

STRATEGI DIGITALISASI BISNIS DAN SEO UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI SERTA PEMESANAN LAYANAN TRAVEL DI KERTA SARI UTAMA TRANSPORT

I Made Wirahadi Putra

Universitas Primakara, Indonesia

Email: wirahadiputra333@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan website pemesanan online Kerta Sari Utama Transport guna meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan dalam layanan penyewaan kendaraan. Latar belakang studi ini didasarkan pada kebutuhan mendesak digitalisasi proses manual yang rawan kesalahan dan kurang efisien. Metode yang digunakan adalah Agile Scrum dengan lima sprint utama, dikombinasikan dengan kerangka manajemen OKR (Objective and Key Results). Platform WordPress dipilih untuk kemudahan integrasi sistem pemesanan, pembayaran daring, dan alat optimasi SEO. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemangku kepentingan untuk menyesuaikan fitur berdasarkan kebutuhan aktual pengguna. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan, seperti penyusunan backlog sistem yang akurat, pengembangan UI/UX yang ramah pengguna, serta peluncuran website yang sukses tanpa kendala teknis. Optimalisasi SEO meningkatkan trafik sebesar 25% dalam minggu pertama. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi Agile Scrum dan OKR tidak hanya efektif dalam pengembangan sistem, tetapi juga mampu meningkatkan pemesanan, visibilitas digital, serta retensi pelanggan secara terukur. Studi ini memberikan kontribusi praktis dalam penerapan digitalisasi pada sektor UMKM transportasi serta menawarkan kerangka kerja yang dapat direplikasi untuk proyek serupa.

Kata kunci: Agile Scrum ; WordPress ; Sistem Pemesanan Online ; Desain UI/UX ; Retensi Pelanggan ; Optimasi SEO ; Kerta Sari Utama Transport.

Abstract

This research aims to develop the Kerta Sari Utama Transport online booking website to improve operational efficiency and customer experience in vehicle rental services. The background of this study is based on the urgent need to digitize manual processes that are error-prone and less efficient. The method used is Agile Scrum with five main sprints, combined with an OKR (Objective and Key Results) management framework. The WordPress platform was chosen for its ease of integration of booking systems, online payments, and SEO optimization tools. Data is collected through semi-structured interviews with stakeholders to tailor features based on the actual needs of users. The results of the study showed significant improvements, such as the preparation of an accurate system backlog, the development of a user-friendly UI/UX, and the successful launch of a website without technical constraints. SEO optimization increases traffic by 25% in the first week. The implications of this study show that the combination of Agile Scrum and OKRs is not only effective in system development, but also able to increase ordering, digital visibility, and customer retention in a measurable way. This study makes a practical contribution to the application of digitalization in the transportation MSME sector and offers a replicable framework for similar projects.

Keywords: Agile Scrum ; WordPress ; Online Booking System ; UI/UX Design ; Customer Retention ; SEO Optimization ; Kerta Sari Utama Transport.

*Correspondence Author:
Email:



PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat, transformasi teknologi menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama dalam sektor transportasi yang sangat dinamis (Ausat et al., 2025; Hafizh et al., 2024). Kerta Sari Utama Transport, sebuah perusahaan penyewaan mobil dan minibus *travel* yang beroperasi di Bali, menghadapi berbagai tantangan operasional yang cukup kompleks. Tantangan ini mencakup efisiensi dalam manajemen pemesanan, keterbatasan visibilitas digital, serta

kebutuhan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Proses pemesanan yang dilakukan secara manual melalui telepon atau pesan singkat seperti *WhatsApp*, seringkali tidak efisien, rawan kesalahan, dan memakan banyak waktu, sehingga dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berdampak negatif pada pertumbuhan bisnis.

Transformasi digital yang direncanakan melalui pengembangan *website* pemesanan *online* menawarkan solusi yang efektif dan terukur bagi perusahaan (Asmiati et al., 2023; Sulistyawati, 2024). Sebuah *website* yang terintegrasi akan memungkinkan pengelolaan pemesanan secara otomatis dan akurat, mengurangi risiko kesalahan yang disebabkan oleh metode manual, dan mempercepat proses pemesanan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Cichosz dan Wallenburg C (Cichosz et al., 2020), yang menyatakan bahwa adopsi teknologi digital dalam sektor transportasi dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui sistem yang lebih terorganisir dan terintegrasi. Lebih lanjut, sebuah *platform* digital memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan kapan saja dan dari mana saja, memberikan kenyamanan yang signifikan dalam proses transaksi.

Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Shehadeh et al., (Shehadeh et al., 2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kehadiran digital yang kuat mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan dan meningkatkan pendapatan melalui kanal pemasaran *online*. Dalam konteks Kerta Sari Utama Transport, *website* ini tidak hanya akan membantu dalam memudahkan pemesanan tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas perusahaan secara *online*.

Dengan semakin tingginya penetrasi internet dan penggunaan teknologi digital oleh konsumen dalam memilih layanan transportasi, kehadiran *website* yang informatif dan mudah diakses menjadi sangat penting. Ini memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar, serta membangun brand awareness yang lebih kuat di kalangan pelanggan potensial.

Pentingnya digitalisasi tidak hanya terbatas pada peningkatan efisiensi pemesanan, tetapi juga dalam mendukung perluasan kemitraan bisnis. OKR (*Objective and Key Results*), yang diperkenalkan oleh John Doerr, adalah kerangka kerja manajemen yang dapat membantu perusahaan menetapkan tujuan yang ambisius dan terukur, serta mengevaluasi kemajuan berdasarkan metrik yang jelas (Doerr, 1999). Dalam konteks Kerta Sari Utama Transport, penggunaan OKR memungkinkan perusahaan untuk fokus pada peningkatan *omzet* dan perluasan kemitraan melalui optimalisasi *platform* digital. Dengan tujuan yang jelas, seperti peningkatan *volume* pemesanan dan jumlah kemitraan dengan mitra transportasi atau industri pariwisata lokal, perusahaan dapat memantau kemajuan dan mengukur dampak dari implementasi digitalisasi secara lebih sistematis.

Chaffey et al. (Chaffey et al., 2019) juga menyoroti bahwa integrasi teknologi digital ke dalam proses bisnis dapat mempercepat pertumbuhan perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar. *Website* yang dirancang dengan *user interface* (UI) yang intuitif dan ramah pengguna akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan yang positif selama proses pemesanan, mulai dari kemudahan akses, kecepatan transaksi, hingga transparansi informasi tentang harga dan jadwal, akan mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut di masa depan. Ini memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan loyalitas pelanggan dan *volume* pemesanan secara keseluruhan.

Selain itu, dengan kemudahan akses yang ditawarkan oleh teknologi *website* berbasis *WordPress*, perusahaan dapat lebih mudah mengimplementasikan strategi pemasaran digital seperti *Search Engine Optimization* (SEO). *WordPress* merupakan *platform* yang terkenal karena kemampuannya dalam integrasi SEO, sehingga perusahaan dapat dengan mudah mengoptimalkan konten dan struktur *website* agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan di mesin pencari seperti *Google* (Simmons et al., 2023).

Dengan demikian, *website* ini tidak hanya berfungsi sebagai platform pemesanan, tetapi juga sebagai alat pemasaran digital yang efektif.

Secara keseluruhan, pengembangan *website* pemesanan online untuk Kerta Sari Utama Transport akan memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan efisiensi operasional, perluasan kemitraan, serta peningkatan *omzet* perusahaan. Implementasi *Object Key and Results* (OKR) sebagai kerangka kerja manajemen akan memastikan bahwa setiap langkah dalam digitalisasi ini terukur dan sejalan dengan tujuan perusahaan. Dengan demikian, transformasi digital ini diharapkan dapat memberikan solusi yang komprehensif dan mendukung pertumbuhan bisnis Kerta Sari Utama Transport di era digital yang semakin kompetitif.

Penelitian ini menghadirkan pendekatan komprehensif dalam mengembangkan sistem pemesanan online menggunakan metodologi Agile Scrum yang dikombinasikan dengan implementasi *Objective and Key Results* (OKR), yang belum banyak diintegrasikan secara eksplisit dalam studi pengembangan sistem transportasi daring. Dibandingkan dengan penelitian Cichosz et al. (2020), yang hanya menyoroti dampak transformasi digital pada efisiensi operasional penyedia layanan logistik, studi ini lebih jauh menargetkan indikator kuantitatif seperti peningkatan pemesanan sebesar 30% dan retensi pelanggan 20% melalui pengembangan sistem yang diukur tiap sprint. Selain itu, berbeda dari pendekatan umum dalam studi Shehadeh et al. (2023) yang menyoroti peran transformasi digital terhadap keunggulan kompetitif secara umum, penelitian ini menawarkan strategi implementatif melalui pemanfaatan platform WordPress dan teknik SEO sebagai alat pertumbuhan berbasis digital. Juga, penggunaan kerangka kerja OKR (Doerr, 1999) sebagai sistem evaluatif kinerja digitalisasi menjadi kebaruan dalam konteks UMKM sektor transportasi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan omzet dan memperluas kemitraan, Kerta Sari Utama Transport berencana mengembangkan *website* pemesanan layanan *travel* berbasis *WordPress*. Pemilihan *WordPress* sebagai *platform* didasarkan pada kemudahan pengembangan, fleksibilitas dalam desain, serta kapabilitas optimasi SEO yang kuat. Dengan menggunakan *WordPress*, pengembangan sistem pemesanan *online* diharapkan bisa lebih cepat dan efisien, sambil tetap mempertahankan kualitas dan pengalaman pengguna yang baik.

Alat dan bahan berupa perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan oleh penulis dalam menunjang dan meluncurkan tugas akhir yaitu:

1. Laptop
Processor: Arm M1
RAM : 16GB
ROM : 1TB
2. Perangkat Lunak
Sistem Operasi : MacOS Sonoma
Web Server : Nginx
Web Browser : Safari dan Chrome
Hosting : namecheap
Container: Docker

Proyek dilakukan di Start Up Kerta Sari Utama Transport yang berlokasi di Jalan Cekomaria No.3, Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80155. Dengan waktu pelaksanaan proyek maksimal menghabiskan hingga 3 bulan.

No	Kegiatan	Bulan											
		Oktober				November				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Analisis Kebutuhan Bisnis dan Pengumpulan Data												
2	Perancangan Model Bisnis dan Website												
3	Pengembangan Website dengan WordPress (Sprint 1)												
4	Pengembangan Website dengan WordPress (Sprint 2)												
5	Uji Coba Fitur dan Evaluasi Sprint 1												
6	Pengembangan Website dengan WordPress (Sprint 3)												
7	Uji Coba Fitur dan Evaluasi Sprint 2												
8	Finalisasi Website dan Pengujian												
9	Implementasi SEO dan Integrasi												
10	Evaluasi Akhir dan Pengukuran Dampak												
11	Penyusunan Laporan Akhir												

Gambar 1. Jadwal Program

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mendalam dari responden. Wawancara dilakukan dengan sejumlah responden terpilih untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang pengalaman, tantangan, dan harapan mereka terkait dengan layanan pemesanan transportasi *online*. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas kepada pewawancara untuk mengembangkan pertanyaan dan memungkinkan responden memberikan jawaban yang lebih terperinci. Wawancara dapat dilakukan secara langsung atau secara daring melalui platform seperti *Zoom* atau *Google Meet*, tergantung pada kenyamanan responden. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang masalah yang dihadapi oleh pengguna serta solusi yang mereka harapkan, memberikan informasi berharga yang bisa digunakan untuk meningkatkan layanan.

Pelaksanaan program ini akan dilakukan dengan mengikuti kerangka kerja OKR, di mana setiap *Objective* akan dipecah menjadi *Key Results* yang spesifik, terukur, dan dapat dicapai. Selain itu, inisiatif-inisiatif tertentu akan diidentifikasi untuk mendukung pencapaian hasil kunci yang ditetapkan.

Key Result 1: Meningkatkan jumlah pemesanan bulanan sebesar 30% dalam 3 bulan ke depan.

Inisiatif :

1. Mengembangkan dan meluncurkan *website* pemesanan *online* yang *user-friendly* menggunakan platform *WordPress*. *Website* ini akan dilengkapi dengan fitur-fitur utama seperti kalender pemesanan yang memungkinkan pelanggan untuk melihat ketersediaan layanan secara real-time, memesan kendaraan dengan cepat, serta memilih tanggal yang diinginkan tanpa perlu menghubungi pihak perusahaan secara manual. Selain itu, fitur pembayaran *online* akan diintegrasikan, memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk melakukan transaksi secara langsung melalui platform yang aman dan cepat. Sistem ini juga akan dihubungkan dengan notifikasi otomatis melalui email, yang berfungsi untuk mengingatkan pelanggan mengenai pemesanan yang telah dilakukan, serta mengirimkan pengingat mendekati hari penggunaan layanan, sehingga mengurangi risiko pembatalan mendadak atau ketidakhadiran pelanggan.
2. Melakukan kampanye pemasaran digital yang terarah melalui media sosial seperti *Tiktok*, *Instagram*, serta melalui *Google Ads* yang difokuskan pada kata kunci yang relevan dengan layanan penyewaan mobil dan perjalanan. Kampanye ini akan dirancang untuk menarik perhatian pelanggan baru dengan menampilkan iklan yang relevan dan menarik di platform yang sering mereka gunakan. Selain itu, strategi pemasaran digital juga akan mencakup pembuatan konten visual dan video yang menarik, yang menonjolkan kelebihan layanan serta testimoni pelanggan yang telah puas. Dengan target geografis yang jelas dan penggunaan strategi remarketing, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas mereka di pasar, serta membangun kesadaran merek secara lebih luas.

Key Result 2: Meningkatkan tingkat retensi pelanggan sebesar 20% dalam 3 bulan.

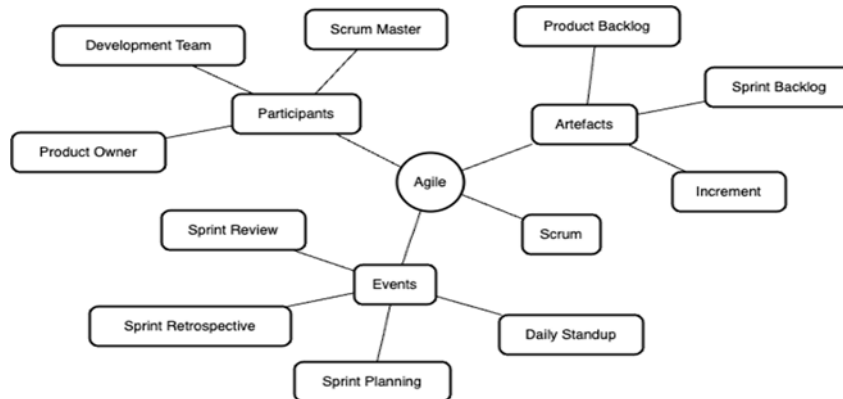
Inisiatif :

1. Mengimplementasikan program loyalitas pelanggan yang dirancang untuk mendorong pelanggan agar kembali menggunakan layanan perusahaan secara berkala. Program ini akan menawarkan diskon khusus, *reward poin*, atau penawaran spesial bagi pelanggan yang melakukan pemesanan secara berulang atau dalam jumlah tertentu. Selain itu, setiap pelanggan yang berulang kali menggunakan layanan akan mendapatkan akses ke penawaran eksklusif seperti upgrade kendaraan atau *voucher* gratis untuk layanan tambahan seperti supir. Program loyalitas ini akan diumumkan melalui *platform* digital perusahaan dan didukung oleh kampanye email marketing yang menargetkan pelanggan yang sudah ada, untuk meningkatkan keterlibatan mereka dengan perusahaan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih baik.
2. Meningkatkan pengalaman pengguna di *website* melalui perbaikan berkelanjutan yang didasarkan pada survei kepuasan pelanggan yang dilakukan secara berkala. Setiap bulan, pelanggan akan diminta untuk memberikan masukan mengenai pengalaman mereka menggunakan *website* dan layanan perusahaan, baik terkait kemudahan penggunaan fitur pemesanan, kecepatan *website*, maupun kualitas layanan transportasi yang disediakan. Masukan ini akan digunakan untuk terus menyempurnakan fitur-fitur yang ada, memperbaiki masalah yang mungkin timbul, dan meningkatkan keseluruhan *user experience* (UX). Langkah ini akan memastikan bahwa *website* selalu relevan dengan kebutuhan pengguna dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Key Result 3: Meningkatkan trafik pengunjung *website* sebesar 30% dalam 3 bulan.

Inisiatif :

1. Mengoptimalkan *website* untuk *Search Engine Optimization* (SEO) dengan menggunakan kata kunci yang relevan dan spesifik terkait layanan penyewaan mobil, perjalanan, dan transportasi. Struktur *website* akan disesuaikan agar lebih ramah terhadap mesin pencari, dengan fokus pada pembuatan *URL* yang jelas dan deskriptif, pemanfaatan *tag heading* yang efektif, serta penggunaan meta deskripsi yang menarik untuk setiap halaman. Konten berkualitas juga akan menjadi prioritas, dengan artikel-artikel yang ditulis secara profesional mengenai topik-topik yang diminati oleh target audiens, seperti panduan perjalanan, tips menyewa mobil, dan berita terbaru di dunia transportasi. Dengan strategi ini, *website* akan lebih mudah ditemukan di halaman pertama hasil pencarian, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung yang datang melalui pencarian organik.
2. Menggunakan strategi pemasaran konten yang melibatkan pembuatan artikel blog, infografis, dan video yang terkait dengan topik transportasi, pariwisata, dan tips perjalanan. Konten ini akan dirancang untuk menarik audiens yang lebih luas, tidak hanya calon pelanggan tetapi juga pembaca umum yang tertarik pada informasi terkait. Artikel yang dipublikasikan akan berisi informasi bermanfaat tentang tempat-tempat wisata, rute perjalanan yang direkomendasikan, serta tips praktis dalam menyewa kendaraan. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun hubungan dengan audiens melalui konten yang bernilai, serta secara perlahan mengubah pembaca pasif menjadi pelanggan potensial melalui ajakan bertindak yang jelas di setiap konten.



Gambar 2. Agile Scrum Mind Map

Pengembangan aplikasi berbasis *website* untuk Kerta Sari Utama Transport menggunakan metode *Agile Scrum*. Metode ini dipilih karena sangat cocok untuk proyek dengan kebutuhan yang dinamis dan fokus pada hasil yang terukur dan bertahap atau *incremental*. *Agile Scrum* memecah proses pengembangan menjadi beberapa sprint periode kerja intensif yang berlangsung selama 1 hingga 4 minggu. Setiap *sprint* menghasilkan bagian dari aplikasi yang dapat diuji dan dievaluasi. Dalam proyek ini, kami membagi sprint menjadi 5 bagian yang saling terkait, yang mencakup seluruh proses pengembangan dari identifikasi kebutuhan hingga peluncuran. Berikut adalah tahapan pengembangan menggunakan *Scrum*:

1) *Sprint 1: Penentuan Kebutuhan Sistem*

Pada *sprint* pertama, tim melakukan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi fitur-fitur utama yang harus diimplementasikan dalam *website*. Beberapa fitur yang diidentifikasi termasuk:

- a) Integrasi pemesanan online: Pengguna dapat memesan layanan transportasi langsung melalui *website*.
- b) Kalkulasi harga otomatis: Sistem akan menghitung biaya secara otomatis berdasarkan rute, jarak, dan jenis kendaraan yang dipilih.
- c) Jadwal kendaraan: Pengguna dapat melihat jadwal ketersediaan kendaraan secara *real-time*.
- d) Informasi kendaraan: Setiap kendaraan yang disewakan akan dilengkapi dengan detail seperti kapasitas, tipe, dan kondisi.

Product Owner bekerja sama dengan tim untuk memastikan *backlog* yang disusun mencakup semua kebutuhan sistem ini, serta memberikan prioritas pada fitur yang paling mendesak.

2) *Sprint 2: Pengembangan dan Implementasi Website*

Tahap pengembangan dimulai dengan mengimplementasikan desain UI/UX yang telah disetujui. Tim pengembang membangun *website* menggunakan platform *WordPress*, karena *WordPress* menyediakan fleksibilitas dan kemudahan dalam pengembangan serta integrasi berbagai *plugin*. Fitur-fitur seperti plugin pemesanan dan *plugin* optimasi SEO diintegrasikan untuk memastikan *website* dapat memenuhi kebutuhan bisnis dan tetap ramah terhadap mesin pencari (SEO). Pada tahap ini, proses kolaborasi antar anggota tim berlangsung intensif untuk memastikan setiap item *backlog* yang telah direncanakan dapat diselesaikan dalam sprint.

3) *Sprint 3: Pengujian*

Setelah proses pengembangan selesai, tim memasuki tahap pengujian. Pada *sprint* ini, seluruh fitur diuji secara menyeluruh untuk memastikan tidak ada *bug* atau kesalahan yang mengganggu performa *website*. Pengujian dilakukan baik secara fungsional maupun non-. Selain itu, pengujian kompatibilitas dilakukan untuk memastikan *website* dapat diakses di berbagai perangkat dan *browser*.

4) *Sprint 4: Peluncuran dan Optimasi SEO*

Sprint terakhir adalah peluncuran *website* ke publik. Setelah semua pengujian diselesaikan dan perbaikan dilakukan, *website* siap diluncurkan. Pada tahap ini, *website* dipantau untuk memastikan tidak ada masalah teknis yang muncul pasca peluncuran. Selain itu, dilakukan optimisasi SEO lebih lanjut berdasarkan data penggunaan dan analisis performa. Optimisasi SEO penting untuk meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Hasil Pelaksanaan Program

Analisa hasil pelaksanaan program bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi implementasi dari proyek pengembangan *website* pemesanan *online* pada Kerta Sari Utama Transport. Metode *Agile Scrum* yang diterapkan dalam pengembangan *website* pemesanan *online* Kerta Sari Utama Transport terbagi ke dalam beberapa *sprint*, masing-masing dengan fokus yang spesifik. Analisis hasil program dilakukan berdasarkan hasil dari setiap *sprint* untuk mengevaluasi keberhasilan dan efektivitas implementasi.



Gambar 3. Halaman Home

1. *Sprint 1: Penentuan Kebutuhan Sistem*

Pada tahap ini, identifikasi kebutuhan sistem berhasil dilakukan dengan menghasilkan *backlog* yang komprehensif. Fitur-fitur utama seperti pemesanan *online*, kalkulasi harga otomatis, jadwal kendaraan, dan informasi kendaraan diidentifikasi sebagai kebutuhan prioritas. Analisis menunjukkan bahwa penentuan kebutuhan secara kolaboratif dengan pemangku kepentingan memastikan bahwa *backlog* mencerminkan kebutuhan bisnis dan pelanggan secara akurat.

Hasil:

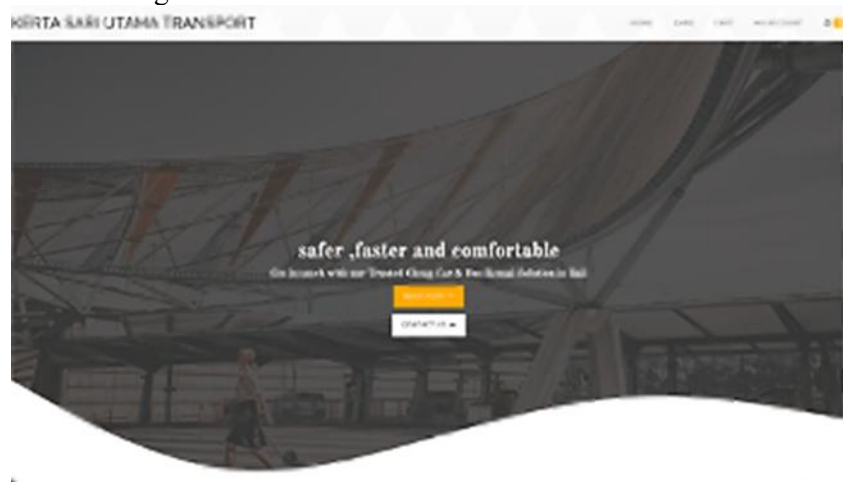
- Penyusunan *backlog* selesai 100%.
- Pemahaman kebutuhan sistem meningkat melalui diskusi intensif antara tim pengembang dan pemangku kepentingan.
- Semua kebutuhan utama berhasil diidentifikasi dan diprioritaskan.

2. *Sprint 2: Pengembangan dan Implementasi Website*

Tahap ini fokus pada implementasi desain UI/UX dan pengembangan sistem berbasis *WordPress*. Integrasi *plugin* pemesanan dan optimasi SEO berhasil dilakukan. Proses

kolaborasi antar tim juga berjalan efektif, memastikan setiap item *backlog* dapat diselesaikan tepat waktu.

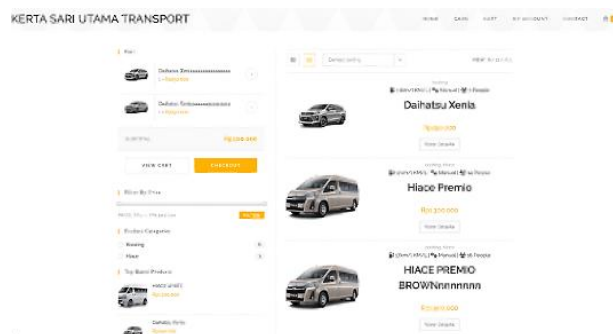
a. Halaman Home Page



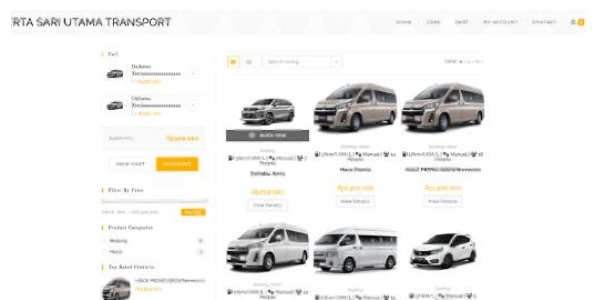
Gambar 4. Halaman Home Page

Homepage Kerta Sari Utama Transport dirancang dengan tampilan modern untuk memberikan pengalaman pengguna yang nyaman, pada *section about-us* menjelaskan secara singkat tentang perusahaan, untuk *section service* menjelaskan layanan dari kerta sari utama transport, terdapat juga *call to action* untuk memudahkan pengguna jika ingin berdiskusi terkait layanan yang kita sediakan. Lalu kita memiliki *service section* yang memperkenalkan *service* yang kita punya saat ini, dan untuk bagian *footer* kita juga menyediakan tautan untuk ke halaman lain seperti menuju pada halaman *cars* dan kita juga menyertakan kontak kita dan juga sosial media yang kita miliki.

b. Halaman Cars



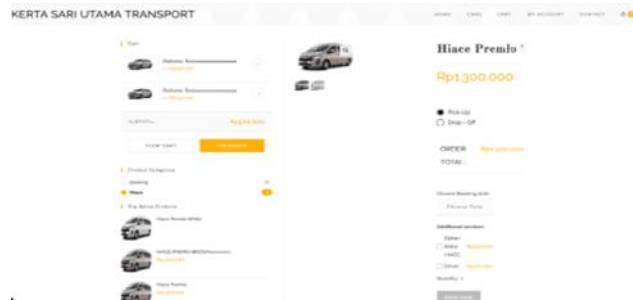
Gambar 5. Halaman Cars List



Gambar 6. Halaman Cars Grid

Pada halaman cars user dapat memilih pilihan berbagi jenis mobil yang kita sediakan seperti konsumsi bahan bakar, kapasitas, transmisi, dan tarif. Sebelah kiri terdapat estimasi biaya dengan rincian pemesanan, tombol "*View Cart*" 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. Kami juga menyediakan tampilan yang interaktif dimana untuk tampilan pilihan mobil yang ada bisa dirubah menjadi *list* ataupun *grid* sesuai dengan kenyamanan *user* itu sendiri.

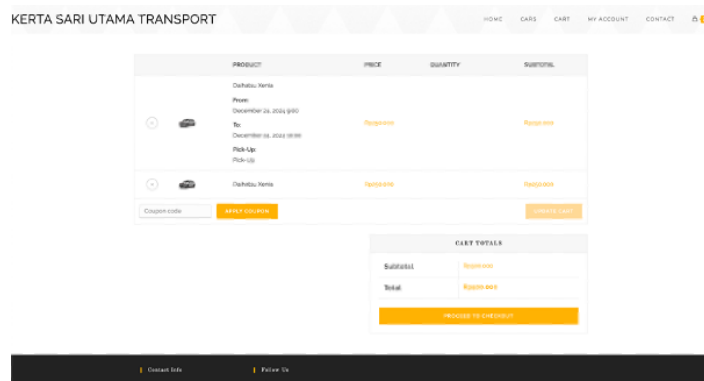
c. Halaman Detail Cars



Gambar 7. Halaman Detail Cars

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.

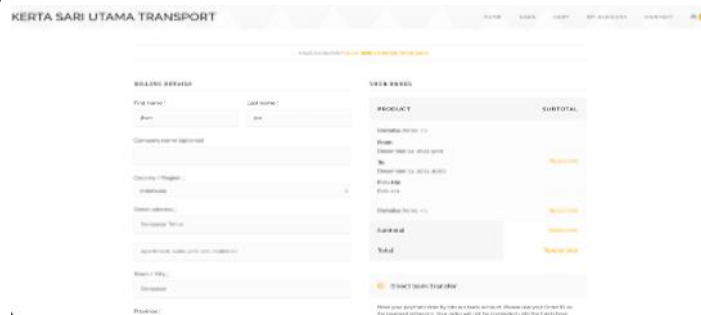
d. Halaman Cart



Gambar 8. Halaman Cart

Pada halaman *cart* ini menampilkan tampilan yang 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, termasuk dengan penggunaan kupon kode saat kita memiliki promo tertentu.

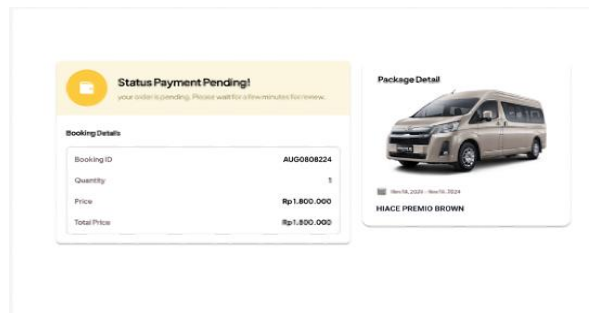
e. Halaman Payment



Gambar 9. Halaman Payment

Pada halaman *payment* 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.

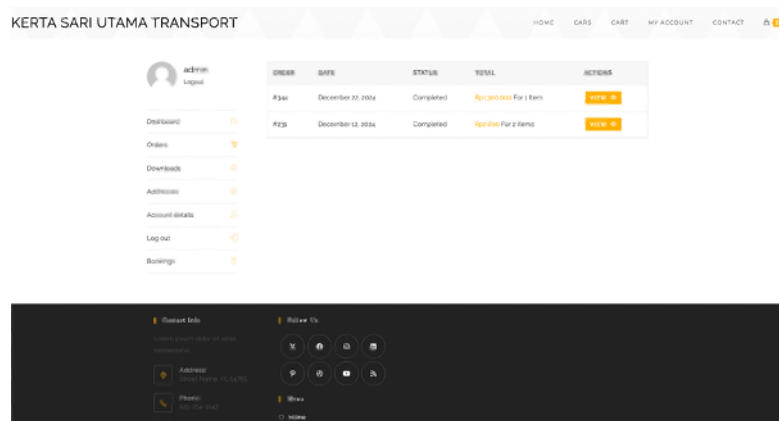
f. Halaman Success Order



Gambar 10. Halaman Success Order

Pada 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.

g. Halaman Account dan Riwayat Order



Gambar 11. Halaman Order History

Gambar 12. Detail Account

ORDER ID	BOOKING DATE	BOOKING STATUS	TOTAL	ACTIONS
001	December 15, 2018 10:00 To December 15, 2018 12:00	Completed	Rp100.000	View Details Cancel
002	December 15, 2018	Completed	Rp100.000	View Details Cancel
003	December 15, 2018	Completed	Rp100.000	View Details Cancel

Gambar 13. Riwayat Bookings

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 juga menambahkan jadwal ke *google calendar* secara otomatis.

Hasil:

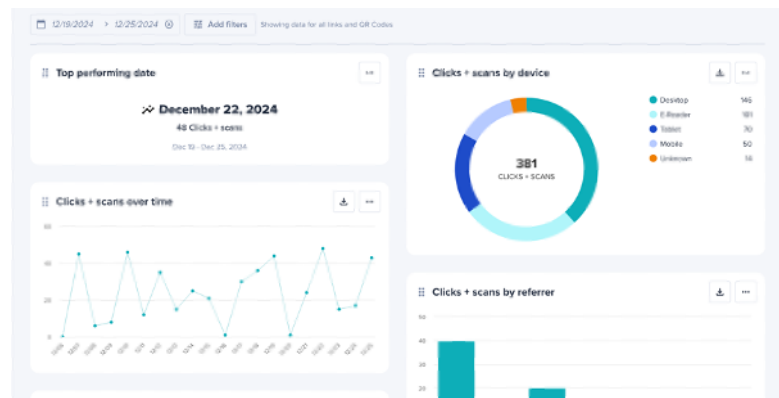
- Website berhasil dikembangkan dengan desain UI/UX yang ramah pengguna.
- Fitur utama seperti pemesanan online, kalkulasi harga otomatis, dan notifikasi email berhasil diimplementasikan.
- Tidak ditemukan kendala teknis yang signifikan selama pengembangan.

3. Sprint 3: Peluncuran dan Optimasi SEO

Tahap akhir mencakup peluncuran *website* dan optimisasi SEO untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Pemantauan pasca peluncuran dilakukan untuk memastikan tidak ada masalah teknis yang muncul, dan data penggunaan awal digunakan untuk menyempurnakan strategi optimasi.



Gambar 14. Traffic Harian



Gambar 15. Traffic Desember

Hasil:

- Website* diluncurkan sesuai jadwal tanpa kendala teknis.
- Peningkatan trafik sebesar 25% tercapai dalam minggu pertama setelah peluncuran.
- SEO berhasil meningkatkan posisi website di hasil pencarian Google dengan beberapa kata kunci berada di halaman pertama.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai pengembangan website pemesanan online Kerta Sari Utama Transport menunjukkan bahwa metode Agile Scrum merupakan pendekatan yang efektif dan efisien dalam mendigitalisasi proses bisnis manual, menghasilkan sistem yang sesuai kebutuhan pengguna, meningkatkan efisiensi proyek, dan memperkuat kualitas melalui iterasi sprint dan feedback berkelanjutan. Website yang dihasilkan bersifat responsif, mudah digunakan, serta mampu meningkatkan pengalaman pengguna. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna secara kuantitatif dan kualitatif, membandingkan efektivitas Agile Scrum dengan metodologi lain seperti Waterfall dan Kanban, serta menganalisis dampak digitalisasi terhadap kinerja bisnis seperti kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi skalabilitas sistem, potensi integrasi lanjutan dengan platform digital lainnya, dan penerapan Agile Scrum di sektor UMKM lain guna mengkaji konsistensi efektivitasnya dalam konteks yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmiati, A., Sulastriani, S., & Citta, A. B. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Mendukung Transformasi Transportasi Laut Dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6184-6197.
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173-182.
- Chaffey, D., Fiona, & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education. Retrieved from <https://www.pearson.com/uk>
- Cichosz, M., Wallenburg, C. M., & Knemeyer, A. M. (2020). Digital transformation at logistics service providers: Barriers, success factors, and leading practices. *International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209–238. <https://doi.org/10.1108/IJLM-08-2019-0229>
- Doerr, J. (1999). *Measure what matters takes you behind the scenes for the creation of Intel's powerful OKR system—one of Andy Grove's finest legacies*.
- Hafizh, M. F., Hani, R. D., Kholishah, A. N., & Prawira, I. F. A. (2024). Strategi Transformasi Digital Di Era Industri 4.0: Blueprint Bisnis, Penerapan Teknologi, Dan Peran Kritis Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Food And Beverage (F&B). *Ekonomi & Bisnis*, 23(1), 1-8.
- Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-AlSondos, I. A. (2023). Digital transformation and competitive advantage in the service sector: A moderated-mediation model. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3), 2077. <https://doi.org/10.3390/su15032077>
- Simmons, M., & Flannery, T. (2023). Maximizing online visibility: The importance of search engine optimization on Google. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(5), 1462–1466. <https://doi.org/10.55248/gengpi.234.5.38049>
- Sulistiyawati, U. S. (2024). Decoding Big Data: Mengubah Data Menjadi Keunggulan Kompetitif dalam Pengambilan Keputusan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 58-71.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).