



Perencanaan Sistem Order Dalam Pelayanan Melalui Aplikasi Delivery Order Di Roti'O

Dimas Dwi Darmawan¹, Rudi Rivalzi², Santi Pertiwi Hari Sandi³, Dwi Epty Hidayaty⁴

Universitas Buana Perjuangan

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 July 2023

Accepted 15 July 2023

Published 20 July 2023

Email Author

mn21.dimasdarmawan@mhs.u

bpkarawang.ac.id

mn21.rudirivalzi@mhs.ubpkar

awang.ac.id

santi.pertiwi@ubpkarawang.ac

.id

dwi.epty@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

Roti'O is known as a franchise company with its flagship product, the coffee bun. Roti'O's first outlet was established on May 23, 2012 at Kota Station, West Jakarta. Roti'O is a brand under PT. Sebastian Citra Indonesia. This study aims to determine the planning of the order system in service through the delivery order application at Roti'o. The method used is descriptive. Descriptive is a research method that describes the characteristics of the population or phenomenon studied. Therefore, the main focus of this research method is to explain the research object. So that is in accordance with what events or phenomena are happening. In general, the results of this study Roti'O still do not have a Roti'O delivery application that can make it easier for consumers. Currently, the development is so rapid, many social media are used to facilitate quick access to social media. We hope that this online order delivery will make it easier for customers to shop and save time busy with every other work in daily life

Keyword– Delivery order, consumer behavior, services

ABSTRAK

Roti'O dikenal sebagai perusahaan franchise dengan produk andalannya yaitu coffee bun. Gerai pertama Roti'O didirikan pada 23 Mei 2012 di Stasiun Kota, Jakarta Barat. Roti'O adalah merek di bawah PT. Sebastian Citra Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan sistem pemesanan dalam pelayanan melalui aplikasi delivery order di Roti'o. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, fokus utama metode penelitian ini adalah menjelaskan objek penelitian. Sehingga sesuai dengan peristiwa atau fenomena apa yang sedang terjadi. Secara umum hasil penelitian ini Roti'O masih belum memiliki aplikasi pesan antar Roti'O yang dapat memudahkan konsumen. Saat ini perkembangannya begitu pesat, banyak media sosial yang

digunakan untuk memudahkan akses cepat ke media sosial. Kami berharap pengiriman pesanan online ini akan memudahkan pelanggan untuk berbelanja dan menghemat waktu sibuk dengan setiap pekerjaan lain dalam kehidupan sehari-hari

Kata Kunci – pesan antar , perilaku konsumen, pelayanan

PENDAHULUAN

Roti'O dikenal sebagai perusahaan franchise dengan produk andalannya yaitu coffee bun. Gerai pertama Roti'O didirikan pada 23 Mei 2012 di Stasiun Kota, Jakarta Barat. Roti'O adalah merek di bawah PT. Sebastian Citra Indonesia. Perusahaan ini tidak hanya bergerak di bisnis makanan, tetapi juga di bisnis fashion yaitu produk pakaian polo. Brand yang bergerak di bidang makanan dan minuman ini kemungkinan memiliki 500 outlet di seluruh Indonesia. Sementara itu, Roti'O dikenal luas oleh masyarakat umum karena dijual di bandara dan stasiun, yang menjadikan Roti'O keunggulan tersendiri. Roti'O, brand legendaris kebanggaan Indonesia. Warna keluarnya yang kuning cerah dan ceria membuatnya mudah dikenali di tengah kerumunan yang beragam. Outlet tersebut menawarkan beberapa kursi dan meja untuk bersantap santai sambil mengobrol dengan teman. Berbagai kue modern untuk kopi Hits. Makanan khas Roti'O dengan rasa kopi dan rasa butter yang lembut di dalamnya wajib dicoba untuk keseruan menyantap kue kering, yang juga aktif dipromosikan oleh Roti'O di media sosial. Slogan Roti'O adalah "Dedikasi untuk menyediakan roti berkualitas". Merek mengklaim bahwa setiap roti yang ditawarkan adalah roti berkualitas. Selain itu, Roti'O mengklaim dapat menyediakan pelanggan panas dan langsung dari oven. "Kami menjamin rasa roti Anda sampai suapan terakhir, disajikan panas dan langsung dari oven". Berubah dari tahun ke tahun, saat ini semakin banyak toko fisik yang beralih ke dunia online untuk memasarkan produknya. Pada 2017, pendapatan e-niaga hampir Rp 2,3.000.000.000.000 dan diproyeksikan mencapai Rp 4,5.000.000.000.000 pada tahun 2021. E-niaga menyumbang 10% dari penjualan ritel per tahun, tetapi terus tumbuh hingga 15% per tahun. Karena internet menjadi lebih mudah diakses, konsumen di seluruh dunia lebih suka berbelanja online daripada di toko fisik. Pedagang online saat ini memiliki peluang besar untuk memanfaatkan tren yang berkembang ini dengan menawarkan hal-hal yang mereka inginkan, seperti akses mudah ke produk yang mereka inginkan, pengiriman cepat, dan layanan pelanggan yang cepat dan responsif (Nurul Az-zahra et al., 2021).

METODE

Metode penelitian ini menggunakan Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan ciri-ciri populasi atau fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, fokus utama dari metode penelitian ini adalah untuk menjelaskan objek penelitian. Jadi itu sesuai dengan peristiwa atau fenomena apa yang terjadi. Metode penelitian deskriptif berbeda dengan metode lain yang lebih fokus membahas mengapa suatu peristiwa atau fenomena terjadi. Dimana peristiwa dan fenomena yang disebutkan disini merupakan objek penelitian. Hasil penelitian secara alami menggambarkan objek penelitian secara detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Roti'O merupakan brand bakery lokal yang mengusung konsep Coffee Bun. Coffee Bun sendiri merupakan roti yang beraroma kopi dan memiliki rasa manis yang disukai banyak orang. Biasanya dijual di toko atau kafe. Roti'O dimiliki oleh PT Sebastian Citra Indonesia. Perusahaan pertama kali membuka toko Roti'O pertamanya di Stasiun Kota di Jakarta Barat pada 23 Mei 2012. Namun, perusahaan ini tidak hanya bergerak di industri makanan. PT Sebastian Citra juga bergerak di bidang industri minuman yang salah satu produknya adalah minuman kopi. Mereka fokus pada sektor jasa makanan dan minuman dan telah memiliki 500 gerai di seluruh Indonesia.

Nama Roti'O mulai dikenal luas di kalangan masyarakat karena aspeknya yang sangat strategis, mulai dari bandara hingga stasiun yang membuat Roti'O meraup keuntungan. Namun Roti'O masih belum memiliki aplikasi pesan antar Roti'O yang dapat memudahkan konsumen (Mabruri Pudyas Salim, 2022).

Hasil pengumpulan data berdasarkan penelitian dalam sampel survei ini dikelompokkan berdasarkan jenis pelanggan sebagai berikut:

NO	Jenis Pelanggan	Frekuensi	Presentase
1	Pembeli Baru	90	90%
2	Pembeli Berulang	10	10%
Jumlah		100	100%

Tabel 1

Sumber: Roti'o, penulis 2023



Gambar 1

Sumber: Rotio, Penulis 2023

1. Pengertian *Delivery Order*

Delivery order adalah suatu dokumen resmi yang digunakan oleh pengirim barang untuk mengantarkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Tidak hanya tempat saja, *delivery order* adalah dokumen resmi yang membantu pengiriman barang dari penjual ke pembeli atau dari perusahaan yang satu ke perusahaan yang lain. Dokumen *delivery order* adalah jenis dokumen

yang biasanya dibawa oleh petugas pengirim barang. Dokumen ini juga bisa digunakan untuk mengidentifikasi jenis barang dan isinya. Penggunaan lain dari dokumen *delivery order* adalah identitas perjalanan dan bukti kesepakatan antara dua pihak. Oleh karenanya, sangat penting untuk pengirim barang memberikan *delivery order* yang jelas di setiap barang yang mereka kirimkan (Ayu NovitaSari & Budy Cahya, 2018).

Bentuk dokumen *delivery order* adalah bermacam-macam. Tergantung dengan perusahaan dan apa barang yang dikirimkan. Bahkan untuk pengiriman internasional, dokumen *delivery order* adalah jenis dokumen yang memiliki beberapa lembar untuk keperluan pemeriksaan petugas bea cukai. Contoh sederhana yang bisa dilihat di sekeliling kita dari *delivery order* adalah lembar kertas yang tertempel di kotak paket saat kamu membeli barang lewat online. Kertas yang menempel tersebut bisa disebut dengan *delivery order* (Henry Faizal Noor, 2013). Di dalamnya terdapat *barcode* kode barang, data pengirim dan data penerima. Kemudian tambahan data lain adalah biaya dan berat barang. Ini adalah contoh dari *delivery order*.

Fungsi *Delivery Order*

Delivery order adalah dokumen yang sangat penting dan tidak bisa dilewatkan oleh pengirim. Jika *delivery order* tidak dipenuhi, maka barang bisa dianggap pengiriman ilegal. Beberapa fungsi penting dari *delivery order* adalah :

1. Daftar Barang

Delivery order adalah jenis dokumen yang digunakan untuk menjelaskan daftar barang yang dikirim. Baik barang dalam jumlah kecil maupun besar, pengirim wajib menuliskan apa saja daftar barang yang dikirimkan.

Dokumen *delivery order* adalah bagian penting dari identifikasi barang tersebut. Dengan menuliskan apa saja daftar barang yang dikirim, maka pihak yang mengirimkan akan lebih mudah mengatur pengiriman barang.

2. Tanda Bukti Pembelian

Selain sebagai dokumen yang menjelaskan daftar barang yang dikirim, *delivery order* adalah jenis dokumen yang bisa digunakan sebagai tanda bukti pembelian barang. Di dalam *delivery order* juga terdapat data apakah barang tersebut sudah lunas atau belum. Tanda pembelian ini perlu disertakan agar status pengiriman barang bisa menjadi lebih mudah. Contoh penggunaan tanda bukti pembelian dengan *delivery order* adalah saat melakukan pembelian dengan metode *COD* atau *cash on delivery*. Dalam dokumen *delivery order*, status pembayaran yang ditulis adalah *COD* sehingga pihak kurir dapat menagih pembayaran kepada pelanggan saat melakukan pengiriman. Tanda bukti pembelian dalam *delivery order* juga akan sangat berguna untuk pembelian internasional. Pemeriksaan bea cukai akan lebih mudah dilakukan dengan adanya tanda bukti pembelian yang tertera pada *delivery order*. Data tersebut mempermudah bea cukai untuk menghitung pajak masuk dan membuat tagihan kepada penerima barang. Karena *delivery order* adalah dokumen bukti pembelian yang penting, maka pihak pengirim perlu membuat dokumen *delivery order* yang aman dan tidak mudah hilang. Tanpa adanya bukti pembelian barang dalam *delivery order*, maka pengiriman barang tidak akan bisa sukses (Pertwi Hari Sandi, Ratu Khalids, et al., 2023).

3. Bukti Barang Telah Dikirim

Fungsi terakhir dari *delivery order* adalah sebagai tanda bukti bahwa barang telah diterima oleh penerima barang dalam keadaan baik. Bukti ini bisa diselesaikan dengan cara pihak penerima

yang memberikan tanda tangan pada dokumen atau memberikan stempel yang menjadi tanda bukti. Dengan adanya *delivery order* yang sudah ditandatangani, membantu pihak pengirim mengetahui bahwa barang diterima dengan baik. Selain sebagai tanda bukti diterima oleh penerima barang, *delivery order* adalah dokumen yang membantu pihak pengiriman mencatat data jika barang perlu beberapa jalur pengiriman yang berbeda. Jadi barang tidak akan hilang di tengah pengiriman .

Fungsi *delivery order* di atas sudah cukup menyatakan bahwa *delivery order* adalah dokumen penting yang harus disertakan oleh pengirim pada setiap barang yang dikirim. Tanpa adanya *delivery order* yang jelas, barang tidak akan terkirim dengan baik dan pihak jasa pengiriman atau logistik berhak menolak untuk mengirimkan barang tersebut. Kemudian pengertian penyaluran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penyaluran (menyebarkan, mengirim) ke banyak orang atau ke banyak tempat. Pengertian lain dari distribusi adalah pembagian kebutuhan sehari-hari (terutama dalam situasi krisis) oleh negara kepada pejabat, penduduk, dll. Oleh karena itu, alokasi adalah distribusi output yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Mengutip Peraturan No. 22 tentang Aturan Umum Distribusi Barang yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia tahun 2016, distribusi adalah kegiatan penyaluran barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen (Nur Jamal Shaid, 2022)

Namun menurut narasumber.belajar.kemendikbud.go.id, distribusi adalah suatu proses yang menunjukkan penyaluran barang produksi dari produsen ke konsumen. Peran distribusi sangat penting terutama dalam kegiatan ekonomi. Karena pentingnya, dapat dikatakan bahwa tanpa distribusi, hasil produksi tetap tidak berarti. Bahkan dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan atau produsen (Hamidah & Pertiwi Hari Sandi, 2023).

2. Pengertian Pelayanan

Definisi Layanan Layanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang dirancang atau dimaksudkan untuk memberikan kepuasan pelanggan dan yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kamus Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pelayanan adalah melayani untuk kebutuhan orang lain, layanan menyediakan (membantu dengan apa yang dibutuhkan seseorang). Pada dasarnya, layanan adalah sekumpulan aktivitas yang membentuk suatu proses. Suatu proses pelayanan yang terjadi secara rutin dan berkesinambungan, yang meliputi seluruh kehidupan manusia dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui tindakan orang lain.

Menurut R.A Supriyono, pelayanan adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi yang memperhatikan kebutuhan konsumen dan meninggalkan kesan yang jelas, konsumen merasa puas dengan pelayanan yang baik, maka pelayanan sangat penting, ketika mencoba menggunakan produk yang diusulkan atau menarik konsumen untuk menggunakan melayani (Prayogi, 2019)

Adapun Perencanaan Aplikasi *delivery order* pada Rotio ini dapat berjalan dengan baik, dikarenakan memudahkan konsumen untuk memesan makanan secara online. Dengan kemudahan ini hasil penjualan perusahaan meningkat. Faktor - faktor yang harus diperhatikan dalam menggunakan aplikasi sistem *delivery order*:

1. Pengguna
 - a. User harus paham menggunakan handphone
 - b. User terbiasa menggunakan handphone

- c. User pernah memakai handphone untuk memesan makanan secara online
 2. Perangkat Smartphone
 - a. Processor Qualcomm SDM662 Octa-core
 - b. Memori 120GB storage, 4GB RAM.
 - c. Jaringan 4G LTE (Pertwi Hari Sandi, Ratu Khalida, et al., 2023)
- Adapun produk- produk rotio antara lain:

Menu Makanan di Roti O

1. Roti O: Rp14.000 / Rp84.000 (6 pcs) / Rp154.000 (11 pcs)
2. Sultana Pastry: Rp16.000
3. Almond Turn Over: Rp21.000
4. Cheese Pastry: Rp21.000
5. Chocolate Pastry: Rp16.000
6. Beef Pastry: Rp21.000
7. Chicken Pastry: Rp21.000
8. Butter Croissant: Rp16.000
9. Sausage Croissant: Rp20.000
10. Banana Choco Cheese: Rp21.000
11. Tuna Pastry: Rp21.00

Menu Minuman di Roti O

1. Kopi Roti O Brown Sugar: Rp20.000
2. Kopi Roti O Regal: Rp20.000
3. Kopi Roti O Hazelnut: Rp20.000
4. Choco Brown Sugar: Rp20.000
5. Hot/Iced Americano: M Rp16.000 / L Rp20.000
6. Hot/Iced Cappuccino: M Rp20.000 / L Rp23.000
7. Hot Mocha Latte: Rp24.000
8. Hot/Iced Chocolate: M Rp19.000 / L Rp24.000
9. Hot/Iced Black Tea: M Rp9.000 / L Rp14.000
10. Hot/Iced Caramel Latte: M Rp24.000 / L Rp29.000
11. Iced Hazelnut Chocolate: M Rp19.000 / L Rp24.000
12. Iced Chocolate Blended: M Rp19.000 / L Rp24.000
13. Mocha Blended: M Rp24.000 / L Rp26.000
14. Caramel Blended: M Rp24.000 / Rp29.000

15. Air Mineral: Rp7.000

Menu Kopi Roti O 500ml Series :

1. 4 Kopi Roti O 500 ml Series: Rp164.000
2. Kopi Roti O Brown Sugar 500ml: Rp41.000
3. Choco Brown Sugar 500ml: Rp41.000
4. Kopi Roti O 500ml Creamy Vanilla: Rp41.000
5. Kopi Roti O 500ml Hazelnut: Rp41.000 (Muhammad Hakum, 2023)

SIMPULAN

Dari artikel di atas, Anda dapat melihat bahwa toko online memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berbelanja. Saat ini perkembangannya begitu pesat, banyak media sosial yang digunakan untuk memudahkan akses cepat ke media sosial. Kami berharap delivery order online ini akan memudahkan pelanggan untuk berbelanja dan berhemat, waktu sibuk dengan setiap pekerjaan lain dalam kehidupan sehari-hari.

BIBLIOGRAFI

- Ayu NovitaSari, D., & Budy Cahya, S. (2018). Kepuasan Pelanggan Jasa Delivery Order Lamongan Dengan Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 3(1), 2502–3780.
- Hamidah, S., & Pertiwi Hari Sandi, S. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen UMKM Keripik Pisang di Desa Kertaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3416–3424.
- Henry Faizal Noor. (2013). *Ekonomi Manajerial* (Revisi Cetakan 4). Rajawali Pers.
- Mabruri Pudyas Salim. (2022, December 26). *PT Sebastian Citra Indonesia, Perusahaan yang Lebih Dikenal dengan Merek Roti'O*. www.liputan6.com.
- Muhammad Hakum. (2023). *Harga Roti O dan Menu Roti O Lengkap*. HargaMenu.Net.
- Nur Jamal Shaid. (2022, October 20). *Apa Itu Distribusi: Pengertian, Jenis, Tujuannya bagi Kegiatan ekonomi*. Kompas.
- Nurul Az-zahra, H., Aries Tanyta, V., & Cipta Apsari, N. (2021). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156–165.
- Pertiwi Hari Sandi, S., Ratu Khalida, L., & Pramudita Fadilla, S. (2023). Penerapan Penjualan Menggunakan Digitalisasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Pelaku UMKM Desa Kertaraharja Kecamatan Pedes Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan*, 3(1), 1095–1103.
- Pertiwi Hari Sandi, S., Ratu Khalids, L., & Pramudita Faddila, S. (2023). Pendampingan Pembuatan Media Penjualan Menggunakan Digitalisasi Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pelaku Umkm Desa Kertaraharja Kecamatan Pedes Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(1), 1307–1312.
- Prayogi, B. (2019). Pelayanan. *Repository.Unimar-Amni.Ac.Id*.

Copyright holder:

Dimas Dwi Darmawan, Rudi Rivalzi, Santi Pertiwi Hari Sandi, Dwi Epty Hidayaty (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik