OPTIMALISASI MANAJEMEN SDM MELALUI SOP, EDUKASI K3, DAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA LOBONG GARAGE

I Dewa Made Arik Permana Putra[1,*], I Kadek Ariana[2]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: dewaarik@unmas.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai wujud penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan usaha lokal serta memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa. Salah satu usaha yang menjadi lokasi tempat penulis yaitu Lobong Garage. Lobong Garage yang berlokasi di Jalan Kenyeri, Semarapura Kelod, Kec/Kab. Klungkung, usaha ini bergerak dibidang jasa. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada usaha jasa pencucian mobil, yang bertujuan untuk membantu mitra dalam mengoptimalkan tata kelola operasional, keselamatan kerja, serta jangkauan pemasaran. Berdasarkan hasil analisis situasi awal, usaha pencucian mobil ini menghadapi kendala pada ketidakjelasan alur kerja, belum tersedianya standar perlindungan keselamatan bagi pekerja, serta keterbatasan cakupan promosi usaha. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dirumuskan tiga program kerja utama, yaitu: penyusunan dan pelaksanaan *Standard Operating Procedure* (SOP) operasional pencucian, penerapan standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), serta penerapan strategi *digital marketing*. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan observasi, wawancara, perancangan media dan panduan, hingga pendampingan langsung. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan keteraturan dan efisiensi alur kerja, terciptanya lingkungan kerja yang lebih aman dan terstruktur, serta meningkatnya visibilitas dan daya tarik usaha pencucian mobil di media digital.

Kata Kunci: SOP operasional, kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), digital marketing, jasa pencucian mobil.

ANALISIS SITUASI

Usaha pencucian mobil merupakan salah satu unit bisnis yang bergerak di bidang jasa. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, efisiensi kerja dan kerapian hasil pencucian menjadi indikator utama untuk menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara bersama pemilik usaha, ditemukan beberapa aspek fundamental yang masih memerlukan optimalisasi guna menunjang kinerja bisnis. Pada aspek tata kelola operasional, usaha ini belum memiliki panduan kerja baku berupa *Standard Operating Procedure* (SOP) yang terdokumentasi secara resmi. SOP berfungsi sebagai "janji merek" yang menjamin bahwa setiap pelanggan, kapan pun mereka datang, akan mendapatkan perlakuan dan standar kualitas yang sama. Standard Operational Procedure (SOP) merupakan dokumen yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasional usaha sehari-hari. SOP dapat juga didefinisikan sebagai rangkaian instruksi tertulis berisi proses

penyelenggaraan operasi perusahaan yang terdokumentasi. Manfaat SOP adalah sebagai sumber informasi, sumber acuan untuk standar operasional yang baku, mengurangi produk cacat yang dihasilkan, serta sebagai pedoman untuk mengantisipasi kejadian tidak terduga. Dengan adanya SOP, maka kualitas dan konsistensi produk dapat dicapai menyebutkan bahwa terdapat dua kategori SOP yaitu SOP teknis dan SOP administratif. SOP teknis menguraikan setiap langkah prosedur dengan sangat teliti sehingga tidak mungkin ada variasi dalam interpretasi. SOP administratif adalah prosedur yang digunakan untuk jenis pekerjaan yang bersifat administrative (Istiqomah, 2023). Seluruh proses pengerjaan mulai dari penyiraman awal, penyabunan, pembersihan interior, hingga tahap pengeringan masih mengandalkan kebiasaan individual masing-masing pekerja. Kondisi ini memicu munculnya ketidakseimbangan durasi pengerjaan, potensi penurunan konsistensi kualitas kebersihan, serta belum jelasnya pembagian peran dan tanggung jawab harian di area kerja.

Selain itu, aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) di sektor UMKM seringkali terabaikan, terutama pada UMKM yang bergerak di sektor industri. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM) juga perlu menerapkan K3 seperti perusahaan besar atau industri dengan potensi bahaya tinggi. Angka kecelakaan dan cedera lebih tinggi pada perusahaan kecil dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki lebih dari 100 orang pekerja dan 40% lebih sering terjadi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki lebih dari 1000 orang pekerja (Manalu dkk., 2023). Oleh karena itu, sosialisasi tentang K3 bagi UMKM menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha tidak hanya berkembang secara ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan lingkungan kerja yang aman dan efisien serta untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja (Mobarok dkk., 2024). Dari sisi Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), lingkungan operasional pencucian mobil memiliki tingkat risiko yang cukup tinggi akibat paparan air secara terus-menerus, permukaan lantai yang licin, penggunaan peralatan listrik, serta interaksi dengan bahan kimia pembersih. Namun, tingkat kesadaran akan pentingnya keselamatan kerja masih tergolong minim. Para pekerja belum dibekali dengan standar Alat Pelindung Diri (APD) dasar seperti sepatu *boots* anti-slip dan sarung tangan pelindung serta belum tersedianya petunjuk keselamatan kerja di lokasi usaha.

Sementara itu, pada aspek pemasaran, mitra menghadapi kendala akibat belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dan identitas branding yang lemah. Hal tersebut mengakibatkan jangkauan pasar terbatas pada wilayah sekitar dan rendahnya tingkat kepercayaan konsumen baru untuk melakukan pencucian ulang. Keberadaan usaha masih sangat bergantung pada pola promosi konvensional dan lokasi fisik untuk menarik pelanggan yang melintas. Pemanfaatan platform *digital marketing*, seperti pengelolaan media sosial sebagai sarana informasi tarif maupun promosi interaktif, belum dimanfaatkan secara optimal (Widiastuti dkk., 2026).

Melalui identifikasi permasalahan tersebut, diperlukan program perbaikan dan pendampingan yang terstruktur melalui perancangan dan penerapan SOP operasional,

edukasi serta penyediaan fasilitas K3, hingga pendampingan strategi *digital marketing* untuk meningkatkan efektivitas kerja, keamanan lingkungan operasional, dan daya saing usaha.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) operasional untuk meningkatkan efisiensi serta konsistensi kualitas pelayanan pada usaha jasa pencucian mobil?
2. Bagaimana penerapan standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman dan meminimalkan risiko kecelakaan kerja bagi para pekerja pencucian mobil?
3. Bagaimana penerapan strategi *digital marketing* untuk meningkatkan efektivitas promosi dan jangkauan pasar pada usaha jasa pencucian mobil?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi pada usaha jasa pencucian mobil (Lobong Garage), solusi yang ditawarkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi tiga fokus utama program kerja:

1. Penyusunan dan Pelaksanaan *Standard Operating Procedure* (SOP) Operasional
   - Merancang dan membukukan dokumen SOP untuk setiap tahapan pengerjaan pencucian kendaraan.
   - Melakukan sosialisasi serta pendampingan langsung kepada pekerja agar alur pengerjaan konsisten.
   - Menetapkan standar kualitas hasil pembersihan untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.
2. Edukasi dan Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)
   - Memberikan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya potensi bahaya serta norma K3 di area operasional.
   - Mendorong dan mewajibkan penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dasar seperti sepatu *boots* anti-slip dan sarung tangan selama proses pengerjaan.
3. Penerapan Strategi *Digital Marketing*
   - Membantu pembuatan dan pengoptimalan akun media sosial serta profil bisnis digital (*Google Maps/Google My Business*).
   - Merancang konten promosi visual yang menarik terkait daftar layanan dan keunggulan usaha.
   - Mengedukasi pengelola dalam memanfaatkan sarana digital untuk memperluas jangkauan calon pelanggan dan meningkatkan daya tarik usaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di usaha jasa pencucian mobil (Lobong Garage) guna meningkatkan efisiensi operasional, keselamatan kerja, serta strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara terencana melalui empat tahapan utama

1. Tahap Observasi
   Melakukan peninjauan dan pengamatan langsung terhadap alur kerja operasional pencucian kendaraan, kondisi lingkungan kerja, penggunaan APD, serta media promosi yang digunakan oleh mitra saat ini.
2. Tahap Wawancara
   Melakukan diskusi dan sesi tanya jawab bersama pemilik serta pekerja di Lobong Garage untuk menggali permasalahan operasional secara mendalam, mengidentifikasi kebutuhan spesifik, dan menyelaraskan rencana program kerja yang akan diterapkan.
3. Tahap Perencanaan
   - Penyusunan SOP: Merancang dokumen alur standar operasional kerja mulai dari tahap *pre-wash*, pencucian, pengeringan, hingga *detailing*/interior.
   - Perancangan K3: Menyusun materi edukasi keselamatan kerja serta menyiapkan instruksi penggunaan APD dasar.
   - Perancangan Digital Marketing: Merancang konsep konten promosi, serta menyiapkan optimalisasi profil bisnis digital (media sosial).
4. Tahap Pelaksanaan dan Pendampingan
   - Sosialisasi dan Penerapan SOP: Membagikan serta menjelaskan pedoman SOP kepada para pekerja dan memberikan pendampingan langsung pada saat operasional berjalan.
   - Edukasi K3: Memberikan pemahaman mengenai potensi bahaya kerja, mengarahkan penggunaan APD dasar secara konsisten, serta memasang petunjuk keselamatan di lokasi kerja.
   - Eksekusi Digital Marketing: Membantu pembuatan/pengoptimalan akun media sosial, mengunggah konten promosi visual yang telah dibuat, serta mendaftarkan/memperbarui titik lokasi usaha pada peta digital.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Usaha Pencucian Mobil Lobong Garage dilaksanakan berdasarkan hasil observasi dan identifikasi permasalahan yang telah dilakukan sebelumnya. Kegiatan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan efisiensi operasional melalui penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP), peningkatan kesadaran Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), serta pengembangan strategi Digital Marketing.

Pada aspek operasional, penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang telah dirancang mampu memberikan perubahan signifikan terhadap efisiensi kerja harian. Sebelum adanya intervensi, alur pengerjaan pencucian kendaraan dilakukan

secara tidak konsisten karena sangat bergantung pada kebiasaan individual masing-masing pekerja. Melalui penyusunan dan sosialisasi dokumen SOP yang mencakup tahapan pembersihan awal, penyabunan, vakum interior, hingga pemeriksaan akhir, para pekerja kini memiliki pedoman baku yang jelas. Pendampingan secara langsung di lapangan terbukti mampu meningkatkan konsistensi kualitas kebersihan kendaraan, memperjelas pembagian peran antarpekerja, serta memangkas waktu tunggu pengerjaan secara lebih efektif.



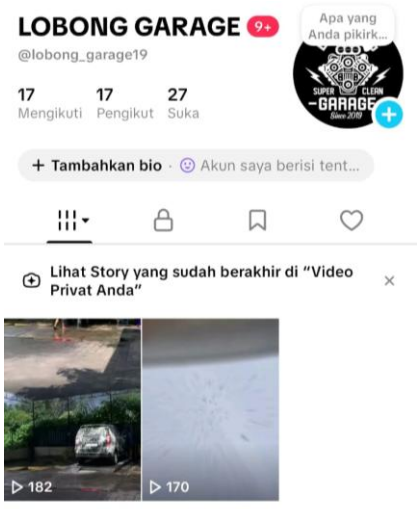
Gambar 1. Pendampingan perancangan SOP

Selanjutnya, pada aspek K3, kegiatan edukasi dan pendampingan keselamatan kerja berhasil menumbuhkan kesadaran para pekerja terhadap pentingnya perlindungan diri di lingkungan kerja berisiko tinggi. Lingkungan operasional pencucian mobil yang dominan dengan kondisi lantai licin, penggunaan peralatan bertekanan tinggi, serta paparan bahan kimia pembersih sebelumnya kurang diimbangi dengan standar keselamatan yang memadai. Melalui sosialisasi bahaya kerja serta pembiasaan penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dasar seperti sepatu *boots* anti-slip dan sarung tangan pelindung, tingkat kedisiplinan pekerja dalam menjaga keselamatan kerja mengalami peningkatan. Pemasangan petunjuk keselamatan di area kerja juga turut mendukung terciptanya lingkungan operasional yang lebih aman, tertib, dan minim risiko kecelakaan kerja.



Gambar 2. Edukasi K3 terhadap karyawan

Sementara itu, dari segi pemasaran usaha, penerapan strategi *digital marketing* memberikan dampak positif terhadap peningkatkan jangkauan promosi Lobong Garage. Langkah awal dilakukan dengan memperbarui dan mengoptimalkan profil bisnis mitra pada peta digital *Google Maps* guna memudahkan calon pelanggan dalam menemukan titik lokasi usaha secara akurat. Selain itu, perancangan materi promosi visual yang informatif dan menarik—seperti daftar layanan, keunggulan fasilitas, serta info promo yang disebarkan melalui media sosial berhasil menarik perhatian publik. Integrasi media digital ini tidak hanya memperluas jangkauan calon pelanggan di luar segmen melintas (*passerby*), tetapi juga membangun citra usaha yang lebih modern, profesional, dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas.



Gambar 3. Penerapan strategi digital marketing

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Lobong Garage, dapat disimpulkan bahwa penerapan tiga program kerja utama telah memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha. Penyusunan dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) operasional secara konsisten berhasil meningkatkan efisiensi kerja, memperjelas pembagian tugas antarpekerja, serta menjaga mutu kebersihan kendaraan secara optimal. Selain itu, kegiatan edukasi dan implementasi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) melalui pembiasaan penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dasar berhasil meningkatkan kesadaran pekerja serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan minim risiko kecelakaan. Pada aspek pemasaran, optimalisasi strategi *digital marketing* melalui peta digital dan media sosial terbukti efektif memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas usaha, dan menarik minat calon pelanggan baru.

Adapun saran yang dapat diberikan bagi keberlanjutan usaha Lobong Garage ke depan adalah agar pemilik usaha senantiasa melakukan pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan SOP operasional agar kualitas pelayanan tetap terjaga. Pemilik usaha juga diharapkan terus berkomitmen dalam melengkapi fasilitas K3 serta memastikan para pekerja konsisten menggunakan APD saat bekerja demi menjaga keselamatan bersama. Terakhir, pengelolaan media digital dan profil bisnis yang telah dibangun hendaknya diperbarui secara rutin dengan konten-konten promosi yang kreatif dan interaktif guna mempertahankan daya saing serta loyalitas pelanggan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, M., Saputra, R., Pulungan, R. R., Iskandar, M., Tanjung, S. A. N., Razi, F., Dalimunthe, A. K., Kurniawan, H., Dalimunthe, H. H., Handika, R., Piliang, K. N., & Indira, S. M. (2026). Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Kafe Saba. *Ambacang: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 617-624. willyprint-art.my.id

Irwansyah, D. J., Widyanarko, H. A., Fatihah, H. L., Pramesti, I., Raihan, M. A., Jahrah, N. S., Hidayat, N. P., Eliza, N., Ramadhani, S., Arasely, W. R. A., Pambreni, Y., & Rachmawati, D. (2026). Pendampingan Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada UMKM Bengkel Sevire Car Care sebagai Upaya Peningkatan Profesionalisme dan Keberlanjutan Usaha. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 1603-1611.

Istiqomah, I. (2023). Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Standard Operational Procedure dalam Program Karang Mitra Usaha. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, *2*(4), 436-441. doi.org

Mobarok, F. F., Sihab, H. H., Nurfadillah, T. N., Azizah, N. A. N., & Srimurni, R. R. (2024). Sinergi Digitalisasi dan Kesadaran K3 sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Lebakwangi. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *4*(2), 531-538. doi.org

Nopri, A. (2024). *Wanti Jaya Carwash* (Tugas Akhir Praktek Bisnis/Tesis Magister Management). Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Ramadhan, D. A. R., & Sari, Y. I. (2025). Penerapan Teori Motivasi Dua Faktor Herzberg Pada Karyawan Cuci Motor Ami Mempawah. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)*, 5(2), 45-67.

Widiastuti, Hidayah, Z. Z., Suhendra, Faddila, H. P., & Ramadhania, D. A. (2026). Pengembangan Usaha Rumahan Melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi, Penerapan K3, dan Pemasaran Digital. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian dan Keberlanjutan Masyarakat*, *3*(3), 128-136. doi.org