggan yang tepat. Proyek Integrasi I menciptakan *platform* web yang menghubungkan mahasiswa dengan saluran komunikasi dua arah mereka, mempermudah pendaftaran dan mengurangi biaya masuk sebagai driver. Dengan membangun *platform* ini, pengguna dapat dengan mudah

mengakses layanan pengantaran makanan dan jasa transportasi hanya dengan menggunakan *website*, memberikan kenyamanan bagi pengguna untuk bergabung pada *platform* layanan ini.

SARAN

Dalam konteks penelitian yang berfokus pada “*platform* layanan pengantaran makanan dan jasa transportasi berbasis *website*”, ada beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Mensosialisasikan *website* layanan ke civitas Universitas Logistik dan Bisnis Internasional.
2. Mendorong mahasiswa dan karyawan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional bergabung kedalam *website* kami.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan pada *website* layanan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apriliana and Sukaris, “Analisa Kualitas Layanan pada CV. Singoyudho Nusantara,” *Jurnal Maneksi*, vol. 11, p. 499, 2022. [Online]. Available: <https://ejournalpolnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/1246/590>
- [2] “Business Traction: What It Is and How to Get It?,” Coresignal, 2022. [Online]. Available: <https://coresignal.com/blog/business-traction/>
- [3] Darmawati, “Analisis Manajemen Pembelajaran Pendidikan Pancasila dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai-Nilai Pancasila pada Mahasiswa Semester I Prodi Pendidikan Jasmani UNIMERZ Tahun 2022,” *Journal of Innovation Research and Knowledge*, vol. 2, p. 3939, Mar. 2023. [Online]. Available: <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/download/5239/3932>
- [4] A. N. Fatyandri, J. T. Junestin, P. S. Sri Rahayu, A. F., and C. A., “Analysis Industry Rivalry and Competition: Analisis Persaingan Kompetitif Perusahaan E-Commerce Shopee dengan Menggunakan Metode Porter’s Five Forces,” *Jurnal EK&B*, vol. 6, p. 1, 2023. [Online]. Available: <https://jurnal.murnisadar.ac.id/index.php/EKBI/article/view/804/402>
- [5] A. S. Krisnaldy, M. Y. Senen, and A. S., “Efisiensi Meningkatkan Barang Habis Pakai Guna Meningkatkan Kas dan Manajemen Keuangan yang Baik,” *Jurnal Abdimas*, vol. 1, p. 12, 2020. [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/337612154.pdf>
- [6] A. S. Krisnaldy, M. Y. Senen, and A. S., “Efisiensi Meningkatkan Barang Habis Pakai Guna Meningkatkan Kas dan Manajemen Keuangan yang Baik,” *Jurnal Abdimas*, vol. 1, p. 13, 2020. [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/337612154.pdf>
- [7] L. N., “Pengaruh Physical Evidence dan Produk Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Unimal,” *Jurnal Visioner & Strategis*, vol. 9, p. 3, 2020. [Online]. Available: <https://ojs.unimal.ac.id/visi/article/view/4845/2640>
- [8] L. P., “Menganalisa Pasar Bisnis dan Pasar Konsumen,” *Jurnal PUSDANSI*, vol. 2, p. 1, 2022. [Online]. Available: <http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/201>
- [9] N. H. and Rahmat Tk. Sulaiman, “Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) yang Diintervening Promosi Pemasaran terhadap Penjualan di UMKM Rocket Cafe,” *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, vol. 3, p. 2, 2023. [Online]. Available: <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/mabis/article/download/9089/3302>
- [10] M. F. Nur Arbaien and E. N., “Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 10, no. 1, p. 53, 2023. [Online]. Available: <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mua/article/view/21242/8555>