

STRATEGI PELATIHAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN DAN SERVIS PADA PT KECAK MOTOR DALUNG

Sapta Rini Widyawati^{1,*}, I Made Yogi Andika Pratama²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: saptarini1304@unmas.ac.id

ABSTRAK

PT Kecak Motor Dalung menghadapi tiga permasalahan utama: kekurangan tenaga teknisi bengkel, rendahnya keterampilan teknisi, dan menurunnya angka penjualan akibat kurangnya promosi. Kondisi ini berdampak pada lambatnya pelayanan, ketidakpuasan pelanggan, dan citra perusahaan yang kurang profesional. Solusi yang dirancang meliputi pelatihan teknisi untuk meningkatkan kompetensi, perekrutan teknisi baru melalui kerja sama dengan SMK vokasi, dan optimalisasi strategi promosi digital untuk meningkatkan penjualan. Metode pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan pendampingan dan pemberdayaan, di mana mahasiswa bekerja langsung bersama teknisi dan staf dealer. Program kerja mencakup pelatihan teknis, pembuatan konten promosi digital, perekrutan siswa magang, serta digitalisasi data pelanggan. Hasilnya, keterampilan teknisi meningkat, jumlah tenaga kerja bertambah, promosi digital berhasil menarik pelanggan baru, dan sistem administrasi menjadi lebih efisien. Kendala utama berupa adaptasi awal dengan teknisi dan kurangnya pemahaman staf tentang media sosial berhasil diatasi melalui pendekatan komunikatif dan pembuatan panduan praktis. Kesimpulannya, program ini memberikan dampak positif yang berkelanjutan, dengan saran agar dealer melanjutkan program pelatihan dan promosi digital secara mandiri serta menjadikan kegiatan ini sebagai model pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Teknisi bengkel, promosi digital, pelatihan keterampilan

ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu dari tiga pilar utama dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yang wajib dilaksanakan oleh setiap institusi pendidikan tinggi di Indonesia. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dan diperjelas dalam UU No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, pengabdian kepada masyarakat adalah bentuk aktualisasi dari peran aktif sivitas akademika dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nurdin, 2023). Dalam hal ini, pengabdian masyarakat bukan sekadar program sosial, melainkan proses yang terintegrasi dengan pendidikan dan penelitian yang dilakukan oleh perguruan tinggi. Tujuan utamanya adalah mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pemanfaatan hasil riset dan inovasi yang dapat diterapkan secara langsung di tengah masyarakat, khususnya di wilayah-wilayah yang masih tergolong rentan (Syahza, 2019).

Pelaksanaan pengabdian masyarakat tidak terbatas pada kegiatan bantuan instan, melainkan harus berupa proses yang berkelanjutan, partisipatif, dan kebutuhan riil masyarakat (Habib, 2021). Perguruan tinggi didorong untuk mengadakan program yang relevan seperti pelatihan keterampilan, pendampingan UMKM, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penyuluhan mengenai isu-isu strategis seperti lingkungan, kesehatan, kewirausahaan, dan pembangunan berkelanjutan. Kolaborasi lintas sektor, baik dengan lembaga pemerintah, dunia usaha, maupun masyarakat menjadi sangat penting agar program tersebut tepat sasaran dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga menjadi tempat pembelajaran langsung bagi mahasiswa dan dosen untuk menerapkan teori ke dalam praktik nyata di lapangan, sekaligus membangun kedekatan emosional dan sosial dengan masyarakat (Telaumbanua et al., 2022).

Di era revolusi industri 4.0, tantangan pengabdian masyarakat menjadi semakin kompleks. Perguruan tinggi dituntut tidak hanya hadir sebagai penyumbang ide, tetapi juga sebagai agen perubahan yang solutif (Nuryananda et al., 2025). Melalui sinergi antara mahasiswa, dosen, dan masyarakat, perguruan tinggi dapat memperkuat fungsinya sebagai pusat keilmuan sekaligus sebagai mitra pembangunan yang relevan dalam menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan dan bermakna.

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, industri otomotif termasuk sektor servis sepeda motor mengalami perubahan yang signifikan. PT Kecak Motor Dalung sebagai salah satu penyedia layanan dan produk otomotif dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta servis yang ditawarkan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya berpengaruh pada kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap loyalitas dan citra positif perusahaan.

Dalam hal ini, pelatihan karyawan menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Banyak dealer menghadapi masalah terkait kurangnya keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan yang optimal. Hal ini sering kali mengakibatkan pengalaman negatif bagi pelanggan, sehingga dapat berdampak pada penurunan penjualan dan reputasi dealer. Oleh karena itu, sangat penting untuk merumuskan strategi pelatihan yang efektif, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga kemampuan interpersonal karyawan.

PT Kecak Motor Dalung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan sepeda motor, suku cadang, layanan servis, dan aksesoris. Berdiri sejak 2002 di Jl. Raya Padang Luwih No. 166, Badung, Bali, dealer ini melayani konsumen di wilayah Bali dengan komitmen tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan slogan "ONE HEART" (Satu Hati), Dealer Honda Kecak Motor Dalung mengedepankan profesionalisme dalam memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Perusahaan ini dibangun atas dasar ketekunan, kerja keras, dan kesungguhan, yang menjadi pondasi dalam membangun kepercayaan pelanggan. Namun, seiring perkembangan waktu, dealer ini menghadapi sejumlah tantangan yang dapat menghambat kinerja dan kualitas pelayanannya.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah kekurangan tenaga kerja di bidang teknis bengkel. Keterbatasan jumlah teknis ini menyebabkan proses

pelayanan servis menjadi lebih lambat, sehingga memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, keterampilan teknisi yang ada pun masih belum optimal. Beberapa teknisi masih memerlukan pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menangani berbagai jenis kerusakan dan perawatan kendaraan. Hal ini berdampak pada kurang maksimalnya hasil kerja dan pelayanan bengkel, yang pada akhirnya mempengaruhi citra profesionalisme perusahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang teknis agar pelayanan servis dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

Selain permasalahan di sisi teknisi, PT Kecak Motor Dalung juga mengalami penurunan angka penjualan sparepart. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya strategi promosi dan pemberian diskon yang menarik bagi calon konsumen. Minimnya upaya promosi menyebabkan masyarakat kurang mengetahui penawaran dan keunggulan dari dealer ini. Padahal, promosi yang efektif dan pemberian potongan harga bisa menjadi strategi yang ampuh untuk menarik minat beli, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dengan dealer lain di wilayah Bali. Oleh karena itu, kebutuhan mitra tidak hanya berkisar pada peningkatan kualitas SDM, tetapi juga mencakup pengembangan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif. Berdasarkan analisis situasi ini, program kerja yang dirancang harus berfokus pada pelatihan teknisi bengkel dan optimalisasi promosi penjualan agar mampu menjawab kebutuhan mitra secara tepat sasaran.

PERUMUSAN MASALAH

Identifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh PT Kecak Motor Dalung berdasarkan hasil analisis situasi di lapangan:

1. Kekurangan Tenaga Kerja di Bidang Teknisi Bengkel

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh PT Kecak Motor Dalung adalah kurangnya tenaga kerja teknisi bengkel. Jumlah teknisi yang terbatas menyebabkan proses pelayanan servis kendaraan menjadi lambat dan tidak maksimal. Ketika jumlah pelanggan meningkat, kapasitas teknisi yang ada tidak mampu memenuhi permintaan dengan cepat, sehingga menyebabkan antrean panjang dan keterlambatan dalam proses servis. Kondisi ini berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan yang cenderung menurun karena waktu tunggu yang lama dan kurang efisien. Dalam jangka panjang, hal ini juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan citra perusahaan sebagai penyedia layanan otomotif yang profesional.

2. Kurangnya Keterampilan dan Kompetensi Teknisi Bengkel

Selain masalah kuantitas, kualitas teknisi yang ada juga masih menjadi tantangan. Beberapa teknisi masih membutuhkan pelatihan tambahan untuk dapat menangani berbagai permasalahan kendaraan dengan cepat dan tepat. Minimnya pelatihan dan pembinaan menyebabkan hasil kerja kurang optimal, yang berdampak pada hasil servis yang kurang memuaskan. Kurangnya kompetensi ini tidak hanya mempengaruhi kualitas pekerjaan teknis, tetapi juga menghambat

efisiensi kerja secara keseluruhan. Teknisi yang belum mahir cenderung memerlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan pekerjaan, dan tidak jarang harus mengulang perbaikan karena kesalahan teknis.

3. Menurunnya Angka Penjualan Akibat Minimnya Promosi dan Diskon

Permasalahan ketiga yang turut memengaruhi performa perusahaan adalah menurunnya angka penjualan sparepart motor. Salah satu faktor penyebab utama adalah kurangnya aktivitas promosi dan tidak adanya program diskon yang menarik. Di tengah persaingan ketat antar dealer motor di wilayah Bali, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci utama untuk menarik minat konsumen. Sayangnya, PT Kecak Motor Dalung belum memaksimalkan potensi promosi, baik melalui media sosial, brosur digital, maupun event-event penjualan. Selain itu, tidak adanya program potongan harga atau paket bundling servis menjadi kekurangan tersendiri yang membuat konsumen beralih ke dealer lain yang menawarkan promo lebih menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh PT Kecak Motor Dalung, dirancang beberapa solusi strategis yang sesuai dengan bidang ekonomi dan bisnis, sebagai berikut:

1. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan Teknisi Bengkel

Solusi pertama yang dirancang adalah mengadakan pelatihan teknis bagi para teknisi bengkel Dealer Honda Kecak Motor Dalung. Pelatihan ini mencakup keterampilan dasar hingga lanjutan dalam perawatan dan perbaikan sepeda motor, penggunaan alat bengkel modern, serta pemahaman tentang teknologi motor terbaru. Kegiatan ini dapat bekerja sama dengan lembaga pelatihan otomotif atau teknisi profesional dari pusat Honda. Selain itu, pelatihan soft skill seperti pelayanan pelanggan dan manajemen waktu juga penting untuk meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh. Dengan meningkatnya keterampilan teknisi, proses servis akan menjadi lebih efisien, hasil kerja lebih maksimal, dan pelanggan akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Perekrutan Teknisi Baru

Untuk mengatasi kekurangan tenaga teknisi, diperlukan solusi berupa perekrutan teknisi tambahan. Proses rekrutmen ini dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan SMK atau kampus vokasi di bidang teknik otomotif di Bali. Mahasiswa atau lulusan baru yang memiliki kemampuan dasar dapat diberikan kesempatan magang atau bekerja secara penuh waktu, dengan pembinaan langsung dari teknisi senior. Skema ini tidak hanya membantu menutupi kekurangan tenaga kerja, tetapi juga menjadi peluang pengembangan SDM lokal. Dalam jangka panjang, dealer dapat memiliki tim teknisi yang solid dan berdaya saing tinggi, yang mampu menangani volume pelanggan lebih besar secara profesional.

3. Optimalisasi Promosi dan Pemasaran Digital

Untuk menjawab tantangan penurunan penjualan, dealer perlu menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Program promosi bisa dimaksimalkan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, dengan konten yang menarik seperti video testimoni pelanggan, promo diskon servis bulanan, atau hadiah menarik untuk pembelian sparepart motor. Program unggulan yang ditawarkan adalah promo diskon untuk pengguna motor Honda dengan bukti servis dari motor Honda yang berbeda. Upaya promosi ini harus dirancang dengan target pasar yang jelas dan dikemas secara kreatif agar lebih menarik minat masyarakat, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di PT Kecak Motor Dalung dilakukan dengan pendekatan pendampingan dan pemberdayaan. Mahasiswa tidak hanya datang untuk memberi bantuan langsung, tetapi juga ikut terlibat aktif dalam kegiatan sehari-hari di lokasi. Tim pengabdian bekerja bersama karyawan bengkel untuk memperbaiki sistem kerja, membantu promosi, serta merapikan lingkungan kerja. Dengan cara ini, program tidak hanya memberikan solusi sementara, tetapi juga mendorong karyawan untuk ikut belajar dan terbiasa melakukan perubahan yang lebih baik secara mandiri. Strategi lainnya adalah melalui pendekatan bertahap dan langsung praktik di lapangan. Misalnya, saat membantu promosi digital, mahasiswa langsung membuat konten, mengambil gambar produk, dan mengunggah ke media sosial dealer bersama staf yang terlibat. Begitu juga saat input data konsumen, mahasiswa mendampingi staf untuk belajar cara mencatat data secara rapi dan digital.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di PT Kecak Motor Dalung dilakukan secara bertahap dan kolaboratif, melibatkan tim mahasiswa, pihak dealer, serta mitra dari luar seperti sekolah vokasi. Program dimulai dengan melakukan observasi langsung terhadap kegiatan operasional bengkel, termasuk proses servis kendaraan, sistem kerja teknisi, hingga strategi promosi yang telah berjalan. Observasi ini penting untuk memahami kondisi nyata di lapangan, sehingga program kerja dapat disesuaikan dengan kebutuhan yang sebenarnya. Setelah itu, tim mulai menyusun jadwal pelaksanaan dan membagi peran antar anggota agar setiap kegiatan dapat dijalankan secara efektif dan tepat waktu.

Langkah pertama yang dilaksanakan adalah pendampingan dan simulasi servis ringan. Tim mahasiswa mendampingi teknisi secara langsung saat melakukan servis dasar seperti mengganti oli, mengecek tekanan ban, dan membersihkan komponen ringan. Dalam kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mengamati, tetapi juga memberi masukan langsung untuk membantu teknisi bekerja lebih cepat dan efisien. Jika teknisi mengalami kesulitan, tim siap membantu atau menjelaskan cara kerja alat.

Selanjutnya, program perekrutan teknisi magang dilaksanakan dengan menyusun surat kerja sama, lalu mendatangi SMK dan kampus vokasi terdekat. Setelah menjalin komunikasi dengan pihak sekolah, tim membantu proses seleksi teknisi magang dan menyusun jadwal kerja mereka di bengkel sesuai kebutuhan.

Program promosi digital dilakukan secara paralel. Tim mulai dengan mengambil foto dan video kegiatan di bengkel, lalu mendesain konten promosi seperti flyer, pengumuman diskon, dan testimoni pelanggan. Konten ini diunggah ke akun media sosial PT Kecak Motor Dalung dan dibagikan ke grup WhatsApp serta media sosial masyarakat sekitar. Promosi diberikan pada hari-hari tertentu, seperti diskon servis di Hari Minggu atau potongan harga untuk pembelian motor bagi pelajar. Selain itu, tim pelaksana turut membantu menginformasikan program layanan servis gratis kepada pelanggan, yaitu dengan mengumpulkan lima bukti servis di PT Kecak Motor Dalung yang dapat ditukarkan dengan satu kali servis gratis. Informasi ini disampaikan melalui media sosial dan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke bengkel.

Sementara itu, program tambahan dijalankan sebagai bagian dari kegiatan harian. Penataan area bengkel dilakukan dengan merapikan rak alat, memberi label pada peralatan, dan membersihkan area kerja agar lebih nyaman dan profesional. Semua kegiatan dilakukan bersama teknisi agar mereka juga terbiasa menjaga kebersihan dan kerapian tempat kerja. Program input data konsumen dilakukan dengan membantu staf administrasi memindahkan data manual ke dalam format digital menggunakan spreadsheet. Tim juga menyusun format tabel yang rapi dan mudah digunakan agar bisa terus dipakai meski program pengabdian telah selesai. Seluruh program dijalankan dengan pendekatan yang sederhana, praktis, dan fokus pada hasil nyata yang bisa langsung dirasakan oleh pihak dealer maupun pelanggan.

Hasil Program

Pelaksanaan program kerja utama dan tambahan di PT Kecak Motor Dalung selama masa pengabdian masyarakat berjalan dengan baik dan menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Seluruh program dirancang untuk menjawab permasalahan yang dihadapi pihak dealer, seperti kurangnya tenaga teknisi, keterbatasan promosi, dan sistem manajemen data yang belum terstruktur. Berikut penjabaran hasil dari program kerja yang telah dilaksanakan:

Hasil Program Kerja Utama

1. Pendampingan dan Simulasi Servis Ringan

Program pendampingan teknisi dalam bentuk simulasi servis ringan berhasil memberikan peningkatan pada keterampilan dasar teknisi, khususnya teknisi baru. Praktik langsung dilakukan setiap hari kerja, dengan tim pengabdian mengamati, memberikan arahan, dan membantu teknisi dalam pengecekan oli, tekanan ban, rantai motor, dan penggantian suku cadang ringan. Berdasarkan pengamatan lapangan dan wawancara dengan teknisi, mereka merasa lebih percaya diri dan terbantu dengan adanya masukan langsung terkait kecepatan dan kerapian kerja.

Hal ini terlihat dari meningkatnya efisiensi kerja dan respons yang lebih cepat terhadap kebutuhan pelanggan. Dokumentasi berupa foto kegiatan servis dan hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keakuratan kerja dan penurunan waktu tunggu pelanggan.



Gambar 1. Pendampingan dan Simulasi Servis Ringan

2. Perekrutan Teknisi Magang dari Sekolah Vokasi



Gambar 2. Perekrutan Teknisi Magang

Program perekrutan teknisi magang berhasil menjalin kerja sama dengan salah satu SMK di Denpasar yang memiliki jurusan teknik otomotif. Dari kerja sama ini, dua siswa magang ditugaskan untuk membantu pekerjaan harian di bengkel, khususnya pada aktivitas ringan seperti penggantian oli, pencucian motor, dan pengelolaan alat. Magang ini menjadi wadah pembelajaran langsung bagi siswa, sekaligus membantu dealer dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja. Hasil wawancara dengan pihak bengkel menunjukkan bahwa keberadaan siswa magang cukup meringankan beban teknisi senior dan mempercepat penyelesaian pekerjaan harian.

3. Promosi Digital Lewat Media Sosial dan Diskon Menarik

Tim pengabdian berhasil mengelola akun Instagram dan Facebook PT Kekak Motor Dalung dengan konten promosi yang menarik, seperti testimoni pelanggan, video proses servis, serta pengumuman promo servis akhir pekan. Dalam dua minggu, jumlah pengikut Instagram meningkat sebesar 35%, dan pelanggan yang datang dengan kupon digital juga bertambah. Tim juga menyebarkan flyer digital melalui WhatsApp group warga sekitar, yang berdampak pada peningkatan kunjungan bengkel, khususnya di hari Minggu. Selain itu, aktif dalam menginformasikan program promo “5 Kali Servis Gratis 1 Kali Servis” untuk

motor Honda berbeda dengan mengumpulkan lima bukti servis. Promo ini berlaku selamanya tanpa batas waktu dan sudah disetujui oleh manajer. Informasi ini diumumkan secara rutin melalui media sosial dan secara langsung kepada pelanggan sebagai bentuk apresiasi terhadap loyalitas konsumen serta strategi untuk meningkatkan retensi dan kunjungan pelanggan ke bengkel.



Gambar 3. Promosi Digital Lewat Media Sosial dan Diskon Menarik

Hasil Program Kerja Tambahan

1. Penataan dan Pembersihan Area Bengkel

Program ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kebersihan dan kerapian bengkel. Alat-alat yang sebelumnya berantakan berhasil dikelompokkan berdasarkan jenisnya dan disimpan di tempat khusus yang sudah diberi label. Rak penyimpanan ditata ulang, dan area lantai, meja kerja, serta tempat servis dibersihkan secara menyeluruh. Berdasarkan observasi dan umpan balik dari teknisi, suasana kerja menjadi lebih nyaman, dan proses pencarian alat menjadi lebih cepat. Bengkel kini terlihat lebih profesional di mata pelanggan, dan citra perusahaan meningkat. Dokumentasi berupa foto sebelum dan sesudah penataan digunakan sebagai bukti visual hasil kerja ini.



Gambar 4. Penataan dan Pembersihan Area Bengkel

2. Input dan Penataan Data Konsumen

Tim pengabdian membantu staf administrasi dalam memindahkan data pelanggan dari buku catatan manual ke spreadsheet digital. Data yang diinput meliputi nama pelanggan, nomor kontak, jenis kendaraan, tanggal servis terakhir, dan catatan servis. Lebih dari 200 data pelanggan berhasil dialihkan ke sistem digital. Selain itu, tim juga membuat format tabel yang sederhana namun rapi agar mudah digunakan oleh staf ke depannya. Manajemen data kini menjadi lebih efisien, pencarian data lebih cepat, dan potensi kesalahan pencatatan menurun. Bukti dokumentasi berupa tangkapan layar data digital dan testimoni staf admin mendukung keberhasilan program ini.



Gambar 5. Input dan Penataan Data Konsumen

PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan program kerja di PT Kecak Motor Dalung, hasil yang dicapai secara umum sangat memuaskan. Program kerja utama seperti pendampingan servis ringan, perekrutan teknisi magang, dan promosi digital melalui media sosial terbukti memberikan dampak nyata. Teknisi menjadi lebih cekatan dan percaya diri dalam melakukan servis, siswa magang membantu mengurangi beban kerja, dan promosi online meningkatkan kunjungan pelanggan. Begitu juga dengan program tambahan seperti penataan area bengkel dan digitalisasi data konsumen, yang membuat lingkungan kerja lebih tertata dan sistem administrasi menjadi lebih cepat dan efisien.

Namun, selama pelaksanaan program, beberapa tantangan muncul. Tantangan pertama adalah adaptasi awal antara tim mahasiswa dan para teknisi yang sudah terbiasa dengan pola kerja masing-masing. Ada sedikit kesulitan dalam menyampaikan saran perbaikan karena perbedaan latar belakang dan kebiasaan kerja. Tantangan kedua adalah kurangnya waktu dari pihak SMK untuk langsung mengirim siswa magang, karena jadwal mereka sudah padat. Selain itu, dalam kegiatan promosi digital, tidak semua staf dealer terbiasa menggunakan media sosial untuk kegiatan bisnis, sehingga dibutuhkan waktu untuk mengenalkan penggunaan platform seperti Instagram dan WhatsApp Business.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim mahasiswa menerapkan pendekatan yang komunikatif dan bertahap. Dalam berinteraksi dengan teknisi, tim lebih dulu membangun kedekatan melalui diskusi santai dan kerja langsung di lapangan,

sehingga tercipta hubungan yang akrab dan terbuka terhadap masukan. Untuk masalah perekrutan siswa magang, tim berinisiatif untuk menghubungi sekolah lebih awal dan menjelaskan manfaat program, hingga akhirnya sekolah dapat menyesuaikan jadwal siswa. Dalam hal promosi digital, tim membuat panduan penggunaan media sosial dan mendampingi staf secara langsung saat membuat konten promosi, sehingga staf dealer mulai terbiasa dan mampu mengelola akun sendiri.

Secara keseluruhan, hasil program sangat membantu peningkatan layanan dan manajemen di PT Kecak Motor Dalung. Meski menghadapi beberapa kendala, solusi yang diterapkan terbukti efektif dan bisa dijalankan oleh pihak dealer secara mandiri setelah program berakhir. Keberhasilan ini tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses kerja sama yang terbangun dengan baik antara mahasiswa, teknisi, dan pihak dealer.

SIMPULAN DAN SARAN

Program kerja utama dan tambahan yang dilakukan di PT Kecak Motor Dalung telah berjalan dengan lancar dan memberikan dampak nyata yang positif bagi pihak dealer. Kegiatan pendampingan servis ringan mampu meningkatkan keterampilan teknisi secara bertahap, sehingga kualitas layanan kepada pelanggan menjadi lebih baik. Program perekrutan teknisi magang dari sekolah vokasi sangat membantu dalam mendukung operasional harian, sekaligus memberikan pengalaman kerja bagi siswa. Strategi promosi digital melalui media sosial dan promo diskon berhasil meningkatkan visibilitas dealer dan menarik lebih banyak konsumen, terutama dari kalangan muda. Sementara itu, kegiatan penataan area bengkel menjadikan lingkungan kerja lebih rapi, efisien, dan nyaman bagi teknisi. Program digitalisasi data pelanggan turut mempercepat pelayanan dan memudahkan pencatatan riwayat servis. Keseluruhan program ini membuktikan bahwa sinergi antara mahasiswa, instansi, dan masyarakat mampu menciptakan solusi praktis yang tidak hanya bermanfaat secara langsung bagi mitra usaha, tetapi juga dapat dijadikan model pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Agar program ini dapat terus berlanjut dan memberi dampak jangka panjang, disarankan agar pihak dealer melanjutkan kerja sama dengan sekolah vokasi untuk penyediaan teknisi magang secara berkala. Selain itu, penting bagi staf internal untuk terus belajar mengelola media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Pihak dealer juga bisa mengadakan program pelatihan ringan secara rutin untuk teknisi, dengan konsep praktik langsung seperti yang dilakukan tim mahasiswa. Program pengabdian seperti ini juga bisa diterapkan di dealer atau bengkel lain yang menghadapi masalah serupa, dengan menyesuaikan pendekatan sesuai kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pembedayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* , 1(2), 82–110. <https://doi.org/10.21274>

- Nurdin, N. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Dalam Konsep Dan Implementasi. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 01–15. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.211>
- Nuryananda, P. F., Suci Rahmatin, L., Suksmawati, H., & Bilqis, T. N. (2025). Advokasi Masyarakat Agraria di Kampung Adat Segunung Berdasarkan Penelitian Adaptasi Digitalisasi Wisata Pedesaan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(1), 544–556. <https://doi.org/10.70609/ICOM.V5I1.6713>
- Syahza, A. (2019). Dampak nyata pengabdian perguruan tinggi dalam membangun negeri. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 1, 1–7. <https://doi.org/10.31258/UNRICSCCE.1.1-7>
- Telaumbanua, T., Hulu, F., & Laia, B. (2022). Sosialisasi Program Kerja Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di Desa Goladano. *HAGA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2). <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA>