

Strategi dan Tantangan dalam Bisnis Jasa Antar-Jemput: Studi Kasus pada Mahasiswa UNNES

Alfi Syahwa Nur Prabowo *¹
Eva Arista Febriyani ²
Mirza Musyaffa ³
Wachid Iqbal Al-Rasyid ⁴
Nina Farliana ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Semarang

*e-mail: alfiprabowo24@students.unnes.ac.id¹, evaarista206@students.unnes.ac.id²,
mirza9090@students.unnes.ac.id³, wachidiqbalalrasyid@students.unnes.ac.id⁴,
ninafarliana@mail.unnes.ac.id⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi yang dilakukan mahasiswa UNNES dalam meningkatkan pendapatan melalui bisnis antar-jemput. Bisnis ini semakin diminati karena fleksibel dan mudah dijalankan sambil kuliah. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan kuesioner untuk melihat motivasi dan dampak bisnis ini terhadap keuangan mahasiswa. Hasilnya menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswa memilih bisnis ini karena bisa menambah penghasilan tanpa mengganggu waktu kuliah. Kendaraan bermotor dipilih karena biayanya lebih murah dan lebih lincah untuk menghadapi kemacetan. Tantangan yang paling banyak dihadapi adalah persaingan dengan mahasiswa lain dan kesulitan mengatur waktu antara kuliah dan bisnis. Secara keseluruhan, bisnis ini cukup membantu keuangan mahasiswa tanpa mengganggu nilai akademis mereka secara signifikan.

Kata kunci: Bisnis antar-jemput, mahasiswa UNNES, pendapatan, strategi pemasaran, transportasi

Abstract

This study aims to look at the strategies used by UNNES students in increasing income through the shuttle business. This business is increasingly in demand because it is flexible and easy to run while studying. The research was conducted with a quantitative approach, using a questionnaire to see the motivation and impact of this business on student finances. The results show that most students choose this business because it can increase income without disrupting college time. Motorized vehicles were chosen because they are cheaper and more agile to deal with traffic. The most common challenges faced were competition with other students and difficulty managing time between classes and business. Overall, the business helps students financially without significantly affecting their academic performance.

Keywords: Shuttle business, UNNES students, income, marketing strategy, transportation

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat di berbagai bidang, terutama transportasi, telah mengubah cara mahasiswa memenuhi kebutuhan hidup mereka. Transportasi tidak lagi sekedar alat untuk bepergian, tetapi juga membuka peluang bisnis yang menghubungkan berbagai aspek kehidupan. Mahasiswa UNNES, baik yang berasal dari luar kota maupun dalam kota, memanfaatkan peluang ini dengan menjalankan bisnis jasa antar-jemput.

Transportasi umum memiliki peran krusial bagi masyarakat, terutama di perkotaan dan pedesaan yang membutuhkan aksesibilitas dan keterjangkauan. Sebagai alternatif bagi individu yang tidak memiliki kendaraan pribadi, transportasi umum mendukung mobilitas yang aman, nyaman, teratur, dan efisien. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah dan swasta terus berupaya meningkatkan kualitas transportasi umum. Pengembangan jalur transportasi darat yang efektif menjadi salah satu solusi, terutama karena biayanya yang rendah dan kecepatan yang kompetitif (Fadila et al., 2024). Transportasi darat menjadi pilihan utama karena fleksibilitasnya dalam menjangkau berbagai lokasi dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang dinamis.

Di era digital saat ini, mahasiswa UNNES semakin inovatif dalam mencari peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka, salah satunya melalui bisnis jasa antar-jemput. Layanan ini

menjadi solusi praktis bagi mahasiswa yang membutuhkan transportasi terjangkau dan cepat, terutama bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi atau kesulitan mencari makan dan barang kebutuhan sehari-hari. Meskipun persaingan semakin ketat dengan banyaknya mahasiswa yang menawarkan jasa serupa, bisnis antar-jemput tetapi memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan kemudahan dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan opsi lain. Fenomena ini mencerminkan jiwa kewirausahaan mahasiswa UNNES dalam menghadapi tantangan ekonomi selama masa studi.

Layanan antar-jemput adalah salah satu bentuk layanan transportasi yang disediakan oleh individu maupun perusahaan untuk membantu mobilitas seseorang dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Layanan ini menjadi solusi bagi mereka yang tidak memiliki akses transportasi pribadi serta dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan skala pelayanan yang diinginkan. Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat modern, layanan ini berkembang pesat dan menjadi solusi transportasi yang efisien. Dengan adanya layanan ini, mahasiswa dapat menghindari keterlambatan akibat jadwal transportasi umum yang kurang fleksibel atau kepadatan lalu lintas yang tidak terduga. Selain itu, layanan ini sering kali menawarkan sistem penjadwalan yang lebih terorganisir, sehingga mahasiswa dapat mengatur perjalanan mereka dengan lebih efisien. Hal ini tentu berdampak positif terhadap produktivitas mahasiswa. Selain sekedar mengantarkan penumpang ke tujuan, layanan antar-jemput juga menawarkan kemudahan dalam proses pemesanan, kenyamanan selama perjalanan, serta tingkat keamanan yang lebih baik. Dalam situasi tertentu, layanan ini bahkan lebih hemat biaya dibandingkan dengan alternatif transportasi lainnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak orang kini lebih memilih jasa antar-jemput sebagai solusi praktik untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka.

Bisnis ini tidak hanya membantu mahasiswa mendapatkan penghasilan tambahan, tetapi juga memberikan kontribusi pada perekonomian mereka selama masa studi di Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan mahasiswa UNNES dalam meningkatkan pendapatan melalui bisnis jasa antar-jemput, dengan fokus pada studi kasus mahasiswa UNNES.

Penelitian yang berjudul "Strategi Peningkatan Pendapatan Mahasiswa UNNES melalui Bisnis Jasa Antar-jemput: Studi Kasus pada Mahasiswa UNNES" dipilih karena secara spesifik menggambarkan fokus penelitian, yaitu strategi yang digunakan mahasiswa UNNES untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui bisnis jasa antar-jemput. Judul ini juga menekankan penggunaan studi kasus pada mahasiswa UNNES, yang akan menjadi fokus utama penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis secara mendalam pengalaman dan persepsi mahasiswa UNNES terkait pendapatan dari layanan antar-jemput, dengan fokus pada strategi peningkatan pendapatan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur motivasi, persepsi, dan pengaruh pendapatan terhadap perekonomian mahasiswa UNNES yang terlibat dalam bisnis jasa antar-jemput.

Penelitian ini penting dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, bisnis jasa antar-jemput merupakan fenomena yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa UNNES, namun belum banyak penelitian yang secara khusus membahas strategi peningkatan pendapatan dalam konteks ini. Kedua, pemahaman yang mendalam mengenai strategi ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha di bidang jasa antar-jemput, serta bagi pihak universitas dalam mendukung kesejahteraan mahasiswa. Ketiga, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan sektor informal di kalangan mahasiswa, yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian mahasiswa dan masyarakat.

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada mahasiswa UNNES yang aktif menjalankan bisnis jasa antar-jemput di wilayah Semarang. Penelitian ini akan merujuk pada penelitian sebelumnya mengenai bisnis jasa antar-jemput, pendapatan mahasiswa, dan strategi peningkatan pendapatan. Namun, penelitian ini akan memiliki fokus yang lebih spesifik pada konteks mahasiswa UNNES, yang memiliki karakteristik dan tantangan unik dalam menjalankan bisnis jasa antar-jemput. Selain itu, penelitian ini juga akan menggali lebih dalam mengenai strategi yang digunakan mahasiswa UNNES dalam menghadapi persaingan dan memanfaatkan peluang yang ada, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi mahasiswa UNNES yang ingin meningkatkan pendapatan melalui bisnis jasa antar-jemput. Melalui analisis strategi yang efektif, penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang dapat diimplementasikan oleh mahasiswa dalam menjalankan bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak universitas dalam merumuskan program dan kebijakan yang dapat mendukung mahasiswa dalam berwirausaha. Penelitian ini juga penting dilakukan karena dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa UNNES. Dengan memahami strategi peningkatan pendapatan yang efektif, mahasiswa dapat lebih termotivasi untuk berwirausaha dan meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa secara individu, tetapi juga bagi perekonomian masyarakat secara luas.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Strategi apa saja yang digunakan oleh mahasiswa UNNES dalam meningkatkan pendapatan melalui bisnis jasa antar-jemput? 2) Bagaimana pengaruh bisnis jasa antar-jemput terhadap perekonomian mahasiswa UNNES? 3) Bagaimana motivasi mahasiswa UNNES dalam memulai bisnis jasa antar-jemput?

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi peningkatan pendapatan mahasiswa UNNES melalui bisnis jasa antar-jemput, dengan fokus pada studi kasus mahasiswa UNNES. Penelitian ini akan mengeksplorasi motivasi mahasiswa dalam membuka layanan antar-jemput, tantangan yang dihadapi terkait permintaan konsumen, metode promosi yang efektif di lingkungan kampus, dan pengaruhnya terhadap pendapatan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai analisis pendapatan mahasiswa yang terlibat dalam layanan antar-jemput, serta memotivasi mahasiswa lain yang tertarik dengan dunia bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan pendapatan mahasiswa UNNES melalui bisnis jasa antar-jemput, dengan fokus pada studi kasus mahasiswa UNNES. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai peluang bisnis dan strategi efektif dalam menjalankan layanan antar-jemput bagi mahasiswa, sehingga dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa yang tertarik untuk berwirausaha di bidang ini. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi universitas dalam meningkatkan kesejahteraan mahasiswa melalui program dan kebijakan yang relevan, serta memberikan data dan informasi bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan terkait pengembangan sektor informal di kalangan mahasiswa, khususnya dalam bidang jasa antar-jemput.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis fenomena bisnis jasa antar-jemput di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) secara objektif. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2013).

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menganalisis strategi peningkatan pendapatan mahasiswa UNNES melalui bisnis jasa antar-jemput. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk diagram, sehingga dapat menggambarkan secara proporsional faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis antar-jemput mahasiswa, strategi pemasaran yang digunakan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNNES yang menjalankan bisnis jasa antar-jemput sebagai sumber pendapatan tambahan. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini memastikan bahwa sampel yang dipilih memiliki pengetahuan atau pengalaman yang sesuai dengan topik penelitian. Misalnya, dalam penelitian tentang kualitas makanan, sampelnya adalah para ahli kuliner, atau dalam penelitian politik, respondennya adalah pakar politik. Teknik ini lebih cocok digunakan

dalam penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas (Sugiyono, 2013).

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah menjalankan bisnis antar-jemput dan memiliki pengalaman langsung dalam mengelola usaha tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 20 mahasiswa, yang dipilih untuk memperoleh data yang relevan mengenai praktik bisnis antar-jemput di kalangan mahasiswa UNNES. Dengan pemilihan responden yang sesuai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat terkait strategi peningkatan pendapatan mahasiswa melalui bisnis ini.

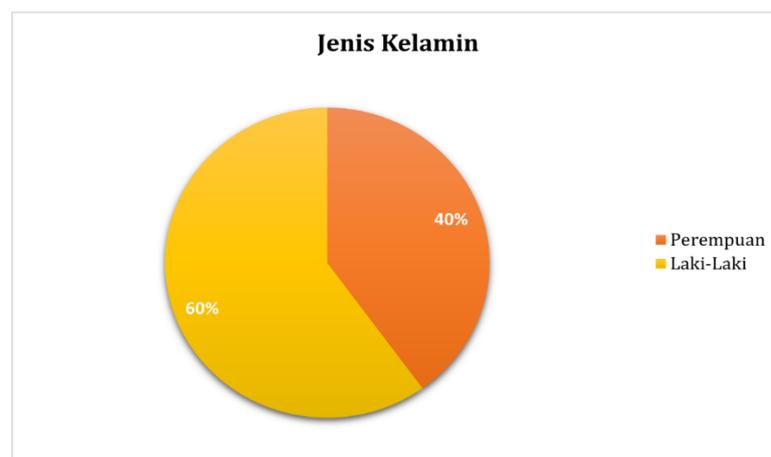
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara daring melalui Google Form. Metode ini dipilih karena kemudahannya dalam menjangkau responden serta efisiensinya dalam pengolahan data. Sebanyak 20 responden berhasil mengisi kuesioner, yang terdiri dari mahasiswa dengan pengalaman terkait layanan transportasi.

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, data yang terkumpul diverifikasi untuk memastikan keabsahannya. Data yang tidak lengkap atau tidak relevan disaring agar tidak memengaruhi hasil penelitian. Dengan proses ini, penelitian dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Setelah proses verifikasi selesai, data yang telah memenuhi kriteria kelayakan kemudian dikategorikan berdasarkan variabel penelitian yang telah ditetapkan. Pengelompokan ini bertujuan untuk mempermudah analisis serta mengidentifikasi pola yang mungkin muncul dalam data. Selain itu, tahapan ini juga membantu dalam memahami bagaimana faktor-faktor tertentu, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman, memengaruhi faktor-faktor tersebut berinteraksi satu sama lain. Dengan memahami pola dan hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian dapat menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan akurat, serta memberikan rekomendasi yang lebih tepat dan efektif untuk tujuan penelitian.

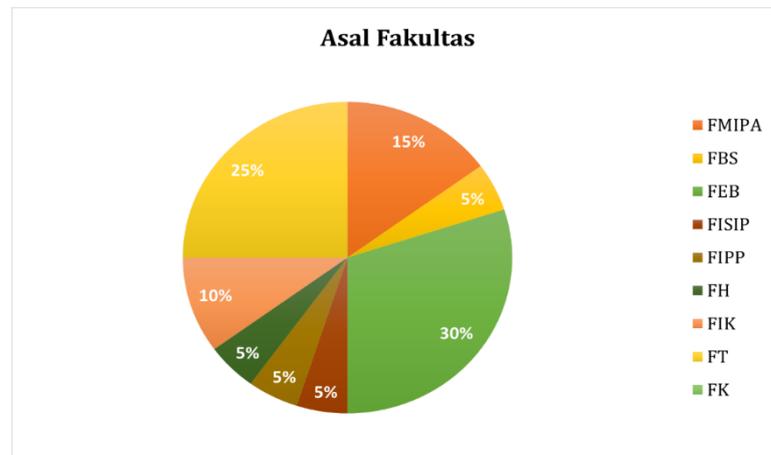
Dengan data yang telah tersusun secara sistematis, penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap analisis yang lebih mendalam. Hasil dari analisis ini nantinya akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai dampak pendapatan jasa transportasi terhadap perekonomian mahasiswa.



Gambar 1. Jenis Kelamin

Dominasi responden laki-laki (60%) dalam penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan gender dalam partisipasi bisnis antar-jemput di kalangan mahasiswa UNNES. Fenomena ini mungkin mencerminkan persepsi umum bahwa pekerjaan yang melibatkan mobilitas tinggi dan jam kerja fleksibel lebih sesuai untuk laki-laki. Selain itu, faktor keamanan dan kenyamanan dalam berkendara mungkin juga menjadi pertimbangan bagi perempuan, yang mungkin lebih memiliki pekerjaan dengan risiko yang lebih rendah. Namun, partisipasi perempuan (40%) dalam bisnis

ini juga menunjukkan adanya kesetaraan gender dalam dunia kewirausahaan mahasiswa. Meskipun jumlah lebih sedikit, perempuan juga aktif mencari peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui bisnis antar-jemput. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini terbuka bagi siapa saja, terlepas dari jenis kelamin, yang memiliki motivasi dan kemampuan untuk menjalankan bisnis ini.

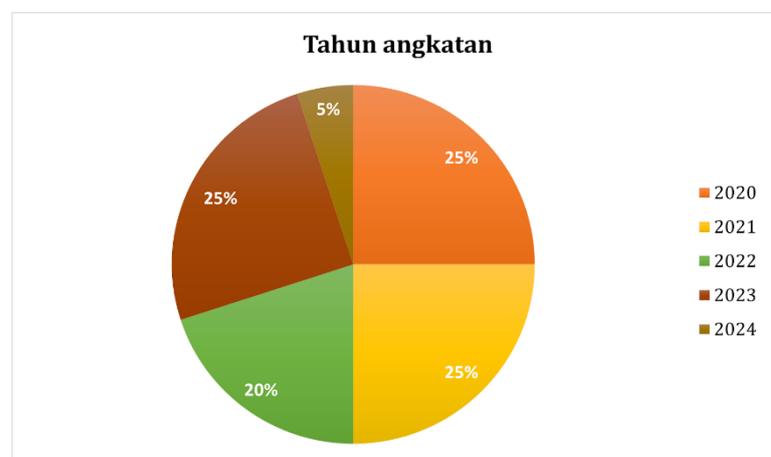


Gambar 2. Asal Fakultas

Dari data yang terkumpul, terlihat bahwa mahasiswa dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) mendominasi responden yang menjalankan bisnis antar-jemput, dengan 30% dari total responden. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurikulum FEB yang menekankan kewirausahaan, atau mungkin mahasiswa FEB lebih termotivasi untuk mencari penghasilan tambahan. Selain itu, mahasiswa dari Fakultas Teknik (FT) juga cukup terdistribusi (25%), yang mungkin mencerminkan kemampuan teknis dalam merawat kendaraan dan mengatur logistic.

Menariknya, mahasiswa dari Fakultas Kedokteran tidak ada yang terlibat dalam bisnis ini. Hal ini mungkin disebabkan oleh jadwal kuliah yang padat dan fokus pada studi klinis mereka. Sementara itu, fakultas lain seperti FMIPA, FIK, FISIP, FIPP, FH, dan FBS memiliki persentase yang lebih rendah, yang mungkin mencerminkan perbedaan minat atau prioritas mahasiswa dari fakultas-fakultas tersebut.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa bisnis antar-jemput cukup populer di kalangan mahasiswa UNNES, terutama dari FEB dan FT. Namun, partisipasi dari fakultas lain juga menunjukkan bahwa bisnis ini terbuka bagi siapa saja, terlepas dari latar belakang akademik mereka. Hal ini juga memberikan gambaran bahwa jiwa kewirausahaan mahasiswa UNNES tidak berfokus pada satu fakultas saja, melainkan merata di berbagai fakultas.



Gambar 3. Tahun Angkatan

Data yang dikumpulkan dari kuesioner menunjukkan distribusi yang cukup merata dari berbagai angkatan mahasiswa UNNES yang terlibat dalam bisnis antar-jemput. Angkatan 2020, 2021, dan 2023 masing-masing menyumbang 25% dari total responden, menunjukkan bahwa mahasiswa dari berbagai tingkatan akademik aktif dalam bisnis ini. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis antar-jemput tidak hanya diminati oleh mahasiswa baru, tetapi juga oleh mahasiswa yang lebih senior.

Angkatan 2022, dengan 20% responden, juga menunjukkan partisipasi yang signifikan. Hal ini mungkin mencerminkan kemampuan mereka untuk menyeimbangkan antara aktivitas akademik dan bisnis. Sementara itu, angkatan 2024, dengan 5% responden, menunjukkan bahwa mahasiswa baru juga mulai melirik peluang bisnis ini. Hal ini mungkin disebabkan oleh fleksibilitas bisnis antar-jemput yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan jam kerja dengan jadwal kuliah mereka.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa bisnis antar-jemput cukup populer di kalangan mahasiswa UNNES dari berbagai angkatan. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis ini memberikan peluang yang fleksibel bagi mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan tambahan, terlepas dari tingkat akademika mereka. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan mahasiswa UNNES tidak terbatas pada satu angkatan saja, melainkan mereka di berbagai angkatan.

Pengalaman, Strategi, dan Pendapatan Bisnis Antar-Jemput



Gambar 4. Jenis Kendaraan yang Digunakan

Berdasarkan data yang diperoleh dari survey, seluruh responden (100%) yang terlibat dalam bisnis antar-jemput menggunakan kendaraan bermotor, sementara tidak ada responden yang menggunakan kendaraan mobil. Fenomena ini mengindikasikan preferensi yang kuat terhadap penggunaan kendaraan bermotor di kalangan mahasiswa UNNES yang menjalankan bisnis ini. Beberapa faktor dapat menjelaskan kecenderungan ini. Pertama, biaya operasional kendaraan bermotor yang relatif lebih rendah dibandingkan mobil menjadi pertimbangan utama, terutama bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas. Efisiensi konsumsi bahan bakar dan biaya perawatan yang lebih terjangkau menjadi kendaraan bermotor sebagai pilihan ekonomis.

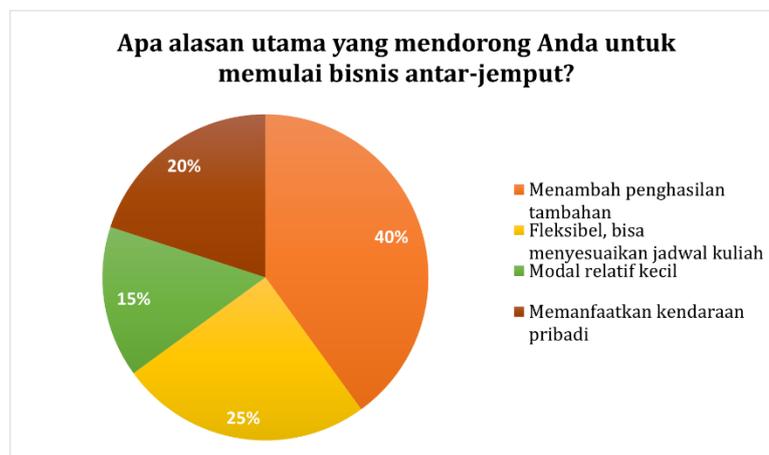
Faktor lain yang turut memengaruhi preferensi ini adalah fleksibilitas kendaraan bermotor dalam menghadapi kondisi lalu lintas yang padat. Di area sekitar kampus UNNES dan Kota Semarang, kemacetan sering terjadi, terutama pada jam-jam sibuk. Kendaraan bermotor memungkinkan mobilitas yang lebih lincah di antara kendaraan lain, sehingga dapat menghindari kemacetan dan menghemat waktu. Hal ini sangat krusial dalam bisnis antar-jemput, di mana efisiensi waktu merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan.



Gambar 5.

Data survei menunjukkan bahwa mayoritas responden (55%) baru menjalankan bisnis antar-jemput kurang dari 6 bulan. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis ini cukup diminati oleh mahasiswa UNNES, terutama sebagai sumber penghasilan tambahan yang relatif mudah untuk dimulai. Selain itu, terdapat 25% responden yang telah menjalankan bisnis ini selama 6-12 bulan, 15% selama 1-2 tahun, dan hanya 5% yang telah menjalankan bisnis ini lebih dari 2 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis antar-jemput di kalangan mahasiswa UNNES cenderung memiliki tingkat pergantian pelaku yang cukup tinggi.

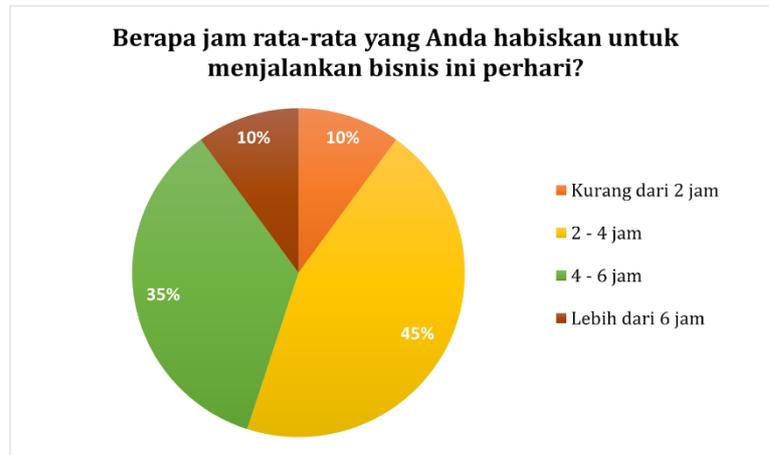
Bagi responden yang telah menjalankan bisnis ini lebih dari 1 tahun, mereka mungkin telah memiliki pelanggan tetap dan pemahaman yang lebih baik tentang pasar. Hal ini dapat memberikan stabilitas pendapatan yang lebih baik. Namun, mereka juga menghadapi tantangan seperti biaya perawatan kendaraan yang meningkat dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa yang menjalankan bisnis antar-jemput untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka agar dapat bertahan dalam jangka panjang.



Gambar 6. Alasan yang Mendorong Untuk Memulai Bisnis

Dari analisis diagram tersebut, dapat disimpulkan sebagian besar alasan utama responden yang melakukan bisnis tersebut (40%) menjalankan bisnis jasa antar-jemput memiliki alasan utama untuk menambah penghasilan, (25%) faktor fleksibel dalam menyesuaikan jadwal kuliah menjadi alasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini dapat dijalankan tanpa mengganggu aktivitas akademik mahasiswa. (20%) memanfaatkan kendaraan pribadi sebagai alasan utama menjalankan bisnis ini, yang mengindikasikan bahwa aset yang telah dimiliki dapat dioptimalkan untuk kegiatan produktif. Sedangkan lainnya (15%) karena modal untuk melakukan bisnis ini relatif kecil dibandingkan dengan jenis usaha lainnya, hal ini mencerminkan bahwa bisnis ini

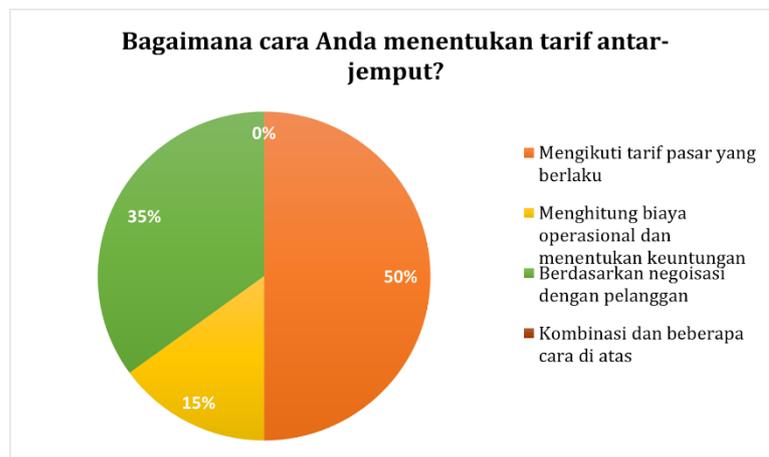
memiliki hambatan yang rendah, sehingga memungkinkan lebih banyak mahasiswa untuk terlibat tanpa memerlukan investasi awal yang besar.



Gambar 7. Durasi Operasional Bisnis dalam Sehari

Diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden (45%), mengalokasi waktu antara 2 hingga 4 jam per hari untuk menjalankan bisnis jasa antar-jemput. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini dapat dijalankan secara fleksibel tanpa mengganggu akademik mereka. (35%) menghabiskan waktu antara 4 hingga 6 jam per hari dalam menjalankan bisnis ini, yang mengindikasikan keterlibatan yang lebih intensif dalam layanan antar-jemput. (10%) responden mengalokasikan selama kurang dari 2 jam per hari, kemungkinan besar sebagai kegiatan sampingan yang tidak menjadi prioritas utama.

Responden lainnya (10%) melakukan lebih dari 6 jam per hari, yang menunjukkan adanya komitmen lebih besar dalam menjalankan usaha ini, baik sebagai sumber pendapatan utama maupun dalam rangka pengembangan bisnis yang lebih luas. Distribusi waktu yang bervariasi ini mencerminkan bahwa mahasiswa memiliki kebebasan dalam menyesuaikan waktu operasional bisnis jasa antar-jemput sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan waktu mereka.



Gambar 9. Penentu Tarif Antar-Jemput

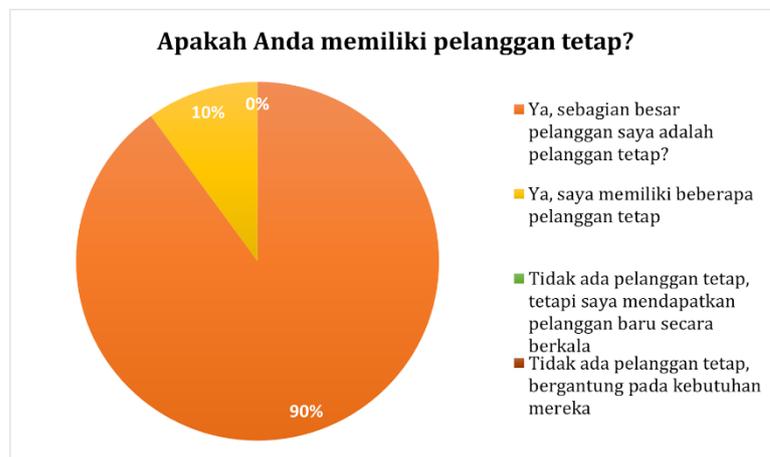
Hasil data menunjukkan bahwa (50%) responden menentukan tarif mengikuti harga pada pasar, yang menunjukkan bahwa mereka cenderung mengikuti standar harga yang berlaku di lingkungan sekitar. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif dan menarik lebih banyak pelanggan dengan harga yang sesuai dengan ekspektasi pasar. Sedangkan (35%) responden menentukan harga berdasarkan negosiasi dengan pelanggan. Strategi ini mencerminkan adanya fleksibilitas dalam menentukan harga berdasarkan faktor tertentu, seperti jarak tempuh, kondisi cuaca, atau frekuensi pengguna jasa. Sementara itu (15%) lainnya dengan

menghitung biaya operasi. Metode ini mengindikasikan adanya kesadaran terhadap efisiensi ekonomi dalam menjalankan bisnis, di mana faktor seperti konsumsi bahan bakar, biaya perawatan kendaraan, dan faktor lainnya untuk memastikan keuntungan yang optimal. Selain itu, tarif jasa antar-jemput juga bervariasi, tergantung pada jenis layanan dan jarak perjalanan, dengan pembayaran yang dapat dilakukan melalui tunai atau transfer e-wallet.



Gambar 10. Strategi Promosi Untuk Menjalankan Bisnis

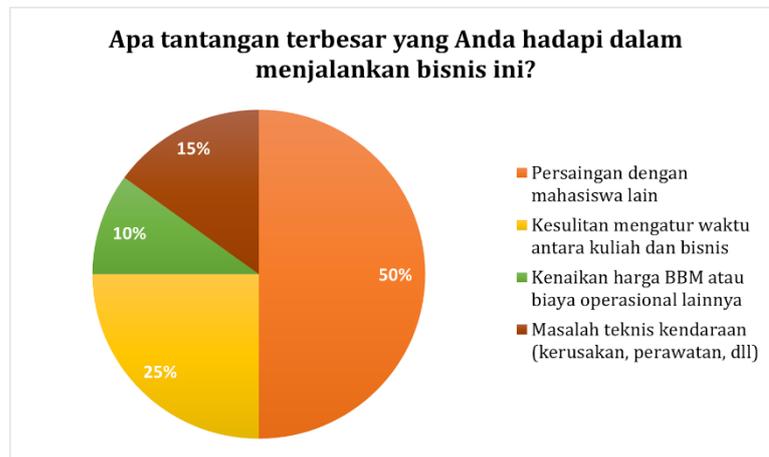
Berdasarkan data survei di atas mayoritas responden (90%) menggunakan media sosial (WhatsApp, Twitter/X, dll) sebagai media promosi, media sosial sendiri kini memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan layanan yang mereka berikan. Media sosial memiliki respon secara langsung dengan pengguna sehingga memudahkan mereka untuk menjangkau promosi. Sementara itu, sebagai kecil penyedia layanan antar-jemput (10%) masih mengandalkan metode promosi secara tradisional, yaitu dari mulut ke mulut. Meskipun lebih terbatas dalam jangkauan, strategi ini tetap memiliki keunggulan tersendiri, terutama dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui rekomendasi langsung dari orang-orang terdekat.



Gambar 11. Pelanggan Tetap dalam Bisnis Antar-Jemput

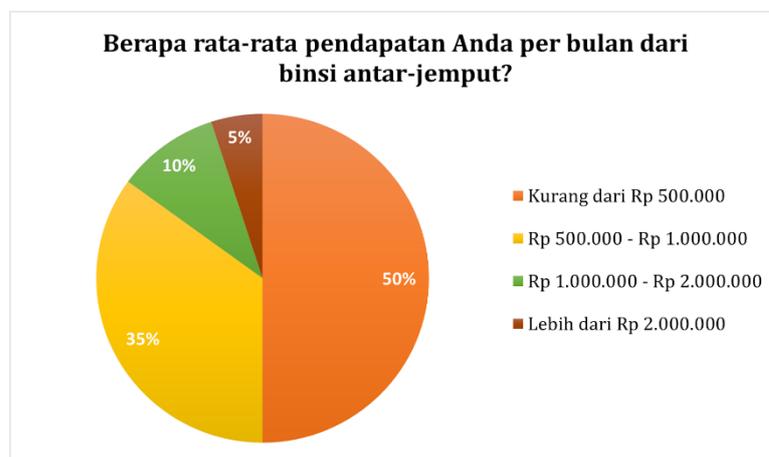
Menurut survei, (90%) penyedia layanan antar-jemput sebagian besar pelanggannya adalah pelanggan tetap, hal ini menunjukkan bahwa bisnis jasa antar-jemput yang dijalankan oleh mahasiswa UNNES memiliki tingkat retensi pelanggan yang cukup tinggi. Keberadaan pelanggan tetap dapat menjadi indikator bahwa layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan dan harapan, baik dari segi kenyamanan, ketepatan waktu, maupun harga yang kompetitif. Dan (10%) lainnya hanya memiliki beberapa pelanggan tetap, yang mengindikasikan bahwa bisnis mereka masih bergantung pada pelanggan yang bersifat sporadis atau tidak memiliki pola penggunaan layanan yang konsisten.

Tingginya persentase pelanggan tetap dalam bisnis ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha jasa antar-jemput sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dan strategi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan tetap, mahasiswa yang menjalankan bisnis ini dapat menerapkan berbagai strategi, seperti memberikan layanan yang ramah dan profesional, menawarkan diskon bagi pelanggan yang sering menggunakan jasa mereka, memanfaatkan platform digital untuk memudahkan proses pemesanan dan komunikasi.



Gambar 12. Tantangan dalam Bisnis Antar-Jemput

Tidak jarang juga penyedia layanan antar-jemput dihadapkan pada berbagai tantangan. Tantangan-tantangan ini sering kali menjadi hambatan dalam perjalanan mereka. Menurut survei yang telah dilakukan ada sekitar (50%) orang tantangan terbesar yang mereka hadapi adalah persaingan dengan penyedia layanan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kompetisi dalam bisnis ini cukup tinggi, terutama dengan semakin banyaknya mahasiswa yang menjalankan usaha serupa. (25%) kesulitan mengatur waktu antara kuliah dan bisnis menjadi kendala yang signifikan. Kebutuhan untuk menyeimbangkan antara tanggung jawab akademik dan aktivitas bisnis menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa yang menjalankan usaha ini. Manajemen waktu yang efektif menjadi faktor kunci agar bisnis tetap berjalan tanpa mengorbankan performa akademik mereka. (15%) masalah teknis kendaraan (kerusakan, perawatan, dll), Kendaraan yang tidak dalam kondisi optimal dapat menghambat operasional bisnis dan menambah beban biaya bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, perawatan kendaraan yang berkala menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan kelancaran layanan. (10%) lainnya harga BBM/biaya operasional lainnya menjadi tantangan terbesarnya. Fluktuasi harga bahan bakar serta biaya perawatan kendaraan dapat memengaruhi keuntungan yang diperoleh dan menuntut adanya strategi efisiensi dalam pengelolaan keuangan bisnis.



Gambar 13. Rata-rata Pendapatan Per Bulan

Mayoritas responden (50%) pendapatan yang mereka dapat sekitar kurang dari Rp500.000 per bulan. Pendapatan pada kategori ini menunjukkan bahwa bisnis ini umumnya dijalankan dalam skala kecil sebagai sumber penghasilan tambahan yang tidak menjadi sumber utama pendapatan mahasiswa. (35%) sebesar Rp500.000 - Rp1.000.000 per bulan. Kelompok ini kemungkinan memiliki jumlah pelanggan tetap yang lebih banyak atau lebih sering menjalankan layanan antar-jemput sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka. (10%) yang mereka dapat Rp1.000.000 - Rp2.000.000 per bulan. Pendapatan pada kisaran ini mengindikasikan bahwa penyedia layanan dalam kategori ini mungkin memiliki cakupan pelanggan yang lebih luas atau menjalankan bisnisnya dengan strategi yang lebih optimal, seperti menawarkan layanan di jam-jam sibuk atau memiliki pelanggan tetap dalam jumlah signifikan. (5%) lainnya mendapatkan lebih dari Rp2.000.000 per bulan. Persentase ini mencerminkan bahwa meskipun hanya sebagian kecil, terdapat mahasiswa yang mampu mengelola bisnis ini dalam skala lebih besar, baik dengan meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas area layanan, maupun dengan menerapkan strategi harga yang lebih kompetitif.

Perbedaan tingkat pendapatan ini menunjukkan bahwa faktor seperti frekuensi operasional, jumlah pelanggan tetap, efisiensi biaya operasional, serta strategi pemasaran dapat memengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh mahasiswa dalam menjalankan bisnis jasa antar-jemput.



Gambar 14. Pemenuhan Kebutuhan Sehari-hari

Menurut data hasil survei, mayoritas responden (60%) bisnis jasa antar-jemput cukup membantu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun bisnis ini bukan satu-satunya sumber pendapatan utama bagi sebagian besar mahasiswa, namun tetap berkontribusi secara signifikan dalam menunjang biaya hidup mereka, seperti untuk kebutuhan makan, transportasi, atau keperluan akademik. (35%) responden sangat membantu dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari. Persentase ini mencerminkan bahwa bagi sebagian mahasiswa, pendapatan dari usaha jasa antar-jemput berperan sebagai sumber penghasilan yang cukup stabil dan dapat diandalkan. (5%) lainnya kurang membantu membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan jumlah pelanggan, tingginya biaya operasional, atau kurangnya waktu yang dapat mereka alokasikan untuk menjalankan bisnis ini akibat prioritas akademik yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa bisnis jasa antar-jemput memberikan manfaat ekonomi yang cukup signifikan bagi mahasiswa yang menjalankannya. Dengan strategi yang tepat, bisnis ini memiliki potensi untuk menjadi sumber pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan bagi mahasiswa yang ingin menambah penghasilan tanpa mengganggu kegiatan akademik mereka.



Gambar 15. Pengaruh Terhadap Prestasi Akademik

Diagram tersebut menunjukkan bahwa (50%) responden tidak berpengaruh sama sekali terhadap prestasi akademik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam kategori ini mampu mengelola waktu dengan baik sehingga aktivitas bisnis tidak mengganggu kewajiban akademik mereka. (50%) responden lainnya merasa sedikit berpengaruh, tetapi masih bisa diatasi. Hal ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menyeimbangkan antara tanggung jawab akademik dan kegiatan usaha, meskipun mayoritas mahasiswa masih dapat menyesuaikan jadwal mereka agar tidak terjadi penurunan performa akademik yang signifikan.

Data ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam bisnis jasa antar-jemput tidak serta-merta berdampak negatif terhadap akademik mahasiswa, terutama jika dikelola dengan strategi yang baik. Manajemen waktu yang efektif, prioritas terhadap tugas akademik, serta kemampuan dalam mengatur jadwal operasional bisnis menjadi faktor kunci agar mahasiswa tetap dapat mempertahankan prestasi akademiknya sambil menjalankan usaha untuk meningkatkan pendapatan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji strategi peningkatan pendapatan mahasiswa UNNES melalui bisnis jasa antar-jemput. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis ini cukup diminati mahasiswa, terutama sebagai penghasilan tambahan. Mayoritas responden menjalankan bisnis ini untuk menambahkan penghasilan dan fleksibilitas dalam menyesuaikan jadwal kuliah. Kendaraan bermotor menjadi pilihan utama karena biaya operasional yang lebih rendah dan fleksibilitas dalam menghadapi lalu lintas padat.

Tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan dengan penyedia layanan lain dan kesulitan mengatur waktu antara kuliah dan bisnis. Namun, bisnis jasa antar-jemput dinilai cukup membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa dan tidak berpengaruh negatif terhadap prestasi akademik jika dikelola dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadila, S. N., Septianing, C., Prabowo, E., Besariani, B. A., Meilani, D., Rahmawati, L. D., Ramadhan, T. A., Ferisatun, I., Zahira At-Thiffa, K., & Akuntansi, P. (2024). Pengaruh Pendapatan Layanan Antar Jemput dan Jasa Titip terhadap Perekonomian Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. In *Jurnal Potensial* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Khourrosyid1, A., Mustafa2, H., Sabna3, K. A., Iza4, N., Rahmatillah5, N. N., Pratiwi6, R. R., Aulia, & nshindy, & Baeti7, N. (2025). Peran Jasa Antar Jemput dalam Memenuhi Kebutuhan Transportasi Mahasiswa Perantau di UNNES. In *Jurnal Potensial* (Vol. 4, Issue 1). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Lake, Y., Huda, N., Aziz, S., Korbafo, Y. A., & Toan, M. W. (2023). UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA JASA ANGKUTAN UMUM (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA JASA

- ANGKUTAN UMUM KRATON). Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN), 11(01), 22–30. <https://doi.org/10.31629/juan.v11i01.5213>
- Naimah, F., Faroh Sya, A., Larentoni, R., Luki Permatasari, D., Ayu Nurriszqy, W., Toifatul Mukaromah, L., Annisa Salsabila, L., Maharani, D., & Rahma Febrianti, S. (2024). Analisis Dampak Adanya Layanan Antar Jemput terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Semarang dalam Mobilitas Sehari-hari (Vol. 3, Issue 3). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk>
- Omar Harsa, & Rafa Akbar. (2023). Peran Transportasi Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas. *Globe: Publikasi Ilmu Teknik, Teknologi Kebumihan, Ilmu Perkapalan*, 1(3), 32–40. <https://doi.org/10.61132/globe.v1i3.10>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.
- Wayan Umbara Commentary, F., Wayan Umbara, F., & Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, J. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis JMSAB 366. 4(2), 572–581. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Wayan Umbara, F. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 572–581. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Wildan Irsyafliirsyad. (2023). Jasa Anjem Ojek Kampus. Diakses pada 20 Maret 2025 dari [Jasa Anjem Ojek Kampus - Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com)