
Transformasi Model Bisnis UMKM Otomotif: Perencanaan dan Perancangan Layanan Servis Motor Keliling Berbasis Digital di Bengkel HKU Surabaya Performance

Mohamad Fikri Imansyah¹, Verdy Aryaputra², Elnatan Yuniyanto³, Shahan Shah Muhammad Fahd Farid Alfauzi⁴, Muhammad Kemal Pasha Biantoro⁵, Mohammad Alfin Eagan Cavenaugh⁶

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga¹⁻⁶



Email Korespondensi: elnatan.yuniyanto-2021@feb.unair.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-06-2025
Disetujui 16-06-2025
Diterbitkan 19-06-2025

KataKunci:

*Layanan
Servis Motor Keliling,
Digitalisasi,
Model Bisnis
Inovatif,
UMKM Otomotif,
Sistem Pemesanan Digital*

ABSTRAK

Bengkel HKU Surabaya Performance, sebuah usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor, di daerah Tropodo, menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Analisis menunjukkan bahwa model bisnis yang diterapkan selama ini bergantung pada kedatangan langsung pelanggan ke bengkel, yang membatasi potensi pasar. Melalui observasi dan wawancara dengan pemilik bengkel, kami mengusulkan perubahan model bisnis dengan pengenalan layanan servis motor keliling berbasis digital melalui sistem pemesanan via WhatsApp. Selain itu, pengembangan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk layanan keliling juga dianggap penting untuk menjaga kualitas pelayanan. Rekomendasi ini diharapkan dapat mengatasi kendala yang ada, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing bengkel di pasar yang semakin digital dan mobile. Dengan implementasi model bisnis yang lebih fleksibel dan efisien ini, Bengkel HKU Surabaya Performance diharapkan dapat meraih kesuksesan jangka panjang di sektor UMKM otomotif.

Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:

Mohamad Fikri Imansyah, Verdy Aryaputra, Elnatan Yuniyanto, Shahan Shah Muhammad Fahd Farid Alfauzi, Muhammad Kemal Pasha Biantoro, & Mohammad Alfin Eagan Cavenaugh. (2025). Transformasi Model Bisnis UMKM Otomotif: Perencanaan dan Perancangan Layanan Servis Motor Keliling Berbasis Digital di Bengkel HKU Surabaya Performance. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 326-339. <https://doi.org/10.63822/fcgjxs08>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, transformasi teknologi telah mengubah berbagai sektor industri, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia berperan sebagai tulang punggung perekonomian negara, menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) dan memberikan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (BPS, 2024). Namun, banyak UMKM yang masih bergantung pada metode operasional yang tradisional dan terbatas, yang menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dalam pasar global yang semakin digital dan terhubung.

Sektor otomotif Indonesia, khususnya dalam layanan perawatan dan perbaikan kendaraan, juga menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi perubahan ini. Sebagian besar bengkel otomotif di Indonesia masih mengandalkan model bisnis yang konvensional, di mana pelanggan harus datang langsung ke bengkel untuk mendapatkan layanan. Hal ini mengurangi potensi pasar yang lebih luas, terutama bagi pelanggan yang lebih memilih kenyamanan dan efisiensi dalam mendapatkan layanan (Nababan & Purba, 2024). Dalam menghadapi perubahan pola konsumsi ini, penting bagi UMKM, khususnya bengkel motor, untuk berinovasi dengan mengadopsi teknologi yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka.

Seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia, kebutuhan akan layanan perawatan dan perbaikan kendaraan semakin tinggi. Konsumen kini lebih menginginkan kemudahan dalam mendapatkan layanan, seperti servis motor yang dapat dilakukan di rumah atau kantor, tanpa perlu datang ke bengkel secara langsung (Dharmawan et al., 2024). Tren ini mendorong pelaku UMKM otomotif untuk mencari solusi yang lebih praktis dan efisien guna memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin dinamis dan mobile. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah layanan servis motor keliling berbasis digital yang memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan langsung dari lokasi mereka menggunakan platform yang sudah akrab, seperti WhatsApp.

Penerapan teknologi digital dalam UMKM otomotif dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Sebuah studi oleh Natalia dan Hermawan (2024) menunjukkan bahwa transformasi digital di sektor otomotif memberikan dampak positif dalam meningkatkan aksesibilitas bagi konsumen, serta memungkinkan pelaku usaha untuk lebih fleksibel dan responsif terhadap permintaan pasar. Teknologi seperti pemesanan digital memungkinkan bengkel untuk merespons permintaan dengan lebih cepat dan efisien, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi bengkel di pasar.

Seiring dengan itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan et al. (2024), ditemukan bahwa sektor otomotif di Indonesia masih memiliki potensi besar untuk berkembang dengan mengadopsi model bisnis berbasis permintaan (on-demand). Dengan menggunakan platform digital untuk memfasilitasi layanan servis motor keliling, pelaku UMKM di sektor ini dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional mereka. Hal ini akan sangat relevan dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan layanan yang lebih praktis dan tidak membuang waktu.

Di tingkat global, transformasi digital dalam sektor otomotif telah terbukti memberikan keuntungan besar, terutama bagi UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi ini. Penelitian oleh Hidayat dan Pok (2025) menyatakan bahwa penerapan Industry 4.0 dalam rantai pasokan di sektor otomotif dapat membantu UMKM untuk mengatasi berbagai tantangan operasional dan meningkatkan inovasi dalam produk dan layanan mereka. Hal yang sama dapat diterapkan pada sektor otomotif di Indonesia, di mana

teknologi digital dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Di Indonesia, sektor otomotif telah menunjukkan tanda-tanda positif dalam mengadopsi teknologi digital. Penelitian oleh Nababan dan Purba (2024) menunjukkan bahwa UMKM otomotif di Indonesia yang telah mengadopsi sistem digital untuk layanan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan mengalami peningkatan dalam hal efisiensi operasional dan aksesibilitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi bengkel-bengkel otomotif di Indonesia untuk mengadopsi sistem pemesanan berbasis digital guna memenuhi tuntutan pasar yang semakin modern dan terhubung.

Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan layanan servis motor keliling berbasis digital di Bengkel HKU Surabaya Performance, sebagai solusi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM otomotif dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan kebutuhan konsumen yang semakin berkembang.

METODE

Dalam pelaksanaan transformasi model bisnis ini, tim menggunakan pendekatan yang terstruktur dan berbasis tindakan nyata untuk mengembangkan model bisnis layanan servis keliling berbasis digital di Bengkel HKU Surabaya Performance. Pendekatan ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan perubahan sistem yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar bengkel. Pendekatan ini melibatkan perencanaan yang matang, implementasi yang bertahap, serta evaluasi berkelanjutan. Metode 5W+1H digunakan untuk memastikan bahwa setiap tahap pelaksanaan dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

1. What (Apa yang dilakukan?)

Tim memulai dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik serta tim mekanik Bengkel HKU Surabaya Performance. Fokus utama dari kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi kekurangan dalam sistem layanan yang ada, yang selama ini hanya mengandalkan kedatangan langsung pelanggan. Berdasarkan analisis ini, tim merancang model bisnis baru berupa layanan servis keliling berbasis digital yang menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai platform untuk pemesanan digital. Dengan model bisnis ini, bengkel diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang menginginkan layanan di lokasi mereka.

Menurut penelitian oleh Nagy et al. (2018), adopsi teknologi digital dalam sektor otomotif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan merubah strategi bisnis secara signifikan, termasuk dalam hal penerapan layanan berbasis digital.

2. Why (Mengapa dilakukan?)

Perubahan model bisnis dilakukan untuk mengatasi keterbatasan pasar yang hanya mengandalkan kedatangan langsung pelanggan. Dengan mengadopsi sistem pemesanan berbasis digital, bengkel dapat mengakses lebih banyak pelanggan yang lebih memilih layanan yang praktis dan efisien. Inovasi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan

yang mengutamakan kenyamanan, terutama di kalangan masyarakat urban yang lebih mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya (Llopis-Albert et al., 2021).

3. Who (Siapa yang terlibat?)

Kegiatan ini melibatkan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan langsung dengan operasional bengkel. Pemilik Bengkel HKU Surabaya Performance serta tim mekanik bengkel menjadi pihak yang terlibat dalam proses observasi dan wawancara. Selain itu, kelompok mahasiswa dari Program Studi Manajemen Universitas Airlangga yang bertugas untuk merancang model bisnis baru dan memberikan solusi berbasis teknologi digital. Peran aktif dari semua pihak ini sangat penting untuk memastikan bahwa inovasi yang diterapkan dapat diterima dan diimplementasikan dengan baik oleh seluruh tim yang terlibat dalam pengelolaan bengkel.

4. Where (Di mana dilakukan?)

Seluruh kegiatan dilakukan di Bengkel HKU Surabaya Performance yang terletak di Jl. Progo, Tropodo Kulon, Waru, Sidoarjo, serta area sekitar yang mencakup Tropodo, Sedati, Waru, dan Jemur Sari. Wilayah ini dipilih karena memiliki konsentrasi pelanggan yang cukup tinggi dan aksesibilitas yang baik, serta masih dalam radius operasional bengkel. Lokasi yang padat penduduk dan berkembang pesat di area pinggiran Surabaya ini memberikan potensi pasar yang besar bagi layanan servis keliling.

5. When (Kapan dilakukan?)

Observasi dan wawancara dengan pemilik serta tim mekanik bengkel dilakukan selama bulan Mei hingga awal Juni 2025. Rekomendasi dan model bisnis yang baru dirancang untuk dapat diimplementasikan secara bertahap pada awal Juli 2025. Selama periode ini, pemilik UMKM akan diberikan pelatihan dasar mengenai sistem pemesanan digital serta SOP operasional layanan keliling. Implementasi bertahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses perubahan model bisnis tidak mengganggu operasional harian bengkel, namun tetap bisa diterapkan secara efektif.

Implementasi bertahap sejalan dengan hasil penelitian oleh Yıldırım et al. (2022), yang menunjukkan bahwa transisi digital yang bertahap dapat membantu perusahaan menghindari gangguan yang berlebihan pada operasional dan memberikan waktu yang cukup bagi semua pihak untuk beradaptasi.

6. How (Bagaimana cara pelaksanaannya?)

Pelaksanaan dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

- Tim melakukan observasi lapangan untuk memahami kondisi operasional yang ada dan memetakan permasalahan yang dihadapi. Observasi dilakukan di berbagai waktu untuk menangkap variasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi bengkel, terutama terkait dengan kedatangan pelanggan yang bersifat spontan dan tidak terprediksi.
- Wawancara dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai tantangan operasional dan kesiapan bengkel dalam mengadopsi sistem baru. Temuan dari wawancara ini akan digunakan untuk menyusun solusi yang paling efektif.
- Tim melakukan analisis terhadap model bisnis bengkel yang ada dengan menggunakan metode analisis SWOT dan PESTEL untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman yang dihadapi bengkel, serta memahami faktor eksternal yang mempengaruhi operasional.

- Berdasarkan hasil analisis, tim merancang model bisnis baru berupa layanan servis motor keliling dengan sistem pemesanan digital. Model ini diharapkan dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional bengkel. Penyusunan SOP untuk layanan keliling dilakukan dengan memperhatikan kapasitas mekanik, waktu tempuh antar lokasi, dan durasi servis di lokasi.
- Setelah sistem pemesanan digital disiapkan, pelatihan mengenai SOP operasional dan penggunaan aplikasi WhatsApp untuk pemesanan dilakukan agar tim mekanik dapat memahami alur kerja baru yang diterapkan.
- Untuk memperkenalkan layanan baru, tim menyusun materi promosi yang akan dipasang di media sosial, terutama Instagram. Promosi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan layanan servis keliling yang ditawarkan oleh Bengkel HKU.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap perencanaan dan perancangan model bisnis ini, tim telah melaksanakan beberapa kegiatan yang terstruktur untuk mengembangkan model bisnis layanan servis keliling berbasis digital di Bengkel HKU Surabaya Performance. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini mencakup analisis mendalam tentang kondisi operasional bengkel, penerimaan terhadap inovasi layanan, dan dampak dari penerapan model bisnis baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat urban yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi waktu. Berikut adalah hasil analisis dari masing-masing kegiatan yang telah dilakukan.

1. Observasi Lapangan dan Pemetaan Permasalahan

Observasi lapangan dilakukan untuk memahami lebih mendalam tentang kondisi operasional bengkel dan interaksi yang terjadi antara bengkel dan pelanggan. Dari observasi yang dilakukan pada tiga kunjungan berbeda, tim menemukan bahwa bengkel HKU Surabaya Performance masih menggunakan model bisnis tradisional yang mengandalkan kedatangan pelanggan secara langsung. Hal ini mengakibatkan ketidakpastian dalam alur kerja karena fluktuasi jumlah pelanggan yang datang, yang sering kali tidak dapat diprediksi. Tanpa adanya sistem pemesanan atau reservasi, bengkel menghadapi tantangan dalam mengelola jadwal mekanik, sehingga sering kali ada penumpukan pekerjaan yang menyebabkan keterlambatan layanan.

Kondisi ini menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya jangkau pasar. Tidak adanya sistem yang terstruktur juga menambah ketidaknyamanan bagi pelanggan yang harus menghabiskan waktu menunggu giliran servis.

Kondisi ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Llopis-Albert et al. (2021) yang menunjukkan bahwa tanpa integrasi sistem pemesanan yang efektif, UMKM dalam sektor otomotif menghadapi kesulitan dalam mengelola sumber daya dan jadwal operasional. Sistem pemesanan berbasis digital menjadi langkah yang sangat penting untuk mengatasi masalah ini, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional (Nagy et al., 2018).

2. Wawancara dengan Pemilik dan Tim Mekanik

Wawancara mendalam dengan pemilik dan tim mekanik bengkel mengungkapkan bahwa meskipun bengkel memiliki potensi besar dalam hal keahlian dan reputasi, operasional harian masih memiliki banyak kekurangan, terutama dalam manajemen waktu dan alur kerja. Pemilik bengkel mengakui bahwa mereka pernah menerima permintaan layanan servis keliling dari pelanggan, terutama saat kendaraan mogok di lokasi yang jauh dari bengkel. Namun, karena tidak adanya sistem operasional yang terstandarisasi, layanan tersebut hanya ditangani secara insidental, tanpa perencanaan yang matang.

Hasil wawancara juga menunjukkan adanya antusiasme dari pemilik bengkel dan mekanik untuk bertransformasi dan mengadopsi model bisnis yang lebih mobile dan digital. Mereka menyadari pentingnya sistem pemesanan untuk memastikan kelancaran operasional dan menghindari konflik jadwal antara servis di bengkel dan layanan keliling. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah manajemen waktu dan pembagian tugas mekanik, yang harus diatur dengan cermat agar tidak mengganggu layanan utama di bengkel. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Zhang et al. (2023) yang menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam operasional dapat meningkatkan efisiensi serta meminimalkan ketidakteraturan dalam pengelolaan waktu dan tugas.

3. Analisis Model Bisnis Existing dan Penyusunan SWOT-PESTEL

Analisis SWOT dan PESTEL yang dilakukan terhadap model bisnis yang ada menunjukkan bahwa Bengkel HKU Surabaya Performance memiliki beberapa kekuatan yang cukup solid, seperti peralatan lengkap, fasilitas yang tersedia, serta reputasi yang baik di mata pelanggan. Namun, kelemahan utama terletak pada ketergantungan penuh pada pelanggan yang datang langsung dan keterbatasan dalam kapasitas layanan. Selain itu, jam operasional bengkel yang tidak terisi penuh juga menjadi salah satu kelemahan yang menghambat potensi pendapatan bengkel.

Dari sisi peluang, pasar motor di Surabaya yang sangat besar dan loyal, serta adopsi teknologi digital yang semakin berkembang, menjadi peluang besar bagi bengkel untuk mengembangkan layanan berbasis digital. Namun, bengkel juga dihadapkan pada ancaman dari kompetitor, baik bengkel konvensional maupun modern seperti AHASS dan TS Motor, yang sudah memiliki sistem layanan yang lebih terstruktur dan efisien. Penelitian oleh Moshapo et al. (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi dan transformasi model bisnis dalam UMKM dapat menciptakan peluang besar, terutama di sektor yang memiliki kompetisi tinggi seperti otomotif, di mana kecepatan dan efisiensi operasional menjadi kunci keberhasilan.

Analisis PESTEL menunjukkan bahwa faktor-faktor eksternal seperti regulasi UMKM yang relatif stabil, meningkatnya jumlah pengguna motor di Surabaya, serta perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin mengutamakan efisiensi waktu, memberikan peluang yang cukup besar bagi pengembangan layanan servis keliling. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi terkait dengan keterbatasan ruang parkir, cuaca buruk, dan fluktuasi harga spare part yang memengaruhi margin keuntungan bengkel, harus diantisipasi dengan baik dalam desain operasional layanan baru. Hal ini sejalan dengan temuan yang dijelaskan oleh El Haouat et al. (2024), yang menggarisbawahi

bahwa transformasi digital harus mempertimbangkan aspek eksternal dan faktor risiko yang ada dalam lingkungan usaha untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

Tabel 1. SWOT Analysis Bengkel HKU Performance Surabaya.

Strengths	Weaknesses
Peralatan lengkap dan fasilitas tersedia di satu tempat.	Kapasitas layanan terbatas ke area sekitar bengkel.
Lokasi bengkel strategis, berada di kawasan padat penduduk dan dekat area perumahan.	Ketergantungan penuh pada kedatangan pelanggan langsung, tanpa pendekatan proaktif.
Reputasi dan keahlian sudah dikenal oleh pelanggan.	Jam operasional kadang tidak terisi penuh (ada waktu kosong).
Bisa kerjakan servis ringan hingga berat/modifikasi besar..	Keterbatasan lahan dan ruang kerja saat ramai.
Opportunities	Threats
Pasar motor di Surabaya sangat besar dan loyal.	Persaingan dengan bengkel konvensional & modern (AHASS, TS Motor, dll.)
Teknologi digital (seperti WhatsApp dan Google Form) bisa dimanfaatkan untuk sistem pemesanan.	Kemungkinan pelanggan pindah ke bengkel yang lebih dekat/instan.
Banyak pelanggan ingin praktis & tidak mau antri.	Harga suku cadang dan bahan naik, menekan margin.
Kesadaran masyarakat akan efisiensi waktu makin tinggi, mendorong mereka mencari layanan praktis.	

Tabel 2. PESTEL Analysis Bengkel HKU Surabaya Performance.

Political	Economic	Social	Technological	Environmental	Legal
Regulasi UMKM dan	Jumlah pengguna motor di	Gaya hidup masyarakat urban	Penggunaan aplikasi teknologi	Keterbatasan ruang parkir dan area	Belum ada standar operasional yang terdokumentasi secara

kendaraan bermotor relatif stabil di Indonesia.	Indonesia, khususnya Surabaya, sangat tinggi.	semakin dinamis dan mengutamakan kemudahan.	seperti WhatsApp, Google Sheets, bisa ditingkatkan untuk memaksimalkan operasional.	tunggu menurunkan kenyamanan layanan.	legal, masih berdasarkan kesepakatan lisan, membuat penanganan komplain atau kerusakan sulit dipertanggungjawabkan.
Dukungan pemerintah terhadap UMKM melalui pelatihan dan subsidi alat kerja bisa menjadi peluang.	Biaya hidup dan mobilitas meningkat, yang mengakibatkan orang cenderung mencari servis yang praktis.	Pelanggan, khususnya perempuan atau pekerja kantoran, cenderung menghindari antrean dan suasana bengkel yang padat.	Beberapa pekerja bengkel masih minim literasi digital, perlu pelatihan tambahan.	Cuaca buruk atau kondisi jalan yang tidak bersahabat turut memengaruhi keputusan pelanggan untuk datang.	Transaksi masih dominan berbasis lisan tanpa nota tertulis, sehingga rentan terjadi kesalahpahaman antara pelanggan dan pihak bengkel.
	Fluktuasi harga spare part bisa mempengaruhi margin.	Ada kebutuhan akan kepercayaan dan transparansi dari penyedia layanan servis.			

4. Perancangan Model Bisnis Baru dan Implementasi SOP

Perancangan model bisnis baru yang berfokus pada layanan servis motor keliling berbasis digital merupakan salah satu langkah strategis yang bertujuan untuk mengatasi keterbatasan operasional Bengkel HKU Surabaya Performance, yang sebelumnya hanya melayani pelanggan yang datang langsung ke bengkel. Dengan adanya transformasi ini, bengkel dapat memperluas jangkauannya ke wilayah yang lebih luas, terutama bagi pelanggan yang kesulitan atau tidak memiliki waktu untuk datang ke lokasi bengkel. Model bisnis ini juga diharapkan dapat

meningkatkan efisiensi operasional bengkel dan memperbaiki pengalaman pelanggan melalui layanan yang lebih fleksibel dan cepat.

Zhang et al. (2023) mengungkapkan bahwa adopsi model bisnis berbasis digital berperan penting dalam merespon kebutuhan konsumen yang semakin berorientasi pada layanan yang mudah diakses dan fleksibel. Penerapan model bisnis servis keliling ini sangat relevan dengan tren digitalisasi yang semakin berkembang di kalangan bisnis kecil dan menengah (SME), yang harus beradaptasi dengan tuntutan pasar yang semakin mobile (Moshapo et al., 2024).

- Pengembangan Model Bisnis

Model bisnis baru yang dirancang didasarkan pada konsep layanan servis motor keliling, di mana mekanik bengkel akan melayani pelanggan di lokasi yang ditentukan, seperti rumah, kantor, atau tempat lain yang diinginkan pelanggan. Sistem pemesanan digital akan diterapkan melalui aplikasi WhatsApp, yang sudah menjadi platform komunikasi yang umum digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan menghubungi nomor resmi bengkel dan menyampaikan permintaan layanan servis motor yang mereka inginkan.

Model ini memiliki beberapa keuntungan yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat urban saat ini, yang lebih mengutamakan kenyamanan, efisiensi waktu, dan fleksibilitas dalam mendapatkan layanan. Dengan memberikan opsi untuk servis di rumah atau di tempat lain, pelanggan tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk mengantri di bengkel, yang biasanya memakan waktu cukup lama, terutama di bengkel yang cukup padat. Oleh karena itu, model bisnis ini sangat cocok untuk segmen pasar yang memiliki mobilitas tinggi, seperti pekerja kantoran, mahasiswa, dan keluarga yang memiliki kesibukan sehari-hari.

- Penyusunan SOP (Standard Operating Procedure)

Untuk memastikan bahwa layanan servis keliling dapat berjalan dengan efisien dan terstruktur, tim menyusun SOP (Standard Operating Procedure) yang jelas dan mudah diikuti oleh tim mekanik serta pihak bengkel lainnya. Penyusunan SOP ini sangat penting, karena akan membantu menjaga konsistensi kualitas layanan, meminimalkan kesalahan dalam pelaksanaan, dan memastikan pengalaman pelanggan yang baik.

Tahapan dalam SOP yang dirancang mencakup beberapa langkah sebagai berikut:

1. Pemesanan Layanan Servis

Pelanggan diharuskan untuk melakukan pemesanan layanan servis motor keliling minimal satu hari sebelumnya (H-1). Hal ini bertujuan untuk memberikan waktu bagi bengkel untuk melakukan perencanaan dan pengaturan jadwal mekanik secara efektif. Pemesanan dilakukan melalui WhatsApp, dengan format yang telah disediakan oleh bengkel. Pelanggan akan diminta untuk mengisi informasi penting seperti:

- Nama lengkap
- Alamat lengkap lokasi servis
- Jenis motor (merk dan tipe)

- Keluhan atau jenis servis yang diinginkan
- Tanggal dan jam yang diinginkan untuk servis
- Nomor telepon yang bisa dihubungi

Pemesanan ini memberikan keuntungan besar dalam hal manajemen waktu dan sumber daya. Dengan pemesanan yang lebih terstruktur, bengkel dapat merencanakan dan mengelola beban kerja mekanik, serta menghindari penumpukan antrean yang tidak teratur

2. Konfirmasi Jadwal dan Persetujuan Pelanggan

Setelah menerima pemesanan, operator bengkel akan memverifikasi ketersediaan mekanik dan menentukan jadwal yang sesuai dengan kapasitas bengkel. Selanjutnya, operator akan mengkonfirmasi kepada pelanggan mengenai jadwal yang diusulkan dan memberikan estimasi biaya untuk servis, termasuk biaya perjalanan, servis, dan suku cadang (jika diperlukan). Jika pelanggan menyetujui jadwal dan biaya yang telah ditentukan, operator akan mengirimkan konfirmasi akhir dan memberi tahu estimasi waktu kedatangan tim mekanik.

Konfirmasi ini sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman antara pihak bengkel dan pelanggan. Proses konfirmasi ini akan memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi pelanggan dan tidak ada kejutan biaya atau waktu yang tidak diinginkan pada hari pelaksanaan.

3. Pelaksanaan Servis di Lokasi Pelanggan

Pada hari yang telah dijadwalkan, tim mekanik akan berangkat ke lokasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Tim mekanik membawa peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan servis ringan seperti pergantian oli, pengecekan rem, dan perawatan mesin. Tim mekanik juga dilengkapi dengan spare parts ringan yang sering dibutuhkan oleh pelanggan.

Setibanya di lokasi, mekanik akan melakukan verifikasi ulang terhadap data pemesanan dan kondisi motor yang akan diservis. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam identifikasi keluhan atau jenis servis yang diminta. Setelah itu, mekanik akan melakukan servis sesuai dengan prosedur yang ada, dengan memperhatikan waktu yang dibutuhkan dan kualitas penggerjaan.

4. Pembayaran dan Penyelesaian Servis

Setelah servis selesai, mekanik akan melakukan rekapitulasi hasil pekerjaan dan memberikan rincian biaya akhir kepada pelanggan. Pembayaran dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti tunai, transfer bank, atau menggunakan QRIS, sesuai dengan preferensi pelanggan. Mekanik juga akan memberikan bukti transaksi kepada pelanggan sebagai dokumentasi resmi.

Selain itu, mekanik akan memberikan edukasi ringan kepada pelanggan tentang hasil pekerjaan yang telah dilakukan dan memberikan saran untuk pemeliharaan kendaraan secara berkala. Tujuan dari langkah ini adalah untuk

membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas terhadap layanan bengkel.

- Pembatasan Layanan dan Kapasitas Operasional

Untuk memastikan bahwa layanan servis keliling tetap terkelola dengan baik dan tidak mengganggu operasional utama bengkel, tim menentukan pembatasan jumlah pelanggan yang dapat dilayani dalam sehari. Setiap hari, maksimal tiga pelanggan dapat dilayani di luar bengkel untuk layanan servis keliling. Pembatasan ini didasarkan pada berbagai faktor, seperti kapasitas mekanik, waktu perjalanan antar lokasi pelanggan, dan durasi pengerjaan servis.

Pembatasan ini juga bertujuan untuk menjaga kualitas layanan dan memastikan bahwa bengkel tidak kewalahan dalam mengelola tugas-tugas di lokasi bengkel dan luar bengkel secara bersamaan. Dengan pembatasan jumlah pelanggan, bengkel dapat memberikan perhatian lebih pada setiap pelanggan dan memastikan bahwa semua pekerjaan dilakukan dengan standar kualitas yang tinggi.

5. Pemasaran dan Promosi Layanan Keliling

Sebagai langkah awal untuk memperkenalkan layanan servis keliling berbasis digital, tim membantu Bengkel HKU Surabaya Performance merancang materi promosi digital yang akan digunakan di platform media sosial seperti Instagram. Promosi ini dirancang untuk menarik perhatian segmen pasar masyarakat urban yang menjadi target utama layanan servis keliling. Dalam promosi tersebut, pesan utama yang ingin disampaikan adalah kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh layanan ini, seperti tagline yang mencakup "Servis Motor Keliling - Langsung ke Lokasi Anda, Hemat Waktu, Lebih Praktis".

Promosi digital menggunakan media sosial merupakan salah satu metode yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik bisnis, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terbiasa dengan akses digital. Penelitian oleh Tsoulfas et al. (2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berbasis media sosial, seperti Instagram, dapat mempercepat pengenalan layanan baru kepada pelanggan, terutama jika segmentasi dilakukan dengan cermat berdasarkan lokasi geografis dan minat konsumen. Oleh karena itu, tim juga kedepannya akan memberikan bimbingan dan pelatihan kepada pemilik bengkel mengenai penggunaan Instagram Ads, yang memungkinkan iklan dipasang dengan segmentasi lebih terfokus pada lokasi dan demografi target pasar. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkenalkan layanan servis keliling lebih cepat di area operasional bengkel, serta mendorong lebih banyak pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Selain itu, platform media sosial juga memberikan peluang bagi bengkel untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Melalui feedback langsung, bengkel dapat memperoleh wawasan berharga yang membantu dalam meningkatkan layanan mereka. Ini merupakan salah satu cara untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan servis yang ditawarkan. Penelitian oleh Zhang et al. (2023) menekankan pentingnya pemasaran berbasis data yang dapat menganalisis perilaku pelanggan melalui interaksi

media sosial, yang sangat bermanfaat dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan relevan.



Gambar 1. Instagram Story.



Gambar 2. Instagram Feed.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan perancangan dan pengembangan di Bengkel HKU Surabaya Performance, dapat disimpulkan bahwa pengembangan model bisnis layanan servis motor keliling berbasis digital yang akan diterapkan memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi operasional bengkel dan memperluas jangkauan pasar. Transformasi model bisnis dari sistem yang bersifat pasif menjadi lebih aktif dan mobile, dengan penerapan sistem pemesanan digital melalui WhatsApp, memberikan dampak positif yang signifikan bagi bengkel. Hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat urban yang semakin mengutamakan kenyamanan, efisiensi waktu, dan fleksibilitas dalam mendapatkan layanan.

Model bisnis baru ini mengatasi keterbatasan ruang dan waktu yang sebelumnya menjadi hambatan utama dalam operasional bengkel. Dengan adanya layanan servis keliling, pelanggan tidak lagi terbatas pada lokasi bengkel dan dapat mengakses layanan dengan lebih mudah dan praktis, baik di rumah maupun di tempat kerja. Ini memberikan solusi nyata bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi, seperti pekerja kantoran dan mahasiswa, yang sering kali kesulitan untuk mengunjungi bengkel secara langsung.

Implementasi sistem pemesanan yang terstruktur, di mana pelanggan dapat melakukan pemesanan minimal satu hari sebelumnya (H-1), menjadi langkah strategis untuk memastikan kelancaran operasional dan menghindari ketidakteraturan dalam jadwal mekanik. Hal ini juga mengurangi risiko penumpukan

pekerjaan yang dapat mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan adanya sistem pemesanan digital, bengkel dapat mengelola beban kerja mekanik dengan lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi waktu dan sumber daya yang ada.

Penerapan layanan servis motor keliling ini juga membuka peluang pasar yang lebih luas, tidak hanya untuk pelanggan yang sudah ada, tetapi juga untuk segmen pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan bengkel tradisional. Dengan model ini, Bengkel HKU Surabaya Performance dapat memperkuat posisinya di pasar yang semakin kompetitif, serta meningkatkan daya saing dengan bengkel lain yang lebih modern dan berbasis teknologi.

Ke depan, bengkel diharapkan dapat terus mengembangkan sistem yang ada, melakukan evaluasi berkala terhadap operasional layanan keliling, dan meningkatkan pemanfaatan teknologi untuk efisiensi yang lebih baik. Bengkel juga perlu melanjutkan upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan mekanik dan staf lainnya, guna memastikan bahwa seluruh operasional dapat berjalan dengan lancar dan efektif.

ACKNOWLEDGEMENT

- Terima kasih kami ucapan 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

- Nababan, T.S., & Purba, E.F. (2024). Efficiency of labor allocation: An observation in Indonesian standard industrial classification (ISIC). *Forum for Economic and Financial Studies*. 2024; 2(1): 402. <https://doi.org/10.59400/fefs.v2i1.402>
- 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>
- Hidayat, A. S., & Pok, W. C. (2025). Empowering SMEs innovation through intangible factors. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 1.
- 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](https://doi.org/10.31098/ijebce.v4i2.2127).
- Llopis-Albert, C., Rubio, F., & Valero, F. (2021). Impact of digital transformation on the automotive industry. *Technological forecasting and social change*, 162, 120343.
- Moshapo, L., Monyela, T., & Thango, B., Mudau. (2024). The Role of Manufacturing Operations in SMEs Performance: A Systematic Review. Available at SSRN 4980454.

- Nagy, J., Oláh, J., Erdei, E., Máté, D., & Popp, J. (2018). The role and impact of Industry 4.0 and the internet of things on the business strategy of the value chain—the case of Hungary. *Sustainability*, 10(10), 3491.
- Yıldırım, N., & Erbay, H. (2022). Combined technology selection model for digital transformation in manufacturing: a case study from the automotive supplier industry. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 19(07), 2250023.
- Zhang, Y., Ma, X., Pang, J., Xing, H., & Wang, J. (2023). The impact of digital transformation of manufacturing on corporate performance—The mediating effect of business model innovation and the moderating effect of innovation capability. *Research in International Business and Finance*, 64, 101890.
- El Haouat, Z., Essalih, S., Bennouna, F., Ramadany, M., & Amegouz, D. (2024). Environmental optimization and operational efficiency: Analysing the integration of life cycle assessment (LCA) into ERP systems in Moroccan companies. *Results in Engineering*, 22, 102131.
- Tsoulfas, G. T., Vitsentzatou, E., & Mihiotis, A. N. (2022). The digital transformation of the marketing mix in the food and beverage service supply chain: a Grey DEMATEL approach. *Sustainability*, 14(22), 15228.