

Perancangan *Business Model Canvas* dan *User Interface (Ui) Website* Rental Mobil *Travel* Untuk Optimalisasi Pemesanan pada *Start-Up* Kerta Sari Utama Transport

Ni Luh Yuni Mertha Ardani^{1*}, I Gede Juliana Eka Putra², I Made Artana³

^{1,2,3}Sistem Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Desain, Universitas Primakara
Email: yuniimertha@gmail.com*

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : Desember 2024

Disetujui : Januari 2025

Kata Kunci :

Business Model Canvas, User Interface, Design Thinking

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk merancang *Business Model* dan *User interface (Ui) Website* pada Kerta Sari Utama Transport, sebuah *start-up* yang bergerak di bidang penyewaan mobil dan minibus di Bali. Melalui program ini, diupayakan optimalisasi proses pemesanan kendaraan dengan memanfaatkan *platform* digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan mitra strategis, serta mendorong peningkatan omzet perusahaan. Kegiatan pengabdian dilakukan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yang meliputi tahapan *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. *Output* dari program pengabdian ini berupa rancangan *Business model canvas (BMC)* yang mencakup segmentasi pelanggan, nilai proposisi, aliran pendapatan, serta strategi kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, *prototype UI Website* yang dikembangkan dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, mempermudah navigasi, dan mempercepat proses pemesanan kendaraan. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan Kerta Sari Utama Transport dapat lebih kompetitif di pasar serta meraih pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: December 2024

Accepted: January 2025

Keywords:

Business model canvas, User interface, Design Thinking

ABSTRACT

This community engagement program aims to design a Business Model and User interface (UI) for the website of Kerta Sari Utama Transport, a start-up specializing in car and minibus rentals in Bali. The program seeks to optimize the vehicle booking process by utilizing a digital platform to enhance operational efficiency, expand strategic partnerships, and increase company revenue. The implementation employs the Design thinking approach, which includes the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The outcomes of this program consist of a Business model canvas (BMC) identifying customer segmentation, value propositions, revenue streams, and partnership strategies aligned with market needs. Additionally, a website UI prototype is developed to deliver an enhanced user experience, streamline navigation, and expedite vehicle booking processes. This community engagement initiative aims to help Kerta Sari Utama Transport become more competitive in the market and achieve sustainable business growth.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor transportasi. Masyarakat semakin mengharapkan layanan yang mudah diakses, cepat, dan dapat dilakukan secara online (Luwihono et al., n.d.). Dalam konteks industri transportasi, digitalisasi memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan dengan lebih efisien serta menyediakan transparansi dalam informasi yang diberikan. Industri rental kendaraan, khususnya penyewaan mobil untuk keperluan travel, sangat diuntungkan dari penerapan teknologi ini, karena memungkinkan pelanggan mengakses layanan kapan saja dan dari mana saja.

Kerta Sari Utama Transport adalah sebuah start-up yang berfokus pada penyediaan layanan rental mobil dan minibus travel di Bali. Start-up ini beroperasi di bawah naungan Inkubator Bisnis Primakara (Inbis Primakara), yang mendukung pengembangan usaha rintisan di sektor teknologi dan layanan berbasis digital. Sebagai penyedia layanan transportasi yang melayani baik masyarakat lokal maupun wisatawan, Kerta Sari Utama Transport terus menghadapi tantangan dalam efisiensi operasional, terutama karena sistem pemesanan dan transaksi yang digunakan masih bersifat manual.

Saat ini, proses pemesanan kendaraan di Kerta Sari Utama Transport dilakukan melalui saluran komunikasi seperti WhatsApp dan telepon. Transaksi dan pengelolaan pesanan dicatat dan dikelola secara manual oleh tim operasional, yang sering kali menghabiskan waktu dan sumber daya yang tidak efisien. Sistem manual ini tidak hanya memperlambat waktu pemrosesan, tetapi juga berpotensi menyebabkan kesalahan dalam pencatatan atau penjadwalan kendaraan. Akibatnya, sistem ini tidak dapat secara optimal mendukung pertumbuhan business yang diharapkan oleh Kerta Sari Utama Transport.

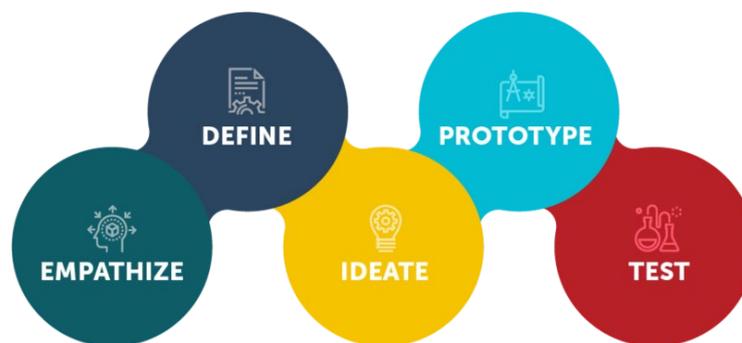
Sebagai bentuk kontribusi melalui program pengabdian, kegiatan ini bertujuan untuk mendukung Kerta Sari Utama Transport dalam melakukan transformasi digital melalui perancangan Business model canvas (BMC) dan prototipe User interface (UI) website. Penerapan digitalisasi dalam operasional business mampu meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan operasional (Sinaga et al., 2022). Namun, kendala yang dihadapi oleh Kerta Sari Utama Transport dalam beralih ke sistem digital adalah bagaimana menciptakan platform yang user-friendly dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Sebagai langkah awal menuju transformasi digital, fokus kegiatan pengabdian ini adalah membantu Kerta Sari Utama Transport menciptakan platform digital yang user-friendly dan memenuhi kebutuhan pengguna.

Menurut studi yang dilakukan oleh Friska dan Dedy (2024), desain User interface yang berkualitas dapat meningkatkan jumlah pengguna dan potensi transaksi layanan aplikasi, serta memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pengguna (Tampubolon et al., 2024). Selain itu, penerapan Business model canvas (BMC) memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan lebih baik nilai tambah yang dapat ditawarkan kepada calon pengguna (Yuliani et al., n.d.). Dalam konteks kegiatan pengabdian ini, identifikasi kebutuhan calon pengguna menjadi langkah awal untuk mengembangkan model bisnis yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan calon pengguna, Kerta Sari Utama Transport dapat merumuskan strategi peningkatan omzet yang lebih efektif dan menarik.

Kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada perancangan UI dan model bisnis tanpa mencakup pengembangan teknis platform digital. Hasil rancangan ini diharapkan dapat membantu start-up dalam merumuskan strategi digitalisasi yang mampu meningkatkan omzet. Dengan perancangan yang matang dan berbasis data, kegiatan ini bertujuan memberikan landasan yang kuat bagi Kerta Sari Utama Transport untuk melakukan transformasi digital yang berkelanjutan serta memperkuat posisinya di industri transportasi Bali.

2. Metode Pelaksanaan

Program perancangan Business Model dan User interface (UI) Website untuk Kerta Sari Utama Transport Bali bertujuan untuk meningkatkan omzet. Pelaksanaan program ini menggunakan metode design thinking. Metode Design thinking dipilih sebagai kerangka utama dalam perancangan business model dan user interface (UI) untuk start-up Kerta Sari Utama Transport Bali karena pendekatan ini berpusat pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan pemecahan masalah secara kreatif serta iteratif. Design thinking terdiri dari lima tahapan utama:



Gambar 1. Design Thinking

Sumber : Telaumbanua, Murni 2019(Telaumbanua, 2019)

Setiap tahapan memiliki fokus dan tujuan tertentu yang dirancang untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan tidak hanya inovatif, tetapi juga efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

a. Empathize

Tahap pertama dari Design thinking adalah Empathize, dimana fokus untuk memahami kebutuhan, masalah, dan ekspektasi dari calon pengguna(Yulius et al., 2022). Proses ini dilakukan melalui wawancara mendalam. Pada tahap ini, pendekatan dilakukan dengan menempatkan diri pada posisi calon pengguna untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang kebutuhan mereka serta tantangan terbesar yang mereka hadapi. Data akan dikumpulkan dari 10 calon pengguna potensial melalui wawancara. Misalnya, dari sisi pengguna, akan mengeksplorasi pengalaman mereka dalam menggunakan layanan rental mobil sebelumnya, kendala yang mereka hadapi, serta fitur apa yang mereka harapkan dari sebuah platform digital.

b. Define

Tahap kedua adalah Define, dimana akan merumuskan masalah-masalah utama yang ditemukan pada tahap empati. Tujuannya adalah untuk mendefinisikan masalah dengan jelas agar bisa dipecahkan secara efektif(Yulius et al., 2022). Dalam tahap ini, disusun masalah spesifik yang

akan dijadikan fokus dalam pengembangan solusi. Berdasarkan hasil wawancara, akan diidentifikasi masalah utama yang dihadapi calon pengguna. Setelah masalah diidentifikasi, akan dirumuskan problem statement atau pernyataan masalah yang akan menjadi fokus dalam pembuatan solusi. Tahap ini sangat penting karena jika masalah tidak didefinisikan dengan tepat, solusi yang dihasilkan tidak akan efektif dalam menyelesaikan masalah nyata yang dihadapi.

c. Ideate

Tahap Ideate merupakan tahap di mana mulai menghasilkan ide-ide kreatif untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi pada tahap Define. Pada tahap ini, tidak ada batasan dalam berpikir, dan diharapkan untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi (Yulius et al., 2022). Akan dilakukan sesi brainstorming untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide terkait bagaimana merancang user interface (UI) yang lebih intuitif dan user-friendly, serta bagaimana merancang model business yang dapat menarik lebih banyak pengguna. Setelah menghasilkan banyak ide, ide-ide tersebut akan disaring berdasarkan relevansi, kepraktisan, dan potensi dampaknya terhadap pengguna. Pada akhir tahap ini, akan memiliki beberapa ide terpilih yang akan dikembangkan lebih lanjut menjadi prototype. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi sebelumnya.

d. Prototype

Pada tahap ini, ide-ide yang telah dipilih akan diubah menjadi prototype atau model awal yang dapat diuji (Yulius et al., 2022). Prototype ini tidak harus sempurna, namun cukup untuk menunjukkan fungsionalitas dasar dari solusi yang diusulkan. Dalam konteks proyek ini, prototipe akan mencakup perancangan user interface (UI) website dan elemen-elemen dari model business baru yang akan diimplementasikan. Alat yang digunakan seperti Figma untuk merancang user interface website yang diusulkan, dan miro untuk merancang business model canvas. Prototype ini akan mencakup fitur pemesanan cepat, navigasi yang lebih sederhana, dan desain yang user-friendly berdasarkan wawasan dari calon pengguna potensial dan model business yang diinginkan.

e. Test

Tahap terakhir dari Design thinking adalah Test, di mana solusi yang telah dikembangkan diuji secara mendalam untuk melihat seberapa efektif dan sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi (Yulius et al., 2022). Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dengan sukses dan memberikan nilai nyata bagi calon pengguna. Business model canvas (BMC) akan diuji kepada 10 calon pengguna. Wawancara akan dilakukan untuk mendapatkan umpan balik mengenai kesesuaian penawaran, nilai tambah yang diberikan. Hasil dari uji coba ini digunakan untuk mengevaluasi elemen-elemen dalam BMC sehingga sesuai dengan kebutuhan calon pengguna. Prototype UI akan diuji dengan melibatkan 10 calon pengguna yang sama dengan pengujian BMC, dan keberhasilan solusi diukur dengan tingkat keberhasilan pemesanan. Targetnya adalah agar lebih dari 85% pengguna dapat menyelesaikan proses pemesanan dalam 5 langkah atau kurang. Hasil pengujian ini akan menentukan apakah desain sudah siap untuk diimplementasikan, atau perlu dilakukan penyesuaian lebih.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Tahap *Empathize*

Pada tahap *Empathize*, tujuan utama adalah memahami kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh calon pelanggan, serta menciptakan solusi yang tepat. Dalam proses ini, wawancara dilakukan terhadap 10 narasumber yang mewakili segmen pengguna. Mayoritas narasumber berusia antara 22 hingga 31 tahun, yang terdiri dari pekerja kantoran, *freelancer*, warga lokal, dan wisatawan domestik. Mereka memiliki frekuensi perjalanan yang bervariasi, dari bulanan hingga tahunan.

1) Profil Narasumber:

- Usia: 22 hingga 31 tahun
- Pekerjaan: Pekerja kantoran, *freelancer*, wisatawan domestik
- Frekuensi Perjalanan: Bulanan hingga tahunan
- Kebutuhan Utama:
- Wisata Keluarga: Pencarian kendaraan untuk perjalanan keluarga.
- Perjalanan Bisnis: Sewa mobil untuk keperluan pekerjaan atau rapat.
- Keperluan Mendesak: Mobil untuk perjalanan dinas atau acara keluarga.



Gambar 2. *Pain dan Gain*

2) Kebutuhan Umum (*Pain Points*)

Selama wawancara, sejumlah kebutuhan penting yang diidentifikasi mencakup:

- Tidak Adanya Transparansi Harga
Banyak narasumber yang merasa kesulitan karena harga sewa yang tidak transparan, biaya tambahan yang tiba-tiba, dan kurangnya kejelasan tentang tarif.
- Minimnya Informasi Kendaraan
Beberapa narasumber mengungkapkan bahwa mereka merasa tidak cukup mendapatkan informasi yang lengkap tentang kendaraan yang disewakan, seperti kondisi kendaraan, fasilitas di dalamnya, dan jenis kendaraan yang tersedia.
- Navigasi *Platform* yang Kurang Bagus
Pengalaman navigasi di *platform* pemesanan terasa membingungkan bagi banyak orang, termasuk proses pemilihan kendaraan, pengisian detail, dan sistem pencarian yang tidak intuitif.
- Kesulitan dalam Proses Pemesanan
Proses pemesanan yang rumit, misalnya terlalu banyak langkah dan prosedur, membuat pengguna merasa frustrasi dan membutuhkan solusi yang lebih sederhana.
- Tidak Ada Kepercayaan terhadap Layanan
Beberapa pengguna merasa ragu dengan kualitas layanan yang diberikan karena kurangnya ulasan dari pelanggan sebelumnya, khususnya mengenai transparansi dan kredibilitas agen rental kendaraan yang mereka gunakan.

3) Kebutuhan Spesifik (*Gains*)

Untuk meningkatkan pengalaman pengguna, para narasumber menginginkan beberapa fitur dan fasilitas tambahan, di antaranya:

- **Transparansi dan Kejelasan Informasi**
Pengguna ingin mendapatkan informasi yang lebih jelas terkait harga, jenis kendaraan, spesifikasi, serta biaya tambahan (seperti biaya sopir dan bahan bakar).
- **Aksesibilitas dan Kemudahan Penggunaan Platform**
Para narasumber menyarankan agar platform sewa mobil memiliki navigasi yang mudah dipahami dan tidak memerlukan langkah yang banyak saat melakukan pemesanan.
- **Fitur Tambahan yang Meningkatkan Kepercayaan**
Misalnya, ulasan yang lebih jelas dari pengguna sebelumnya, proses verifikasi sopir, serta garansi tentang kendaraan yang sesuai dengan deskripsi di platform.
- **Proses Pemesanan yang Mudah dan Cepat**
Pengguna ingin sistem pemesanan yang dapat menyelesaikan langkah-langkah dengan cepat, termasuk pilihan pembayaran yang fleksibel.
- **Fasilitas yang Mendukung Kenyamanan**
Sebagai tambahan, mereka juga menginginkan fasilitas tambahan untuk kenyamanan perjalanan, seperti opsi layanan antar-jemput, AC, atau pengemudi yang ramah dan profesional.

b. Tahap Define

Pada tahap *Define*, langkah pertama adalah merumuskan masalah secara jelas dan mendalam berdasarkan data yang diperoleh pada tahap *Empathize*. Pada fase ini, tujuan utama adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi titik-titik masalah spesifik yang dialami oleh pengguna, kemudian merumuskan masalah tersebut ke dalam sebuah *problem statement* yang mendalam. Hal ini akan membantu dalam fokus yang lebih jelas untuk solusi yang akan dikembangkan di tahap selanjutnya.

Berdasarkan wawancara dan analisis yang dilakukan dalam tahap *Empathize*, teridentifikasi beberapa masalah utama yang perlu diselesaikan dalam platform rental mobil untuk memastikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan lebih efisien.



Gambar 3. Hasil Define

1) Masalah Utama yang Ditemukan

- **Kesulitan dalam Proses Pemesanan**

Salah satu masalah terbesar yang dihadapi oleh pengguna adalah proses pemesanan yang dianggap rumit dan panjang. Pengguna sering kali harus melalui banyak langkah yang tidak hanya memakan waktu tetapi juga tidak jelas dan bisa menyebabkan kebingungan. Sistem yang tidak intuitif menghambat kelancaran transaksi dan membuat pengguna merasa frustrasi. Banyak pengguna melaporkan bahwa mereka harus mengulang beberapa langkah untuk mendapatkan kendaraan yang diinginkan, yang mempengaruhi pengalaman keseluruhan dalam memesan layanan.

- Kurangnya Transparansi dan Kejelasan Informasi
Banyak pengguna mengeluhkan kurangnya transparansi dalam hal harga dan informasi mengenai kendaraan yang mereka sewa. Biaya yang tidak jelas, seperti biaya tambahan (misalnya biaya sopir, asuransi, atau bahan bakar), sering kali tidak diinformasikan dengan baik atau disembunyi sampai transaksi selesai. Selain itu, ada ketidakjelasan mengenai kondisi kendaraan, fasilitas di dalamnya, dan detail lainnya, yang berisiko menyebabkan ketidakpuasan. Pengguna merasa kurang mendapatkan nilai yang sebanding dengan uang yang mereka keluarkan ketika mereka tidak mendapatkan informasi yang cukup terkait kendaraan yang mereka pilih.
- Tidak Ada Fitur Tambahan yang Meningkatkan Kepercayaan
Selain masalah transparansi, kurangnya fitur yang dapat meningkatkan tingkat kepercayaan juga menjadi masalah signifikan. Pengguna ingin lebih dari sekedar kendaraan yang baik—mereka mencari rasa aman yang datang dengan transparansi ulasan dari pelanggan lain. Banyak pengguna merasakan adanya kekhawatiran tentang kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia rental. Misalnya, mereka sering tidak tahu apakah sopir yang disewa terlatih dengan baik, apakah kendaraan telah diperiksa dengan baik, atau apakah mereka akan dikenakan biaya tambahan secara tiba-tiba.

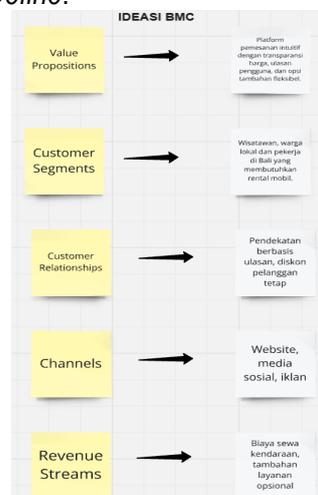
c. Tahap *Ideate*

Pada tahap *Ideate*, tim fokus pada proses pencarian solusi kreatif yang dapat mengatasi masalah inti yang telah diidentifikasi dalam tahap *Define*. Proses ini sangat penting untuk merancang fitur dan konsep yang akan menjadi dasar produk atau platform, dengan fokus utama pada bagaimana menjawab masalah nyata yang dialami oleh pengguna, terutama dalam konteks *platform* pemesanan kendaraan rental di Bali.

Berikut adalah ideasi untuk *Business model canvas (BMC)* dan konsep *User interface (UI)* yang dapat membentuk dasar untuk solusi yang diinginkan:

1) Ideasi *Business model canvas (BMC)*

Business model canvas (BMC) adalah alat yang sangat berguna untuk merancang aspek-aspek bisnis dari *platform* penyewaan mobil yang ingin dikembangkan. Dalam konteks ini, *BMC* dibangun berdasarkan pengidentifikasian masalah dan kebutuhan dari tahap *Empathize* dan *Define*.



Gambar 4. Ideasi *BMC*

- *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai ini dirancang untuk memberikan solusi atas masalah-masalah utama pengguna, seperti kesulitan dalam pemesanan, ketidakjelasan harga, dan kurangnya kepercayaan terhadap layanan. *Platform* ini dirancang dengan proposisi nilai sebagai berikut:

 - *Platform* Pemesanan Intuitif: Sistem pemesanan yang mudah digunakan dan tidak membingungkan dengan antarmuka yang ramah pengguna. Proses pemesanan dirancang agar pengguna bisa menemukan kendaraan yang diinginkan dalam beberapa langkah cepat.
 - Transparansi Harga: Menyediakan informasi harga yang lengkap dan jelas, termasuk rincian biaya tambahan. Ini mengatasi masalah ketidakpastian harga yang menjadi salah satu *pain point* utama bagi pengguna.
 - Ulasan Pengguna: Menyediakan sistem ulasan dari pengguna sebelumnya tentang kendaraan dan sopir yang dapat membantu pelanggan membuat keputusan dengan lebih yakin.
 - Opsi Tambahan yang Fleksibel: Menawarkan fitur tambahan, seperti pemilihan sopir, layanan antar-jemput yang memungkinkan pelanggan menyesuaikan layanan berdasarkan kebutuhan pribadi mereka.
- *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Mengingat pengguna *platform* rental mobil sangat beragam, segmentasi pelanggan penting untuk ditentukan dengan tepat. Target pasar utama *platform* ini meliputi:

 - Wisatawan: Baik domestik maupun internasional yang mengunjungi Bali dan membutuhkan kendaraan untuk tujuan wisata.
 - Warga Lokal: Penduduk yang memerlukan mobil sewaan untuk keperluan sehari-hari, acara keluarga, atau perjalanan bisnis.
 - *Freelancer* dan Pekerja Kantoran: Mereka yang sering melakukan perjalanan dinas atau membutuhkan kendaraan untuk berbagai keperluan fleksibel di Bali.
- *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Untuk membangun hubungan yang baik dan mempertahankan pelanggan, *platform* ini dapat menggunakan pendekatan-pendekatan berikut:

 - Pendekatan Berbasis Ulasan: Menggunakan sistem ulasan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Pelanggan sebelumnya dapat memberikan feedback tentang kendaraan atau sopir, yang dapat membangun kepercayaan pelanggan baru.
 - Diskon Pelanggan Tetap: Memberikan insentif bagi pelanggan yang sering menggunakan layanan, seperti diskon untuk penyewaan kendaraan berulang atau *reward points* yang dapat digunakan untuk transaksi berikutnya.
- *Channels* (Saluran)

Saluran yang digunakan untuk menjangkau pelanggan dan memberikan pengalaman terbaik:

- *Website*: *Website* resmi sebagai saluran utama untuk pemesanan kendaraan. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk melakukan reservasi dengan mudah dan memberikan semua informasi yang mereka butuhkan.
 - *Media Sosial*: Menggunakan *platform* media sosial seperti Instagram untuk mengedukasi pelanggan, memberikan informasi terbaru tentang layanan, serta berbagi testimoni atau promosi.
 - *Iklan*: Iklan berbasis lokasi dan digital (*Google Ads, instagram Ads*) untuk mempromosikan layanan ini ke *audiens* yang lebih luas, khususnya wisatawan dan penduduk lokal yang membutuhkan rental kendaraan.
 - *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)
 - Model pendapatan dari *platform* ini difokuskan pada:
 - *Biaya Sewa Kendaraan*: Pendapatan utama datang dari biaya sewa kendaraan yang ditetapkan berdasarkan jenis kendaraan, durasi pemakaian, serta permintaan.
 - *Layanan Opsional*: Biaya tambahan untuk layanan opsional seperti sopir, pemakaian *GPS*, kursi bayi.
- 2) *Ideasi User interface (UI)*

Dalam tahap *Ideate*, merancang *UI* yang intuitif dan mudah digunakan adalah kunci. Antarmuka pengguna perlu memungkinkan pelanggan untuk merasakan kemudahan dan kenyamanan selama proses pemesanan, memberikan kejelasan informasi, serta membangun kepercayaan sejak awal. Berikut adalah konsep untuk *UI* yang ideal:



Gambar 5. Ideasi *UI*

- *Filter Pencarian yang Komprehensif*

Platform ini menyediakan filter pencarian yang sangat rinci agar pengguna dapat menyaring pilihan kendaraan berdasarkan kategori yang mereka butuhkan. Beberapa opsi filter yang dapat disediakan mencakup:

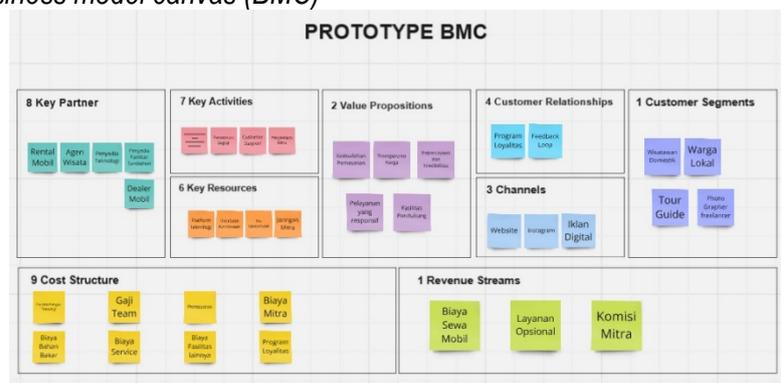
 - Jenis Kendaraan (sedan, SUV, MPV, dll.)
 - Harga (menampilkan rentang harga sesuai anggaran pengguna)

- **Quick Booking (Pemesanan Cepat)**
 Fitur ini bertujuan untuk memberikan pengguna yang sudah terbiasa menggunakan layanan *platform* ini untuk melakukan pemesanan dengan lebih cepat, tanpa harus melalui banyak langkah. Pengguna dapat memilih kendaraan favorit dan jadwal mereka dalam satu klik setelah masuk ke akun mereka, untuk kemudian melanjutkan dengan pembayaran.
- **Detail Kendaraan dan Harga yang Transparan**
 Kendaraan akan dilengkapi dengan halaman khusus yang menampilkan informasi detail, termasuk:
 - Deskripsi kendaraan, kapasitas penumpang, dan fasilitas tambahan.
 - Harga sewa per jam atau per hari dengan rincian biaya tambahan seperti biaya sopir, bahan bakar, dan opsi lainnya.
 - Ulasan dari pengguna sebelumnya yang memberikan transparansi lebih tinggi dalam memilih kendaraan.
- **Simulasi Harga Total**
 Untuk meningkatkan transparansi, *platform* ini dapat menyediakan fitur simulasi harga total di awal pemesanan, yang memperhitungkan semua biaya—dari sewa kendaraan, biaya sopir, dan biaya lainnya. Pengguna dapat melihat estimasi total dengan jelas sebelum mereka melanjutkan ke halaman pembayaran.
- **Sistem Ulasan**
 Ulasan pengguna memiliki peran yang sangat penting untuk memperkuat rasa percaya pada *platform*. Sistem ulasan ini akan mencakup:
 - Penilaian kendaraan berdasarkan kenyamanan, kebersihan, dan kualitas.
 - Ulasan tentang sopir berdasarkan keterampilan mengemudi dan pelayanan.
- **Dukungan Pelanggan *Real-Time* (Melalui WhatsApp)**
 Memberikan layanan dukungan *real-time* lewat WhatsApp yang terintegrasi dalam *platform* akan sangat membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan langsung, baik itu soal pembatalan, perubahan jadwal, atau pertanyaan lainnya. Fitur ini memungkinkan komunikasi yang langsung, responsif, dan personal antara *platform* dan pengguna.

d. Tahap *Prototype*

Prototype berbasis *website* dan *BMC* dirancang sesuai masukan pengguna. Fokusnya adalah:

- 1) *Business model canvas (BMC)*



Gambar 6. *BMC*

Business model canvas (BMC) ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai model bisnis perusahaan rental mobil yang fokus pada segmen wisata. Model bisnis ini mengidentifikasi mitra kunci yang berperan penting dalam keberlangsungan bisnis, mulai dari pemilik kendaraan hingga agen wisata. Aktivitas utama yang dilakukan perusahaan meliputi pengelolaan armada, pemasaran, dan layanan pelanggan. Nilai proposisi yang ditawarkan perusahaan adalah kemudahan akses terhadap kendaraan yang berkualitas dan paket wisata yang menarik. Untuk menjangkau pelanggan, perusahaan memanfaatkan berbagai saluran distribusi, seperti *website*, media sosial, dan kerjasama dengan tour guide. Sumber daya utama perusahaan adalah armada mobil, teknologi informasi, dan jaringan mitra. Struktur biaya perusahaan didominasi oleh biaya sewa mobil, gaji karyawan, dan biaya pemasaran. Pendapatan utama berasal dari sewa mobil, layanan tambahan, dan komisi dari mitra. Model bisnis ini memiliki potensi yang besar, namun perlu terus dikembangkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan perubahan tren konsumen.

2) *UI Website*

- Halaman *Home*

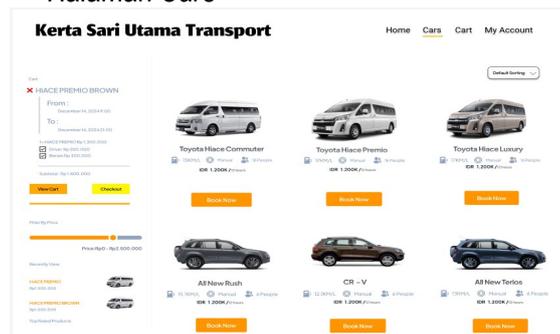


Gambar 7. Halaman *Home*

Homepage Kerta Sari Utama Transport dirancang dengan tampilan modern dan profesional untuk memberikan pengalaman pengguna yang nyaman. Bagian atas menampilkan tagline "Safer, Faster, and Comfortable" dengan tombol aksi "Booking" dan "Explore".

Bagian *About Us* menjelaskan visi dan misi perusahaan, sementara *Service Section* menampilkan layanan seperti *car rental* dan *travel services* dengan deskripsi singkat. Terdapat pula *call-to-action* yang mengundang pengguna untuk segera menghubungi perusahaan, disertai *Testimonials Section* untuk membangun kepercayaan. Bagian akhir halaman menyediakan kontak lengkap dan peta lokasi, membuat desain ini informatif, dan mudah diakses.

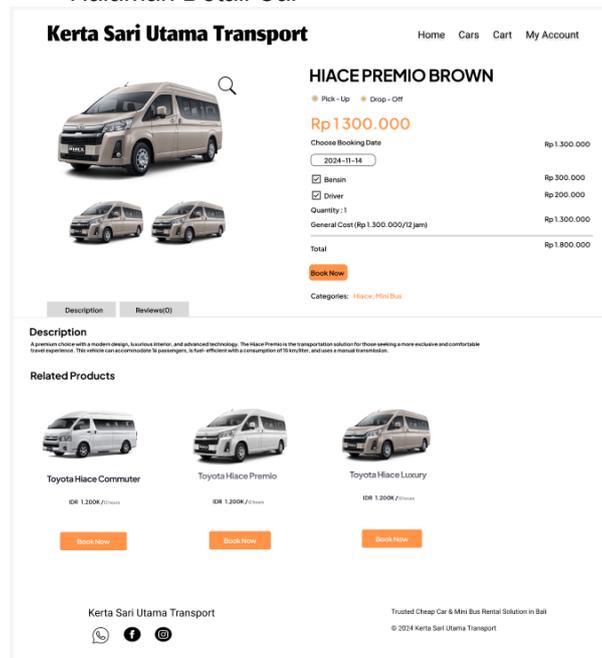
- Halaman Cars



Gambar 8. Halaman Cars

Halaman *Cars* di Kerta Sari Utama Transport memudahkan pengguna memilih kendaraan dengan detail lengkap seperti konsumsi bahan bakar, kapasitas, transmisi, dan tarif. Sebelah kiri terdapat estimasi biaya dengan rincian pemesanan, tombol "*View Car*" dan "*Checkout*," serta fitur *filter* untuk pencarian sesuai anggaran. Setiap kendaraan dilengkapi tombol "*Book Now*" untuk mempermudah proses pemesanan. Desainnya intuitif, memastikan pengalaman pengguna yang praktis dan efisien.

- Halaman Detail Car

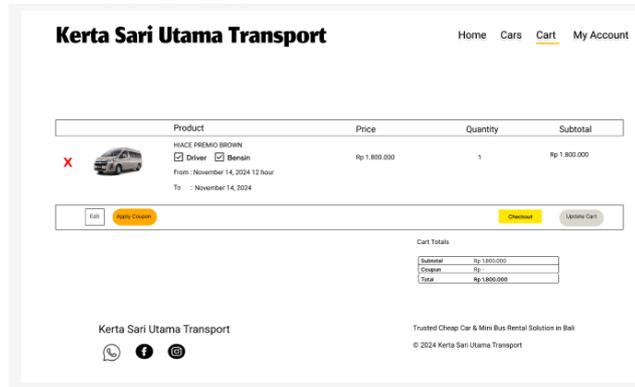


Gambar 9. Detail Car

Halaman *Detail Car* menampilkan informasi lengkap tentang kendaraan, termasuk harga, opsi layanan (*Pick-Up* atau *Drop-Off*), dan tambahan seperti driver atau bahan bakar. Pengguna dapat memilih tanggal

pemesanan, melihat total biaya, dan langsung memesan melalui tombol "Book Now" Bagian bawah memuat deskripsi kendaraan serta produk terkait untuk alternatif pilihan. Desainnya memastikan kemudahan navigasi dan pengalaman pengguna yang informatif.

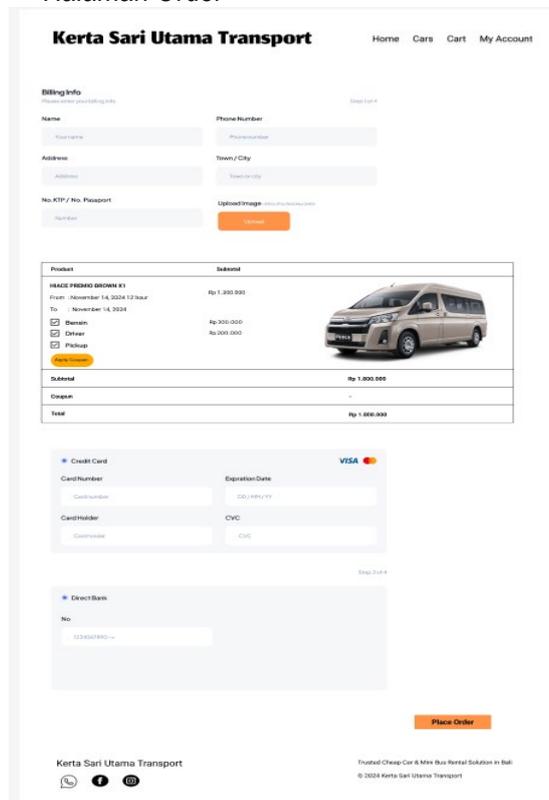
- Halaman Cart



Gambar 10. Halaman Cart

Prototype halaman cart ini menampilkan desain sederhana namun informatif. Pengguna dapat melihat detail pesanan, termasuk nama produk, harga, jumlah, dan subtotal. Fitur seperti menghapus item, mengubah jumlah, dan melanjutkan ke checkout juga telah diimplementasikan. Desain ini bertujuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang mudah dan intuitif saat melakukan transaksi.

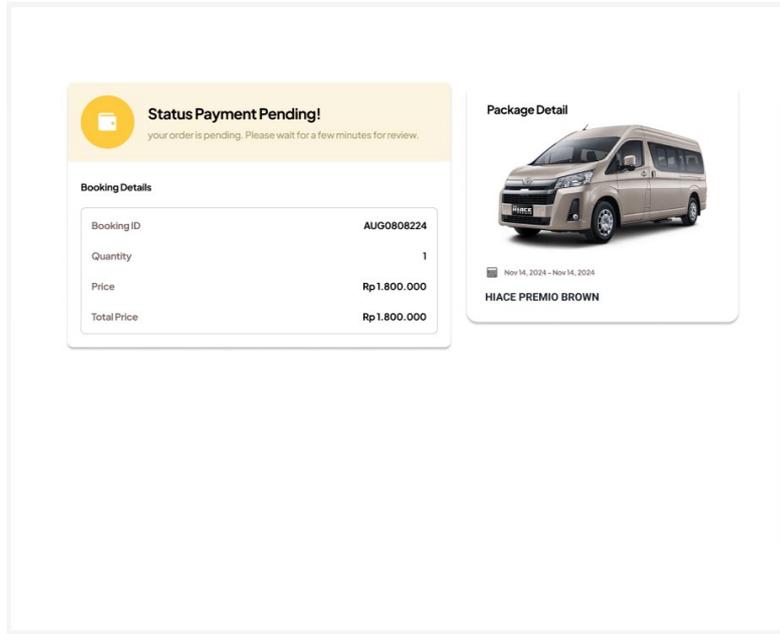
- Halaman Order



Gambar 11. Halaman Order

Prototype halaman *place order* ini dilengkapi dengan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan, seperti pilihan metode pembayaran yang beragam (kartu kredit dan transfer bank), serta tampilan ringkasan pesanan yang jelas. Fitur *upload image* juga disediakan untuk verifikasi identitas pengguna.

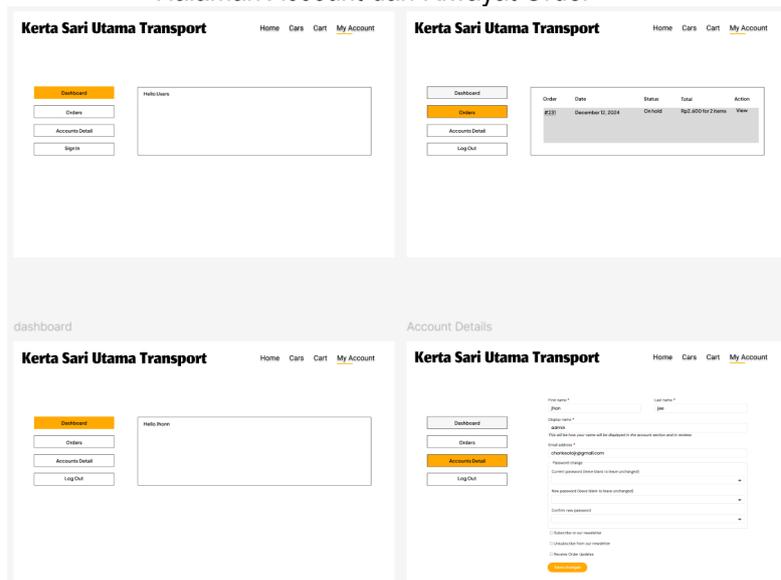
- Halaman Berhasil Order



Gambar 12. Berhasil Order

Prototype halaman konfirmasi pesanan ini menyajikan semua informasi penting yang dibutuhkan pengguna, termasuk nomor *booking*, detail kendaraan, tanggal pemesanan, dan status pembayaran. Informasi ini disajikan secara terstruktur dan mudah dibaca, sehingga pengguna dapat dengan mudah melacak status pesanan mereka.

- Halaman *Account* dan *Riwayat Order*



Gambar 13. Halaman *Account* dan *Riwayat Order*

Prototype halaman 'My Account' ini dirancang untuk memberikan akses yang mudah bagi pengguna untuk mengelola informasi pribadi dan pesanan mereka. Halaman ini menampilkan beberapa bagian utama, yaitu *Dashboard*, *Orders*, *Account Details*, dan opsi untuk *logout*. Dengan desain yang intuitif, pengguna dapat dengan mudah melihat riwayat pesanan, mengedit profil, dan melakukan tindakan lainnya yang terkait dengan akun mereka.

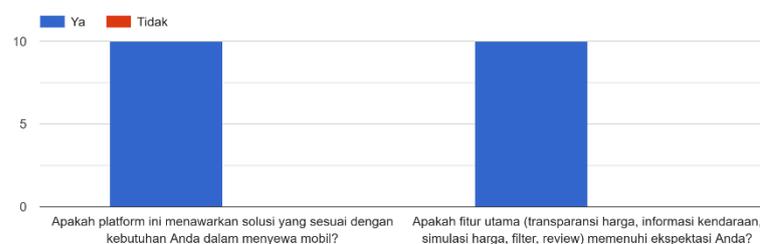
e. Tahap Testing

1) Hasil Pengujian *Business model canvas* (BMC)

Elemen *Business model canvas* (BMC) yang diuji adalah *Value Proposition*, *Customer Relationships*, *Channels*, dan *Key Activities*. Setiap elemen dievaluasi berdasarkan umpan balik pengguna untuk memastikan relevansi dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi.

- *Value Proposition*:

Testing BMC Proposition Value

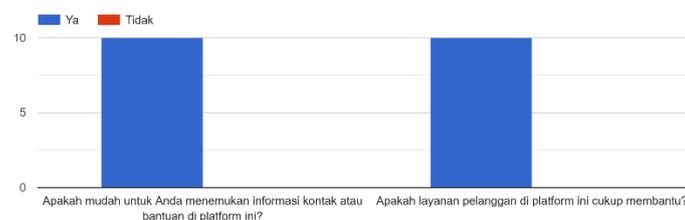


Gambar 14. Diagram Hasil *Value proposition*

Sebagian besar responden setuju bahwa *platform* ini memberikan solusi terhadap kebutuhan mereka, seperti kemudahan proses pemesanan dan transparansi informasi kendaraan. Tambahan fitur tutorial pemesanan serta kemampuan melacak status kendaraan menjadi salah satu elemen nilai yang dapat memperkuat daya tarik *platform*.

- *Customer Relationships*:

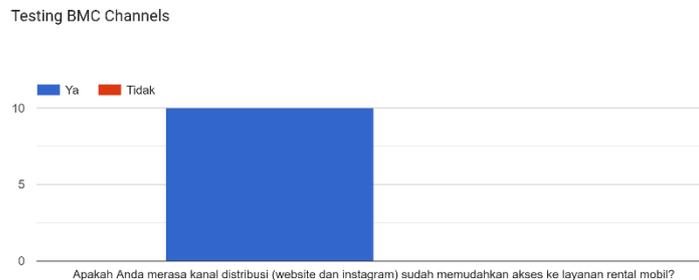
Testing BMC Customer Relationships



Gambar 15. Diagram Hasil *Customer Relationships*

Responden merasa *platform* ini sudah membantu membangun hubungan dengan pengguna melalui komunikasi yang jelas dan langkah pemesanan yang sederhana. Namun, fitur seperti pelacakan kendaraan *real-time* dapat meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan pengguna terhadap layanan.

- *Channels:*



Gambar 16. Diagram Hasil *Channles*

Mayoritas pengguna merasa kanal digital (*website*) sudah mudah diakses. Namun, beberapa menyarankan adanya fitur pencarian kendaraan berdasarkan lokasi untuk lebih memudahkan pencarian layanan di daerah tertentu.

- *Key Activities:*



Gambar 17. Diagram Hasil *Key Activities*

Aktivitas utama, seperti pembaruan data kendaraan dan penyesuaian fitur platform, dirasa relevan oleh pengguna. Tambahan tutorial singkat dan fitur perbandingan harga dianggap penting untuk lebih mendukung operasional platform.

2) Hasil Pengujian Prototipe *UI*

Pengujian antarmuka pengguna (*UI*) dilakukan dengan mensimulasikan proses pemesanan kendaraan oleh 10 calon pengguna yang dipilih berdasarkan segmentasi yang sesuai dengan target pasar Kerta Sari Utama Transport. Pengguna diminta menyelesaikan simulasi pemesanan kendaraan dengan tujuan mengukur efektivitas desain dari segi kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan. Hasil pengujian mencakup aspek berikut:

- Kemudahan Proses Pemesanan:
 - Sebanyak 90% responden merasa bahwa *platform* sangat intuitif. Rata-rata mereka dapat memahami alur pemesanan tanpa panduan tambahan.
 - Ada satu responden yang merasa perlu tambahan tutorial singkat untuk memahami langkah awal pada penggunaan pertama kali.

- Kecepatan Penggunaan:
 - Sebanyak 85% berhasil menyelesaikan pemesanan dalam 5 langkah atau kurang. Waktu rata-rata yang dibutuhkan adalah 3-4 menit.
- Transparansi Informasi:
 - Responden umumnya puas dengan detail informasi terkait kendaraan, harga, dan fasilitas tambahan. Namun, beberapa dari mereka menginginkan adanya fitur perbandingan harga antar kendaraan sebagai cara untuk lebih mudah menentukan pilihan terbaik.

4. Kesimpulan dan Saran

Pengabdian ini bertujuan untuk merancang *Business model canvas (BMC)* dan antarmuka pengguna (*User interface/UI*) untuk startup Kerta Sari Utama Transport. Tujuannya adalah mengoptimalkan pemesanan jasa rental mobil dan travel melalui *platform* berbasis digital yang praktis, intuitif, dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pengembangan prototipe *UI* dan *BMC* berhasil memenuhi ekspektasi dengan rincian sebagai berikut:

a. *Business model canvas (BMC)*:

- Elemen *Value Proposition* memenuhi kebutuhan pasar dengan nilai tambah berupa efisiensi pemesanan, kejelasan informasi, dan kenyamanan pengguna.
- *Channels* dan *Customer Relationships* terbukti mendukung pengalaman pengguna yang baik melalui kanal digital yang efektif.
- Aktivitas inti (*Key Activities*) sudah mencakup proses yang relevan, meskipun saran untuk menambahkan sistem pelacakan kendaraan dan pencarian berdasarkan lokasi dianggap dapat meningkatkan kualitas layanan.

b. *User interface (UI)*:

- Prototipe antarmuka yang dirancang memungkinkan 85% responden menyelesaikan proses pemesanan dalam lima langkah atau kurang, sesuai target yang ditetapkan.
- Responden mengapresiasi kemudahan dan kecepatan platform, meskipun beberapa saran diberikan seperti tutorial singkat bagi pengguna baru dan pelacakan status kendaraan.

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 10 responden, *platform* ini layak untuk diimplementasikan dengan beberapa peningkatan fitur tambahan yang telah direkomendasikan oleh pengguna. Secara keseluruhan, solusi yang dikembangkan berhasil menjawab permasalahan utama serta menciptakan potensi besar untuk mengembangkan daya saing di pasar rental kendaraan di Bali.

5. Daftar Pustaka

- Luwihono, A., Bahtiar, Peranginangin, A. F., & Makanuay, A. (n.d.). Peningkatan Moda Transportasi Indonesia Era Digital Berbasis Sistem Cerdas. *ATDS SAINTECH-Journal of Engineering*.
- Sinaga, A. A., Wahjudi, K. S., & Noegroho, N. S. (2022, September 9). *Manfaat Penerapan Digitalisasi dalam Bisnis*. Binus University.

Tampubolon, F. R., & Husrizal Syah, D. (2024). Analisis Peran Desain *User interface* Aplikasi Mobile Maxim Menggunakan Metode *A/B Testing*. *Simkom*, 9(2), 172–183. doi: 10.51717/simkom.v9i2.441

Telaumbanua, M. (2019, February 24). *5 Tahap Design thinking* menurut Stanford (d.school). MEDIUM.

Yuliani, N., Tunafiah, H., Andriani, J., Sampurnaningsih, R., & Erawati, D. (n.d.). *Analisis Penerapan Strategi Business model canvas (BMC) Pada Komunitas Kuliner STII-OK OCE Untuk Tumbuh Dan Bangkit Lebih Kuat Di Era Digitalisasi*. Retrieved from <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>

Yulius, R., Nasrullah, M. F. A., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). *Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya*. Purbalingga: CV.EUREKA MEDIA AKSARA.