

PKM Pengembangan Usaha Ojek Online PAPAJEK dengan Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Berbasis Android

Nurhidayah^{*1}, Amran Yahya², Nurjannah³, Saharuddin⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Sulawesi Barat

*e-mail: nurhidayah.inung19@gmail.com¹ amranyahya@unsulbar.ac.id²

Abstract

Papajek is one of the businesses that operates in online motorcycle taxi and courier services in Polewali Mandar, West Sulawesi Regency since 2018. However, until now the effectiveness of Papajek's management is still lacking, including the location of couriers and consumers being difficult to track, making it difficult for the delivery process. In addition, the pricing given to customers is still adjusted to the region, has not been determined according to the actual distance so that sometimes locations that are far enough away give the same price. To overcome this, we need an application that can be used to minimize things that are still obstacles in the operation of Papajek's online motorcycle taxis. Procurement of the Papajek application provides convenience for both drivers and consumers in using the application so that with the Papajek application it can increase the income of business actors both Papajek and Papajek's partners and can increase public knowledge about the use of technology in everyday life.

Keywords: Papajek, Android Application, Courier Online

Abstrak

Papajek merupakan salah satu usaha yang bergerak pada pelayanan jasa ojek dan kurir online di Polewali Mandar Kabupaten Sulawesi Barat sejak tahun 2018. Namun, hingga saat ini efektivitas manajemen Papajek masih tergolong kurang, antara lain lokasi kurir dan konsumen sulit dilacak sehingga membuat kesulitan proses pengantaran barang, selain itu penetapan harga yang diberikan kepada pelanggan masih disesuaikan dengan wilayah, belum ditentukan sesuai dengan jarak yang sebenarnya sehingga terkadang jarak lokasi yang cukup jauh memberikan harga yang sama. Untuk mengatasi hal tersebut, dibutuhkan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk meminimalisir hal-hal yang masih merupakan kendala dalam operasional ojek online Papajek. Pengadaan aplikasi Papajek memberikan kemudahan baik para driver maupun konsumen dalam menggunakan aplikasi sehingga dengan adanya aplikasi Papajek ini dapat meningkatkan penghasilan para pelaku usaha baik Papajek maupun mitra Papajek serta dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: Papajek, Aplikasi Android, Ojek Online

1. PENDAHULUAN

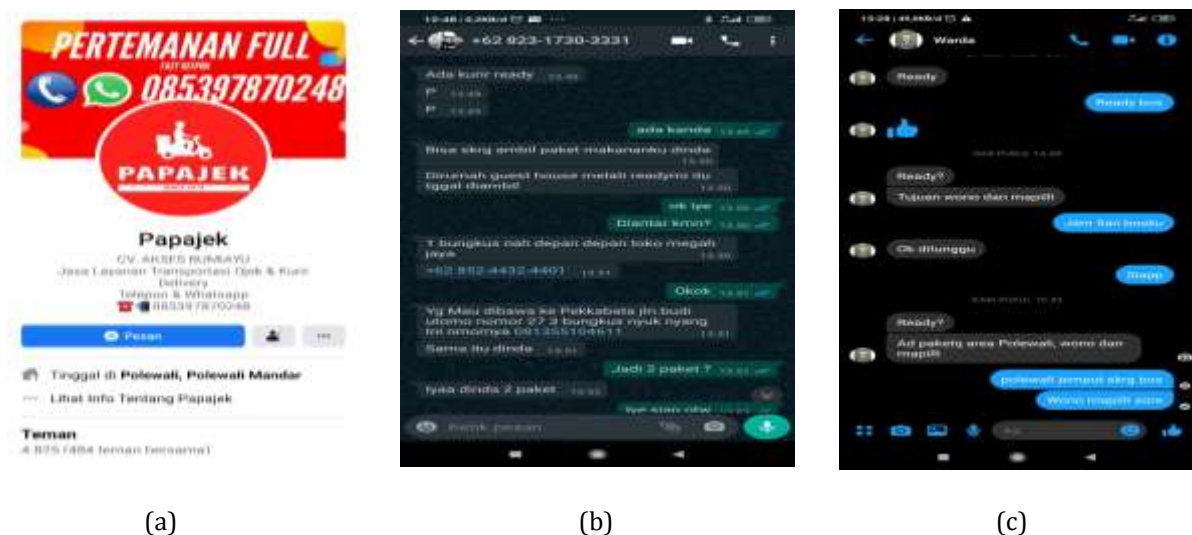
Papajek merupakan salah satu UKM yang bergerak pada bidang jasa kurir di Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat. Sebagai penyedia jasa kurir, Papajek dapat melakukan proses penjemputan dan pengantaran paket/barang dari tempat yang satu ke tempat lain dalam kawasan Polewali Mandar dan lintas Kabupaten di sekitarnya seperti Kabupaten Majene. Jasa kurir Papajek ini dapat melayani berbagai macam kebutuhan seperti pemesanan makanan, jasa titip belanja di pasar atau minimarket, ojek serta pengantaran barang apa saja yang tidak melanggar hukum. Hingga saat ini Papajek masih menggunakan media sosial *facebook* dalam melakukan promosi terhadap pelanggan, sedangkan bentuk komunikasi antara pelanggan dan admin papajek masih melalui media *whatsapp* dan *facebook*.

Jasa Papajek cukup diminati oleh masyarakat karena memberikan kemudahan dalam pengiriman maupun pemesanan barang dari tempat yang satu ke tempat yang lain tanpa membutuhkan waktu dan proses yang lama, pelanggan hanya perlu melakukan pemesanan via *whatsapp* ataupun *facebook* kepada admin, kemudian admin bertugas meneruskan pesanan tersebut kepada kurir untuk selanjutnya melakukan proses jemput dan antar paket ataupun jasa belanja di pasar maupun minimarket. Untuk jasa pemesanan makanan, pelanggan hanya perlu memberikan informasi atau meminta referensi kepada admin mengenai pilihan Rumah Makan

yang menyediakan makanan tersebut serta memesan kemudian mengantarkan makanan tersebut kepada pelanggan. Dokumentasi usaha Papajek disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Proses Pengantaran Pesanan Oleh Kurir (a) kurir mengantar bantal (b) kurir mengantar sabut kelapa (c) box untuk pengantaran makanan



Gambar 2. Promosi dan Proses Pemesanan (a) media social papajek (b) proses pemesanan melalui whatsapp (c) proses pemesanan melalui facebook messenger

Mengingat media yang digunakan oleh Papajek dalam menerima pesanan masih menggunakan media sosial *Whatsapp* dan *Facebook*, terkadang membuat admin dan kurir menjadi kewalahan dalam mengatur pesanan yang masuk dari pelanggan. Terkadang pelanggan melakukan komplain ketika pesanan yang telah dimasukkan telah diterima dan diteruskan oleh admin kepada kurir, namun pesanan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai kepada pelanggan, hal ini terkadang membuat pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan tersebut. Hal ini disebabkan karena belum adanya aplikasi *maps* yang dapat membuat admin maupun pelanggan melacak keberadaan kurir dalam memproses pesanan pelanggan tersebut.

Penggunaan media sosial *Whastapp* dan *Facebook* dalam memproses pesanan, terkadang membuat pelanggan merasa kurang tertarik memesan karena belum tersedianya pilihan menu maupun toko yang dapat diakses langsung oleh pelanggan sehingga belum memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memesan hal yang diinginkan serta tempat yang diinginkan untuk memesan, hal ini pula terkadang menyebabkan kesalahpahaman antara

pelanggan, admin, dan kurir, dalam memproses pesanan pelanggan. Promosi yang masih terbatas pada media sosial saja menyebabkan informasi terkait keberadaan UKM Papajek lebih banyak diketahui oleh penjual saja, pesanan dari konsumen langsung masih terbatas. Kurangnya informasi yang tersebar di masyarakat tentang eksistensi papajek, hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan hanya terbatas pada media whatsapp dan facebook saja. Sehingga eksistensi Papajek masih sangat terbatas.

Sebagai upaya dalam rangka meningkatkan hasil yang dapat dicapai oleh UKM Papajek berdasarkan analisis kebutuhan dan permasalahan yang terjadi. Maka rencana tindakan yang diusulkan yaitu pendekatan manajemen aplikasi berbasis android, dengan memanfaatkan teknologi berbasis android yang dapat menggabungkan kegiatan pemesanan, pelacakan lokasi kurir, serta promosi yang dapat dilakukan dalam satu aplikasi. Internet merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhitungkan, utamanya dalam hal pemasaran atau marketing (Mikro, 2017). Tanpa internet maka kegiatan pemasaran akan dilakukan sangat sulit dan membutuhkan biaya besar sehingga tidak efisien. Selain itu, dengan penggunaan internet bukan hanya berdampak pada kemudahan marketing saja, namun juga dapat memberikan pelayanan jarak jauh kepada konsumen sehingga memberikan kemudahan konsumen dapat menikmati produk yang disajikan tanpa harus datang ke tempat penjualan secara langsung.

E-commerce merupakan proses transaksi yang dilakukan dengan menggunakan media internet dalam memperkenalkan produknya, sehingga dengan adanya hal tersebut diharapkan kegiatan jual beli maupun kegiatan lainnya dapat dilakukan dengan meminimalisir penggunaan biaya dan waktu (Ali & Kunci, 2020). Sedangkan *e-commerce* merupakan sesuatu hal yang menjadi kebutuhan yang mendasar bagi kelompok yang bergerak di bidang perdagangan (Mumtahana, Nita, & Tito, 2017) .

Smartphone merupakan salah satu media komunikasi yang dimiliki oleh sebagian besar penduduk di dunia, dari data yang disajikan oleh Menristekditi bahwa dari total penduduk Indonesia sebanyak 65 juta jiwa sekitar 25% telah menggunakan *smartphone* (Irvansyah, n.d.). Penggunaan ponsel pintar ini sangat diminati oleh masyarakat mengingat manfaat yang diberikan oleh ponsel pintar ini tidak hanya sebagai penghubung komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya, namun dapat digunakan dalam memperoleh informasi maupun sebagai media hiburan bagi penggunanya.

Pemanfaatan Android hingga sekarang ini juga sangat memudahkan dalam melakukan transaksi bisnis, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan yang menyimpulkan bahwa penerapan teknologi komputer berbasis android dapat membantu pemilik usaha mikro masyarakat ekonomi menengah ke bawah dalam hal melakukan dokumentasi dari transaksi yang telah dilakukan (Ekonomi, Putri, Suhud, & Rizan, 2017)

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa hampir semua konsumen menyukai penggunaan aplikasi yang mampu menawarkan pada kemudahan dan manfaat *smartphone* yang dapat memberikan bantuan untuk mendapatkan hal yang dibutuhkan, bahkan membantu sebagai perantara transportasi (Firtian, Putri, & Mahendra, 2017). Selain itu, hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Anggriana (Layanan, Kepuasan, Quality, & Satisfaction, 2017) menyatakan bahwa jika harga yang ditawarkan oleh ojek online sesuai dengan pelayanan yang diterima, promosi yang dilakukan oleh ojek online menarik, serta kualitas layanan yang diberikan oleh ojek online baik maka akan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penggunaan transportasi berbasis teknologi mampu meminimalisir resiko dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan yang disebabkan oleh munculnya fitur teknologi *smartphone* yang mendukung (Defriyanto, 2015).

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pemenuhan kebutuhan dasar merupakan salah satu motivasi kerja bagi para pelaku ojek online, sehingga dalam mencapai hal tersebut para pelaku ojek online berusaha memberikan pelayanan yang terbaik (Anggraeni & Jakarta, 2020). Oleh sebab itu pengadaan aplikasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan motivasi para driver dalam menjalankan tugas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

hasil penelitian lain menyimpulkan bahwa hampir semua konsumen menyukai penggunaan aplikasi yang mampu menawarkan pada kemudahan dan manfaat smartphone yang dapat memberikan bantuan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan, bahkan membantu sebagai perantara transportasi (Hasan, 2020).

2. METODE

Tahapan pelaksanaan secara garis besar dijelaskan sebagai berikut :

- a) Tahap I, berupa Koordinasi dan Analisis kebutuhan Usulan yang terdiri dari :
 1. Persiapan dan koordinasi, pada tahapan ini koordinasi dengan pihak Papajek sebagai mitra
 2. Strategi Bisnis dan Perencanaan Bisnis, pada tahapan ini dibuat model proses bisnis yang dijalankan dengan sistem e-commerce.
- b) Tahap II, berupa Perancangan Aplikasi e-Commerce yang terdiri dari :
 1. Perancangan Aplikasi
 2. Web Hosting, pada tahapan ini, hasil rancangan yang telah dibuat selanjutnya di lakukan launching Aplikasi.
 3. Web Advertising, pada tahapan ini, dilakukan promosi ke media-media social tentang Aplikasi Papajek
- c) Tahap III, berupa Integrasi Sistem pada Model B2C yang terdiri dari :
 1. Bussiness Procces, pada tahapan ini, aplikasi Papajek yang dikembangkan selanjutnya dipublikasi
 2. Simulasi Penerapan, pada tahapan ini, dilakukan simulasi penggunaan aplikasi untuk menguji kehandalan aplikasi berbasis web yang telah dibangun.
- d) Tahap IV, berupa Pengujian Sistem di Lapangan yang terdiri dari :
 1. Pengujian Lapangan, pada tahapan ini, diharapkan telah ada transaksi real untuk melihat performance sistem dan layanan dalam melaksanakan fungsi promosi dan penjualan produk.
 2. Laporan, pada tahapan ini, dibuat dokumen laporan kegiatan yang telah dilakukan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pelaksanaan secara garis besar dijelaskan sebagai berikut :

- a) Tahap I, berupa Koordinasi dan Analisis kebutuhan Usulan yang terdiri dari :
 1. Persiapan dan koordinasi, pada tahapan ini koordinasi lanjutan dilakukan mengetahui dan menganalisis hal yang menjadi kebutuhan mitra agar dapat meningkatkan pelayan serta berdampak pada peningkatan keuntungan bagi Driver dan Admin Papajek Dalam hal ini tim pelaksana PKM Unsulbar melakukan identifikasi hal apa saja yang dibutuhkan dan hal apa saja yang perlu dilakukan dalam rangka membuat aplikasi Papajek berbasis Android.
 2. Strategi Bisnis dan Perencanaan Bisnis, pada tahapan ini dibuat model proses bisnis yang akan dijalankan dengan sistem e-commerce, dalam hal ini dibuat strategi bisnis apa saja yang perlu dilakukan sehingga dapat meningkatkan jalannya bisnis Papajek. Dalam hal initik Pelaksana PKM Unsulbar bekerjasama dan berdiskusi sehingga dihasilkan perencanaan bisnis Papajek bukan hanya dibatasi dalam pelayanan jasa kurir saja, tetapi agar pelayanan dapat berjalan secara maksimal maka ditetapkan beberapa layanan tambahan yang dapat disajikan oleh Papajek antara lain sebagai berikut:
 - (a) Jasa Layanan “Papa Drive”, layanan ini merupakan layanan dengan memberikan jasa mengantar atau menjemput penumpang sampai ke tempat tujuan dengan menggunakan kendaraan motor. Sesuai dengan analisis yang dilakukan oleh Tim Pelaksana Pengabdian dengan Owner Papajek maka ditetapkan bahwa tarif yang dapat digunakan dalam menggunakan jasa

layanan Papa Drive yaitu Rp. 5.000,- pada kilometer pertama, dan kilometer berikutnya ditetapkan tariff Rp. 500,- untuk setiap kilometernya.

- (b) Jasa Layanan “Papa Food”, layanan ini merupakan layanan dengan memberikan jasa membeli makanan di warung atau penjual makanan online. Sesuai dengan analisis yang dilakukan oleh Tim Pelaksana Pengabdian dengan Owner Papajek maka ditetapkan bahwa tarif jasa ini dibanderol sesuai dengan jarak antara lokasi pembelian makanan dengan lokasi tujuan pengantaran makanan. Untuk jasa layanan ini pihak Papajek perlu melakukan koordinasi dengan warung atau penjual makanan online agar produk yang dijual dapat ditampilkan pada aplikasi Papajek.
- (c) Jasa Layanan “Papa Car”, layanan ini merupakan layanan dengan memberikan jasa mengantar atau menjemput penumpang sampai ke tempat tujuan dengan menggunakan kendaraan mobil. Sesuai dengan analisis yang dilakukan oleh Tim Pelaksana Pengabdian dengan Owner Papajek maka ditetapkan bahwa tarif yang dapat digunakan dalam menggunakan jasa layanan Papa Car yaitu Rp. 10.000,- pada kilometer pertama, dan kilometer berikutnya ditetapkan tariff Rp. 1.000,- untuk setiap kilometer selanjutnya.
- (d) Jasa Layanan “Papa Send”, layanan ini merupakan layanan dengan memberikan jasa mengantar atau menjemput barang (bukan orang) dari lokasi pengirim menuju lokasi penerima barang, jasa layanan ini masih terbatas pada pengantaran barang dengan menggunakan kendaraan motor. Untuk jasa layanan Papa Send ini diberikan tarif sesuai dengan tarif pada layanan Papa Drive yaitu Rp. 5.000,- pada kilometer pertama, dan Rp. 500,- pada setiap kilometer selanjutnya.
- (e) Jasa Layanan “Papa Mart”, layanan Papa Mart ini memberikan pelayanan jasa membeli barang di pasar atau di swalayan yang dituju, jasa ini memberikan kemudahan kepada konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan tanpa harus ke pasar atau ke swalayan. Jasa Papa Mart ini dijalankan dengan memberikan pilihan kepada konsumen minimarket atau pasar yang dituju untuk membeli barang, serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyebutkan barang yang akan dibelanjakan.
- (f) Jasa Layanan “Papa Laundry”, mengingat kebutuhan jasa laundry juga banyak digunakan pada konsumen belakangan ini, maka ditetapkan pula jasa Papa Laundry, layanan ini memberikan jasa berupa layanan mengantar atau menjemput barang yang di Laundry. Jasa ini dikenakan tarif dengan menyesuaikan jarak antara tempat laundry dengan lokasi tujuan atau penjemputan barang yang akan dilaundry.

b) Tahap II, berupa Perancangan Aplikasi e-Commerce yang terdiri dari :

1. Perancangan aplikasi, pada tahapan ini, mulai dibuat perencanaan aplikasi sesuai dengan kebutuhan proses bisnis yang telah dirancang pada tahapan sebelumnya, sebagai contoh perancangan sebagaimana ditunjukkan pada gambar.

Tahapan perancangan aplikasi ini dilakukan dengan terlebih dahulu berkoordinasi dengan owner Papajek dalam menentukan ikon yang akan digunakan pada Aplikasi Papajek. Langkah selanjutnya yaitu menentukan ikon yang akan digunakan pada masing-masing fitur layanan aplikasi Papajek. Dalam tahap ini dilakukan perancangan aplikasi Papajek berdasarkan perancangan model bisnis yang telah ditetapkan sebelumnya dengan fitur sebagai berikut:

- (a) Jasa Layanan “Papa Drive”, rancangan aplikasi papa drive ini dilakukan dengan terlebih dahulu berkoordinasi dengan owner Papajek dalam memilih ikon untuk fitur layanan Papa Drive, dalam hal ini ditentukan ikon yang disajikan pada gambar 6.2, selain itu, dalam fitur Papa drive ini disajikan peta lokasi jemput dan lokasi tujuan konsumen yang akan diantar. Kemudian

setelah mendapatkan titik jemput dan atitik antar, maka akan terlihat jumlah uang yang perlu dibayar oleh konsumen.



Gambar 3. Fitur Papa Drive

- (b) Jasa Layanan “Papa Food”, dalam perancangan fitur Papa Food dilakukan koordinasi terlebih dahulu dengan para Mitra Papajek yang merupakan warung dan penjual makanan inline. Dalam koordinasi tersebut pihak Papajek memperoleh informasi serta mendapatkan izin untuk menampilkan identitas usaha, alamat, menu, serta daftar harga dari masing –masing menu yang tersedia pada warung atau penjual makanan online tersebut. Selain itu, Papajek juga melakukan dokumentasi menu yang tersedia sehingga pada tampilan menu Papa Food konsumen dapat pula melihat gambar menu yang tersedia pada warung atau penjual makanan online tersebut. Sejauh ini sekita 20 warung dan penjual makanan online yang telah disajikan dalam fitur Papa Food. Adapun model fitur Papa food didajikan pada gambar 6.2 berikut:



Gambar 4. Fitur Papa Food

- (c) Jasa Layanan “Papa Car”, fitur ini disajikan dengan menampilkan ikon mobil, setelah mengklik akan mobil, maka akan ditampilkan keterangan jam operasional Layanan Papa Car dapat digunakan yaitu pada pukul 08.00-17.00 WITA. Waktu ini ditentukan dengan pertimbangan keamanan apabila fitur Papa Car digunakan pada malam hari maka bias menimbulkan rentan terjadi

hal yang tidak diinginkan. Pada fitur ini juga sama seperti fitur Papa Drive yaitu konsumen diarahkan untuk menentukan lokasi jemput dan lokasi tujuan yang kemudian aplikasi akan menghitung jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen dengan tarif yang telah ditentukan sebelumnya. Tampilan fitur layanan Papa Car disajikan pada gambar berikut:



Gambar 5. Fitur *Papa Car*

- (d) Jasa Layanan “Papa Send”, perancangan fitur Papa Send ini hamper sama dengan fitur Papa Drive yaitu pada fitur ini juga dihubungkan dengan maps dimana dalam maps tersebut tersedia lokasi jemput dan lokasi tujuan barang yang akan dikirim, setelah itu akan tampil jumlah yang harus dibayar oleh konsumen, dalam fitur ini juga diberikan fitur catatan sehingga konsumen dapat menuliskan deskripsi barang yang akan diantarkan sehingga menjadi bahan informasi dan pertimbangan bagi driver dalam mengantarkan barang tersebut. Fitur Papa Send ini disajikan pada gambar berikut:



Gambar 6. Fitur *Papa Send*

- (e) Jasa Layanan “Papa Mart”, perancangan aplikasi Papa Mart dibuat dengan menggunakan ikon *Trolly* yang berkaitan dengan belanja. Dalam fitur ini tersedia beberapa swalayan dan pasar tradisional yang bias menjadi tujuan konsumen untuk berbelanja barang, dalam memesan barang yang akan dibelanjakan disajikan kolom catatan yang dapat diisi oleh konsumen mengenai barang yang akan dibelanjakan. Setelah itu, akan dihubungkan dengan maps sehingga konsumen dapat menentukan lokasi pengantaran barang belanjaan tersebut. Fitur Papa Mart dsajikan pada gambar berikut:



Gambar 7. Fitur Papa Mart

- (f) Jasa Layanan “Papa Laundry”, fitur Papa Laundry berisi beberapa usaha Laundry yang berada di sekitar Polewali Mandar sehingga konsumen diberikan kesempatan untuk memilih tempat Laundry yang diinginkan, fitur ini juga dihubungkan dengan maps sehingga dapat memudahkan dalam pengantaran ataupun penjemputan barang Laundry, fitur ini dapat dijalankan oleh driver yang menggunakan motor. Fitur Papa Laundry disajikan pada gambar berikut:



Gambar 8. Fitur Papa Laundry

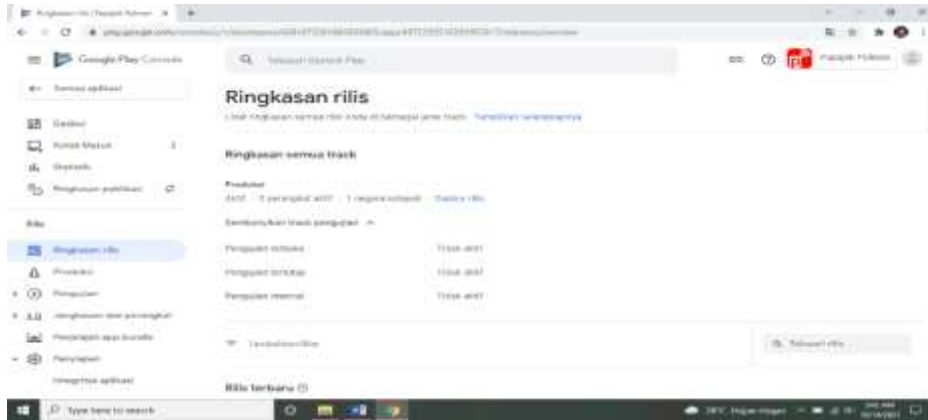
2. Web Hosting, pada tahapan ini, hasil rancangan sistem e-commerce yang telah dibuat selanjutnya di hosting pada server untuk proses launching Aplikasi.
3. Web Advertising, pada tahapan ini dilakukan promosi pada media social Papajek terkait Aplikasi Papajek yang telah dibuat, adapun Media Sosial yang digunakan antara lain media Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Upaya ini dilakukan agar masyarakat dapat segera mendapatkan informasi berkaitan dengan pengadaan aplikasi Papajek dan dapat diunduh dan digunakan oleh kalangan masyarakat Polewali Mandar.



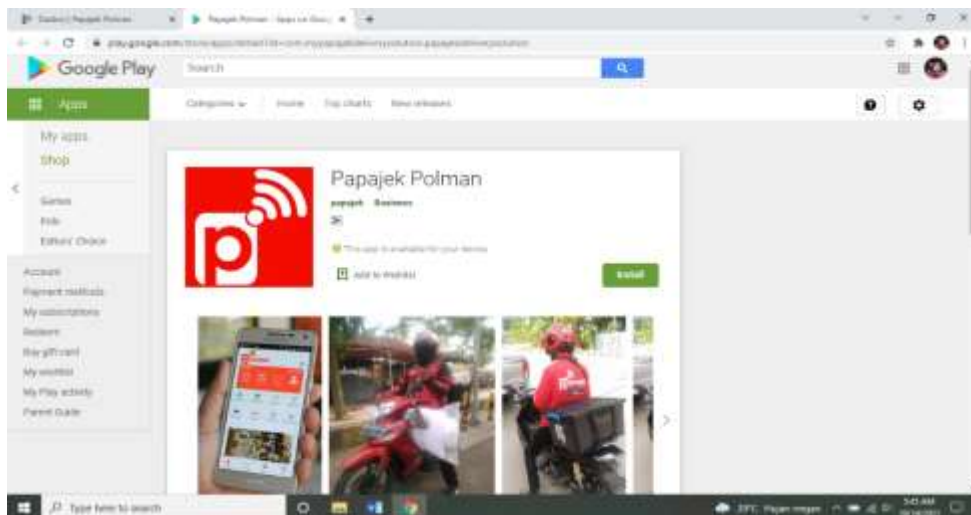
Gambar 9. Promosi Aplikasi di Media Sosial

c) Tahap III, berupa Integrasi Sistem pada Model B2C yang terdiri dari :

1. Bussiness Procces, pada tahapan ini, aplikasi e-commerce yang dikembangkan selanjutnya dipublikasi untuk diuji performance nya dalam melakukan promosi dan penjualan produk. Aplikasi tersebut juga telah diunggah pada Google Play Console, dan hingga saat ini status rilis aplikasi tersebut yaitu dalam masa peninjauan oleh pihak Google.

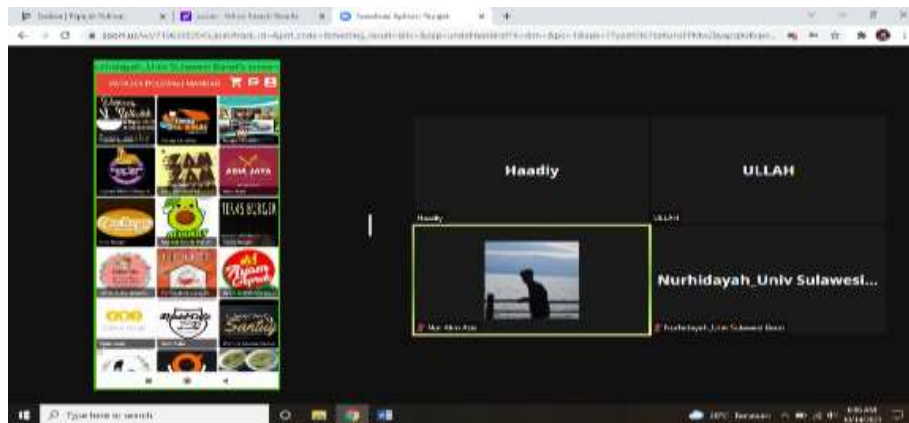


Gambar 10. Upload pada Google Console



Gambar 11. Tampilan Pada Google Play

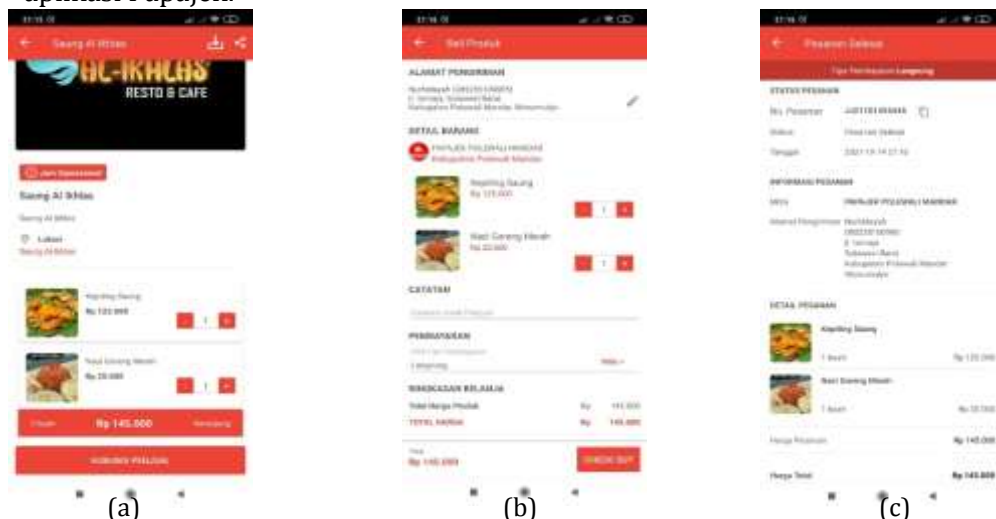
2. Simulasi Penerapan, pada tahapan ini, dilakukan simulasi penggunaan aplikasi kepada para driver Papajek. Dalam hal ini dilakukan simulasi sebagai bentuk sosialisasi kepada para Driver Papajek mengenai penggunaan Aplikasi Papajek. Hal ini dilaksanakan dengan tujuan para Driver Papajek yang telah bergabung sebelumnya dapat mengetahui penggunaan aplikasi Papajek yang akan digunakan dalam memproses semua orderan yang masuk. Selain itu, para driver juga diberikan informasi terkait cara mendaftar sebagai driver pada Aplikasi Papajek.



Gambar 12. Sosialisasi Aplikasi Papajak pada Driver

d) Tahap IV, berupa Pengujian Sistem di Lapangan yang terdiri dari:

1. Pengujian Lapangan, pada tahapan ini, diharapkan telah ada transaksi real untuk melihat performance sistem dan layanan dalam melaksanakan fungsi promosi dan penjualan produk. Pada tahapan ini dilakukan uji coba penggunaan aplikasi dengan melakukan orderan secara langsung. Berdasarkan hasil pengujian, aplikasi Papajak dalam memproses pesanan konsumen serta para driver juga dapat menerima pesanan dan memproses pesanan tersebut. Berikut disajikan contoh pembelian pada aplikasi Papajak:



Gambar 13. Uji Coba Aplikasi (a) memilih menu (b) ringkasan belanja (c) buat pesanan

2. Laporan, pada tahapan ini, dibuat dokumen laporan kegiatan yang telah dilakukan.

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Pembuatan Aplikasi Papajak diperoleh hasil antara lain, (1) Efektivitas dalam mengelola pesanan semakin tinggi, hal ini disebabkan oleh driver dapat langsung berkomunikasi dengan konsumen sehingga kesalahan dalam melakukan orderan dapat diminimalisir, (2) Kemudahan akses bagi masyarakat Polewali Mandar jika ingin memanfaatkan jasa Papajak, hal ini disebabkan karena masyarakat dengan bebas dapat mengunduh dan mengunggah aplikasi Papajak serta dapat menggunakan sebagaimana mestinya tanpa perlu mencari tahu dan menunggu antrian pesannya akan diproses oleh Admin, hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa penggabungan layanan transportasi dan kecanggihan teknologi sehingga memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan merupakan inovasi baru dalam bisnis transportasi (Arisanty, 2016). (3) kegunaan aplikasi Papajak dapat pula meningkatkan kesadaran dan keterampilan masyarakat tentang pentingnya menguasai

teknologi pada masa sekarang ini, hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa persepsi manfaat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi (Ekonomi, 2018).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi penggunaan aplikasi Papajek dapat disimpulkan bahwa penggunaan Aplikasi Papajek dapat digunakan oleh driver dan konsumen secara mudah, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penghasilan bagi driver papajek serta dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari..

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sulawesi Barat yang telah memberi dukungan moril dan materiil sehingga Pengabdian Masyarakat ini dapat terlaksana dan mencapai hasil yang baik..

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., & Kunci, K. (2020). *Analisis Layanan Ojek Online PT . Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam*. 3(1), 147–157.
- Anggraeni, F. N., & Jakarta, U. M. (2020). *Survey motivasi kerja driver ojek online grab*. 3(3), 251–260. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930682>
- Arisanty, M. (2016). *ANALISIS PENERAPAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI TEPAT GUNA PADA*. 2, 712–729.
- Defriyanto. (2015). *Agihan sifat fisik tanah dan tingkat kepekaan erosinya pada kawasan karst di kecamatan sukolilo kabupaten pati*.
- Ekonomi, J. P. (2018). *Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Ojek Online*. 6(1), 34–44.
- Ekonomi, J. P., Putri, E. R., Suhud, U., & Rizan, M. (2017). *Niat Berbelanja Online Siswa Sekolah Menengah Pertama*. 5(2), 138–147.
- Firtian, L., Putri, S., & Mahendra, I. (2017). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut)*. 13(1), 136–144.
- Hasan, Y. (2020). *Penerapan Aplikasi Android Dalam Pengelolaan Transaksi Usaha Mikro*. 1(1), 12–16.
- Irvansyah, F. (n.d.). *Aplikasi pemesanan jasa cukur rambut berbasis android*. 26–32.
- Layanan, K., Kepuasan, D., Quality, S., & Satisfaction, C. (2017). *137 Pengaruh Harga.. ... Anggriana, dkk. e-ISSN:2541-2566 p-ISSN:2088-916X*. 7(2), 137–156.
- Mikro, U. (2017). *Fakultas Teknik – Universitas Muria Kudus* 11. 11–16.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). *khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*. 3(1), 6–15.