

## EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA MYLINHA CARGO MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

### *EVALUATION AND DESIGN OF BUSINESS MODELS ON MYLINHA CARGO USING BUSINESS MODEL CANVAS*

Devita Thalia Putri<sup>1</sup>, Farda Hasun<sup>2</sup>, Meldi Rendra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Telkom, Bandung

devitaathalia@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, fardahasun@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>,  
meldirendra@telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>.

#### Abstrak

MyLinha Cargo merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang di Makassar, Sulawesi Selatan. Perusahaan tersebut melayani pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia baik pengiriman barang *door-to-door* maupun *port to-port*. Pelanggan MyLinha ada dari individu maupun perusahaan ekspedisi lain. Dalam menjalankan usahanya, terdapat beberapa kendala, antara lain: layanan MyLinha Cargo dalam memberikan informasi secara *real time* yang masih kurang, adanya barang pelanggan yang rusak dalam proses pengiriman dan terlambatnya barang pelanggan tiba ke tangan penerima yang menyebabkan pelanggan yang merupakan perusahaan ekspedisi lain mendapat keluhan dari penerima. Selain itu, keterbatasan kualitas SDM yang dimiliki MyLinha Cargo juga menjadi masalah, di samping persaingan dalam usaha jasa pengiriman barang yang semakin ketat karena makin banyaknya pesaing, sementara aktivitas pemasaran dari sisi perusahaan masih belum memadai. Berdasarkan permasalahan utama tersebut, evaluasi terhadap model bisnis saat ini dapat berguna untuk mendukung keberlangsungan usaha pada MyLinha Cargo sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi model bisnis pada MyLinha Cargo menggunakan pendekatan *business model canvas*. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah memetakan *business model canvas* saat ini. Langkah kedua adalah membuat *customer profile*. Langkah ketiga adalah analisis lingkungan bisnis. Langkah keempat adalah melakukan analisis SWOT dengan mempertimbangkan *business model canvas* saat ini, *customer profile* dan analisis lingkungan bisnis, dimana hasilnya akan digunakan untuk merumuskan strategi, yang menjadi dasar pengembangan *value proposition* dan *business model canvas* usulan. Beberapa perbaikan yang perlu digaris bawahi dari hasil evaluasi *Business Model Canvas* sebelumnya adalah penambahan pelanggan bisnis yaitu pemerintah dan pelaku UMKM, memperkuat dalam memberikan informasi pengiriman yang *update* dan asuransi dalam keamanan barang, menciptakan layanan akan ketepatan waktu kirim, penambahan saluran pemasaran yaitu *online marketing* berupa sosial media dan *website*, menciptakan fitur *feedback* pelanggan dan pemberian diskon untuk memberikan pelayanan maksimal, menciptakan aktivitas evaluasi dan *training* pegawai, serta bekerja sama dengan *e-commerce* guna mendapat pendapatan tambahan perusahaan dari kerja sama tersebut.

**Kata kunci :** *MyLinha Cargo, Business Model Canvas, Customer Profile, Analisis SWOT, Analisis Lingkungan Bisnis*

#### Abstract

*MyLinha Cargo is a logistics company in Makassar, South Sulawesi. The company serves delivery of goods to all parts of Indonesia, both door-to-door and port-to-port. In running its business, there are several obstacles. First, the company has not achieved the expected service level in providing real time information. The other problems are cases of damaged goods during the delivery process, lateness so the business customers get complaints from their customers, the quality of human resources owned by MyLinha Cargo, and higher competition in the business of logistics services while the marketing effort is not carried out properly. Based on these main problems, an evaluation of the existing business model can be useful to support the business continuity. This study aims to evaluate the business model of MyLinha Cargo using the framework of business model canvas. The first step in this research is to map the current business model canvas. The second step is to map the customer profile. The third step is an analysis of the business environment. The fourth step is to accomplish a SWOT analysis by considering the current business model canvas, customer profile, and business environment. The results of this SWOT analysis will be used to formulate a strategy,*

which is translated into a value proposition canvas and business model canvas. Some improvements that need to be highlighted from the results of the business model evaluation are the addition of business customers, namely the government and MSME actors, strengthening in providing shipping information updated and insurance in goods security, creating services for on-time delivery value proposition, adding marketing channels namely online marketing in the form of social media and websites, creating features feedback customer and giving discounts to provide maximum service, creating evaluation and training employees activities, collaborating with e-commerce to get additional company income from this collaboration.

**Keywords:** MyLinha Cargo, Business Model Canvas, Customer Profile, SWOT Analysis, Business Model Environment

## 1. Pendahuluan

Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diperlukan setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Kemajuan teknologi di era globalisasi ini, cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis, termasuk dalam membeli barang yang memanfaatkan jasa e-commerce. Selain itu, ada kebutuhan untuk mengirim barang ke berbagai lokasi di Indonesia. Jasa pengiriman akan menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan barang, selain itu jasa pengiriman juga dirasa sangat efektif dan efisien. Banyaknya masyarakat yang mengirim barang menjadikan jasa pengiriman sangat penting bagi masyarakat.

Tabel 1. Laju Pertumbuhan PDB Lapangan Usaha 2018 (Sumber: www.bps.go.id)

PDB Lapangan Usaha (Seri 2010)	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)				
	Laju Pertumbuhan Kumulatif (-to-c)				
	2018				
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahunan
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3.34	4.06	3.92	3.91	3.91
B. Pertambangan dan Penggalian	1.06	1.85	2.13	2.16	2.16
C. Industri Pengolahan	4.6	4.24	4.28	4.27	4.27
D. Pengadaan Listrik dan Gas	3.31	5.42	5.48	5.47	5.47
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3.65	3.79	4.61	5.46	5.46
F. Konstruksi	7.35	6.53	6.27	6.09	6.09
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	4.99	5.11	5.16	4.97	4.97
H. Transportasi dan Pergudangan	8.56	8.63	7.59	7.01	7.01
I. Angkutan Rel	11.67	12.22	11.06	10.7	10.7
2. Angkutan Darat	7.19	7.53	7.37	7.15	7.15
3. Angkutan Laut	13.09	11.57	8.96	7.22	7.22
4. Angkutan Sungai, Danau dan Penyeberangan	5.18	6.41	5.93	5.29	5.29
5. Angkutan Udara	9.37	9.47	6.85	5.83	5.83
6. Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	10.84	10.35	8.64	7.85	7.85
I. Penyediaan Akomodasi dan Makanan dan Minuman	5.17	5.39	5.56	5.66	5.66
J. Informasi dan Komunikasi	7.76	6.41	7	7.04	7.04
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	4.23	3.64	3.47	4.17	4.17
L. Real Estate	3.19	3.13	3.36	3.58	3.58
M,N. Jasa Perusahaan	8.04	8.47	8.54	8.64	8.64
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5.79	6.5	6.98	7.02	7.02
P. Jasa Pendidikan	4.84	4.94	5.5	5.36	5.36
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	6.06	6.56	6.89	7.13	7.13
R,S,T,U. Jasa lainnya	8.43	8.83	8.95	8.99	8.99
C. PRODUK DOMESTIK BRUTO	5.06	5.17	5.17	5.17	5.17

Data dari BPS pada tahun 2018 menunjukkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan termasuk dalam 6 sektor yang mengalami pertumbuhan terbesar di Indonesia. Dengan adanya data tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan mengalami peningkatan yang cukup pesat dibandingkan dengan sektor lain. Hal ini dapat menjadikan peluang besar bagi masyarakat yang membuka jasa logistik khusus di Kota Makassar.

MyLinha Cargo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang. Perusahaan tersebut melayani pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia baik pengiriman barang *door-to-door* maupun *port to-port* sejak tahun 2008. MyLinha Cargo beralamat di JL Mappala, Blok A3 No.20, Tidung, Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Selama ini, dalam menjalankan kegiatan usaha pokoknya MyLinha Cargo telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar di seluruh Indonesia tidak terkecuali untuk daerah-daerah yang dilewati sesuai dengan rute. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai dengan paket yang berukuran besar.

Tabel 2 menunjukkan data jumlah pengguna jasa pengiriman pada MyLinha Cargo pada tahun 2015-2019.

Tabel 2. Jumlah Pengguna Jasa Pengiriman Barang MyLinha Cargo pada Tahun 2015-2019  
(Sumber : MyLinha Cargo)

No	Tahun	Pengguna Jasa
1	2015	504
2	2016	696
3	2017	768
4	2018	912
5	2019	852

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Imran selaku Manajer pada MyLinha Cargo, terdapat beberapa kendala yang berpengaruh terhadap model bisnis perusahaan. Dimana pada kendala pertama yang menandakan kelemahan pada *value proposition* MyLinha Cargo yaitu MyLinha Cargo perlu meningkatkan layanan yang mereka tawarkan agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Layanan MyLinha Cargo dalam memberikan informasi secara *real time* yang masih kurang sehingga masih perlu ditingkatkan dan perlu ada inovasi dari MyLinha Cargo agar dapat menarik minat pelanggan dalam menggunakan layanan pada MyLinha Cargo. Kendala kedua yang menandakan kelemahan pada *key activities* yaitu karena adanya barang pelanggan yang rusak dalam proses pengiriman dan terlambatnya barang pelanggan tiba ke tangan penerima yang menyebabkan pelanggan bisnis seperti perusahaan logistik lain mendapat keluhan dari pelanggan mereka, yaitu si penerima barang. Kendala ketiga adalah pada *key resources* yaitu keterbatasan SDM yang dimiliki MyLinha Cargo. Kendala keempat yaitu kurangnya pemasaran yang dilakukan pada MyLinha Cargo yang hanya mengandalkan pelanggan tetap. Dalam hal ini, MyLinha Cargo masih memasarkan layanannya dengan cara lama yaitu memasarkan layanannya dengan memberikan surat penawaran melalui email ataupun *whatsapp* kepada calon pelanggannya. Cara tersebut masih dirasa kurang mampu dalam memasarkan layanan dikala perkembangan teknologi modern saat ini yang pasarnya bisa menjangkau masyarakat yang luas.

Persaingan yang semakin ketat antar sesama produk menghendaki upaya dan sebuah terobosan agar mencapai suatu sasaran yang diinginkan berupa promosi yang gencar dan pelayanan yang lebih memuaskan konsumen, yang perlu didukung oleh aktivitas, sumber daya dan *partnership* yang tepat. Persaingan ini akan lebih terasa lagi dampaknya bagi perusahaan jika dalam suatu pasar terdapat banyak sekali perusahaan sejenis yang bersaing dalam produk yang sama. Untuk menghadapi persaingan ini dan menjaga keberlanjutan perusahaan, dibutuhkan suatu kebijakan yang mampu menjaga dan merumuskan serta meningkatkan pangsa pasar dari suatu perusahaan yang dapat dieksekusi dengan biaya yang minimum. Untuk itu perlu dilakukan evaluasi atas model bisnis yang ada saat ini.

Penelitian ini bertujuan melakukan evaluasi model bisnis saat ini dan merancang model bisnis yang lebih baik. Dalam penelitian ini akan digunakan kerangka *business model canvas*, yang dapat menggambarkan arsitektur komersial dari sebuah usaha dalam upayanya memperoleh pendapatan dalam satu kanvas, sehingga dapat membantu dalam melakukan proses evaluasi, analisis dan perancangan model bisnis.

## 2. Landasan Teori

### 2.1 Business Model Canvas

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), *business modeling* dengan menggunakan metode kanvas akan memudahkan pebisnis dalam membangun dan mengembangkan bisnis atau perusahaan yang dijalankan. *Business Model Canvas* merupakan suatu alat untuk membantu perusahaan dalam melihat lebih akurat rupa usaha yang sedang atau akan dijalani. Mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik didalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal perusahaan. Business model canvas ditampilkan dalam sebuah kanvas terdiri dari 9 elemen, yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partnerships* dan *cost structures*.

## 2.2 Analisis Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis dapat dibagi atas dua lingkungan, yaitu lingkungan eksternal dan internal. Osterwalder & Pigneur (2010) menyatakan bahwa lingkungan model bisnis memiliki empat bidang utama, yaitu *Market Forces* (Kekuatan Pasar), *Key Trends* (Tren Kunci), *Industry Forces* (Kekuatan Industri) dan *Macro-economic Forces* (Kekuatan Ekonomi Makro).

## 2.3 Analisis SWOT

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) analisis SWOT adalah model yang paling populer dalam analisis situasi usaha. Analisis SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika sehingga dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT memberikan kegunaan untuk mempermudah dalam menganalisis kekuatan, kelemahan, ancaman, maupun potensi peluang dalam suatu organisasi. Analisis SWOT juga dapat menjadi alat bantu yang atraktif, karena kesederhanaan. Disebut sederhana karena penggunaannya yang mengarah pada aspek-aspek organisasi yang perlu dianalisis (Rangkuti, 2013).

Ada 4 komponen dasar analisis SWOT:

1. *Strength* (Kekuatan), yaitu karakteristik organisasi yang memberikan kelebihan / keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya.
2. *Weakness* (Kelemahan), yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada organisasi dibandingkan dengan yang lainnya.
3. *Opportunities* (Peluang), yaitu peluang yang dapat dimanfaatkan bagi organisasi untuk dapat berkembang.
4. *Threats* (Ancaman), yaitu ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi yang dapat menghambat perkembangannya.

## 2.4 Value Proposition Canvas

Menurut Osterwalder, et al. (2014), *value proposition canvas* merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana suatu produk atau jasa agar dapat memberikan nilai yang berupa pemahaman mengenai kebutuhan, desain produk dan layanan yang dibutuhkan pelanggan. *Value proposition canvas* terdiri dari dua bagian yaitu *customer profile* dan *value map*.

*Customer profile* menjadi bagian dari *value proposition canvas* yang dapat menggambarkan *customer segments* dari suatu model bisnis dengan rinci dan jelas. Dalam *customer profile* terdapat tiga bagian penting yaitu *customer jobs*, *pains* dan *gains*. *Customer jobs* merupakan gambaran mengenai berbagai masalah yang ingin diselesaikan pelanggan. Sedangkan *customer pains* merupakan gambaran mengenai risiko atau kemungkinan-kemungkinan buruk yang menjadi hambatan pelanggan. Kemudian untuk *customer gains* merupakan gambaran mengenai manfaat (benefit) yang pelanggan inginkan (Osterwalder, et al., 2014).

*Value map* menjadi bagian dari *value proposition canvas* yang dapat menggambarkan *value proposition* dari suatu model bisnis dengan rinci dan jelas. Dalam *value map* terdapat tiga bagian penting yaitu *product and services*, *gains creators* dan *pain relievers*. *Product and services*, merupakan gambaran suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. *Gain creators*, merupakan gambaran bagaimana suatu produk atau jasa yang dapat memberikan keuntungan kepada pelanggan. Kemudian untuk *pain relievers*, merupakan gambaran bagaimana suatu produk atau jasa dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan (Osterwalder, et al., 2014).

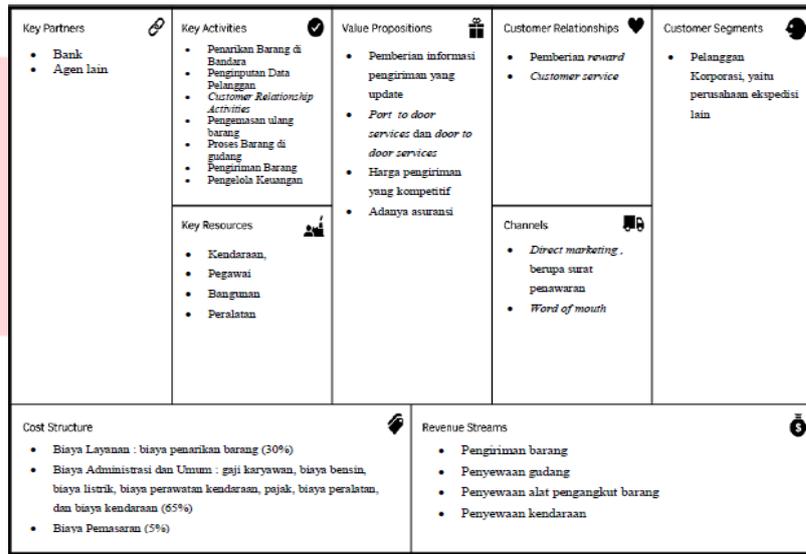
## 3. Metodologi

Langkah pertama pada penelitian ini adalah mengetahui model bisnis saat ini dari MyLinha Cargo yang meliputi *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resource*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Selanjutnya dilakukan pemetaan *customer profile* dari MyLinha Cargo agar dapat mengembangkan bisnis ini dengan memperoleh data dari pelanggan MyLinha Cargo itu sendiri. Tahap selanjutnya dilakukan analisis lingkungan bisnis dari MyLinha Cargo. Kemudian tahap selanjutnya adalah analisis SWOT dari MyLinha Cargo yang didapatkan dari hasil informasi mengenai model bisnis sebelumnya, *customer profile*, dan analisis lingkungan bisnis. Dari hasil analisis SWOT tersebut dapat dirumuskan strategi

yang akan digunakan dalam membuat *value map* pada MyLinha Cargo sehingga dapat merancang usulan model bisnis pada MyLinha Cargo.

**4. Pembahasan**

**4.1 Business Model Canvas Saat Ini pada MyLinha Cargo**



Gambar 1 Business Model Canvas Saat Ini pada MyLinha Cargo

**IV.2 Customer Profile MyLinha Cargo**

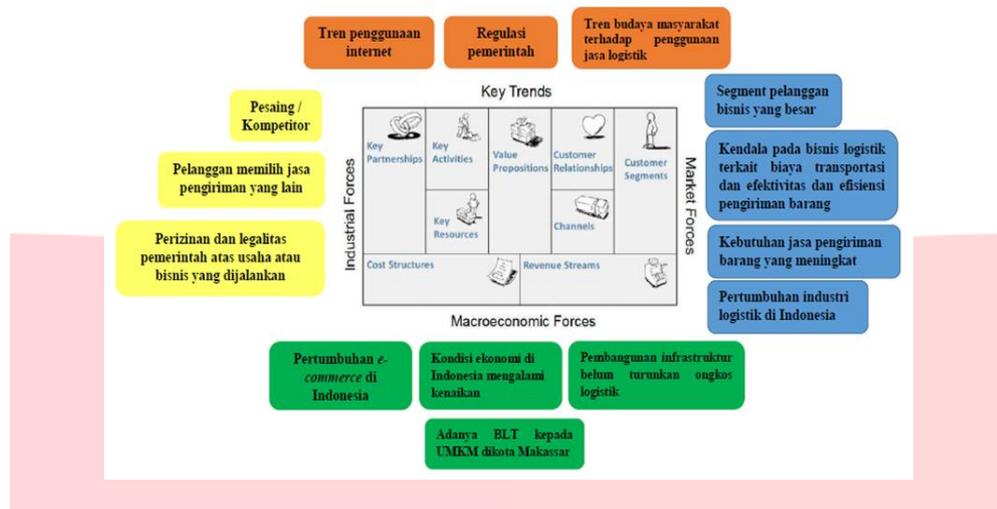
Berdasarkan data pelanggan yang sudah diolah pada *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains* maka akan dilakukan pemetaan *customer profiling* dari pelanggan MyLinha Cargo. Berikut merupakan *customer profiling* pada MyLinha Cargo :



Gambar 2 Customer Profiling MyLinha Cargo

**IV.3 Business Model Environment Pada MyLinha Cargo**

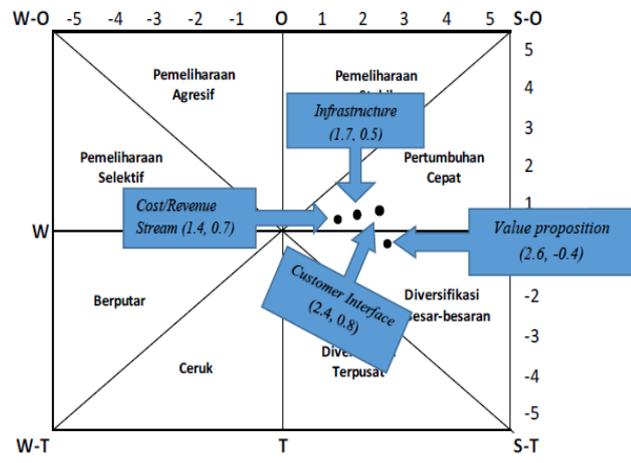
Berdasarkan data analisis lingkungan bisnis pada MyLinha Cargo dapat diklasifikasikan dalam *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macro-economic forces*, maka dapat dilakukan pemetaan Business Model Environment pada MyLinha Cargo sebagai berikut:



Gambar 3 Business Model Environment MyLinha Cargo

#### 4.4 Analisis SWOT dan Usulan Strategi

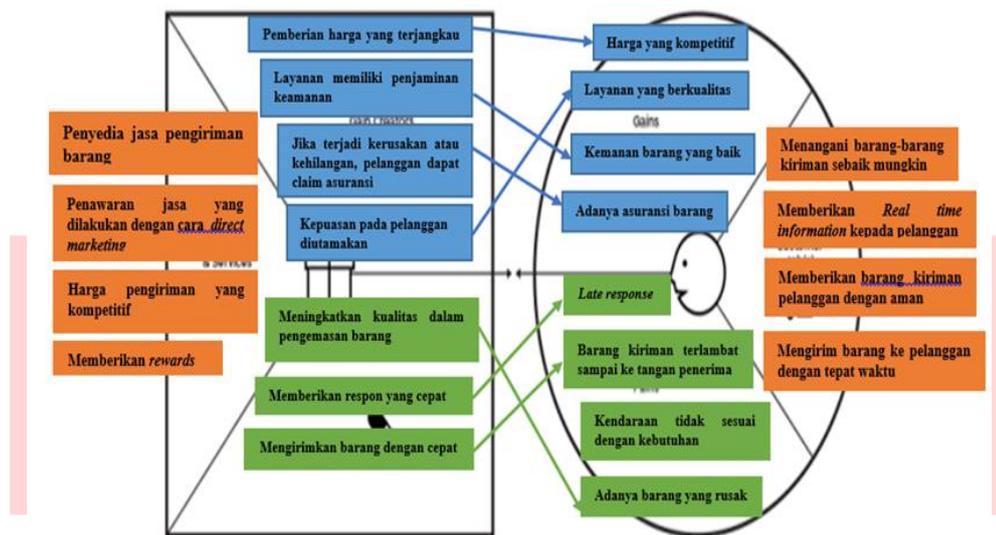
Analisis SWOT pada MyLinha Cargo didapatkan dengan menggunakan hasil pemetaan *business model canvas* eksisting, *customer profile*, dan *business model environment* pada MyLinha Cargo. Berikut merupakan matriks SWOT pada MyLinha Cargo:



Gambar 4 Kuadran Matriks SWOT MyLinha Cargo

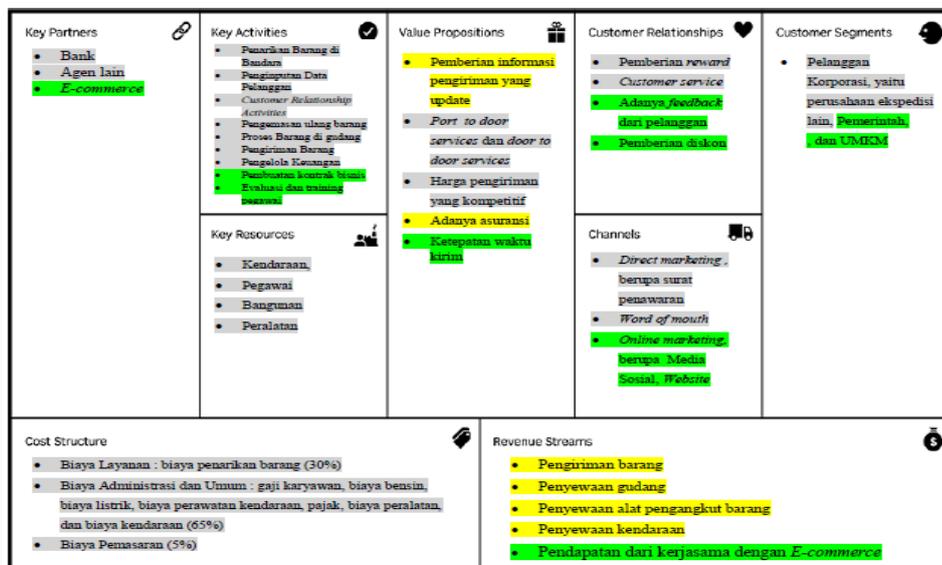
#### 4.5 Value Proposition Canvas

Pada proses pembuatan *value proposition canvas* diperlukan perancangan *value map* untuk mengetahui layanan yang ditawarkan oleh MyLinha Cargo secara jelas. Dalam *value map* terdiri dari *pain relievers*, *gains creators*, dan *product and service*. Berikut merupakan gambaran *value proposition canvas* pada MyLinha Cargo:



Gambar 5 Value Proposition Canvas MyLinha Cargo

#### 4.6 Perancangan Business Model Canvas Usulan



Gambar 6 Value Proposition Canvas MyLinha Cargo

### 5. Diskusi

Dari hasil penelitian mengenai evaluasi dan perancangan model bisnis pada MyLinha Cargo menggunakan pendekatan *business model canvas* dimana terjadi perbedaan antara *business model canvas* eksisting dan usulan yang telah dibuat. Pada blok *value proposition* kekuatan dari perusahaan yaitu MyLinha Cargo memberikan layanan akan pemberian informasi pengiriman yang *update*, *port-to-door services* dan *door-to-door service*, harga pengiriman yang kompetitif, adanya asuransi pada keamanan barang dan layanan akan ketepatan waktu kirim. Blok *customer segments* dapat ditingkatkan dari pelanggan bisnis yaitu menciptakan segmen baru yaitu dapat merambah kepada pemerintah dan pelaku UMKM sehingga meningkatkan pendapatan. Pada blok *channels* melakukan pemasaran secara *online marketing* agar dapat menjangkau calon pelanggan lebih luas agar mengenal jasa dari MyLinha Cargo. Pada blok *key activities* terdapat peningkatan adanya evaluasi dan training pegawai pada MyLinha Cargo dapat meningkatkan kualitas kinerja pegawai dalam melakukan aktivitas yang ada pada perusahaan. Pada blok *key partnerships* adanya kerja sama baru antara MyLinha Cargo dengan *e-commerce*. Sehingga pada blok *revenue streams* dapat meningkatkan pendapatan dari pengiriman barang, sewa gudang, sewa kendaraan dan sewa alat pengangkut barang dari hasil meningkatnya kebutuhan akan pengiriman barang dan meningkatnya ekonomi di Indonesia dan adanya pendapatan dari hasil kerja sama dengan partner sehingga dapat menambah pendapatan pada MyLinha Cargo.

## Referensi

- [1] Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [4] sindonews.com. (2019, December). *2020, Potensi Pertumbuhan Bisnis Logistik Lebih dari 30%*. Retrieved from ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1472008/34/2020-potensi-pertumbuhan-bisnis-logistik-lebih-dari-30>
- [5] Supplychainindonesia.com. (2019, January). *Peran Logistik dalam Kemajuan E-Commerce di Indonesia*. Retrieved from <https://supplychainindonesia.com/>: <https://supplychainindonesia.com/peran-logistik-dalam-kemajuan-e-commerce-indonesia/>
- [6] Bank Indonesia. (2021, Agustus). *Ekonomi Indonesia Melanjutkan Perbaikan, Tumbuh Positif pada Triwulan II 2021*. Retrieved from [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id): [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2319221.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2319221.aspx)
- [7] Bisnis.tempo.co. (2020, Maret). *Pandemi Corona, Tren Kenaikan Jasa Logistik Naik Terus Tiap Hari*. Retrieved from [Bisnis.tempo.co](http://Bisnis.tempo.co): <https://bisnis.tempo.co/read/1321314/pandemi-corona-tren-kenaikan-jasa-logistik-naik-terus-tiap-hari>
- [8] Fauzan, R. (2020, June). *Pendanaan Startup Logistik Diprediksi Moncer di Semester II/2020*. Retrieved from [teknologi.bisnis.com](http://teknologi.bisnis.com): <https://teknologi.bisnis.com/read/20200620/266/1255294/pendanaan-startup-logistik-diprediksi-moncer-di-semester-ii2020>
- [9] Investasi.kontan.co.id. (2021, May). *Punya prospek positif, cermati saham sektor transportasi dan logistik berikut ini*. Retrieved from [Investasi.kontan.co.id](http://Investasi.kontan.co.id): <https://investasi.kontan.co.id/news/punya-prospek-positif-cermati-saham-sektor-transportasi-dan-logistik-berikut-ini>
- [10] Katadata.co.id. (2019, February). *Pengusaha: Keberadaan Infrastruktur Belum Turunkan Ongkos Logistik*. Retrieved from [Katadata.co.id](http://Katadata.co.id): <https://katadata.co.id/hariwidowati/berita/5e9a5522184e2/pengusaha-keberadaan-infrastruktur-belum-turunkan-ongkos-logistik>