

PENERAPAN APLIKASI ANDROID DALAM USAHA JASA “BANGJEK” DAN “PESAN ANTAR” DI KABUPATEN BANGKALAN

Buyung Pambudi
(buyungpambudi@gmail.com)

Aldila Septiana
(aldilaseptiana@yahoo.co.id)

STKIP PGRI Bangkalan

ABSTRAK

Di Kabupaten Bangkalan Madura, terdapat usaha yang bergerak di bidang jasa bernama “Bangjek” (Bangkalan Ojek) dan “Pesan Antar”. “Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan menawarkan jasa pemesanan dan mengantarkan pesanan menggunakan sarana media sosial (*Facebook, Twitter, Blackberry Messenger, Line, WhatsApp, serta Instagram*). Usaha ini menawarkan jasa bagi masyarakat yang hendak memerlukan layanan ojek, kebersihan (*cleaning service*), servis motor, memesan atau mengantar sesuatu tetapi tidak bisa keluar rumah/berangkat sendiri. Saat ini, usaha “Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan melayani masyarakat di Kabupaten Bangkalan, terutama di empat kecamatan yang berada di seputar pusat kabupaten (Kecamatan Bangkalan, Socah, Burneh, dan Kamal).

Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut di atas, maka metode pelaksanaan IBM usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”, yaitu antara lain: Bidang teknologi; Aplikasi Android usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” dengan mendesain dan membuat aplikasi Android untuk memudahkan proses order/pemesanan dengan menggunakan sistem *online* sesuai dengan kebutuhan mitra. Sedangkan, untuk bidang manajemen difokuskan pada pengembangan pengelolaan sistem keuangan, yaitu antara lain: pembuatan akun dan penomoran serta pencatatan ke dalam jurnal umum.

Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa ke depan, pengusaha di bidang teknologi informasi atau *technopreneur* sangat besar peluangnya. Teknologi informasi seharusnya menjadi alat bantu pemecah masalah yang dihadapi masyarakat. Terutama, masyarakat yang tidak berada di pusat kota. Sehingga ketimpangan antara masyarakat kota perkotaan dengan masyarakat di luar kota juga bisa merasakan manfaat teknologi informasi. Bukankah selama ini, teknologi informasi seolah telah menghapus batas-batas antar negara, tidak hanya batas antara kota dengan luar kota. Membuat dan mendesain aplikasi online jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” dengan mengadopsi jasa sejenis semisal Gojek, tetapi dalam bentuk yang lebih sederhana karena pertimbangan daya jangkau (hanya di kota kecil) dan efektivitas usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang tidak serumit Gojek.

Kata Kunci: *Aplikasi Android, Bangjek, Pesan Antar*

PENDAHULUAN

Kabupaten Bangkalan Madura sebagai bagian dari kabupaten di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2018 masih tergolong dalam kategori daerah tertinggal. Perkembangan teknologi informasi juga berimbas ke Kabupaten Bangkalan. Kekuatan para penyedia jasa di tingkat lokal adalah kemampuannya untuk mengenali karakter konsumen setempat. Terbukti bagaimana Gojek mampu mengubah ojek konvensional menjadi ojek yang kekinian dengan segala pengembangannya.

Di Kabupaten Bangkalan Madura, terdapat usaha yang bergerak di bidang jasa bernama “Bangjek” (Bangkalan Ojek) dan “Pesan Antar”. “Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan menawarkan jasa pemesanan dan mengantarkan pesanan menggunakan sarana media sosial (*Facebook, Twitter, Blackberry Messenger, Line, WhatsApp, serta Instagram*). Usaha ini menawarkan jasa bagi masyarakat yang hendak memerlukan layanan ojek, kebersihan (*cleaning service*), servis motor, memesan atau mengantar sesuatu tetapi tidak bisa keluar rumah/berangkat sendiri.

Saat ini, usaha “Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan melayani masyarakat di Kabupaten Bangkalan, terutama di empat kecamatan yang berada di seputar pusat kabupaten (Kecamatan Bangkalan, Socah, Burneh, dan Kamal).

Usaha jasa “Bangjek” baru berdiri akhir tahun 2016. Saat ini, terdapat 14 orang karyawan yang terdiri dari 2 orang perempuan dan 12 orang laki-laki. Mereka memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, mulai dari lulusan SMP hingga sarjana. Omzet kotor yang diperoleh oleh pelaku usaha jasa “Bangjek” perbulan bisa mencapai 14 juta rupiah.

Jasa yang ditawarkan oleh “Bangjek” berupa: ojek, *cleaning service*, servis motor, serta pesan antar. “Bangjek” awalnya dirintis untuk melayani warga masyarakat yang berada di Kabupaten Bangkalan yang kesulitan ketika hendak bepergian menggunakan transportasi umum, terutama pada malam hari. Kemudian jasa yang ditawarkan semakin berkembang hingga jasa kebersihan, servis motor, pesan antar barang dan makanan.

Sedangkan, usaha jasa “Pesan Antar” sudah terlebih dulu ada. Yakni berdiri sejak Agustus 2016, semula hanya dilakukan sendiri oleh si pemilik usaha dengan menggunakan sepeda motor. Kemudian saat ini berkembang dengan jumlah karyawan sebanyak 7 orang. Satu karyawan lulusan sarjana, empat lulusan SMA dan 2 lulusan SMP. Satu bertindak sebagai operator, enam orang lainnya sebagai kurir. Saat ini, usaha jasa “Pesan Antar” lebih fokus pada pesan antar makanan. Tetapi seiring berkembangnya usaha ini, pesan antar tidak hanya berupa makanan namun lebih luas pada berbagai macam jenis barang.

Meskipun hanya melayani seputar pusat Kabupaten Bangkalan, namun omzet usaha “Pesan Antar” Bangkalan terus mengalami peningkatan. Dalam sehari, pendapatan kotor usaha ini berkisar Rp 300.000,- hingga Rp 500.000,-. “Pesan Antar” Bangkalan juga membantu industri rumah tangga untuk ikut berkembang. Sebagian besar pesanan yang sering dipesan oleh para pelanggan adalah makanan. Sehingga, banyak industri rumah tangga yang memproduksi aneka makanan juga ikut terbantu dengan adanya usaha “Pesan Antar” Bangkalan.

Namun, kendala yang dihadapi oleh keduanya yang paling utama adalah semakin banyaknya pengguna

jasa ini akan membuat operator kewalahan. Karena pemesanan hanya dilayani menggunakan satu operator menggunakan telepon genggam (*smartphone*) secara manual, belum menggunakan aplikasi khusus seperti Go-Jek, Grab, dan Uber.

Pembayaran pemesanan masih dilakukan secara tatap muka langsung pada saat kurir mengantarkan pesanan. Sehingga rawan terjadi kecurangan, ketika kurir tidak menyetor uang hasil pembayaran jasa dari pelanggan ke operator.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut di atas, maka metode pelaksanaan IbM usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”, yaitu antara lain:

Bidang Teknologi

- a. Aplikasi Android usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”
Mendesain dan membuat aplikasi Android untuk memudahkan proses order/pemesanan dengan menggunakan sistem *online* sesuai dengan kebutuhan mitra. Pembayaran juga dilakukan secara *online* tidak harus dilakukan dengan cara tatap muka/manual.

Bidang Manajemen

Pada aspek manajemen difokuskan pada pengembangan pengelolaan sistem keuangan, yaitu antara lain:

- a. Pembuatan akun dan penomoran
Merancang dan menyajikan pembuatan akun dan penomoran yang memadai untuk usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang dilakukan pada transaksi-transaksi yang terjadi selama kuartal akhir.
- b. Pencatatan ke dalam jurnal umum
Usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” belum pernah melakukan pencatatan transaksi ke dalam jurnal umum. Catatan dilakukan secara tradisional, setiap transaksi yang

terjadi dan belum membuat neraca lajur atau *worksheet*.

Secara kongkret dari metode pelaksanaan akan diaplikasikan dalam beberapa bentuk kegiatan diantaranya:

- a. Diskusi antara tim pelaksana dengan mitra untuk penyamaan persepsi dalam beberapa metode dalam melaksanakan kegiatan program IbM, langkahnya mendesain sampai membuat mesin ke bengkel terus dikawal secara bersama-sama, hal ini dimaksudkan untuk menghindari konflik apabila terjadi kesalahan dalam implementasinya.
- b. Membuat desain aplikasi Android untuk usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”.
- c. Demonstrasi alat
Mendemonstrasikan alat yang sudah dibuat pada mitra untuk mengecek penggunaan aplikasi Android, serta menghitung efisiensi dan kualitas produk jasa.
- d. Pelatihan dan pendampingan bidang manajerial
Untuk pelatihan dan pendampingan dalam bidang manajerial, yaitu antara lain: 1) cara merancang dan menyajikan pembuatan akun dan penomoran berdasarkan transaksi-transaksi yang terjadi, pencatatan ke dalam jurnal umum, agar bisa membuat laporan keuangan berupa neraca dan laba-rugi. Serta 2) cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan BEP.
Dalam melaksanakan program ini dibutuhkan partisipasi mitra. Bentuk partisipasi mitra tersebut, yaitu antara lain adalah:
 - a. Bersedia berdiskusi dan berpartisipasi aktif bersama tim pelaksana dalam pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan.
 - b. Ikut memberikan saran dan masukan dalam mendesain alat.

- c. Ikut serta dalam uji coba dan demonstrasi alat dengan menyiapkan sarana dan prasarana yang dimiliki mitra tempat demonstrasi.
- d. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pemakaian dan pengoperasian alat.
- e. Bersedia bekerjasama secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tidak menutup kemungkinan aplikasi-aplikasi serupa bisa digunakan untuk memperpendek jarak antara produsen dengan konsumen. Pulau Madura memiliki potensi cukup besar di beberapa hal, yang dimulai dari ikan laut, pertanian, produk makanan, minuman, hingga batik. Jika konsumen bisa memesan langsung ke produsen tanpa perantara tengkulak, maka konsumen bisa memperoleh harga yang lebih murah. Produsen juga bisa memperoleh laba yang lebih besar dibandingkan harus menjual produk ke tengkulak.

Petani yang seharusnya mendapatkan keuntungan lebih besar terpaksa harus merelakan hasil panennya dibeli tengkulak. Salah satu penyebabnya, petani tidak mengenal atau memiliki konsumen yang bisa berkomunikasi secara langsung tanpa perantara pihak ketiga. Keberadaan aplikasi khusus untuk petani ditujukan agar petani bisa memasarkan hasil panennya secara langsung kepada konsumen.

Ke depan, pengusaha di bidang teknologi informasi atau *technopreneur* sangat besar peluangnya. Teknologi informasi seharusnya menjadi alat bantu pemecah masalah yang dihadapi masyarakat. Terutama, masyarakat yang tidak berada di pusat kota. Sehingga ketimpangan antara masyarakat kota perkotaan dengan masyarakat di luar kota juga bisa merasakan manfaat

teknologi informasi. Bukankah selama ini, teknologi informasi seolah telah menghapus batas-batas antar negara, tidak hanya batas antara kota dengan luar kota.

Peluang ini bisa dimanfaatkan untuk mendorong para pengembang aplikasi di luar pusat kota untuk mengembangkan diri. Contoh nyata adalah sosok Ashodilah Ghalib Kubat. Sebagai seorang pembuat program, Ia juga bisa dikategorikan sebagai *entrepreneur* atau wirausaha di bidang teknologi.

Membuat dan mendesain aplikasi online jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” dengan mengadopsi jasa sejenis semisal Gojek, tetapi dalam bentuk yang lebih sederhana karena pertimbangan daya jangkau (hanya di kota kecil) dan efektivitas usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang tidak serumit Gojek. Untuk membuat aplikasi jasa usaha “Bangjek” dan “Pesan Antar” setidaknya diperlukan, yaitu antara lain:

- a. Web Administrator
- b. Aplikasi Android untuk kurir/*driver*
- c. Aplikasi Android untuk *user* (konsumen/pelanggan)
- d. Domain
- e. Hosting (Cloud VPS)
- f. Akun Developer di *Google Play Console*
- g. Aplikasi Android Driver, aplikasi Android User, serta Web Administrator saling terintegrasi agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Web Administrator digunakan admin untuk melakukan beragam pengolahan data pada server seperti data *driver*/kurir, data *user*, data transaksi, promosi, dan lain sebagainya. Sementara aplikasi Android untuk *driver*/kurir digunakan untuk menerima order. Sedangkan aplikasi Android untuk *user* digunakan oleh *user* untuk

melakukan order jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”.

Seperti membuat aplikasi lainnya, aplikasi ini juga harus memperhatikan kemudahan dari segi penggunaan, pengelolaan, dan bisa diterapkan di masyarakat secara luas. Jika tidak memahami hal itu, aplikasi Android yang dibuat akan sulit untuk diterima secara luas di masyarakat (Saifan, 2018). Karena hakikat dari pembuatan aplikasi android untuk “Bangjek” dan “Pesan Antar” ini adalah untuk meningkatkan daya saing usaha yang dimiliki oleh “Bangjek” dan “Pesan Antar”. Nantinya, juga bisa berdampak positif bagi masyarakat pengguna layanan yang ditawarkan oleh “Bangjek” dan “Pesan Antar”.

a. Membuat *Source Code Ojek Online*

Proses pembuatan aplikasi diawali dengan membuat rancangan dalam bentuk *coding* (rumus-rumus algoritma komputer) sebagai pondasi awal. Proses membutuhkan waktu sekitar dua hingga tiga bulan. Dengan bantuan mesin pencari *Google*, akan didapat beberapa contoh model *coding* untuk aplikasi *ojek online*. Bahkan, beberapa toko daring juga tersedia beberapa aplikasi *ojek online* yang sudah siap pakai. Tetapi, membeli *source code ojek online* di toko daring perlu berhati-hati. Ada beberapa penjual *source code* yang di-*block* oleh toko pengelola toko daring karena curang atau melanggar ketentuan yang ditetapkan oleh pengelola toko daring.

Usahkan mencari penjual *source code* yang bisa dipercaya dengan memperhatikan berapa pembeli yang sudah membeli, berikut ulasan dari para pembeli serta berapa tanda “bintang” yang telah disematkan ke produk *source code* yang dijual. Langkah penting lainnya adalah

menghubungi penjual *source code* terlebih dahulu melalui kolom *chat* yang tersedia di toko daring. Jika merasa cocok dan yakin dengan spesifikasi produk *source code*, barulah terjadi transaksi.

b. Membuat Konfigurasi

Setelah selesai membuat *coding*, kemudian dilanjutkan dengan membuat ketentuan tarif serta tampilan yang sesuai dengan keinginan pemilik usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar”. Konfigurasi berupa tampilan berupa logo dan daftar layanan yang ditawarkan (misalnya: ojek, pemesanan makanan/minuman, antar jemput barang, *cleaning service*, serta servis sepeda motor). Harga masing-masing layanan juga harus ditentukan. Jika ojek, maka yang ditentukan adalah tarif per kilometer.

c. Menyewa *Web Hosting*

Aplikasi Android yang bisa mendukung ke telepon genggam pintar sejatinya juga harus memiliki “rumah induk” berupa laman jejaring (web) khusus. “Bangjek” memiliki “rumah induk” yaitu www.bangjek.com, sedangkan “Pesan Antar” memiliki www.pesanantar.net. Dua “rumah induk” tersebut harus dibeli seharga masing-masing \$60 USD. Juga harus membayar sewa bulanan sebesar Rp10.000.

d. Mengunggah di *Play Store*

Aplikasi Android usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” ini diunggah melalui akun “Buyung Pambudi” di *Google Play Console*. Untuk memiliki akun di *Google Play Console*, harus melakukan pendaftaran serta membayar biaya pendaftaran satu kali (1x) sebesar \$25 USD. Kemudian baru bisa mengunggah aplikasi Android di *Google Play Store*. Setelah

terunggah, kurir/driver, konsumen dan pemilik usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” bisa mengunduh aplikasi tersebut di *Google Play Store* yang ada di telepon pintar (*Smartphone*).

Selain itu, berdasarkan hasil analisis situasi terhadap mitra PKM yang dilakukan Buyung Pambudi dan Aldila Septiana di lokasi dua tempat usaha (“Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan), diperoleh data sebagai berikut:

Pada aspek manajemen difokuskan pada pelatihan kepada kedua mitra berupa pengembangan serta pengelolaan sistem keuangan, yaitu antara lain:

- a. Pembuatan akun dan penomoran
Merancang dan menyajikan pembuatan akun dan penomoran yang memadai untuk usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang dilakukan pada transaksi-transaksi yang terjadi selama kuartal akhir.
- b. Pencatatan ke dalam jurnal umum
Usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” belum pernah melakukan pencatatan transaksi ke dalam jurnal umum. Catatan dilakukan secara tradisional, setiap transaksi yang terjadi dan belum membuat neraca lajur atau worksheet.

Sehingga untuk saat ini, aplikasi “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang berbasis android bisa diunduh di *Google Play Store* secara gratis.

KESIMPULAN

Di Kabupaten Bangkalan Madura, terdapat usaha yang bergerak di bidang jasa bernama “Bangjek” (Bangkalan Ojek) dan “Pesan Antar”. “Bangjek” dan “Pesan Antar” Bangkalan menawarkan jasa pemesanan dan mengantarkan pesanan menggunakan sarana media sosial (*Facebook, Twitter, Blackberry Messenger, Line, WhatsApp,*

serta *Instagram*). Usaha ini menawarkan jasa bagi masyarakat yang hendak memerlukan layanan ojek, kebersihan (*cleaning service*), servis motor, memesan atau mengantarkan sesuatu tetapi tidak bisa keluar rumah/berangkat sendiri.

Ke depan, pengusaha di bidang teknologi informasi atau *technopreneur* sangat besar peluangnya. Teknologi informasi seharusnya menjadi alat bantu pemecah masalah yang dihadapi masyarakat. Terutama, masyarakat yang tidak berada di pusat kota. Sehingga ketimpangan antara masyarakat kota perkotaan dengan masyarakat di luar kota juga bisa merasakan manfaat teknologi informasi. Bukankah selama ini, teknologi informasi seolah telah menghapus batas-batas antar negara, tidak hanya batas antara kota dengan luar kota.

Membuat dan mendesain aplikasi online jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” dengan mengadopsi jasa sejenis semisal Gojek, tetapi dalam bentuk yang lebih sederhana karena pertimbangan daya jangkau (hanya di kota kecil) dan efektivitas usaha jasa “Bangjek” dan “Pesan Antar” yang tidak serumit Gojek.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, Faisal. 1981. *Psikologi Penjualan*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Assael, H. 2004. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Belkoui dan Riahi, Ahmad. 2000. *Teori Akuntansi (Edisi Pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Choiriri, Anis dan Ghozali, Imam. 2003. *Teori Akuntansi (Edisi*

- Revisi). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.
- Hall, James A. 2011. *Accounting Information System (Sistem Informasi Akuntansi) Buku 1 (Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- <http://www.balimobi.com/blog/pembuat-an-aplikasi-android-seperti-gojek.html>
- <https://teknologimurah.wordpress.com/category/uncategorized/>
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- . & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.
- Mowen, J.C. & M. Minor. 2002. *Perilaku Konsumen* (Nurchahyo Mahanani, Ed.) (Jilid 2 Edisi Kelima). Jakarta: Erlangga.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, M. R. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Seventh Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suprapti, Ni W.S. 2010. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar-Bali: Udayana University Press.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.