

Implementasi Pendataan Perusahaan untuk Penguatan Kemitraan Korporat PT Pos Regional V dalam Layanan Logistik

¹⁾Achmad Kafka Athallah, ²⁾Sugeng Purwanto

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
Email Corresponding: 23012010428@student.upnjatim.ac.id¹, sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pendataan Korporat
Kemitraan Bisnis
Logistik Digital
PT Pos Indonesia
Transformasi Digital

Transformasi digital di sektor logistik merupakan kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan layanan, dan memperkuat kemitraan bisnis. Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan perusahaan yang berpotensi menjadi mitra strategis PT Pos Indonesia Regional V sebagai bagian dari upaya perluasan layanan berbasis data. Pendataan dilakukan selama empat bulan, yaitu Juli hingga November 2025, dengan cakupan wilayah Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Metode yang digunakan adalah observasi serta pengumpulan data sekunder digital melalui situs web perusahaan, Google Maps, dan sumber data publik, dengan seluruh data dikelola menggunakan Google Sheets. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 679 perusahaan berhasil diidentifikasi sebagai calon mitra potensial, terdiri atas 451 perusahaan di Jawa Timur, 112 di Bali, 62 di NTB, dan 54 di NTT. Data yang terkumpul dilengkapi dengan informasi dasar dan telah diserahkan kepada tim pemasaran korporat untuk ditindaklanjuti dalam proses peninjauan kemitraan. Kendala utama dalam pelaksanaan kegiatan adalah terbatasnya informasi digital perusahaan di NTB dan NTT. Oleh karena itu, direkomendasikan pengembangan sistem pendataan terpadu yang dapat diperbarui secara berkala oleh staf internal, serta penguatan kolaborasi lintas lembaga guna menjangkau wilayah dengan tingkat digitalisasi rendah. Kegiatan ini menjadi penting karena hasil pendataan dapat dimanfaatkan sebagai dasar operasional dalam mempercepat peninjauan kemitraan, mendukung pengambilan keputusan pemasaran korporat, serta mendorong penguatan transformasi digital PT Pos Indonesia Regional V secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Corporate Data Collection
Business Partnerships
Digital Logistics
PT Pos Indonesia
Digital Transformation

Digital transformation in the logistics sector is essential for improving operational efficiency, expanding service networks, and strengthening business partnerships. This community service activity aimed to map companies with potential to become strategic partners of PT Pos Indonesia Regional V as part of data-based service expansion efforts. Data collection was conducted over four months, from July to November 2025, covering East Java, Bali, West Nusa Tenggara (NTB), and East Nusa Tenggara (NTT). The methods applied included observation and secondary digital data collection through company websites, Google Maps, and public data sources, with all data managed using Google Sheets. The results showed that 679 companies were identified as potential partners, consisting of 451 companies in East Java, 112 in Bali, 62 in NTB, and 54 in NTT. The collected data were compiled with basic company information and submitted to the corporate marketing team for partnership follow-up. The main challenge encountered was the limited availability of digital company information, particularly in NTB and NTT. Therefore, this activity is important as the collected data provide an operational basis for accelerating partnership initiation, supporting corporate marketing decision-making, and strengthening the sustainable digital transformation of PT Pos Indonesia Regional V.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor logistik merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan layanan, serta memperkuat kemitraan bisnis. Bagi perusahaan logistik

seperti PT Pos Indonesia, perubahan sistem logistik global dan nasional turut memengaruhi pola kerja, strategi kemitraan, dan pengambilan keputusan di tingkat regional. Industri transportasi dan logistik memiliki peran strategis sebagai penghubung utama dalam pergerakan barang dan layanan yang menopang aktivitas perdagangan, produksi, dan ekonomi digital. Tanpa sistem logistik yang andal dan terintegrasi, rantai pasok berpotensi mengalami gangguan yang berdampak pada keterlambatan distribusi dan penurunan kinerja ekonomi (Kurniadi, 2025)

Sejumlah penelitian sebelumnya menyoroti tantangan utama sektor logistik Indonesia, seperti ketimpangan infrastruktur antardaerah, rendahnya integrasi data antarpelaku rantai pasok, serta lemahnya kolaborasi strategis antara perusahaan logistik dan mitra bisnis (Iskandar & Arifin, 2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan logistik di Indonesia masih didominasi oleh isu struktural dan kelembagaan yang memengaruhi efektivitas layanan. Penelitian lain menegaskan bahwa kolaborasi rantai pasok memiliki peran penting dalam meningkatkan kapabilitas logistik serta memperkuat daya saing perusahaan (Yudistira et al., 2017). Selain itu, pemanfaatan teknologi dan transformasi digital juga diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan kinerja rantai pasok logistik di Indonesia (Taufani & Widjaja, 2023).

Meskipun demikian, pertukaran data dan kerja sama antarpihak dalam praktik operasional masih sering terkendala oleh permasalahan koordinasi dan integrasi sistem antarlembaga, yang berdampak pada belum optimalnya kinerja logistik secara keseluruhan (Febrianto & Jjpondaag, 2015). Secara umum, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dan kemitraan strategis telah banyak dibahas, namun sebagian besar masih berfokus pada konteks manajerial dan operasional secara umum. Terlepas dari berbagai temuan tersebut, kajian pengabdian kepada masyarakat yang secara spesifik membahas implementasi pemetaan potensi pasar untuk mitra korporat di lingkungan PT Pos Indonesia Regional V masih sangat terbatas. Penelitian sebelumnya belum mengulas secara mendalam bagaimana pemetaan berbasis data digital dapat dimanfaatkan sebagai alat strategis untuk memperkuat kemitraan korporat, khususnya di wilayah dengan keterbatasan akses dan tingkat digitalisasi rendah seperti Nusa Tenggara Barat (NTB) dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Ketiadaan kajian ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep transformasi digital yang telah banyak dibahas dan penerapannya dalam konteks pengabdian masyarakat berbasis data di tingkat regional.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis implementasi pemetaan potensi pasar sebagai strategi penguatan kemitraan korporat di PT Pos Indonesia Regional V melalui kegiatan pendataan perusahaan berbasis data digital. Kontribusi utama artikel ini terletak pada penerapan pemetaan potensi mitra sebagai pendekatan praktis dalam pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya mendukung pengambilan keputusan pemasaran korporat, tetapi juga memperluas jangkauan layanan logistik di wilayah dengan akses terbatas.

II. MASALAH

Meskipun transformasi digital di sektor logistik menjadi fokus strategis sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya, implementasinya di lingkungan Kantor Regional Pos V masih menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan hasil pengamatan, masalah yang menghambat pertumbuhan mitra korporat di PT Pos Indonesia yaitu, kekurangan informasi tentang potensi bisnis yang dapat menjadi mitra strategis merupakan masalah utama. Proses pendataan perusahaan pada umumnya masih bergantung pada kegiatan magang mahasiswa, yang belum menjadi prosedur rutin institusi, sehingga prosedur tersebut jarang dilakukan secara aktif tanpa kehadiran mahasiswa magang. Akibatnya, masih terdapat sejumlah pelaku usaha potensial di kota besar, seperti Surabaya yang belum teridentifikasi dalam jaringan kemitraan PT Pos Indonesia, dan bisnis dengan potensi kemitraan di wilayah NTB dan NTT belum teridentifikasi dengan baik dan lengkap.



Gambar 1. Lokasi Kantor Regional V PT Pos Indonesia Surabaya

Selain itu, meskipun PT Pos Indonesia saat ini memiliki sistem basis data internal, penggunaannya masih terbatas dan belum menyediakan analisis calon mitra yang menyeluruh. Tanpa bantuan sistem digital terintegrasi yang dapat menghubungkan data antarwilayah, proses pencarian mitra potensial masih dilakukan secara manual melalui kunjungan langsung ke perusahaan-perusahaan tersebut. Karena bisnis yang dikunjungi banyak yang sudah tidak beroperasi lagi, akhirnya banyak upaya pengumpulan data menjadi sia-sia dan tidak efisien.

Peningkatan biaya operasional, pemborosan sumber daya, dan proses pengambilan keputusan yang lambat dalam pengembangan kemitraan merupakan akibat dari kondisi tersebut. Hal ini secara tidak langsung menghambat upaya PT Pos Indonesia dalam mempercepat transformasi digital dan membatasi kemampuan Kantor Regional Pos V untuk mengembangkan layanan logistiknya serta membangun aliansi bisnis yang sukses, terutama di daerah-daerah dengan akses terbatas seperti NTB dan NTT.

III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kantor Regional Pos V Surabaya yang membawahi wilayah kerja Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Kegiatan berlangsung selama empat bulan, yaitu dari Juli hingga November 2025, dan merupakan bagian dari program magang mahasiswa yang difokuskan untuk mendukung kegiatan pemetaan calon mitra korporat PT Pos Indonesia Regional V.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan deskriptif-aplikatif berbasis data sekunder digital. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan PT Pos Indonesia Regional V untuk memperoleh basis data awal calon mitra secara efisien, cepat, dan mudah diperbarui, khususnya di wilayah dengan keterbatasan akses dan rendahnya tingkat digitalisasi. Pendekatan ini dinilai sesuai untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemecahan masalah praktis mitra melalui pemanfaatan sumber data terbuka (Diantoro et al., 2025).

Target kegiatan ini adalah perusahaan menengah dan besar serta UMKM ekspor atau potensial yang memiliki aktivitas pengiriman dengan nilai transaksi minimal lima juta rupiah per transaksi. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa perusahaan yang didata memiliki potensi kontribusi signifikan terhadap penguatan kemitraan korporat PT Pos Indonesia Regional V.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Penentuan Cakupan Wilayah

Pendataan dilakukan pada perusahaan berskala korporat yang berada di wilayah kerja PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, meliputi Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Fokus pendataan ditujukan pada perusahaan yang berpotensi menjadi mitra korporat PT Pos Indonesia tanpa membatasi jenis usaha secara spesifik.

2. Penelusuran Data Digital
Perusahaan ditelusuri melalui sumber digital seperti Google, situs web resmi perusahaan, dan Google Maps untuk memastikan keberadaan serta lokasi operasionalnya di wilayah Regional V.
3. Pengumpulan dan Pencatatan Data
Informasi perusahaan yang diperoleh dari sumber digital dicatat dalam spreadsheet (Google Sheets), meliputi nama perusahaan, alamat kantor cabang dan pusat, nomor telepon, serta bidang usaha.
4. Verifikasi Awal Data
Verifikasi dilakukan dengan membandingkan informasi perusahaan dari lebih dari satu sumber digital. Perusahaan dengan data yang tidak konsisten atau tidak dapat diverifikasi tidak dimasukkan dalam daftar akhir.
5. Klasifikasi Data
Data perusahaan yang telah diverifikasi dikelompokkan berdasarkan wilayah operasional, seperti provinsi dan kota/kabupaten, untuk memudahkan analisis dan tindak lanjut.
6. Penyerahan dan Tindak Lanjut
Basis data akhir diserahkan kepada Account Manager (AM) PT Pos Indonesia Regional V untuk ditindaklanjuti melalui kunjungan langsung dan peninjauan kemitraan.

Evaluasi kualitas data dilakukan secara deskriptif dengan memperhatikan kelengkapan, konsistensi, dan relevansi informasi perusahaan yang dikumpulkan. Perusahaan yang tidak memiliki informasi digital yang memadai atau data yang tidak dapat diverifikasi tidak dimasukkan ke dalam daftar akhir. Keberhasilan kegiatan dievaluasi berdasarkan jumlah perusahaan potensial yang berhasil dikumpulkan serta kesesuaian data dengan kebutuhan unit pemasaran korporat. Pendekatan evaluasi ini sejalan dengan praktik pengelolaan data sekunder dalam kegiatan pemetaan dan pengabdian berbasis data digital (Zuhra et al., 2025).

Meskipun kegiatan ini tidak mencakup survei lapangan atau wawancara langsung, hasil pendataan digital memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat sistem pendataan internal dan pemetaan potensi pasar untuk pengembangan kemitraan korporat PT Pos Indonesia Regional V.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendataan perusahaan untuk penguatan kemitraan korporat PT Pos Indonesia Regional V Surabaya telah dilaksanakan selama empat bulan, yaitu dari Juli hingga November 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menghimpun data awal perusahaan-perusahaan potensial yang dapat menjadi mitra strategis PT Pos Indonesia dalam pengembangan layanan logistik berbasis data. Pendekatan pendataan ini sejalan dengan tujuan program kemitraan korporat yang menekankan pentingnya identifikasi mitra potensial dan penyediaan basis data awal sebagai dasar penentuan strategi kolaborasi yang tepat (Hendrayani et al., 2020).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sumber digital, meliputi situs web resmi perusahaan, data publik daring, serta Google Maps. Seluruh informasi yang diperoleh dicatat dan dikelola menggunakan Google Sheets guna memudahkan proses pencatatan, analisis, dan akses data oleh pihak internal. Pemanfaatan Google Sheets dalam kegiatan ini mendukung efisiensi pengelolaan data karena memungkinkan pembaruan secara real-time, kolaborasi antarpengguna, serta penyusunan data yang lebih terstruktur (Gaol et al., 2025).

Berdasarkan hasil pendataan, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi sebanyak 679 perusahaan yang tersebar di wilayah kerja PT Pos Indonesia Regional V, dengan rincian 451 perusahaan di Jawa Timur, 112 perusahaan di Bali, 62 perusahaan di Nusa Tenggara Barat (NTB), dan 54 perusahaan di Nusa Tenggara Timur (NTT).

Tabel 1. Jumlah Perusahaan Teridentifikasi Berdasarkan Wilayah Kerja Regional V

No	Wilayah	Jumlah Perusahaan
1.	Jawa Timur	451
2.	Bali	112
3.	NTT (Nusa Tenggara Timur)	54
4.	NTB (Nusa Tenggara Barat)	62

Distribusi ini menunjukkan bahwa wilayah Jawa Timur masih menjadi pusat konsentrasi aktivitas usaha, sementara wilayah NTB dan NTT memiliki jumlah perusahaan teridentifikasi yang lebih terbatas.

Keterbatasan jumlah perusahaan di NTB dan NTT tidak semata-mata mencerminkan rendahnya potensi usaha, melainkan dipengaruhi oleh rendahnya ketersediaan informasi digital perusahaan di wilayah tersebut. Sebagian besar perusahaan di wilayah ini belum memiliki situs web resmi atau profil digital yang memadai, sehingga menyulitkan proses verifikasi dan pendataan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Budiman & William, (2024), yang menegaskan bahwa visibilitas digital perusahaan sangat dipengaruhi oleh tingkat pembaruan profil dan investasi pada kapasitas digital internal.

Dari sisi kualitas data, perusahaan yang dimasukkan ke dalam basis data akhir merupakan perusahaan yang memiliki informasi dasar yang relatif lengkap, meliputi nama perusahaan, alamat kantor cabang dan/atau kantor pusat, kontak yang dapat dihubungi, serta bidang usaha secara umum. Pendekatan ini menempatkan kelengkapan dan validitas data sebagai prioritas utama, mengingat data tersebut akan digunakan secara langsung oleh Account Manager dalam proses peninjauan kemitraan. Hasibuan et al., (2024), menekankan bahwa data yang akurat dan dapat diverifikasi merupakan fondasi penting dalam pengembangan kemitraan bisnis dan pengambilan keputusan strategis.

Hasil pendataan ini selanjutnya diserahkan kepada bagian pemasaran korporat PT Pos Indonesia, khususnya Account Manager (AM), sebagai bahan awal untuk menjalin komunikasi dan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan potensial. Ketersediaan data kontak dan lokasi perusahaan memungkinkan proses peninjauan mitra dilakukan secara lebih terarah dan efisien dibandingkan pendekatan konvensional yang bergantung pada pencarian manual atau informasi tidak terstruktur.

Dibandingkan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yang umumnya berfokus pada sosialisasi atau pendampingan UMKM secara langsung, kegiatan ini menawarkan pendekatan berbeda melalui pemanfaatan data digital sebagai instrumen utama penguatan kemitraan. Pendekatan berbasis data ini mempercepat proses identifikasi mitra dan mendukung efektivitas komunikasi awal, sebagaimana ditegaskan oleh (Hasibuan et al., 2024; Marlina et al., 2021), bahwa digitalisasi sistem informasi logistik berperan signifikan dalam meningkatkan kecepatan koordinasi dan efektivitas operasional.

Meskipun memberikan hasil yang signifikan, kegiatan ini masih menghadapi sejumlah kendala. Kendala utama adalah keterbatasan informasi digital perusahaan, khususnya di wilayah NTB dan NTT, yang menyebabkan sebagian perusahaan tidak dapat dimasukkan ke dalam daftar pendataan karena tidak memenuhi kriteria kelengkapan dan verifikasi data. Nugraha et al., (2025), menyatakan bahwa pelaku usaha di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur digital masih cenderung menggunakan sistem manual atau aplikasi terpisah, sehingga menyulitkan integrasi dan sinkronisasi data.

Selain itu, kegiatan pendataan ini masih bersifat temporer karena dilaksanakan dalam konteks program magang mahasiswa, sehingga belum sepenuhnya terintegrasi sebagai proses rutin dalam sistem operasional PT Pos Indonesia. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan sistem pendataan internal yang berkelanjutan dan dikelola langsung oleh sumber daya internal perusahaan.

Secara umum, hasil kegiatan ini memberikan landasan awal yang kuat bagi PT Pos Indonesia Regional V dalam memperkuat jaringan kemitraan korporat dan mengembangkan layanan logistik berbasis data. Pemanfaatan data digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi proses operasional dan mendukung pengambilan keputusan pemasaran korporat secara lebih tepat sasaran, sebagaimana ditunjukkan oleh (Raza et al., 2020).

Untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan kegiatan ke depan, direkomendasikan pengembangan sistem pendataan terintegrasi yang dapat diperbarui secara berkala oleh staf internal, serta penguatan kolaborasi dengan instansi pemerintah dan pemangku kepentingan terkait guna menjangkau wilayah dengan keterbatasan digitalisasi. Kolaborasi lintas sektor ini dinilai penting dalam mendukung transformasi digital dan pengembangan basis data kemitraan yang lebih komprehensif (Widyawana et al., 2025).

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu menghasilkan basis data awal perusahaan yang berpotensi menjadi mitra korporat PT Pos Indonesia Regional V melalui pemanfaatan sumber data digital. Pendataan yang dilakukan secara terstruktur mampu mengidentifikasi perusahaan potensial di wilayah Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur, sehingga memberikan gambaran awal mengenai sebaran calon mitra di wilayah kerja Regional V.

Temuan kegiatan menunjukkan bahwa pemetaan potensi pasar berbasis data digital dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam mendukung penguatan kemitraan korporat di tingkat regional. Keterbatasan kegiatan ini terletak pada penggunaan data sekunder digital tanpa verifikasi lapangan, yang menyebabkan perusahaan dengan ketersediaan informasi digital rendah belum sepenuhnya terakomodasi. Meskipun demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi ilmiah berupa penerapan pemetaan potensi pasar berbasis data digital dalam konteks pengabdian kepada masyarakat sebagai dasar pengambilan keputusan dan penguatan kemitraan korporat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kantor Regional Pos V Surabaya atas kesempatan, bimbingan, dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan magang dan program pengabdian masyarakat ini. Pengalaman dan ilmu yang diperoleh menjadi bekal berharga dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah membantu dalam proses penulisan artikel ini. Tidak lupa, apresiasi kepada rekan-rekan yang membantu dan mendukung selama kegiatan berlangsung hingga artikel ini dapat diselesaikan. Terima kasih juga diberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan kesempatan sehingga program magang dan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, J., & William, W. (2024). Optimalisasi dan Pengembangan Company Profile Digital pada UMKM Sukses Sejahtera untuk Menarik Peminat Furniture. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 1305–1309. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.2047>
- Diantoro, K., Soderi, A., & Juwari. (2025). Transformasi Digital Dengan Optimalisasi Platform Shopee Untuk Inovasi Produk Daur Ulang Dan Daya Saing Pasar. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 3(2), 72–81. <https://doi.org/10.23960/begawi.v3i2.76>
- Febrianto, K., & Jjpondaag. (2015). Evaluasi Kolaborasi Partnership Relationship Dalam Aktivitas Logistik Pada Komoditi Cengkeh Di Desa Taloarane Evaluation Collaboration Partnership Relationship in Logistic Activity on Cloves Commodity At Taloarane Village. *Jurnal EMBA*, 3(2), 77–84. <https://doi.org/10.35794/emba.3.2.2015.8357>
- Gaol, E. L., Akbar, M. C., Matthew, J. J., & Amalillah, C. T. (2025). Pemanfaatan Google Spreadsheet Sebagai Logbook Peminjaman dan Pengembalian Alat Laboratoriu Elektronika di Politeknik Penerbangan Medan. *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha*, 13(1), 145–154. <https://journal.piksi.ac.id/index.php/EKBIS/article/view/1948>
- Hasibuan, F. U., Rukmana, A. Y., & Sekamdo, M. A. (2024). Analisis Pengaruh Keterlibatan Komunitas dan Kemitraan Bisnis terhadap Keberhasilan Proyek Kewirausahaan pada Perusahaan Sosial di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(3), 143–155. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i03.406>
- Hendrayani, Y., Maryam, S., & Uljanatunnisa, U. (2020). Model Kemitraan CSR untuk Pengembangan UMKM yang Berkelanjutan: Studi Kasus Program Kemitraan pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk. *Society*, 8(1), 98–113. <https://doi.org/10.33019/society.v8i1.134>
- Iskandar, T., & Arifin, R. (2023). Navigating Indonesia's Logistics and Supply Chain Challenges: a Data-Driven Analysis of Logistics Performance Index. *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 16(1), 110–123. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v16i1.820>
- Kurniadi, W. (2025). Digital Transformation in Transportation and Logistics. *Siber Journal of Transportation and Logistic (SJTL)*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/sjtl.v3i1>
- Marliana, L., Fawaati, T. M., & Romadona, F. A. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Logistik Terhadap Efisiensi Pengiriman Barang. *Jurnal Multimedia Dan Android (JMA)*, 2(2). <https://doi.org/10.56444/psgj.v5i1.1213>
- Nugraha, M. S., Aliandra, A., Rakhmadi, C. D. N., & Padayesa, S. B. (2025). Inovasi Digital dalam Distribusi Logistik: Solusi Atas Permasalahanm Efisiensi dan Keterlambatan Pengiriman. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 9(5), 264–271. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jpmt/article/download/7357/8453/13424>
- Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49–63. <https://doi.org/10.1177/0266382117692621>
- Taufani, M., & Widjaja, A. W. (2023). The Manifestation Of Digital Transformation Concept In Indonesian Logistic Firms. *Jurnal Manajemen*, 27(3), 428–448. <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v27i3.1383>
- Widyawana, B., Barlianb, A., & Haryantoc, J. (2025). Modul Kolaborasi Enabler Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Digitalisasi. *Welfare: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 52–63. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>

- Yudistira, C. G. P., Arsawan, I. W. E., & Wirga, I. W. (2017). Implementation of supply chain management through collaboration strategy to improve logistic capability and performance. *Proceeding International Joint Conference on Science and Technology (IJCST)*, 1(1), 73–84. <https://ojs.pnb.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/842>
- Zuhra, F., Amilia, S., & Rahman, M. (2025). Analisis Kualitas Data Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Badan Pusat Statistik Kota Langsa. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(2), 700–708. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i2.797>