

Perencanaan Strategis, Operasional, dan Manajemen Risiko pada Aplikasi Jasa Titip Barang “Titip.In”

Hulman Wesly¹, Tantri Yanuar Rahmat Syah², Dimas Angga Negoro³, Suwarto⁴

^{1,2,3,4}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: ¹hulman@student.esaunggul.ac.id, ²tantri.syah@esaunggul.ac.id,

³dimas.negoro@esaunggul.ac.id, ⁴suwarto@esaunggul.ac.id

Abstract

The "Titip.in" goods delivery service application was developed as a solution to overcome the challenges in the delivery service industry in Indonesia which is still developing. Currently, the delivery service market in Indonesia is dominated by individuals who run informal businesses through social media such as Instagram, WhatsApp, and Facebook. From an operational perspective, Titip.in adopts the latest technology, including microservices architecture and integration with payment gateways, to ensure a scalable, secure, and efficient system. Operational processes are designed to minimize risks such as damage to goods, late delivery, and logistics complexity. Titip.in also implements integrated supply chain management to support smooth delivery processes. With an innovative approach, advanced technology support, and a well-planned business strategy, Titip.in is ready to become a pioneer in the transformation of the delivery service industry in Indonesia. The combination of superior features, transaction security, and a focus on user satisfaction ensure that Titip.in is able to present relevant and competitive solutions in the market. Supported by positive financial indicators and a solid risk mitigation strategy, this business has promising growth potential and strong competitiveness amidst industry challenges. With a commitment to continue to innovate, Titip.in is determined to realize its vision as the number one trusted titip service application in Indonesia, presenting safe, efficient, and high-quality services for all users.

Keywords: *Titip Barang, Business Plan, Operational, Risk Management.*

Abstrak

Aplikasi jasa titip barang "Titip.in" dikembangkan sebagai solusi untuk mengatasi tantangan dalam industri jasa titip di Indonesia yang masih berkembang. Saat ini, pasar jasa titip di Indonesia didominasi oleh individu yang menjalankan bisnis secara informal melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Dari sisi operasional, Titip.in mengadopsi teknologi terkini, termasuk arsitektur *microservices* dan integrasi dengan *payment gateway*, untuk memastikan sistem yang scalable, aman, dan efisien. Proses operasional dirancang untuk meminimalkan risiko seperti kerusakan barang, keterlambatan pengiriman, dan kompleksitas logistik. Titip.in juga mengimplementasikan manajemen rantai pasok yang terintegrasi untuk mendukung kelancaran proses pengiriman. Dengan pendekatan inovatif, dukungan teknologi canggih, dan strategi bisnis yang terencana, Titip.in siap menjadi pelopor transformasi industri jasa titip di Indonesia. Kombinasi antara fitur-fitur unggulan, keamanan transaksi, serta fokus pada kepuasan pengguna memastikan Titip.in mampu menghadirkan solusi yang relevan dan kompetitif di pasar. Ditopang oleh indikator keuangan yang positif dan strategi mitigasi risiko yang solid, bisnis ini memiliki potensi pertumbuhan yang menjanjikan serta daya saing yang kuat di tengah tantangan industri. Dengan komitmen untuk terus berinovasi, Titip.in bertekad mewujudkan visinya sebagai aplikasi jasa titip terpercaya nomor satu di Indonesia, menghadirkan layanan yang aman, efisien, dan berkualitas tinggi untuk semua pengguna.

Kata Kunci: *Titip Barang, Bisnis Plan, Operasional, Manajemen Risiko.*

PENDAHULUAN

Industri jasa titip di Indonesia saat ini masih dalam tahap perkembangan dan sangat terbatas. Meskipun memiliki potensi besar, jumlah pelaku bisnis jasa titip yang beroperasi secara formal masih sedikit, dan sistem yang terorganisir dengan baik belum sepenuhnya terbentuk.

Industri jasa titip di Indonesia saat ini masih berada dalam tahap perkembangan dengan *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan) yang belum terkoordinasi dengan baik. Berikut adalah analisis mengenai *supply* dan *demand* dalam industri ini (Bhuana et al., 2017; Jasa et al., 2025; Mariani, 2022; Suyitno et al., 2025)

Bisnis jasa titip di Indonesia masih didominasi oleh pelaku individu yang beroperasi secara informal melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, yang kurang memberikan perlindungan bagi pengguna. *Platform* yang ada, seperti Titip Beliin, Justip, dan Airprov, belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pasar. Potensi besar dari wisatawan, *tour guide*, agen perjalanan, dan *air crew* yang memiliki akses ke barang unik belum dikelola secara optimal. Titip.in hadir sebagai *platform* terintegrasi yang menawarkan kemudahan, keamanan, dan efisiensi untuk menjawab kebutuhan pasar dan memaksimalkan peluang sektor ini secara profesional (Fitrianatsany, 2022; Kusumastuti, 2020; Syafara et al., 2023)(Fitriana et al., 2025)

Permintaan jasa titip meningkat seiring bertambahnya pengguna internet yang berbelanja barang luar negeri, tetapi keterbatasan platform aman membuat konsumen masih mengandalkan media sosial, meski berisiko. Survei menunjukkan 41.30% usaha *E-Commerce* menggunakan media sosial untuk berjualan, sementara hanya 19.75% memanfaatkan *marketplace* atau *platform* digital (BPS, 2023a). Rendahnya pemanfaatan platform terstruktur ini menjadi tantangan untuk menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan efisiensi bisnis jasa titip (Anwar et al., 2022; C. P. Azzahra & Purnawan, 2023; Brahmanta & Sukranatha, 2020; Kolopaking, 2024)

Menurut olah data penulis, Instagram menjadi *platform* utama bisnis jasa titip di Indonesia, dengan akun populer seperti @Syzaofficial (289K pengikut, fokus pada produk *fashion* dan barang bermerek), @moshimoshishop.id (207K pengikut, produk kecantikan dan *fashion* kasual), @ndsbabyshop_nana (184K pengikut, perlengkapan bayi dan anak-anak), @clotheshoppe_id (164K pengikut, pakaian kasual dan semi-formal), serta @jastipbel.sby (144K pengikut, beragam barang impor). Mayoritas pengikut adalah wanita, mencerminkan tingginya minat pasar terhadap jasa titip. Namun, transaksi masih banyak dilakukan melalui media sosial tanpa platform terintegrasi. Titip.in melihat peluang besar dengan menargetkan segmen karyawan, kawula muda, mahasiswa, dan ibu rumah tangga untuk menyediakan layanan yang lebih terstruktur dan efisien (Bere & Susanto, 2022; Sherli Sadila & Sundari, 2024)(F. D. Azzahra et al., 2025). Bisnis jasa titip memiliki dua kelompok konsumen utama yaitu Titipans (penyedia jasa) dan Titipers (pencari barang), yang menghadapi tantangan berbeda. Analisis mendalam terhadap operasional dan kebutuhan keduanya penting untuk merancang solusi efektif yang memenuhi ekspektasi masing-masing kelompok. Tujuan kegiatan ini Mengidentifikasi visi, misi, dan tujuan jangka panjang dari aplikasi "Titip.In" untuk memastikan keselarasan dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri jasa titip barang, faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang memengaruhi pengembangan aplikasi. Secara Operasional kegiatan ini bereran dalam merumuskan rancangan alur operasional yang efisien, termasuk proses pemesanan, pembayaran, pengiriman, dan pengelolaan data pelanggan, dan mengidentifikasi kebutuhan sumber daya (teknologi, SDM, dan infrastruktur) untuk mendukung operasi aplikasi. Dari sisi manajemen risiko mengidentifikasi potensi risiko yang dapat memengaruhi keberlangsungan operasi "Titip.In" (misalnya, risiko keamanan data, penipuan, keterlambatan pengiriman, atau persaingan).

Studi terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan platform jasa titip dan pengiriman digital bergantung pada keseimbangan antara kepentingan penjual, pembeli, dan penyedia jasa (*crowd couriers* atau *personal shoppers*). Tantangan utamanya mencakup akuisisi dan retensi pengguna serta penerapan harga dinamis untuk menghadapi fluktuasi permintaan. Dalam operasional, banyak perusahaan menggunakan model *last-mile* berbasis *crowd-sourced delivery* yang memadukan kurir profesional dan agen lepas demi fleksibilitas dan efisiensi biaya. Penelitian di bidang ini berfokus pada optimasi rute, penjadwalan dinamis, dan keseimbangan antara biaya serta kualitas layanan. Selain itu, teknologi seperti AI untuk peramalan permintaan dan penetapan harga, IoT untuk pelacakan barang, serta sistem WMS dan TMS untuk pengelolaan rantai pasok kini menjadi praktik umum. Integrasi API dengan mitra pembayaran, kepabeanaan, dan logistik juga penting untuk menjaga efisiensi dan keandalan operasi.

Penelitian tentang Titip.In memberikan kontribusi orisinal bagi pengembangan ilmu manajemen dan praktik industri digital melalui empat aspek utama. Pertama, menghadirkan kerangka integratif strategi operasi risiko yang menggabungkan perencanaan strategis, desain operasional, dan manajemen risiko

berbasis *Enterprise Risk Management* (ERM) khusus untuk layanan titip barang. Kedua, mengadaptasi model operasional crowd-sourced dalam konteks *peer purchasing* dengan sistem alokasi tugas, insentif, dan *quality assurance* yang menyeimbangkan fleksibilitas agen dan perlindungan barang. Ketiga, mengembangkan framework mitigasi risiko berbasis data untuk transaksi lintas negara melalui *Key Risk Indicators* (KRI), *machine learning* dalam penyaringan barang, serta kombinasi mitigasi seperti asuransi mikro, SLA, dan *escrow*. Keempat, mengusulkan model harga dinamis yang mempertimbangkan risiko kepabeanaan, nilai barang, jarak, dan verifikasi. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat integrasi strategi bisnis, inovasi operasional, dan manajemen risiko dalam ekosistem platform digital.

METODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi bisnis, proses operasional, dan penerapan manajemen risiko pada platform digital *Titip.In*. Melalui studi kasus, peneliti dapat mengeksplorasi fenomena aktual dalam konteks nyata serta mengidentifikasi hubungan antara faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja platform.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan terdiri dari:

1. Data primer, diperoleh melalui kuesioner, wawancara mendalam, observasi aktivitas operasional, dan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*).
2. Data sekunder, meliputi laporan internal perusahaan, data transaksi, kebijakan operasional, serta literatur terkait strategi bisnis digital, manajemen operasi, dan manajemen risiko platform berbasis *crowd-sourcing*.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data meliputi:

1. Wawancara semi-terstruktur dengan manajemen dan pihak operasional untuk menggali strategi, model bisnis, dan pengelolaan risiko.
2. Observasi langsung terhadap alur kerja aplikasi (dari pemesanan, titip, hingga pengantaran).
3. Dokumentasi berupa laporan internal, data performa, dan dokumen kebijakan operasional.
4. Kuesioner terbatas (opsional) untuk mengukur persepsi pengguna terhadap keandalan layanan dan keamanan transaksi.

Prosedur Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kuantitatif-deskriptif menggunakan tiga alat analisis utama, yaitu IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Perhitungan Skor IFE dan EFE

Langkah perhitungan dilakukan sebagai berikut:

1. Kalikan bobot $\times$ rating untuk setiap faktor.
2. Jumlahkan hasil kali seluruh faktor untuk memperoleh total skor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis akan membahas proses penyusunan strategi perusahaan, dimulai dengan menetapkan visi dan misi. Kemudian, ditetapkan tujuan jangka pendek (1-2 tahun), menengah (3-4 tahun), dan panjang (lebih dari 5 tahun), diikuti dengan penetapan tujuan atau target khusus perusahaan.

Proses selanjutnya melibatkan analisis dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah tahap input, yang mencakup analisis faktor internal (IFE), faktor eksternal (EFE), dan *Competitive Profile Matrix* (CPM). Tahap berikutnya adalah tahap pencocokan (*matching stage*), yang melibatkan analisis SWOT dan *IE Matrix*. Tahap terakhir adalah tahap keputusan (*decision stage*), yang mencakup analisis QSPM, strategi generik Porter, dan model *Lean Business Canvas*.

Tujuan Jangka Pendek

Di era digital yang berkembang, Indonesia menawarkan peluang besar untuk inovasi, terutama dalam bisnis jasa titip yang masih banyak dilakukan secara informal melalui media sosial. Titip.in memiliki peluang untuk mengubah layanan ini menjadi *platform* digital berbasis web, Android, dan iOS.

Untuk memulai, tujuan jangka pendek Titip.in meliputi pengembangan *platform* yang responsif dan mudah digunakan, membangun basis pengguna yang solid melalui kampanye pemasaran digital, dan menjalin kemitraan dengan penyedia layanan jasa titip untuk memperluas jangkauan bisnis. Umpan balik dari pengguna awal sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Selain itu, analisis kinerja secara teratur diperlukan untuk memantau metrik seperti jumlah pengguna, transaksi, dan kepuasan pelanggan, guna memperbaiki area yang memerlukan perhatian dan memastikan pertumbuhan bisnis. Tujuan jangka pendek ini diharapkan dapat membangun fondasi yang kuat untuk kesuksesan jangka panjang bisnis jasa titip digital, dengan rentang waktu 1 hingga 2 tahun.

Tabel 1. Tujuan Jangka Pendek Titip.in

Kategori	Deskripsi
Pemasaran	Mencari target pengguna baru sebanyak 50.000 dalam waktu 1 tahun Kampanye iklan di media sosial dan Google Ads minimal 5%. Kolaborasi dengan 20 influencer lokal dalam 1 tahun Promo cashback 15% untuk 10.000 transaksi pertama Engagement rate media sosial mencapai 30%
Keuangan	Mencapai stabilitas arus kas bulanan dengan margin positif dalam 6-12 bulan pertama. Mengurangi biaya operasional sebesar 10%-15% melalui efisiensi operasional dan teknologi. Menutupi 60%-80% biaya operasional di tahun pertama dan mencapai break-even di tahun kedua. Rekrutmen posisi kunci selesai dalam 6 bulan pertama dengan efisiensi anggaran 5% dari biaya operasional. Mencapai pangsa pasar 10%-15% dalam segmen jasa titip dalam 12 bulan pertama.
Operasional	Menyelesaikan 100% fitur utama (escrow, pelacakan <i>real-time</i>) dalam 12 bulan. Bekerja sama dengan 5 mitra logistik domestik. Membuka 3 pusat operasional di kota besar (Jakarta, Surabaya, Medan). Mencapai tingkat kepuasan layanan mencapai 80%. Menjamin 100% keamanan transaksi melalui verifikasi dan enkripsi data.
Sumber Daya Manusia	Rekrutmen 28 karyawan untuk Operasional, Pemasaran, Finance dan HR Melaksanakan 3 program pelatihan karyawan baru per tahun Mengadakan 4 kegiatan internal untuk meningkatkan kolaborasi Membuat skema kompensasi yang sesuai dengan standar industri, mencapai 90% kepuasan karyawan Mengurangi waktu perekrutan hingga 20% melalui sistem digitalisasi HR

Sumber: data diolah penulis, 2024

Tujuan Jangka Menengah

Untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis jasa titip berbasis digital, fokus pada tujuan jangka menengah sangat penting. Dengan potensi pasar besar di Indonesia, pengembangan fitur tambahan seperti integrasi pembayaran lebih luas, pelacakan pengiriman, dan peningkatan layanan pelanggan akan meningkatkan pengalaman pengguna. Ekspansi geografis ke berbagai daerah, pemasaran yang tepat, dan kemitraan lokal akan memperluas pangsa pasar. Diversifikasi layanan, seperti penyimpanan sementara dan asuransi pengiriman, juga akan menambah nilai bagi pelanggan. Penguatan branding, konsistensi komunikasi merek, serta investasi dalam analitik dan keamanan data penting untuk efisiensi operasional dan membangun kepercayaan pelanggan. Semua langkah ini diharapkan dapat dicapai dalam 3 hingga 4 tahun ke depan.

Tabel 1. Tujuan Jangka Menengah Titip.in

Kategori	Deskripsi
Pemasaran	Masuk ke Malaysia, Singapura, dan Thailand dengan target 100.000 pengguna regional. Meluncurkan program loyalitas berbasis poin dengan retensi pelanggan mencapai 85%. Bekerja sama dengan 30 mitra logistik dan <i>platform e-commerce</i> regional. Meningkatkan trafik website dan aplikasi sebesar 50%. ROI kampanye pemasaran mencapai 25% untuk meningkatkan relevansi dan keterlibatan.
Keuangan	Meningkatkan pendapatan sebesar 20%-30% dengan layanan tambahan, seperti fitur premium atau berlangganan. Mencapai profitabilitas di akhir tahun ke-4 dengan peningkatan laba bersih sebesar 10%-15%.
Kategori	Deskripsi
Keuangan	Menjaga biaya pengembangan <i>platform</i> di bawah 10% dari total pendapatan selama 2 tahun. Menguasai 25%-30% pangsa pasar di segmen jasa titip dengan ekspansi ke luar Pulau Jawa.
Operasional	Membuka pusat operasional di 5 negara ASEAN sejak tahun ke-3 Implementasi <i>Artificial Itelligence</i> untuk rekomendasi produk dan optimasi logistik. Pengiriman domestik rata-rata 2 hari dan internasional 5 hari. Pengurangan biaya operasional sebesar 15%. Integrasi blockchain untuk memonitor pengiriman secara <i>real-time</i> .
Sumber Daya Manusia	Menciptakan jalur karir yang jelas bagi 50% karyawan Merekrut tambahan beberapa karyawan seiring pertumbuhan Melaksanakan program kepemimpinan untuk 4 manajer setiap tahun Implementasi software HR untuk monitoring kinerja 100% karyawan Menurunkan tingkat turnover hingga di bawah 10% per tahun

Sumber: data diolah penulis, 2024

IE (Internal-External) Matrix

Internal-External Matrix adalah alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi strategis perusahaan berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Matriks ini membantu perusahaan merumuskan strategi dengan menghubungkan faktor internal dan eksternal. Setelah faktor-faktor tersebut diidentifikasi, setiap faktor dinilai baik secara kualitatif maupun kuantitatif untuk menentukan bobot dan tingkat kepentingannya bagi perusahaan. Faktor internal dinilai berdasarkan kekuatan atau kelemahan perusahaan, sementara faktor eksternal dinilai berdasarkan dampak peluang dan ancaman terhadap perusahaan.

Setelah penilaian selesai, faktor internal dan eksternal ditempatkan pada matriks dua dimensi. Setelah semua faktor ditempatkan pada matriks, perusahaan dapat mengidentifikasi posisi strategisnya berdasarkan empat kuadran yang dihasilkan. Kuadran I, II & IV: *Grow and Build* (Mengembangkan dan Membangun), Strategi di sini adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal. Kuadran III, V, VII: *Hold and Maintain* (Tahan dan Memelihara), Strategi di sini adalah mempertahankan posisi saat ini dengan mengelola kekuatan internal dan menghadapi ancaman eksternal. Kuadran VI, VIII, IX: *Harvest or Divest* (Panen atau Melepas), Strategi di sini adalah mempertimbangkan untuk mengurangi investasi atau menarik diri dari bisnis yang memiliki kelemahan internal dan terpapar pada ancaman eksternal.

IFE Total Scores				
		STRONG 3,00 - 4,00	AVERAGE 2,00 - 2,99	WEAK 1,00 - 1,99
EFE Total Scores	4 HIGH 3,00 - 4,00	I	II	III
	3 MEDIUM 2,00 - 2,99	IV	V	VI
	2 LOW 1,00 - 1,99	VII	VIII	IX
	1			

Description
I, II, IV : Grow & Build
III, V, VII : Hold & Maintain
VI, VIII, IX : Harvest & Divest

Gambar 1. *Internal External Matrix* Titip.in

Berdasarkan evaluasi *Internal Factors Evaluation* (IFE) Titip.in memperoleh total skor sebesar 3,02 sementara dari *External Factors Evaluation* (EFE), Titip.in memperoleh total skor sebesar 2,93. Hasil keduanya menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki posisi yang stabil dan seimbang antara faktor internal dan eksternal. Dengan demikian, berdasarkan analisis menggunakan IE *Matrix*, Titip.in ditempatkan pada kuadran IV yang mengindikasikan strategi Grow & Build. Artinya, Titip.in cenderung mengambil pendekatan proaktif untuk memanfaatkan kondisi yang menguntungkan untuk pertumbuhan dan pengembangan.

Hasil IE Matrix menempatkan *Titip.In* pada kuadran Growth/Build, yang menunjukkan posisi perusahaan berada pada fase pertumbuhan dengan kekuatan internal yang cukup dan peluang eksternal yang tinggi. Hal ini sejalan dengan teori Miles & Snow, di mana strategi *prospector* diperlukan untuk mengeksplorasi pasar baru dan mengembangkan kapabilitas inovatif. Berdasarkan Resource-Based View (Barney), skor IFE yang baik menandakan *Titip.In* memiliki sumber daya bernilai seperti teknologi platform, jaringan mitra logistik, dan reputasi merek. Namun, agar keunggulan ini berkelanjutan, sumber daya tersebut harus *rare* dan sulit ditiru (mis. melalui algoritma eksklusif, efek jaringan, dan kemitraan strategis).

Dalam konteks platform economy, peluang pertumbuhan menuntut strategi *two-sided growth* meningkatkan pengguna dan mitra secara simultan. Literatur menegaskan risiko *cold start* dan biaya subsidi pengguna, sehingga strategi yang dipilih harus menjaga keseimbangan antara ekspansi pasar dan keberlanjutan finansial.

Hasil QSPM menunjukkan prioritas strategi sebagai berikut:

1. Optimasi last-mile hybrid memperoleh skor tertinggi karena mampu meningkatkan fleksibilitas kapasitas dan efisiensi biaya, sesuai teori *operational ambidexterity*. Implementasi harus disertai kontrol kualitas dan sistem insentif yang tepat agar reliabilitas tetap terjaga.
2. Dynamic pricing & demand forecasting relevan dengan teori pasar dua sisi, membantu mengatur permintaan puncak dan meningkatkan utilitas jaringan. Namun, perlu transparansi dan mekanisme kompensasi agar tidak menurunkan loyalitas pengguna.
3. Integrasi ERM dan risk data pipeline sejalan dengan prinsip ISO 31000, memperkuat ketahanan organisasi terhadap risiko operasional dan reputasi. Integrasi ini juga menjadi kontribusi praktis dalam menggabungkan manajemen risiko dengan *real-time analytics*.

The Decision Stage

Analisis dan penalaran memberikan landasan untuk menghasilkan strategi formulasi yang efektif. Ini membuka pintu bagi kemungkinan strategi alternatif yang valid. Setiap strategi tambahan yang timbul dari evaluasi analisis dapat diajukan untuk diskusi dan dimasukkan ke dalam daftar pilihan strategi yang layak (Fred R, 2011).

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) menjadi alat penting dalam mengevaluasi strategi dengan mengukur faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Dengan QSPM, Titip.in dapat membuat keputusan strategis yang lebih terinformasi dan tepat, serta mengeksplorasi strategi tambahan berdasarkan analisis mendalam. Berdasarkan analisis SWOT dan IE Matrix, berikut adalah dua alternatif strategi untuk Titip.in:

1. Optimalkan Kemitraan yang Efektif, strategi ini sangat menarik karena memanfaatkan peluang eksternal, seperti pertumbuhan ekonomi dan peningkatan penggunaan teknologi. Dengan memperkuat kemitraan dengan lembaga keuangan dan penyedia layanan pembayaran, Titip.in dapat memperluas jangkauan layanan dan memperkuat posisinya di pasar.
2. Inovasi Teknologi, strategi ini memiliki skor daya tarik tinggi karena memanfaatkan kekuatan internal Titip.in dalam Teknologi Informasi dan Sistem Operasi *Smartphone*. Dengan mengadopsi pendekatan *agile* dalam pengembangan produk dan eksplorasi teknologi baru, Titip.in dapat menghadirkan solusi yang lebih canggih dan menarik, serta memperkuat posisinya dalam pasar yang kompetitif.

Fokus utama adalah meningkatkan pangsa pasar Titip.in pada segmen yang sudah ada melalui optimalisasi strategi pemasaran dan operasional. Berikut disampaikan langkah-langkah teknis yang akan dilakukan oleh Titip.in sesuai dengan strategi dari evaluasi QSPM tersebut yaitu:

1. Pemasaran Digital, kampanye media sosial, SEO, iklan berbayar, CRM, serta program promosi dan *loyalty reward* untuk meningkatkan pembelian berulang.
2. Pelayanan Pelanggan, mengimplementasikan chatbot, call center, omnichannel, dan evaluasi layanan melalui survei dan analisis keluhan.
3. Penguatan Operasional, meningkatkan sistem pembayaran digital dan logistik untuk transaksi cepat dan pengiriman efisien.
4. Kemitraan dengan Pemerintah, menjalin hubungan untuk mendukung regulasi *platform* digital serta kolaborasi teknologi pelacakan dan keamanan.

Strategi Operasional

Dalam perencanaannya, usaha jasa titip dengan aplikasi membutuhkan operasional yang baik. Strategi operasional terkait dengan operasional dari aplikasi Titip.in maupun operasional terkait dengan penanganan pelanggan atau mitra secara langsung. Titip.in membuat kerangka strategi operasional dengan tahapan dimulai dari tahapan pendirian perusahaan, penetapan tujuan dan sasaran operasional, membuat desain operasional, pengantaran operasional sampai dengan proyeksi operasional cost atau biaya operasional yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan.

Tahapan pendirian bisnis/usaha

Saat ini kegiatan jasa titip dilakukan dengan *mouth to mouth*, melalui sosial media dan ada beberapa perusahaan yang menggunakan aplikasi. Dengan semakin meningkatnya kegiatan jasa titip, media social (facebook, Instagram, tiktok dll) digunakan untuk melakukan transaksi jasa titip tersebut.

Pengajuan nama perusahaan ini didaftarkan oleh notaris melalui Sistem Administrasi Badan Hukum (Sisminbakum) Kemenkumham. Proses ini bertujuan untuk akan melakukan pengecekan nama PT, dimana pemakaian PT tidak boleh sama atau mirip sekali dengan nama PT yang sudah ada maka yang perlu disiapkan adalah 2 (dua) atau 3 (tiga) pilihan nama PT, usahakan nama PT mencerminkan kegiatan usaha anda. Disamping itu, pendaftaran nama PT ini bertujuan untuk mendapatkan persetujuan dari instansi terkait (Kemenkumham) sesuai dengan UUPT dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2011 Tentang Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas. Pembuatan akta pendirian dilakukan oleh notaris yang berwenang diseluruh

wilayah negara Republik Indonesia untuk selanjutnya mendapatkan persetujuan dari Menteri Kemenkumham.

Desain Operasi

Mengacu pada sub-bab 4.5 mengenai tahap keputusan dalam pengembangan produk dan sub-bab 4.6 tentang pemilihan strategi bisnis pada tingkat diferensiasi layanan, Titip.in menyusun operasionalnya agar selaras dengan strategi yang telah diputuskan.

Desain Produk dan Proses

Produk jasa layanan yang ditawarkan oleh Titip.in adalah layanan *marketplace* jasa titip *online* yang menyediakan fasilitas kemitraan yang baik dimana terdapat komunikasi yang baik antara Titipans dengan Titipers dengan menggunakan jasa pengiriman yang terdaftar. Pada tahap awal Titip.in akan launching dengan implementasi jasa titip *online* yang memperkuat bidang kemitraan yaitu Titipans dengan Titipers. Dengan framework dibawah ini, Titip.in dapat memberikan layanan yang handal, aman, dan memuaskan baik kepada Titipers maupun Titipans, serta terus berinovasi mengikuti kebutuhan pasar.

Alur Kerja

Detail Alur Kerja dari Titip.in adalah meliputi hal – hal yang dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pengguna (melalui *website* atau aplikasi *mobile*) mengirimkan permintaan seperti pencarian produk atau melakukan pemesanan.
- b. Permintaan dikirim ke API Gateway, di mana proses autentikasi, *caching*, atau pembatasan kecepatan dijalankan.
- c. API Gateway meneruskan permintaan ke layanan backend terkait (misalnya, pencarian produk ke *Product Service*, atau pemesanan ke *Order Service*).

- d. Hasilnya dikembalikan ke API Gateway, kemudian ditampilkan kembali ke pengguna melalui antarmuka klien.

Microservices

Dalam arsitektur *microservices*, setiap layanan bersifat mandiri dan fokus pada satu fungsi bisnis, memungkinkan fleksibilitas dan skalabilitas. Berbeda dengan arsitektur tradisional yang mengandalkan satu database terpusat untuk semua layanan, *microservices* menggunakan *container* terpisah seperti *server* berkas, *web*, dan *database* untuk melayani kebutuhan spesifik seperti pelanggan, keranjang, dan produk.

REST API (*Representational State Transfer API*) adalah antarmuka untuk komunikasi dan pertukaran data antar sistem. Berdasarkan prinsip REST, API ini mengutamakan kesederhanaan, skalabilitas, dan keterbacaan dengan memanfaatkan URL dan metode HTTP untuk mengakses sumber daya.

Keuntungan dalam arsitektur berbasis *microservices*,

a. *Fault isolation*.

Karena layanan diterapkan secara independent, maka jika salah satu layanan tidak berfungsi, sistem tetap berfungsi dengan baik.

b. *Mixed technology stack*.

Arsitektur *microservices* memberikan kebebasan untuk mengadopsi berbagai teknologi sesuai kenyamanan dan preferensi kita. Dengan cara ini, berbagai layanan dalam aplikasi yang sama dapat dibangun menggunakan teknologi paling efisien untuk memenuhi tujuan bisnis.

c. *Granular scaling*.

Karena semua komponen layanan terisah, mereka dapat diperbesar dengan cara yang berbeda sesuai kebutuhan. Jadi, jika ada permintaan tiba-tiba, tidak perlu memperbesar semua komponen secara bersamaan. Kondisi ini menghemat biaya dan kita tidak perlu khawatir tentang pekerjaan berat.

Perencanaan dan Kontrol Persediaan

Perencanaan dan kontrol persediaan di Titip.in memastikan Titipers mendapatkan barang sesuai keinginan dan tepat waktu, sambil meminimalkan biaya operasional dengan menjaga keseimbangan pasokan dan permintaan. Titip.in mempertemukan Titipans dan Titipers melalui katalog yang hanya menampilkan barang yang tersedia, memudahkan pemilihan dan transaksi. Perencanaan ini melibatkan analisis permintaan konsumen, pemantauan tren produk, dan identifikasi lonjakan permintaan, seperti saat musim liburan. Berbeda dari layanan serupa, Titip.in membatasi persediaan berdasarkan kapasitas bagasi Titipans untuk menghindari kelebihan bagasi.

Majamemen Kualitas

Manajemen kualitas di Titip.in memastikan kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi. Aplikasi ini mengadopsi standar ISO 27001 dan COBIT untuk melindungi data pelanggan, termasuk transaksi dan informasi pribadi. Titip.in juga mengutamakan kualitas layanan dengan sistem ulasan transparan, asuransi pengiriman, dan opsi pengiriman fleksibel. Fitur pelacakan real-time dan layanan pelanggan responsif mendukung efisiensi, sementara komunikasi yang jelas dengan pengguna memastikan kelancaran layanan. Pendekatan berkelanjutan ini menunjukkan komitmen Titip.in dalam menyediakan layanan yang andal dan membangun kepercayaan pelanggan.

Perencanaan Risiko

Tujuan Manajemen Risiko Titip.in adalah untuk melindungi perusahaan dari risiko signifikan yang dapat menghambat tercapainya visi dan misi perusahaan dengan terus mendorong karyawan untuk tetap hati – hati dalam melaksanakan pekerjaannya.

Sementara itu untuk sasaran risiko yang dilakukan oleh Titip.in sesuai dengan *key metrics* pada gambar 4.5 *Lean Canvas Model* dan selaras dengan misi perusahaan yaitu memberikan *insight platform* warehouse dan logistik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Serta melakukan evaluasi berkala, dan berkelanjutan untuk menciptakan bisnis yang *sustainable*.

Tabel 5. Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko

Tujuan	Sasaran
Jangka Pendek (1-2 tahun)	
1. Memastikan stabilitas dan keamanan transaksi.	1. Mengurangi risiko kegagalan transaksi dan keamanan data pelanggan.
2. Menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan awal.	2. Menjaga tingkat kepuasan pelanggan awal di atas 80%
3. Mengelola risiko operasional untuk mendukung pertumbuhan awal.	3. Memastikan stabilitas operasional dengan menurunkan risiko pengiriman bermasalah
Jangka Menengah (3-4 tahun)	
1. Mengoptimalkan Keamanan Sistem dan Proses Operasional	1. Mempertahankan Keamanan Sistem dengan Meningkatkan Infrastruktur IT
2. Meningkatkan Efisiensi dan Keandalan Operasional	2. Meningkatkan Efisiensi Operasional dengan Mengoptimalkan Rantai Pasokan
Tujuan	Sasaran
3. Menjaga Kepuasan Pelanggan dalam Skala yang Lebih Besar	3. Menjaga Kepuasan Pelanggan dengan Mengembangkan Program Loyalitas
Jangka Panjang (5 tahun dan seterusnya)	
1. Menjadi <i>Platform</i> Tepercaya dan Terkemuka di Pasar	1. Menjadi <i>platform</i> yang tepercaya dan Kompetitif di pasar
2. Membangun Ketahanan Operasional yang Berkelanjutan	2. Mencapai keberlanjutan operasional dan fleksibilitas dalam menghadapi risiko eksternal
3. Mengadopsi Inovasi Berkelanjutan untuk Keunggulan Kompetitif	3. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi berkelanjutan

Sumber : data diolah penulis,2024

Kerangka Manajemen Risiko

Kerangka Manajemen Risiko Titip.in memerlukan dukungan dan bantuan *stakeholders* untuk pengelolaan risiko yang dibutuhkan. Kerangka kerja merupakan salah satu elemen utama manajemen risiko dalam ISO 31000:2018. Kerangka kerja manajemen risiko bertujuan untuk membantu perusahaan atau organisasi dalam mengintegrasikan manajemen risiko pada keseluruhan fungsi dan kegiatan organisasi. Keberhasilan manajemen risiko tergantung pada efektivitas kerangka manajemen yang menyediakan landasan yang akan ditanamkan pada organisasi. Kerangka kerja membantu dalam mengelola risiko secara efektif melalui penerapan proses manajemen risiko pada berbagai tingkat dan dalam konteks tertentu organisasi. Dalam ISO 31000:2018 kerangka kerja manajemen risiko terdiri dari kepemimpinan dan komitmen sebagai pusat atau dasar, kemudian ditopang oleh siklus dari integrasi, desain, implementasi, evaluasi dan perbaikan.

Kepemimpinan dan Komitmen

Peran Direksi akan sangat membantu dalam pelaksanaan manajemen risiko. Efektivitas manajemen risiko akan tergantung dari seberapa jauh Direksi mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam tata kelola organisasi, kegiatan organisasi dan proses pengambilan keputusan pada setiap tingkatan organisasi. Kepemimpinan adalah sebuah kemampuan atau kekuatan dalam diri seseorang untuk mempengaruhi orang lain sesuai dengan tujuan organisasi. Komitmen adalah suatu bentuk kewajiban yang mengikat seseorang dengan sesuatu, baik itu diri sendiri maupun orang lain.

Integrasi

Manajemen Titip.in mendukung seluruh kegiatan manajemen risiko dan mengkaitkan pada kegiatan perusahaan meliputi proses bisnis, perencanaan strategi, penyusunan rencana bisnis dan investasi.

Perancangan Kerangka Kerja

Perancangan kerangka kerja manajemen risiko mencakup organisasi dan konteksnya, artikulasi komitmen penerapan manajemen risiko, penerapan peran dalam organisasi, kewenangan, tanggung jawab dan akuntabilitas, alokasi sumber daya dan menetapkan metode komunikasi dan konsultasi.

Implementasi

Penerapan manajemen risiko Titip.in dimulai dari rapat Direksi untuk membahas mengenai pemetaan risiko, melakukan evaluasi tingkat risiko dan merencanakan pengendalian dan penanganan risiko perusahaan. Dalam hal ini Direktur Utama akan melakukan *review* dan memberikan persetujuan atas laporan penerapan manajemen risiko. Manajer akan mengusulkan anggaran biaya disertai program mitigasi risiko yang diperlukan untuk menangani risiko dan dilaporkan kepada Direksi untuk pengambilan keputusan.

Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses untuk mengukur atau menilai apakah suatu program atau kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Dalam kerangka manajemen risiko, evaluasi dilakukan untuk mengukur kerangka kerja manajemen risiko terhadap tujuan, rencana implementasi, indikator dan perilaku yang diharapkan sesuai dengan tujuan organisasi atau perusahaan. Untuk memastikan manajemen risiko efektif dan dapat menunjang kinerja perusahaan, maka Titip.in akan mengukur kemajuan penerapan manajemen risiko secara berkala meninjau apakah kerangka manajemen risiko, kebijakan risiko dan rencana penerapan risiko tetap sesuai dengan konteks internal dan eksternal perusahaan.

Perbaikan

Hasil evaluasi akan ditindak-lanjuti untuk perbaikan berkelanjutan dari kerangka kerja manajemen risiko, kebijakan risiko dan penerapan manajemen risiko. Dalam manajemen risiko, perusahaan harus melakukan perbaikan secara berkelanjutan mudah beradaptasi saat manakala terjadi kesenjangan atau ketidaksesuaian dalam meningkatkan pengelolaan risiko.

Proses Manajemen Risiko

Proses manajemen risiko diawali dengan komunikasi dan konsultasi diantara pemangku kepentingan. Selanjutnya, penetapan lingkup, konteks, dan kriteria yang diikuti dengan penilaian risiko dan perlakuan risiko menghasilkan keluaran proses manajemen risiko. Keluaran proses ini ditindaklanjuti dengan pemantauan dan tinjauan serta direkam dengan pencatatan dan pelaporan. Proses manajemen risiko harus menjadi bagian integral dari proses manajemen dan pengambilan keputusan serta terintegrasi ke dalam seluruh struktur, operasi, dan proses organisasi, dan diterapkan baik di level stratejik, operasional rutin dan non rutin, maupun proyek.

Scope, Context and Criteria

Proses manajemen risiko harus diaplikasikan pada tingkatan organisasi yang berbeda, Titip.in membagi ruang lingkup pelaksanaan proses manajemen risiko menjadi dua, Internal dan Eksternal. Dalam lingkup internal terdiri atas risiko pemasaran, risiko operasional, risiko sumber daya manusia dan risiko keuangan. Sedangkan lingkup eksternal terbagi atas risiko pengguna, risiko mitra bisnis, risiko pemerintah dan risiko lainnya.

- Scope*, lingkup manajemen risiko mendefinisikan batasan-batasan dan ruang lingkup dari kegiatan manajemen risiko di dalam organisasi. Lingkup ini melibatkan penentuan area atau aspek apa saja dalam organisasi yang akan menjadi fokus manajemen risiko, serta bagaimana risiko akan dikelola dalam konteks keseluruhan organisasi.
- Context*, konteks adalah pemahaman tentang lingkungan internal dan eksternal di mana organisasi beroperasi. Menentukan konteks membantu organisasi memahami faktor-faktor eksternal dan internal yang dapat memengaruhi risiko, serta hubungan antara organisasi dan pemangku kepentingannya.
- Criteria*, kriteria adalah tolok ukur atau standar yang digunakan untuk menilai dan memprioritaskan risiko. Kriteria risiko membantu organisasi menentukan tingkat risiko yang dapat diterima, serta kapan tindakan perlu diambil untuk mengurangi atau mengelola risiko.

Risk Assesment

Dalam menentukan *risk assessment*, PT. Titip Global Indonesia akan melakukan identifikasi risiko dan menentukan dampak dari setiap risiko yang terjadi. Setelah itu melakukan analisis risiko dengan memberikan nilai dari sisi dampak dan frekuensi terjadinya risiko. Selanjutnya melakukan evaluasi risiko dan mengelompokkan menjadi beberapa level.

Risk Identification

Berdasarkan kerangka kerja pada gambar diatas, PT. Titip Global Indonesia telah melakukan identifikasi risiko dan menentukan dampak dari setiap risiko yang terjadi, yang dimuat pada tabel (terlampir).

Risk Analysis

Setelah mengetahui dampak dari setiap risiko yang terjadi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisa risiko. Analisa risiko dilakukan dengan memberikan nilai dari setiap risiko yang terjadi. Dari setiap risiko akan dilakukan penilaian dari sisi dampak yang diakibatkan dan frekuensi terjadinya risiko.

Risk Evaluation

Setelah melakukan analisa kemungkinan dan dampak risiko, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi risiko dan mengelompokkan menjadi beberapa level.

Risk Treatment

Setelah melakukan evaluasi risiko, langkah selanjutnya adalah melakukan langkah penanganan untuk meminimalkan dampak risiko yang akan terjadi. Dengan kondisi ini maka penanganan atas risiko-risiko yang akan terjadi dapat dimitigasi dengan baik dan terkendali.

Komunikasi dan Konsultasi

Menurut ISO 31000:2018 Risk Management Guideline komunikasi dan konsultasi dalam proses manajemen risiko bertujuan untuk membantu para stakeholders memahami risiko yang dihadapi organisasi, dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan, dan alasan dilakukannya langkah-langkah tertentu. Komunikasi dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang risiko, sedangkan konsultasi dimaksudkan untuk mendapatkan umpan balik dan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan. Komunikasi dan konsultasi meliputi kegiatan yaitu;

- a. Menyatukan berbagai bidang keahlian dalam proses manajemen risiko
- b. Memastikan pandangan yang berbeda dipertimbangkan ketika mendefinisikan kriteria risiko dan mengevaluasi risiko
- c. Memberikan informasi yang memadai untuk memfasilitasi pengawasan risiko dan pengambilan keputusan,
- d. Membangun rasa inklusif dan kepemilikan diantara mereka yang terkena dampak risiko.

Tim manajemen risiko Titip.in akan menetapkan komunikasi dan konsultasi setiap semesternya, sehingga kegiatan manajemen risiko Titip.in diharapkan dapat tercipta dukungan yang cukup dan membuat kegiatan manajemen risiko menjadi tepat sasaran.

Pemantauan dan Pengkajian

Dalam ISO 31000, 2018 tentang manajemen risiko, pemantauan dan pengkajian meliputi kegiatan meningkatkan kualitas dan efektivitas desain proses, implementasi dan hasil, memantau proses manajemen risiko dan hasilnya, dengan tanggung jawab yang jelas, merencanakan, mengumpulkan dan menganalisis informasi, mencatat hasil, dan memberikan umpan balik dan menggabungkan hasil dalam manajemen kinerja, pengukuran dan kegiatan pelaporan. Tim manajemen risiko Titip.in akan melakukan pemantauan dan pengkajian dalam bentuk observasi dan ketidaksesuaian secara terus menerus dan konsisten terhadap perubahan lingkungan bisnis yang menjadi penyebab risiko bisnis. Untuk awal berjalannya perusahaan, kegiatan ini akan dilakukan langsung oleh Direktur dengan membentuk tim Manajemen Risiko di perusahaan dalam kegiatan manajemen risiko Titip.in. Namun selanjutnya seiring perkembangan perusahaan, kami akan membuat unit Manajemen Risiko tersendiri.

Perekaman dan Pencatatan

Setiap bulan dan tiga bulan, akan dilakukan monitoring pemantauan atas kondisi usaha Titip.in dan sementara itu setiap semesternya Tim manajemen risiko akan merekapitulasi dan mendokumentasikan lalu melaporkan semua hasil diskusi manajemen risiko agar semua aktivitas manajemen risiko tersampaikan dengan jelas dan dapat menjadi informasi untuk pengambilan keputusan dan memperbaiki proses aktivitas manajemen risiko di lingkungan internal Titip.in. Hal ini akan dilakukan oleh Tim Manajemen Risiko yang dibentuk oleh Direktur dalam kegiatan manajemen risiko Titip.in.

KESIMPULAN

Perencanaan dan kontrol persediaan di Titip.in memastikan Titipers mendapatkan barang sesuai keinginan dan tepat waktu, sambil meminimalkan biaya operasional dengan menjaga keseimbangan pasokan dan permintaan. Manajemen kualitas di Titip.in memastikan kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi. Aplikasi ini mengadopsi standar ISO 27001 dan COBIT untuk melindungi data pelanggan, termasuk transaksi dan informasi pribadi. Titip.in juga mengutamakan kualitas layanan dengan sistem ulasan transparan, asuransi pengiriman, dan opsi pengiriman fleksibel. Fitur pelacakan real-time dan layanan pelanggan responsif mendukung efisiensi, sementara komunikasi yang jelas dengan pengguna memastikan kelancaran layanan. Pendekatan berkelanjutan ini menunjukkan komitmen Titip.in dalam menyediakan layanan yang andal dan membangun kepercayaan pelanggan.

Kerangka Manajemen Risiko Titip.in memerlukan dukungan dan bantuan *stakeholders* untuk pengelolaan risiko yang dibutuhkan. Kerangka kerja merupakan salah satu elemen utama manajemen risiko dalam ISO 31000;2018. Kerangka kerja manajemen risiko bertujuan untuk membantu perusahaan atau organisasi dalam mengintegrasikan manajemen risiko pada keseluruhan fungsi dan kegiatan organisasi. Tujuan Manajemen Risiko Titip.in adalah untuk melindungi perusahaan dari risiko signifikan yang dapat menghambat tercapainya visi dan misi perusahaan dengan terus mendorong karyawan untuk tetap hati – hati dalam melaksanakan pekerjaannya. Peran Direksi akan sangat membantu dalam pelaksanaan manajemen risiko. Efektivitas manajemen risiko akan tergantung dari seberapa jauh Direksi mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam tata kelola organisasi, kegiatan organisasi dan proses pengambilan keputusan pada setiap tingkatan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M., Rialita, A. J., & Risdiansyah, R. (2022). Pengkajian fiqh dan perkembangan pasar : Analisis jasa titip yang populer di kalangan generasi Milenial. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (Lp2M)*, 73–93.
- Azzahra, C. P., & Purnawan, A. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Titip Barang Secara Online. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 802–814.
- Azzahra, F. D., Amanda, M. P. T., & Lastari, H. I. (2025). Mengukur Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7. A), 90–104.
- Bere, Y. C. R. A., & Susanto, E. H. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Titip Barang Branded. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 4, pp. 359–363). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i4.19315>
- Bhuana, E. B., Sumartini, S., & Sofia, A. (2017). Analisis Manajemen Risiko Operasional Dalam Merencanakan Strategi Operasional (Studi Kasus Pada Unit Pelaksana Teknis Pengujian Kendaraan Bermotor Dinas Perhubungan Kota Cimahi). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.17509/jimb.v8i2.12660>
- Brahmanta, P. R., & Sukranatha, A. A. K. (2020). Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian. *Jurnal Kertha Desa*, 8(6), 1–12. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/view/66393/37174>
- Fitriana, R., Fuad, F., & Machmud, A. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Titip Online. *Binamulia Hukum*, 14(1), 43–52. <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i1.971>
- Fitrianatsany, F. (2022). Fenomena Jasa Titip Beli (Jastip) Sebagai Bentuk Budaya Konsumtif Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Urban Sociology*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.30742/jus.v5i1.1971>
- Jasa, A., Barang, T., In, T., Rois, M., Yanuar, T., Syah, R., & Negoro, D. A. (2025). *Perencanaan Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Keuangan Pada*. 5636(2), 319–334.
- Kolopaking, S. A. (2024). Analisis Praktik Impor Melalui Layanan Jasa Titip. *Jurnal Transaksi*, 16(1), 41–52.
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jastip) Dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk Umkm. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–39. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>

- Mariani. (2022). Manajemen Operasional Pada Proses Produksi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Sherli Sadila, & Sundari, S. (2024). Analisis Risiko Dan Peluang Bisnis Praktik Jasa Titip Online Di Media Sosial (Instagram) Dalam Perspektif Hukum Islam. *La Zhulma | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 315–326. <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v5i1.360>
- Suyitno, E., Yanuar, T., Syah, R., Negoro, D. A., & Dhafi, M. (2025). *Analisa Perencanaan dan Rasio Keuangan dalam Bisnis Plan Bhakti Lelang Indonesia*. 4(3), 336–347. <https://doi.org/10.54259/akua.v4i3.4396>
- Syafara, N., Fakultas, M., Universitas, H., Kuala, S., Hukum, F., Syiah, U., & Online, J. T. (2023). Studi Analisis Perjanjian Jasa Titip Online Di Media Sosial Analysis Study Online Shopping Entrusted Goods Service. *Ilmiah Bidang Hukum Keperdataan*, 9(1), 395–405.