

Implementasi Sistem Pemesanan Berbasis Digital pada Sebuah Bengkel

Mohamad Fikri Imansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga,
 Jl. Airlangga 4 - 6 Surabaya, Indonesia

Corresponding author:
 fikriimansyah@gmail.com

ABSTRACT

HKU Surabaya Performance Workshop, a micro, small, and medium enterprise (MSME) operating in motorcycle maintenance and repair services in the Tropodo area, faces challenges in expanding its market reach and improving operational efficiency. Analysis indicates that the current business model relies heavily on walk-in customers, thereby limiting growth opportunities. Based on observations and interviews with the business owner, this article proposes a business model transformation by introducing a mobile motorcycle service supported by a digital ordering system via WhatsApp. Additionally, a Standard Operating Procedure (SOP) has been developed to ensure consistent and high-quality service delivery. This strategy is expected to address existing constraints, broaden customer outreach, and enhance competitiveness in an increasingly digital market. The adoption of a flexible, technology-driven business model is projected to be a strategic step toward achieving long-term growth for MSMEs in the automotive sector.

Key words:

Innovative Business Model, Digitalization, Otomotive MSME, Digital service, Digital Ordering System

SARI PATI

Bengkel HKU Surabaya Performance, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor di wilayah Tropodo, menghadapi hambatan dalam memperluas cakupan layanan dan meningkatkan efisiensi operasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa model bisnis yang selama ini digunakan terlalu bergantung pada kedatangan langsung konsumen, sehingga membatasi potensi ekspansi pasar. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, artikel ini mengusulkan transformasi model bisnis melalui penerapan layanan servis motor keliling yang terintegrasi dengan sistem pemesanan digital menggunakan aplikasi WhatsApp. Di samping itu, disusun pula Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus untuk mendukung konsistensi dan mutu layanan keliling. Strategi ini diharapkan mampu menjawab tantangan yang ada, memperluas jangkauan pelanggan, serta memperkuat daya saing di era digital. Implementasi model bisnis yang adaptif dan berbasis teknologi ini diyakini dapat menjadi langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan jangka panjang bagi UMKM di sektor otomotif.

Kata Kunci:

Model Bisnis Inovatif, Digitalisasi, UMKM Otomotif, Layanan Digital, Sistem Pemesanan Digital

PENDAHULUAN

Industri otomotif memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Industri ini mencakup seluruh proses mulai dari perancangan, pengembangan, produksi, pemasaran, penjualan, hingga layanan purna jual kendaraan bermotor (Manurung & Nugroho, 2018). Sektor otomotif di Indonesia, khususnya pada layanan perawatan dan perbaikan kendaraan, masih menghadapi tantangan signifikan dalam menyesuaikan diri dengan dinamika perubahan industri. Sebagian besar bengkel otomotif masih menerapkan pendekatan tradisional, di mana konsumen harus mengunjungi lokasi bengkel secara langsung untuk memperoleh layanan.

Berdasarkan laporan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2012), jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, yakni sebanyak 1.328.163 unit dibandingkan tahun sebelumnya. Secara umum, pertumbuhan UMKM menunjukkan tren positif dengan rata-rata laju peningkatan tahunan yang melebihi 10%. Selain mendorong pertumbuhan ekonomi, sektor UMKM juga berperan krusial dalam penyerapan tenaga kerja nasional. Pada tahun 2012, UMKM berhasil menyerap sekitar 107,6 juta tenaga kerja, mengalami kenaikan sekitar 5,9 juta orang dibandingkan dengan tahun 2011. Tak hanya itu, UMKM juga berkontribusi besar terhadap kinerja ekonomi nasional, dengan menyumbang sekitar 56,53% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta turut berperan dalam mendukung ekspor nasional.

Integrasi solusi digital dalam operasional UMKM sektor otomotif berpotensi merevolusi efektivitas kerja dan memperluas jangkauan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Natalia dan Hermawan

(2024) mengungkapkan bahwa digitalisasi dalam industri ini berkontribusi terhadap peningkatan kemudahan akses layanan bagi konsumen, sekaligus mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi secara dinamis terhadap perubahan kebutuhan pasar. Platform pemesanan berbasis teknologi memungkinkan bengkel merespons layanan secara real-time, mempercepat proses layanan, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat daya saing usaha dalam lanskap industri yang terus berkembang.

Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia berdampak langsung pada meningkatnya permintaan terhadap layanan servis dan perawatan. Di tengah mobilitas masyarakat yang tinggi, konsumen semakin mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh layanan, seperti perbaikan sepeda motor yang dapat dilakukan di lokasi mereka sendiri, baik di rumah maupun di tempat kerja (Dharmawan et al., 2024). Perubahan pola preferensi ini mendorong pelaku usaha mikro dan kecil di sektor otomotif untuk mengadopsi pendekatan yang lebih adaptif dan efisien. Salah satu alternatif inovatif yang dapat dijalankan adalah penyediaan jasa servis motor keliling berbasis digital, yang memungkinkan konsumen melakukan pemesanan layanan melalui platform populer seperti WhatsApp, tanpa harus mengunjungi bengkel secara fisik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi layanan servis motor keliling berbasis teknologi digital pada Bengkel HKU Surabaya Performance sebagai strategi adaptif dalam merespons tantangan UMKM otomotif, baik dalam menghadapi intensitas persaingan pasar maupun dalam memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berubah.

METODE

Dalam menginisiasi transformasi model bisnis, tim menerapkan pendekatan berbasis aksi yang sistematis untuk merancang layanan servis motor keliling berbasis digital di Bengkel HKU Surabaya Performance. Strategi ini bertujuan menciptakan perubahan menyeluruh dalam sistem operasional bengkel guna meningkatkan efisiensi serta memperluas basis pelanggan. Proses pelaksanaan dilakukan secara bertahap melalui perencanaan mendalam, implementasi bertingkat, dan evaluasi berkelanjutan. Pendekatan 5W+1H dimanfaatkan untuk memastikan setiap langkah dijalankan secara terstruktur dan terarah.

Sebagai langkah awal (*what*), tim melakukan observasi langsung di lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik serta tim mekanik untuk mengidentifikasi kelemahan dalam model layanan konvensional yang sepenuhnya bergantung pada kunjungan pelanggan ke lokasi bengkel. Berdasarkan temuan tersebut, dikembangkanlah model bisnis baru berupa layanan servis keliling yang dapat dipesan melalui aplikasi WhatsApp, dengan harapan mampu menjangkau pasar yang lebih luas serta menawarkan solusi yang lebih praktis dan efisien bagi pelanggan.

Kemudian pada (*why*), Melalui integrasi sistem pemesanan digital, bengkel memperoleh peluang untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, khususnya mereka yang mengutamakan kepraktisan dan efisiensi dalam mengakses layanan. Transformasi digital yang terjadi secara masif mendorong UMKM untuk ikut beradaptasi dengan lanskap bisnis yang semakin terdigitalisasi (Verhoef et al., 2021). Kendati teknologi digital menawarkan berbagai peluang strategis

untuk pertumbuhan usaha, pelaku UMKM perlu melakukan seleksi yang cermat terhadap inovasi digital yang akan diadopsi, agar tidak terjebak dalam solusi yang kurang sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan mereka (Crupi et al., 2020).

Selanjutnya (*who*), pelaksanaan program ini melibatkan sejumlah pemangku kepentingan yang memiliki peran strategis dalam aktivitas operasional bengkel. Di antaranya adalah pemilik Bengkel HKU Surabaya Performance dan tim mekanik, yang turut berpartisipasi dalam tahap observasi serta wawancara untuk menggali kebutuhan dan tantangan di lapangan. Selain itu, tim mahasiswa dari Program Studi Manajemen Universitas Airlangga terlibat sebagai pihak perancang model bisnis inovatif dan pengusul solusi berbasis teknologi digital. Kolaborasi aktif antara unsur internal dan eksternal ini menjadi fondasi penting agar proses perubahan dapat diterima secara menyeluruh dan dijalankan secara berkelanjutan oleh seluruh tim operasional bengkel.

Tempat dimana seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan (*where*), berada di lokasi operasional Bengkel HKU Surabaya *Performance* yang beralamat di Jalan Progo, Tropodo Kulon, Waru, Sidoarjo, serta menjangkau wilayah-wilayah sekitarnya seperti Tropodo, Sedati, Waru, dan Jemur Sari. Area ini dipilih secara strategis karena memiliki kepadatan penduduk yang tinggi, tingkat mobilitas masyarakat yang cukup aktif, serta infrastruktur yang mendukung untuk pengembangan layanan servis motor keliling. Wilayah suburban ini menawarkan potensi pasar yang signifikan, sekaligus masih berada dalam cakupan layanan bengkel.

Kegiatan observasi dan wawancara (*when*), dilaksanakan sepanjang bulan

Mei hingga awal Juni 2025. Selanjutnya, rancangan model bisnis dan rekomendasi layanan digital disusun untuk mulai diimplementasikan secara bertahap pada awal Juli 2025. Dalam kurun waktu tersebut, pemilik bengkel akan mendapatkan pelatihan awal terkait penggunaan sistem pemesanan berbasis digital serta prosedur operasional standar (SOP) untuk layanan servis keliling. Pendekatan bertahap ini diharapkan dapat meminimalkan gangguan terhadap aktivitas bengkel sehari-hari, sekaligus memastikan adopsi perubahan berjalan secara efektif.

Pada tahap (*how*), implementasi program dirancang secara sistematis melalui beberapa langkah sebagai berikut:

- Pengamatan Lapangan
Tim pelaksana melakukan studi observasional secara langsung di lokasi operasional Bengkel HKU guna mendapatkan pemahaman menyeluruh terhadap proses bisnis yang berjalan. Observasi dilakukan pada berbagai jam dan hari untuk merekam dinamika kebutuhan pelanggan, khususnya pola kedatangan yang acak dan tidak terencana, yang sering menjadi tantangan utama dalam pengelolaan layanan.
- Wawancara Kualitatif
Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemilik dan mekanik bengkel untuk mengidentifikasi hambatan internal serta kesiapan dalam melakukan adopsi teknologi baru. Hasil wawancara ini menjadi bahan utama dalam merumuskan intervensi berbasis konteks yang relevan dan aplikatif.
- Evaluasi Model Bisnis
Tim melakukan kajian menyeluruh terhadap model bisnis eksisting

dengan memanfaatkan kerangka SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) untuk menilai aspek internal, serta PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) guna menganalisis kondisi eksternal yang berpengaruh terhadap operasional dan strategi bengkel ke depan.

- Perancangan Model Bisnis Baru
Berdasarkan hasil temuan, dirancang model layanan berbasis sistem digital berupa servis motor keliling yang dapat dipesan melalui WhatsApp. Perancangan ini disertai dengan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mempertimbangkan keterbatasan teknis, waktu perjalanan antar lokasi, dan durasi servis agar pelaksanaan di lapangan berjalan efisien.
- Pelatihan Internal
Setelah sistem digital siap diterapkan, dilakukan pelatihan internal bagi mekanik terkait prosedur operasional baru serta penggunaan platform WhatsApp sebagai media pemesanan layanan. Tujuannya adalah memastikan seluruh tim memahami alur kerja digital yang akan diterapkan.
- Strategi Promosi Digital
Untuk mendukung sosialisasi layanan baru, disusun materi promosi visual dan teks untuk disebarakan melalui kanal media sosial seperti Instagram. Promosi ini ditujukan untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran publik terhadap keberadaan layanan servis keliling dari Bengkel HKU Surabaya Performance.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam tahap awal perancangan dan penyusunan model bisnis, tim pelaksana menjalankan serangkaian kegiatan terstruktur yang bertujuan untuk mengembangkan konsep layanan servis motor keliling berbasis digital pada Bengkel HKU Surabaya Performance. Temuan awal menunjukkan adanya tantangan signifikan dalam aspek operasional dan manajemen pelanggan yang berdampak pada efektivitas pelayanan dan potensi ekspansi pasar. Hasil analisis dari masing-masing kegiatan dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis Observasional dan Identifikasi Masalah Lapangan

Pengamatan langsung dilakukan dalam tiga sesi kunjungan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai dinamika operasional bengkel dan perilaku pelanggan. Temuan utama mengindikasikan bahwa sistem layanan masih bersifat konvensional, dengan ketergantungan penuh pada kunjungan langsung pelanggan tanpa adanya sistem pemesanan terstruktur. Pola ini menimbulkan ketidakteraturan dalam alokasi beban kerja, di mana volume pelanggan sangat fluktuatif dan tidak dapat diprediksi.

Akibatnya, terjadi akumulasi pekerjaan yang berdampak pada keterlambatan penyelesaian servis serta pengelolaan waktu kerja mekanik yang kurang optimal. Absennya sistem antrean atau reservasi juga menyebabkan pelanggan harus menunggu dalam waktu lama, sehingga menurunkan kepuasan pelanggan dan membatasi kapasitas bengkel dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Kondisi ini mempertegas perlunya inovasi layanan yang lebih adaptif, responsif, dan berbasis teknologi.

2. Hasil Wawancara: Persepsi Internal dan Kesiapan Transformasi

Melalui wawancara terfokus dengan pemilik dan tenaga teknis di Bengkel HKU Surabaya Performance, ditemukan bahwa meskipun bengkel memiliki sumber daya manusia yang kompeten serta citra positif di kalangan pelanggan, terdapat tantangan signifikan dalam tata kelola operasional harian. Hambatan utama yang diidentifikasi meliputi manajemen waktu yang belum efisien serta ketidakteraturan alur layanan. Pihak bengkel mengungkapkan bahwa permintaan layanan di lokasi pelanggan, seperti saat kendaraan mogok, sebenarnya telah terjadi sebelumnya. Namun, karena ketiadaan sistem baku yang mengatur layanan tersebut, upaya penanganannya cenderung bersifat reaktif dan tidak terintegrasi dalam sistem operasional reguler.

Meskipun demikian, terdapat semangat positif dari pemilik dan mekanik untuk berinovasi melalui adopsi model layanan berbasis digital dan mobilitas tinggi. Mereka memahami bahwa kehadiran sistem pemesanan yang terintegrasi akan berperan penting dalam mengatur jadwal secara lebih tertib dan menghindari benturan antara layanan di bengkel dan layanan keliling. Tantangan utama yang perlu diantisipasi adalah pengelolaan beban kerja mekanik agar transformasi ini tidak mengganggu performa layanan inti di lokasi utama.

3. Evaluasi Model Bisnis Saat Ini Melalui Pendekatan SWOT dan PESTEL

Hasil evaluasi menyeluruh terhadap struktur model bisnis Bengkel HKU Surabaya Performance dengan menggunakan kerangka analisis SWOT dan PESTEL menunjukkan adanya fondasi kekuatan internal yang signifikan. Fasilitas peralatan yang memadai, kualitas layanan

yang konsisten, dan citra positif di mata konsumen menjadi modal utama bengkel dalam mempertahankan operasional.

Namun, keterbatasan mendasar juga teridentifikasi, antara lain ketergantungan absolut pada kunjungan langsung konsumen serta rendahnya optimalisasi kapasitas layanan harian. Waktu operasional yang tidak sepenuhnya dimanfaatkan juga turut berkontribusi terhadap ketidakefisienan pendapatan.

Dari perspektif eksternal, analisis PESTEL mengungkapkan bahwa stabilitas regulasi terhadap pelaku UMKM dan tren kenaikan populasi kendaraan bermotor di wilayah Surabaya membuka peluang signifikan bagi ekspansi layanan berbasis mobilitas. Selain itu, transformasi gaya hidup masyarakat urban yang menuntut kepraktisan dan efisiensi waktu semakin memperkuat

urgensi adopsi layanan berbasis digital dan berbasis lokasi.

Meski demikian, sejumlah tantangan operasional yang bersifat eksternal tetap perlu diantisipasi, seperti keterbatasan infrastruktur parkir di lokasi pelanggan, risiko gangguan akibat kondisi cuaca ekstrem, serta volatilitas harga suku cadang yang berdampak langsung pada margin keuntungan. Di tengah dinamika industri otomotif yang terus berkembang dan kompetisi yang semakin sengit akibat masuknya pemain baru, bengkel perlu merancang strategi adaptif yang dapat menekan biaya operasional, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan menjaga keberlanjutan profitabilitas sebagaimana direkomendasikan oleh studi sebelumnya (Rinaldy et al., 2020; Nunez, 2007).

Tabel 1. SWOT Analysis Bengkel HKU Surabaya

Strenghts	Weakness
Peralatan dan perlengkapan yang kayak.	Dimensi bengkel yang tergolong kecil (60 m2 berdasarkan Google Maps).
Lokasi strategis (7 km dari Bandara Juanda, dan 6 km dari Bundaran Waru).	Banyak waktu kosong yang dimiliki pegawai bengkel.
Rating yang bagus dari pelanggan.(Bintang 4 by Google Review)	Pelanggan yang datang akan dikerjakan kendaraannya tetapi tidak sesuai urutan kedatangan.
Mampu mengerjakan segala jenis kendala yang ada pada sepeda motor.	
Opportunities	Threats
Maraknya pengguna motor di Surabaya.	Persaingan dengan bengkel resmi sesuai dengan merk kendaraan.
Banyaknya pengguna gawai.	Sudah banyak bengkel yang menerapkan metode digital seperti ini.
Aplikasi pemesanan yang gratis (Whatsapp).	Tidak adanya pemahaman gawai pada masyarakat pada rentang usia tertentu.
Adanya Google Ads dan Whatsapp Business untuk menunjang eksposur bisnis.	

Tabel 2. PESTEL Analysis Bengkel HKU Performance Surabaya

Political	Economic	Social	Technological	Enviromental	Legal
Regulasi yang mengatur UMKM tergolong longgar di Indonesia	Jumlah pengguna sepeda motor yang tinggi di Indonesia.	Lebih mudah dikenali masyarakat sekitar.	Perlunya pelatihan tambahan bagi pegawai bengkel.	Sanitasi dan kebersihan bengkel yang relatif lebih rendah daripada bengkel resmi.	Transaksi yang dilakukan hanya berbasis lisan.
Terdapat bantuan/subsidi bagi pelaku UMKM dari pemerintah.	Biaya servis yang lebih terjangkau daripada bengkel resmi.	Tidak adanya kesenjangan informasi untuk masyarakat awam.	Gawai yang digunakan harus selalu tersedia.	Karena dimensi bengkel yang kecil, polusi suara yang ditimbulkan lebih tinggi.	Tidak adanya konsistensi kualitas pengerjaan
Sistem perizinan UMKM yang mudah diakses di internet.	Banyaknya suku cadang aftermarket yang tersedia dibanding bengkel resmi.	Proses pengerjaan yang lebih transparan	Terbatasnya fitur pada aplikasi yang digunakan untuk pemesanan.	Tidak terdapatnya banyak ruangan yang dapat memberi kenyamanan konsumen.	
	Biaya jasa mekanik relatif lebih murah				

4. Pengembangan model bisnis baru dan Standar Operasional Prosedur.

Model bisnis dan SOP yang mengintegrasikan layanan servis sepeda motor keliling berbasis digital menjadi langkah taktis dalam merespons keterbatasan struktur operasional Bengkel HKU Surabaya Performance yang selama ini hanya melayani pelanggan secara konvensional di lokasi fisik. Transformasi ini bertujuan memperluas jangkauan layanan secara geografis, terutama untuk menjangkau segmen konsumen yang memiliki keterbatasan waktu maupun mobilitas untuk mengakses bengkel secara langsung.

Pendekatan ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan aksesibilitas layanan, tetapi juga sebagai upaya optimalisasi

produktivitas sumber daya dan diversifikasi saluran pelayanan. Melalui pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp sebagai kanal pemesanan, diharapkan interaksi antara bengkel dan pelanggan menjadi lebih terstruktur, responsif, dan efisien.

Implementasi sistem ini turut disertai dengan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang komprehensif, mencakup alur kerja layanan keliling, penjadwalan mekanik, estimasi waktu pengerjaan, serta penyesuaian terhadap kondisi lapangan. Dengan adanya SOP ini, proses layanan dapat dijalankan secara konsisten dan profesional, sekaligus memastikan kualitas layanan tetap terjaga meskipun dilakukan di luar bengkel. Langkah ini menandai upaya konkret Bengkel HKU untuk mengadaptasi dinamika

kebutuhan konsumen urban yang semakin menuntut kenyamanan, fleksibilitas, dan efisiensi layanan.

- Perancangan Model Layanan Mobile Servis

Model bisnis yang dikembangkan mengusung konsep on-site service, di mana teknisi dari Bengkel HKU Surabaya Performance akan mendatangi lokasi pelanggan untuk melakukan servis motor. Titik layanan fleksibel baik rumah, kantor, maupun lokasi lain sesuai preferensi pelanggan menjadi keunggulan utama. Proses pemesanan dilakukan secara digital menggunakan WhatsApp, sebuah aplikasi komunikasi populer di Indonesia, guna memastikan kemudahan dan kedekatan dengan perilaku digital pelanggan.

Model ini dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat urban yang sangat menghargai efisiensi waktu dan kenyamanan layanan. Dengan mengeliminasi kewajiban pelanggan untuk datang langsung dan menunggu di bengkel, pendekatan ini sangat cocok bagi kelompok dengan mobilitas tinggi seperti karyawan, mahasiswa, hingga keluarga dengan rutinitas padat.

- Penyusunan SOP untuk Layanan Terstruktur dan Konsisten

Guna mendukung keberlangsungan dan profesionalitas layanan keliling, penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) menjadi tahap krusial. SOP disusun sebagai kerangka kerja operasional bagi teknisi dan staf bengkel, mencakup prosedur pemesanan, alokasi teknisi, estimasi waktu layanan, dan mekanisme tindak lanjut pasca-servis. Dengan adanya SOP yang terstruktur, diharapkan

kualitas pelayanan dapat terjaga secara konsisten, meminimalisasi risiko operasional, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan.

Tahapan SOP Layanan Servis Motor Keliling Berbasis Digital di Bengkel HKU Surabaya Performance diantaranya adalah :

1. Pemesanan Layanan

Pelanggan diwajibkan melakukan pemesanan layanan minimal satu hari sebelum waktu pelaksanaan (H-1) melalui platform komunikasi WhatsApp, menggunakan format standar yang telah disiapkan oleh bengkel. Informasi wajib yang harus disampaikan meliputi:

- Nama pelanggan
- Alamat lengkap lokasi servis
- Merk dan tipe kendaraan
- Keluhan/jenis servis yang dibutuhkan
- Tanggal dan waktu yang diinginkan
- Nomor telepon aktif

Langkah ini bertujuan untuk memastikan perencanaan kerja yang efektif dan alokasi sumber daya yang optimal, serta meminimalisasi antrean mendadak yang berpotensi mengganggu alur kerja bengkel.

2. Konfirmasi Jadwal dan Persetujuan Layanan

Setelah menerima permintaan, pihak bengkel akan memverifikasi ketersediaan mekanik serta menyesuaikan dengan jadwal operasional. Operator akan menghubungi pelanggan untuk menyampaikan:

- Jadwal pasti kunjungan
- Estimasi biaya layanan (termasuk servis, suku cadang, dan biaya transportasi)

Konfirmasi akhir akan dikirimkan jika pelanggan menyetujui rincian tersebut. Proses ini bertujuan untuk mencegah

miskomunikasi, menjamin transparansi harga, dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan.

3. Pelaksanaan Servis di Lokasi

Pada hari pelaksanaan, teknisi akan tiba di lokasi pelanggan sesuai jadwal yang telah dikonfirmasi. Mekanik akan:

- Melakukan verifikasi ulang data pemesanan
- Menilai kondisi motor secara singkat
- Melakukan tindakan servis sesuai jenis permintaan (misalnya ganti oli, pengecekan rem, penyetelan rantai, dll.)

Mekanik membawa peralatan standar serta suku cadang ringan yang sering dibutuhkan dalam servis minor. Proses ini dilaksanakan dengan memperhatikan efisiensi waktu dan standar kualitas pengerjaan.

4. Pembayaran dan Penutupan Layanan

Setelah servis selesai, mekanik menyampaikan ringkasan pekerjaan serta rincian biaya aktual. Pembayaran dapat dilakukan melalui:

- Tunai
- Transfer bank
- QRIS

Bukti transaksi akan diberikan sebagai dokumen resmi. Selain itu, teknisi akan memberikan edukasi ringan terkait perawatan motor pasca-servis untuk meningkatkan engagement dan loyalitas pelanggan.

5. Pembatasan Kapasitas Operasional

Untuk menjaga kesinambungan antara layanan utama di bengkel dan layanan keliling, diberlakukan pembatasan maksimal 3 kunjungan servis keliling per hari. Kebijakan ini mempertimbangkan:

- Kapasitas teknisi aktif
- Jarak antar lokasi

- Durasi pengerjaan servis

Pembatasan ini bersifat preventif untuk menjaga kualitas pelayanan dan mencegah overload operasional.

6. Strategi Pemasaran Digital

Sebagai bagian dari strategi peluncuran layanan baru, tim menyusun materi promosi digital untuk disebarluaskan melalui Instagram dan platform digital lain. Fokus kampanye komunikasi diarahkan pada:

- Nilai efisiensi waktu
- Aksesibilitas layanan ke lokasi pelanggan
- Kenyamanan tanpa perlu antre

Contoh pesan promosi:

"Servis Motor Keliling Langsung ke Lokasi Anda. Hemat Waktu, Lebih Praktis."

Strategi promosi ini dirancang untuk menjangkau segmen urban beraktivitas tinggi seperti pekerja kantor, mahasiswa, dan keluarga produktif.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Dengan melihat analisa-analisa yang telah dilakukan, alangkah baiknya bagi manajer bengkel untuk lebih mendanai pada hal-hal yang menunjang kelancaran pemesanan jasa servis motor di Bengkel HKU Performance Surabaya serta media promosi yang nantinya dapat lebih berdampak pada calon pelanggan bengkel.

Hal ini didasarkan pada kesadaran akan tekanan yang melekat dalam peran pelayanan, serta tuntutan yang timbul akibat hubungan yang sering kali kompleks antara penyedia layanan, pelanggan, dan organisasi. Implikasi yang dibahas dalam bagian ini merujuk secara khusus pada

temuan dari studi-studi terdahulu, yang menyoroti elemen prosedural sumber daya manusia yang relevan terhadap peran pelayanan, bukan sekadar implikasi manajerial secara umum. Namun demikian, setiap organisasi perlu menyesuaikan praktik-praktik tersebut dengan karakteristik, tujuan, dan lingkungan operasionalnya masing-masing (Yagil, 2008).

KESIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan perancangan dan pengembangan model bisnis di Bengkel HKU Surabaya Performance menunjukkan bahwa transformasi menuju layanan servis motor keliling berbasis digital merupakan langkah strategis yang menjanjikan dalam menjawab tantangan operasional serta dinamika pasar saat ini. Model bisnis baru ini secara efektif mengatasi sejumlah kendala utama dalam sistem operasional konvensional bengkel, seperti keterbatasan ruang, fluktuasi jumlah pelanggan harian, dan inefisiensi dalam pengelolaan waktu kerja mekanik.

Penerapan layanan berbasis pemesanan digital melalui WhatsApp memberikan fleksibilitas dan kenyamanan yang lebih besar kepada pelanggan, sejalan dengan preferensi masyarakat urban yang mengedepankan kepraktisan serta efisiensi waktu. Dengan mengadopsi pendekatan ini, bengkel dapat melayani pelanggan di luar lokasi bengkel fisik, sehingga memperluas jangkauan layanan ke segmen yang sebelumnya kurang terjangkau, seperti pekerja kantoran, mahasiswa, dan pelanggan dengan keterbatasan waktu. Lebih lanjut, sistem pemesanan yang terstruktur (H-1) terbukti mampu meningkatkan efektivitas manajemen

jadwal, mengurangi risiko penumpukan pekerjaan, serta menjaga kualitas layanan tetap konsisten. Pembatasan kapasitas harian untuk layanan keliling juga menunjukkan upaya yang sistematis dalam menjaga keseimbangan antara servis onsite dan offsite.

Secara strategis, transformasi model bisnis ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif Bengkel HKU di tengah industri jasa otomotif yang semakin dinamis dan padat kompetitor. Model ini selaras dengan tren digitalisasi pada sektor UKM serta perubahan perilaku konsumen yang lebih menuntut layanan berbasis teknologi.

Ke depan, kesinambungan keberhasilan layanan ini sangat bergantung pada kemampuan bengkel dalam melakukan evaluasi berkelanjutan, mengintegrasikan teknologi digital secara lebih mendalam, serta membangun kapasitas sumber daya manusia khususnya peningkatan literasi digital mekanik dan staf operasional. Dengan langkah-langkah tersebut, Bengkel HKU Surabaya Performance berpotensi menjadi pelopor transformasi digital dalam ekosistem bengkel skala kecil dan menengah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga karena telah memberikan ruang dan dukungan untuk menjangkau UMKM. Terima Kasih kepada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Jawa Timur. Terima Kasih kepada bengkel HKU Surabaya Performance yang telah bersedia membuka ruang kerja mereka bagi keperluan observasi, wawancara, dan diskusi. ◀

REFERENSI

- Manurung, Nicholas & Nugroho, Agung. (2018). Implementasi Customer Relationship Management di Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Otomotif. *Jurnal Terapan Abdimas*. 3. 97. 10.25273/jta.v3i2.2795.
- Natalia, N., & Hermawan, P. (2024). Unlocking Potential: Digital Transformation and Decision Support in Automotive Repair - A Case Study. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*. 4(2).108-122.10.31098/ijebce.v4i2.2127.
- Dharmawan, D., Hidayat, A. R., Nurdiani, T. W., Azlina, Y., & Haes, P. E. (2024). Digital Media Marketing Strategy to Increase Car Sales. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 4(2), 819-825. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v4i2.379>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(July 2018), 889-901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Crupi, A., Del Sarto, N., Di Minin, A., Gregori, G. L., Lepore, D., Marinelli, L., & Spigarelli, F. (2020). The digital transformation of SMEs - a new knowledge broker called the digital innovation hub. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1263-1288. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0623>
- Rinaldy, Dian & Asmara, Alla & Findi, Muhammad. (2020). STRATEGI INDUSTRI KECIL MENENGAH KOMPONEN OTOMOTIF (STUDI KASUS PT PQR). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. 6. 10.17358/jabm.6.1.37.
- Nunez MG. 2007. Strategies for leading change in the automotive industry [disertation]. California: Pepperdine University.