

Peningkatan Pemahaman Budaya Kerja 5s dan Sosialisasi Media Promosi di UMKM Bengkel Motor Dede

Feby Gusti Dendra¹, B. Handoko Purwojatmiko¹, Muhammad Agus¹, Asya Felita Rahma¹

¹Politeknik STMI Jakarta

Jl. Letjen Suprapto No. 26, Cempaka Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10510, Indonesia

E-mail : febygusti@stmi.ac.id

Abstract

This Community Service Program aimed to improve the operational efficiency and competitiveness of MSME motorcycle repair shops through the implementation of the 5S work culture (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, and Shitsuke) and the optimization of digital promotional media. The methods employed included socialization, training, and direct assistance provided to the workshop owner and employees. The 5S socialization focused on practices to create a more organized, clean, and safe working environment. Meanwhile, assistance in digital promotional media was directed at utilizing social media platforms to enhance the business's online visibility. The results showed a significant improvement in workplace organization and operational efficiency, marked by a 30% reduction in the time required to complete daily tasks due to the implementation of 5S principles. In terms of promotion, after implementing digital media strategies, customer engagement on social media platforms increased, along with a 25% rise in new customer visits during the first week. In conclusion, the program demonstrated a positive impact in enhancing work productivity and business appeal.

Keywords: 5S Workplace Culture, Digital Marketing, Promotional Media, Socialization, MSMEs

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM bengkel motor melalui penerapan budaya kerja 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke) serta optimalisasi media promosi digital. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada pemilik dan karyawan bengkel. Sosialisasi 5S difokuskan pada praktik menciptakan lingkungan kerja yang lebih teratur, bersih, dan aman. Sementara itu, pendampingan media promosi digital diarahkan pada pemanfaatan platform media sosial untuk meningkatkan visibilitas usaha secara online. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam tatanan area kerja dan efisiensi operasional, ditandai dengan penurunan waktu pengerjaan tugas harian sebesar 30% akibat penerapan prinsip 5S. Di sisi promosi, setelah implementasi media digital, terdapat peningkatan interaksi pelanggan di platform sosial media dan peningkatan kunjungan pelanggan baru sebesar 25% pada minggu pertama. Kesimpulan,

program ini berhasil menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan produktivitas kerja dan daya tarik usaha.

Kata kunci: *Budaya Kerja 5S, Digital Marketing, Media Promosi, Sosialisasi, UMKM*

Pendahuluan (*Introduction*)

Dalam era persaingan global yang semakin ketat, efektivitas dan efisiensi operasional menjadi pilar utama yang menentukan keberhasilan bisnis. Setiap sektor, termasuk bengkel motor, harus mampu mengoptimalkan proses kerjanya agar tetap kompetitif. Bengkel motor memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat, sehingga kinerjanya sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, bengkel-bengkel motor tidak hanya dituntut untuk menawarkan layanan berkualitas, tetapi juga harus menerapkan strategi manajemen operasional yang efisien guna meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Salah satu strategi yang telah terbukti efektif dalam mencapai hal tersebut adalah penerapan budaya kerja 5S. Berdasarkan penelitian Jaelani & Purnama (2022), pendekatan ini memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan efektivitas operasional di berbagai industri jasa, termasuk bengkel motor.



Gambar 1 Gambaran 5S

Konsep 5S berasal dari Jepang dan merupakan bagian integral dari filosofi Lean Manufacturing, yang bertujuan menghilangkan pemborosan serta meningkatkan efisiensi. 5S adalah singkatan dari lima kata dalam bahasa Jepang: *Seiri* (*Sortir*), *Seiton* (*Set in Order*), *Seiso* (*Shine*), *Seiketsu* (*Standardize*), dan *Shitsuke* (*Sustain*). Setiap elemen dalam 5S berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih terorganisir, bersih, dan aman. *Seiri*, sebagai tahap awal, mendorong pemisahan barang-barang yang tidak diperlukan dari tempat kerja. *Seiton* menekankan pentingnya menata barang-barang yang diperlukan agar mudah diakses. Tahap *Seiso* memastikan kebersihan tempat kerja terjaga secara konsisten. Setelah itu, *Seiketsu* menetapkan standar kerja yang harus dipatuhi oleh seluruh anggota tim, dan *Shitsuke* menekankan pentingnya disiplin dalam menjalankan dan mempertahankan praktik 5S secara berkelanjutan (Bekti, 2024).

Dalam konteks industri jasa, terutama bengkel motor, penerapan 5S dapat meningkatkan efisiensi layanan, mengurangi waktu pencarian alat dan suku cadang, serta menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman (Mohd et al., 2020; Rahman et al., 2021). Beberapa studi menunjukkan bahwa 5S mampu meningkatkan kualitas layanan dan produktivitas di lingkungan usaha kecil dan menengah (UMKM), termasuk sektor otomotif (Setiawan et al., 2018; Harun et al., 2019;

Thiruchelvam et al., 2022). Penerapan 5S tidak hanya berdampak pada internal perusahaan, tetapi juga memperkuat persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Yamamoto & Bellgran, 2013; Wahab et al., 2020).

Namun demikian, kenyataannya banyak bengkel motor di Indonesia yang belum memahami atau mengadopsi konsep 5S secara optimal. Mereka masih menggunakan metode tradisional yang tidak efisien dan berisiko terhadap kesehatan serta keselamatan kerja. Kondisi bengkel yang berantakan, peralatan yang tidak tertata rapi, serta kesulitan dalam menemukan suku cadang sering kali menjadi kendala operasional utama (Madani & Azizah, 2023). Minimnya pelatihan dan edukasi menjadi salah satu hambatan utama dalam implementasi 5S di sektor ini (Husin et al., 2021).

Penerapan 5S juga berdampak langsung terhadap pengalaman pelanggan. Bengkel yang bersih dan tertata menciptakan kesan profesionalisme dan kepercayaan terhadap kualitas layanan. Ini menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan, yang memiliki implikasi jangka panjang terhadap pertumbuhan bisnis (Marfuah & Hapsari, 2024; Madani & Azizah, 2023). Studi oleh Ali et al. (2017) dan Gapp et al. (2008) menekankan bahwa visualisasi lingkungan kerja yang rapi meningkatkan citra layanan di mata pelanggan.

Meskipun penerapan budaya kerja 5S terbukti efektif dalam meningkatkan produktivitas dan keselamatan kerja, kenyataannya banyak bengkel motor yang belum memahami atau mengadopsi konsep ini dengan baik. Bengkel motor sering kali masih beroperasi dengan metode-metode tradisional yang kurang efisien, bahkan berisiko terhadap kesehatan dan keselamatan pekerjanya. Hal ini terlihat dari lingkungan kerja yang sering kali berantakan, dengan alat-alat yang tidak tertata rapi, serta suku cadang yang sulit ditemukan. Kondisi seperti ini dapat memperlambat proses perbaikan, menurunkan produktivitas, dan pada akhirnya mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan. Salah satu faktor utama yang menyebabkan kurangnya pemahaman dan penerapan 5S di bengkel motor adalah minimnya pelatihan dan sosialisasi yang diberikan kepada para pekerja. Seperti yang diungkapkan oleh Madani & Azizah (2023), tanpa pemahaman yang memadai mengenai pentingnya 5S, para pemilik bengkel dan pekerja cenderung mengabaikan aspek-aspek ini dalam operasional sehari-hari.

Selain manfaat operasional yang jelas, penerapan 5S juga berdampak signifikan pada pengalaman pelanggan. Sebuah bengkel yang bersih, teratur, dan profesional memberikan kesan positif kepada pelanggan, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka. Standar kebersihan yang baik menunjukkan bahwa bengkel peduli terhadap detail, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung lebih percaya pada bengkel yang terlihat tertata rapi dan bersih, karena hal tersebut mencerminkan komitmen terhadap kualitas. Madani & Azizah (2023) menegaskan bahwa loyalitas pelanggan yang tinggi memiliki dampak jangka panjang bagi pertumbuhan bisnis, karena pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali untuk menggunakan jasa bengkel tersebut, tetapi juga cenderung merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, penerapan 5S di bengkel motor tidak hanya penting untuk meningkatkan efisiensi dan keselamatan kerja, tetapi juga berpotensi mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan melalui peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dalam upaya untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan budaya kerja 5S, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan (Marfuah & Hapsari, 2024). Ini termasuk memberikan pelatihan dan edukasi yang memadai kepada seluruh karyawan, melakukan monitoring dan evaluasi rutin terhadap

pelaksanaan 5S, serta menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung implementasi 5S secara efektif.

Dalam industri otomotif, bengkel motor kecil menghadapi tantangan besar dalam menarik pelanggan baru dan bersaing dengan bengkel-bengkel yang lebih besar dan memiliki sumber daya lebih melimpah. Persaingan ini mendorong bengkel motor kecil untuk lebih kreatif dan efisien dalam menyusun strategi promosi mereka. Tanpa kemampuan untuk bersaing dari segi anggaran pemasaran dengan pemain yang lebih besar, bengkel kecil harus mencari cara yang efektif namun hemat biaya untuk menjangkau pelanggan potensial. Menurut Ningsih & Ariefiantoro (2024), promosi yang tepat tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas bengkel di mata konsumen, tetapi juga berperan penting dalam membangun reputasi merek yang kuat serta meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, promosi yang efektif menjadi salah satu kunci bagi bengkel motor kecil agar dapat tetap eksis di tengah persaingan industri otomotif yang ketat.

Secara tradisional, banyak bengkel motor kecil mengandalkan strategi promosi dari mulut ke mulut, di mana pelanggan merekomendasikan bengkel kepada orang-orang di sekitarnya. Meskipun promosi dari mulut ke mulut terbukti ampuh dalam membangun kepercayaan, terutama di kalangan komunitas lokal, dalam era digital yang semakin berkembang pesat, strategi ini saja tidak lagi memadai untuk mempertahankan kelangsungan bisnis. Teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas membuka peluang bagi bengkel motor kecil untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui media digital. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok misalnya, memberikan peluang besar untuk mempromosikan layanan bengkel dengan biaya yang relatif rendah namun dengan potensi dampak yang signifikan. Selain itu, pemasaran digital memungkinkan bengkel kecil untuk menargetkan audiens tertentu secara lebih spesifik, seperti pengendara motor di daerah sekitar atau pengguna kendaraan jenis tertentu yang sering memerlukan perawatan dan servis rutin (Mulia & Sulungbudi, 2019).

Keunggulan utama dari promosi melalui media digital adalah kemampuannya untuk memberikan hasil yang terukur dan cepat. Bengkel motor kecil dapat memanfaatkan platform digital untuk mengiklankan layanan mereka dengan anggaran yang fleksibel. Misalnya, mereka dapat menggunakan iklan berbayar di media sosial dengan biaya minimum untuk menjangkau ribuan orang dalam waktu singkat. Selain itu, media digital memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui ulasan dan testimoni yang diposting secara online, yang berfungsi sebagai bentuk promosi tambahan. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti konten video singkat tentang proses perbaikan motor atau testimoni pelanggan yang puas, bengkel motor kecil dapat membangun kehadiran merek yang lebih kuat di dunia maya. Ningsih & Ariefiantoro (2024) menekankan bahwa dengan kombinasi yang tepat antara strategi pemasaran tradisional dan digital, bengkel motor kecil dapat mengatasi keterbatasan anggaran dan sumber daya untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif, sekaligus meningkatkan visibilitas dan loyalitas pelanggan.



Gambar 2 Contoh Media Promosi Digital pada UMKM

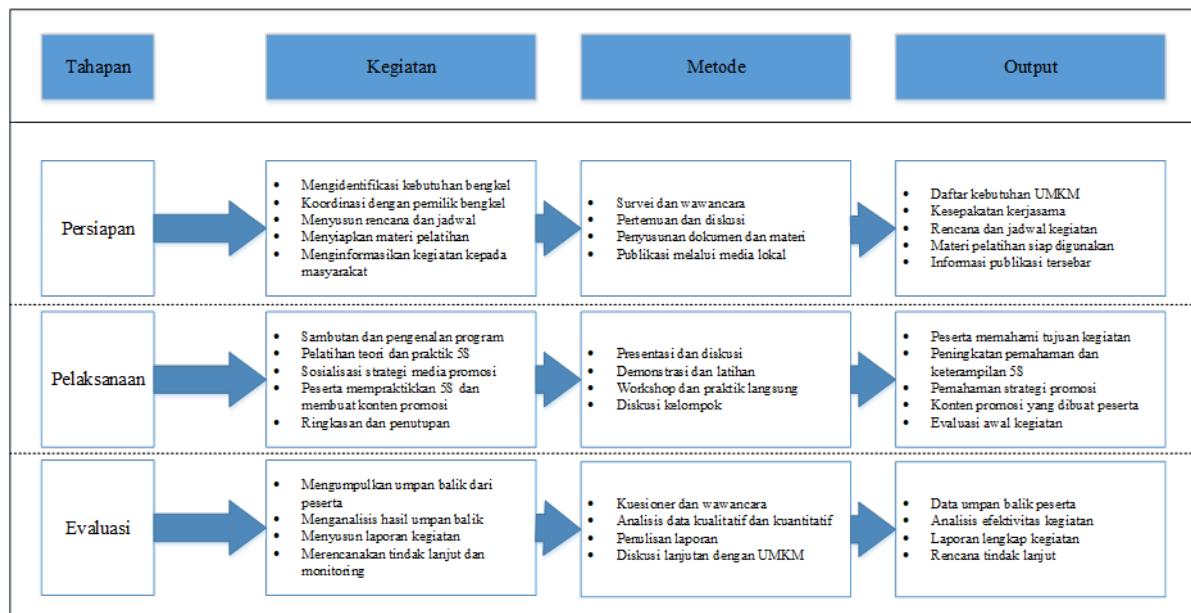
Dalam industri otomotif yang semakin kompetitif, media promosi memiliki peran krusial bagi keberhasilan bengkel motor kecil. Salah satu alasan utama pentingnya media promosi adalah aksesibilitas dan biaya yang lebih efektif. Dibandingkan dengan metode promosi tradisional seperti iklan cetak atau baliho yang memerlukan biaya besar, media digital menawarkan solusi yang jauh lebih terjangkau dan mudah diakses. Bengkel kecil dapat memanfaatkan platform seperti media sosial dan website dengan anggaran yang fleksibel, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan promosi meski dengan sumber daya terbatas. Selain itu, dengan berkembangnya teknologi internet, promosi melalui media digital memungkinkan bengkel motor kecil untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan secara cepat dan efisien. Mereka dapat menargetkan audiens tertentu dengan menggunakan alat seperti iklan berbayar di media sosial yang dilengkapi dengan fitur targeting berbasis lokasi, usia, hingga minat, sehingga promosi menjadi lebih tepat sasaran dan efektif dalam mendatangkan pelanggan.

Pendekatan Program (*Program Approach*)

Pendekatan yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan berbasis kebutuhan nyata UMKM, khususnya bengkel motor. Kegiatan ini mengadopsi pendekatan langsung (*direct engagement approach*) melalui kunjungan ke lokasi usaha untuk berinteraksi secara intensif dengan pemilik dan karyawan bengkel. Pendekatan ini dinilai efektif karena memungkinkan tim pelaksana memperoleh pemahaman yang lebih dalam terkait kondisi lapangan, tantangan operasional, serta potensi pengembangan yang dimiliki oleh bengkel.

Sebelum kunjungan dilakukan, dilaksanakan tahapan koordinasi dan diskusi awal dengan pemilik bengkel. Dalam forum tersebut, dijelaskan secara rinci rencana kegiatan, tujuan program, serta metode pelaksanaan. Proses penyusunan rencana dilakukan secara kolaboratif sehingga menghasilkan kesepakatan bersama yang merefleksikan kebutuhan spesifik dari mitra UMKM. Pendekatan berbasis kolaborasi ini penting untuk memastikan bahwa kegiatan tidak hanya berjalan sesuai rencana, tetapi juga memiliki relevansi tinggi dan memberi dampak yang berkelanjutan bagi mitra.

Tahapan pelaksanaan program disusun secara sistematis yang mencakup tiga fase utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Masing-masing tahap memiliki aktivitas, metode, dan output yang dirancang untuk membentuk alur kerja yang efektif dan efisien. Gambar 3 berikut ini menyajikan *flowchart* tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, yang memvisualisasikan hubungan antara aktivitas-aktivitas utama dan output yang diharapkan dari setiap tahap:



Gambar 3 Flowchart Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Flowchart ini dikembangkan berdasarkan prinsip community-based engagement dan pendekatan sistematis dalam pelaksanaan program pemberdayaan UMKM (diadaptasi dari model implementasi program oleh Ginanjar et al., 2020; Kurniawan & Widiyanto, 2022). Setiap kegiatan dirancang untuk saling melengkapi, dimulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan langsung, hingga pemantauan dan evaluasi pasca kegiatan. Penjelasan lengkap terkait setiap tahap disampaikan sebagai berikut:

Tahap Persiapan: Meliputi identifikasi kebutuhan, penyusunan rencana kegiatan, serta koordinasi awal. Metode yang digunakan adalah survei, wawancara, dan diskusi bersama mitra bengkel. Hasil dari tahap ini berupa rencana pelaksanaan yang disepakati bersama dan materi pelatihan yang telah disiapkan.

Tahap Pelaksanaan: Berisi kegiatan pelatihan teori dan praktik penerapan 5S, sosialisasi promosi digital, serta praktik langsung membuat konten promosi. Metode berupa presentasi, demonstrasi, diskusi kelompok, dan hands-on workshop. Output dari tahap ini adalah peningkatan kompetensi peserta dan produk konten promosi yang dapat digunakan secara langsung.

Tahap Evaluasi: Fokus pada pengumpulan umpan balik dan analisis efektivitas kegiatan. Metode evaluasi menggunakan kuesioner, wawancara, dan diskusi. Hasilnya adalah laporan kegiatan serta rencana tindak lanjut.

Pelaksanaan Program (*Program Implementation*)

1. *Persiapan Kegiatan*

Pada tahap awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana melakukan beberapa persiapan untuk memastikan kelancaran sosialisasi budaya kerja 5S dan strategi promosi digital untuk UMKM Bengkel Motor Dede. Persiapan meliputi pengumpulan data lapangan, penyusunan materi sosialisasi, dan perencanaan teknis pelaksanaan kegiatan langsung di bengkel.

Identifikasi Kebutuhan UMKM

Sebelum kegiatan dimulai, tim melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik Bengkel Motor Dede untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan hasil tersebut, ditemukan dua isu utama:

1. Budaya Kerja: Belum adanya penerapan budaya kerja yang sistematis, dengan kondisi bengkel yang kurang tertata, peralatan berserakan, dan tidak adanya standar kerja yang jelas. Hal ini berpengaruh terhadap efisiensi kerja dan kenyamanan pelanggan.
2. Strategi Promosi: Bengkel belum memiliki strategi promosi yang terstruktur, hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, serta belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk menjangkau pelanggan baru.

Penyusunan Program Sosialisasi

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim merancang dua program utama:

1. Sosialisasi Budaya Kerja 5S: Program ini bertujuan meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan aman. Prinsip 5S yang diterapkan meliputi: Seiri (Sortir), Seiton (Penataan), Seiso (Pembersihan), Seiketsu (Standarisasi), dan Shitsuke (Disiplin).
2. Strategi Promosi Digital dan Fisik: Tim menyiapkan materi promosi berupa banner diskon oli, spanduk layanan bengkel, dan mendampingi pemilik bengkel dalam pembuatan akun media sosial. Strategi ini dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik layanan bengkel kepada calon pelanggan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan langsung di lokasi Bengkel Motor Dede dan terdiri dari dua bagian utama:

A. Sosialisasi Budaya Kerja 5S

Sosialisasi dilakukan melalui metode *hands-on* dan simulasi langsung di tempat kerja tanpa pelatihan formal. Tim menggunakan *banner* informatif sebagai alat bantu visual yang menjelaskan setiap langkah 5S. Tahapan pelaksanaan meliputi:

- *Seiri* (Sortir): Identifikasi dan pemisahan barang tidak terpakai seperti suku cadang rusak dan alat yang tidak layak pakai.
- *Seiton* (Penataan): Penataan ulang rak dan lemari agar alat kerja lebih mudah ditemukan.
- *Seiso* (Pembersihan): Pembersihan menyeluruh area kerja dilakukan bersama seluruh staf.
- *Seiketsu* (Standarisasi): Pembuatan SOP sederhana dan pemasangan *banner* panduan standar kerja.
- *Shitsuke* (Disiplin): Penyematan *reminder* visual di area strategis sebagai pengingat untuk menjaga budaya kerja.



Gambar 4 Banner Mari Budayakan 5S

Monitoring dan Evaluasi

Efektivitas penerapan 5S diukur melalui dua cara:

- Checklist mingguan yang digunakan untuk menilai kebersihan, keteraturan alat, dan kepatuhan pada SOP oleh karyawan.
- Kunjungan lanjutan (*follow-up audit*) oleh tim pengabdian satu bulan setelah pelaksanaan awal, guna mengevaluasi konsistensi penerapan dan memberikan rekomendasi perbaikan lanjutan.



Gambar 5 Banner Pemahaman Budaya 5R

B. Sosialisasi Media Promosi

Kegiatan sosialisasi media promosi dilakukan dengan menggunakan dua jenis media:

1. Banner Diskon Oli: Banner yang dirancang khusus untuk menawarkan diskon harga oli dipasang di bengkel. Diskon ini diberikan setelah harga oli di-markup terlebih dahulu sehingga diskon tersebut tetap memberikan keuntungan bagi bengkel. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menarik perhatian pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama dengan menawarkan nilai tambah tanpa mengurangi margin keuntungan bengkel.

Beberapa poin penting dalam sosialisasi ini adalah:

- Tujuan Promosi: Tim menjelaskan kepada pemilik bengkel bahwa diskon ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan tanpa mengurangi keuntungan. Dengan harga oli yang sudah di-markup, diskon yang diberikan hanya bersifat sebagai daya tarik tanpa mempengaruhi margin keuntungan.
- Desain Banner: Banner dibuat dengan desain yang menarik, memuat informasi tentang diskon oli dan keuntungan yang didapatkan pelanggan jika melakukan servis di Bengkel Motor Dede. Desain dibuat sederhana namun mencolok, agar pesan promosi dapat tersampaikan dengan jelas kepada pelanggan.

Dalam dunia pemasaran, strategi harga dan diskon memainkan peran penting untuk menarik pelanggan. Beberapa teori pemasaran yang relevan dengan gambar ini meliputi:

1. Strategi Harga Diskon:

Diskon merupakan taktik yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan volume penjualan dalam jangka pendek. Diskon dapat meningkatkan minat pelanggan terhadap suatu produk, terutama jika produk tersebut sebelumnya dijual dengan harga yang lebih tinggi.

2. Psikologi Harga:

Memberikan harga diskon (misalnya dari 50K ke 48K) adalah salah satu cara untuk mempengaruhi persepsi nilai dari konsumen. Penurunan harga kecil dapat memberikan kesan penghematan, meskipun selisihnya tidak terlalu besar, tetapi saja konsumen akan merasa mendapat keuntungan.

3. Value Proposition (Proposisi Nilai):

Pelanggan akan lebih tertarik pada produk jika merasa mereka mendapatkan nilai lebih dari yang mereka bayarkan. Dalam hal ini, layanan pemasangan oli yang didiskon memberikan nilai tambahan selain produk (oli) itu sendiri.



Gambar 6 Banner Diskon Bengkel Dede

Diskon kecil sebesar Rp 2.000 mungkin tampak sederhana, tetapi secara psikologis, memberikan efek positif pada keputusan pembelian. Bagi konsumen yang sering mengganti oli, diskon tersebut bisa terakumulasi menjadi penghematan yang signifikan. Ini merupakan strategi yang baik untuk mengundang pelanggan yang ingin menghemat biaya secara rutin. Penawaran ini fokus pada pemasangan oli, memberikan kemudahan bagi pelanggan yang mungkin tidak ingin repot memasang oli sendiri. Dalam konteks ini, diskon juga memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk memilih layanan pemasangan yang ditawarkan bengkel. Penggunaan slogan "Anti Galau" adalah cara bengkel untuk menonjol di tengah persaingan. Mereka ingin menciptakan kesan bahwa layanan mereka adalah solusi terbaik yang bebas dari kekhawatiran bagi pelanggan yang mencari kemudahan dan harga yang terjangkau. Harga yang ditawarkan dalam kisaran Rp 43.000 hingga Rp 53.000 menargetkan konsumen di kelas menengah yang ingin mendapatkan oli berkualitas dengan harga kompetitif. Penggunaan angka yang mudah diingat seperti "50K" dan "45K" juga mendukung aspek pemasaran psikologis.

2. Spanduk Bengkel: Tim pengabdian juga merancang dan memasang spanduk resmi Bengkel Motor Dede yang berisikan nama bengkel dan layanan-layanan yang disediakan. Layanan-layanan yang tercantum dalam spanduk meliputi servis motor, penggantian oli, perbaikan suku cadang, dan tune-up. Spanduk ini dirancang untuk memberikan identitas yang lebih kuat bagi bengkel, serta memudahkan pelanggan mengetahui layanan apa saja yang bisa mereka dapatkan di bengkel.

Tujuan pemasangan spanduk ini adalah untuk meningkatkan visibilitas bengkel di mata pelanggan dan memberikan kesan profesional, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel Motor Dede. Sebelumnya, bengkel

belum memiliki spanduk yang jelas, sehingga pelanggan potensial yang lewat mungkin tidak menyadari layanan yang ditawarkan.



Gambar 3.4 Spanduk Bengkel Motor Dede

Bengkel ini menawarkan berbagai layanan seperti service, tune-up, injeksi, karburator, modifikasi, ganti oli, dan penjualan spare part. Poster ini juga menunjukkan kolaborasi atau afiliasi dengan merek-merek besar sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Poster ini merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat oleh Politeknik STMI Jakarta.

Pemasaran Produk dan Layanan (Marketing Mix - 7P):

1. Product: Layanan yang ditawarkan oleh bengkel ini sangat jelas disebutkan, yaitu tune-up, modifikasi, ganti oli, injeksi, karburator, dan spare part. Ini termasuk dalam kategori jasa.
2. Price: Harga tidak disebutkan dalam poster ini, namun layanan yang ditawarkan adalah standar bengkel yang biasanya terjangkau oleh pengguna motor.
3. Place: Tempat bengkel yang relevan untuk pengguna motor di Jakarta, serta bagian dari program pengabdian masyarakat dari Politeknik STMI Jakarta.
4. Promotion: Poster ini adalah salah satu alat promosi, didesain dengan gambar motor yang menonjol dan logo merek besar untuk menarik pelanggan.
5. People: Terdapat gambar mekanik yang mewakili personel bengkel, yang menunjukkan keahlian dan keterampilan dalam memberikan layanan.
6. Process: Proses layanan bengkel tampak disederhanakan dengan penawaran berbagai layanan penting seperti tune-up dan modifikasi motor.
7. Physical Evidence: Poster ini juga menggunakan visual kuat dari spare part dan pelumas yang tersedia, memberikan kesan kepercayaan kepada pelanggan.

Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)

1. Segmentasi: Pasar yang disasar adalah pemilik motor dari berbagai merek (Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dll.), dengan kebutuhan akan perawatan motor reguler dan modifikasi.
2. Targeting: Target audiens adalah pengguna motor di daerah perkotaan yang membutuhkan layanan pemeliharaan dan perbaikan motor secara rutin.
3. Positioning: Bengkel diposisikan sebagai tempat yang bisa menangani segala jenis motor, dengan layanan yang menyeluruh (service, modifikasi, spare part) dan diiklankan sebagai bengkel terpercaya dalam program pengabdian masyarakat.

Gambar ini secara keseluruhan menampilkan strategi pemasaran yang sederhana namun efektif untuk menarik pelanggan. Beberapa poin penting untuk diperhatikan:

1. Visibilitas Merek: Poster ini menonjolkan merek besar sepeda motor yang dikenal luas di Indonesia. Ini memberikan kesan bahwa bengkel memiliki kemampuan dan kredibilitas dalam menangani motor-motor merek besar tersebut.
2. Visual yang Menarik: Penggunaan warna merah dan hitam menciptakan kontras visual yang kuat, menarik perhatian. Gambar motor dan pelumas yang terintegrasi dalam desain menegaskan bahwa layanan bengkel meliputi banyak aspek perawatan motor.
3. Kepercayaan dan Kredibilitas: Adanya program pengabdian masyarakat dari Politeknik STMI Jakarta memberi nilai tambah, karena institusi pendidikan yang terlibat memberikan kepercayaan lebih bagi konsumen potensial.
4. Komprehensif: Poster ini mencakup layanan dari perawatan rutin (ganti oli, tune-up) hingga layanan yang lebih teknis dan spesifik seperti injeksi dan karburator, yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan.

Secara keseluruhan, poster ini memberikan kesan bahwa "Bengkel Motor Dede" menawarkan layanan perawatan motor yang lengkap, dengan dukungan merek-merek besar dan dilengkapi oleh program institusi pendidikan, yang bisa menarik perhatian dan kepercayaan konsumen.

Diskusi Reflektif Capaian Program (*Program Reflective Discussion*)

Setelah pemasangan banner diskon dan spanduk, tim pelaksana melakukan observasi selama beberapa hari pertama untuk mengevaluasi respons pelanggan terhadap media promosi yang telah dipasang. Hasil awal menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang datang, terutama untuk layanan ganti oli, yang menjadi bagian dari promosi diskon. Pemilik Bengkel Motor Dede juga dilibatkan secara aktif dalam pencatatan data harian terkait jumlah pelanggan dan jenis layanan yang digunakan. Dari catatan tersebut, terlihat bahwa diskon meskipun kecil, memiliki efek psikologis positif dan mendorong konsumen untuk memanfaatkan layanan.

Selain keberhasilan dalam menarik pelanggan baru, pelaksanaan budaya kerja 5S juga menunjukkan hasil yang cukup positif. Area kerja menjadi lebih bersih dan tertata, waktu pencarian alat berkurang, dan karyawan mulai terbiasa dengan proses pembersihan dan penataan rutin. Namun, tim mencatat bahwa tantangan utama muncul pada aspek disiplin dan keberlanjutan implementasi 5S, terutama setelah sesi simulasi awal berakhir. Beberapa karyawan mulai kembali ke kebiasaan lama setelah beberapa hari berlalu.

Sebagai respon terhadap tantangan ini, tim menyadari perlunya strategi lanjutan untuk menjaga konsistensi dan keberlanjutan budaya kerja 5S. Beberapa solusi potensial yang disarankan meliputi:

1. Pelatihan Tambahan Berkala: Memberikan pelatihan lanjutan dalam bentuk refreshment session yang singkat setiap bulan, agar prinsip 5S tetap diingat dan menjadi kebiasaan.
2. Sistem Insentif dan Reward: Menerapkan sistem penghargaan sederhana, seperti pemberian bonus kecil, pujian, atau pengakuan bagi karyawan yang konsisten menjalankan prinsip 5S, guna meningkatkan motivasi internal.

3. Monitoring dan Audit Internal: Mendorong pemilik bengkel untuk melakukan evaluasi mingguan terhadap kondisi area kerja berdasarkan indikator 5S, misalnya dengan menggunakan checklist sederhana.
4. Penempatan Visual Reminder: Menambahkan poster-poster atau stiker kecil berisi ajakan untuk menjaga keteraturan dan kebersihan di titik-titik strategis, sebagai bentuk reinforcement visual terhadap budaya kerja yang diharapkan.

Program ini memberikan pelajaran penting bahwa perubahan perilaku kerja tidak dapat dicapai hanya dengan sosialisasi awal, tetapi membutuhkan pendekatan berkelanjutan yang menggabungkan aspek edukasi, motivasi, dan evaluasi. Oleh karena itu, keterlibatan aktif pemilik dan seluruh karyawan dalam menjaga semangat 5S menjadi kunci utama untuk menjaga keberhasilan jangka panjang program ini.

Di sisi lain, strategi promosi menunjukkan hasil yang menjanjikan dan relatif mudah diterapkan. Ke depannya, tim juga menyarankan pengembangan promosi digital melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, misalnya dengan mengunggah foto hasil kerja bengkel, testimoni pelanggan, atau membuat kampanye sederhana seperti “Promo Hari Jumat” untuk memperluas jangkauan dan menarik pelanggan yang lebih muda dan melek digital.

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif awal yang nyata, namun juga membuka ruang untuk peningkatan melalui strategi pemantauan berkelanjutan dan inovasi promosi yang lebih modern.

Kesimpulan (*Conclusion and Program Impact*)

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Bengkel Motor Dede telah berhasil dilaksanakan dengan fokus pada dua program utama, yaitu sosialisasi budaya kerja 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke) serta penerapan media promosi sederhana untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas bengkel. Pelaksanaan program menunjukkan hasil yang signifikan dalam beberapa aspek. Penerapan budaya kerja 5S memberikan dampak positif terhadap keteraturan, kebersihan, dan kenyamanan lingkungan kerja. Area kerja menjadi lebih rapi dan efisien, memudahkan karyawan dalam menemukan alat dan menyelesaikan pekerjaan harian dengan lebih cepat. Salah satu indikator keberhasilan adalah penurunan waktu pencarian alat rata-rata dari 5–7 menit menjadi hanya 2–3 menit per pekerjaan. Meskipun demikian, konsistensi penerapan masih menjadi tantangan, sehingga perlu adanya pemantauan rutin, pelatihan lanjutan, dan sistem insentif sederhana untuk menjaga keberlanjutan perubahan perilaku kerja ini.

Pada sisi promosi, banner diskon oli dan spanduk resmi bengkel yang dipasang di depan lokasi usaha memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Berdasarkan catatan pemilik bengkel, terjadi peningkatan pelanggan sebesar 25% dalam minggu pertama setelah pemasangan media promosi, khususnya untuk layanan ganti oli. Hal ini menunjukkan bahwa promosi visual yang sederhana namun tepat sasaran mampu menarik perhatian konsumen, terutama di lingkungan padat lalu lintas. Meskipun dampak signifikan hanya terlihat di awal, hal ini membuka peluang untuk strategi promosi jangka panjang yang lebih terintegrasi, misalnya melalui pemanfaatan media sosial. Secara umum, program ini berdampak positif tidak hanya dalam peningkatan efisiensi internal bengkel, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan eksternal melalui penambahan pelanggan baru. Keberhasilan awal ini juga menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan dapat direplikasi untuk UMKM bengkel motor lainnya, terutama di wilayah urban dan

semi-urban. Dengan penyesuaian konteks lokal, program ini berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM sektor otomotif berbasis operasional yang efisien dan promosi yang adaptif. Ke depan, kolaborasi lanjutan dengan perguruan tinggi atau instansi pelatihan vokasi juga disarankan untuk memperkuat kapasitas SDM, menjaga keberlanjutan program, dan memperluas jangkauan dampaknya pada ekosistem UMKM lokal.

Pernyataan Bebas Konflik Kepentingan (*Conflict of Interest Statement*)

Penulis menyatakan bahwa "Peningkatan Pemahaman Budaya Kerja 5s Dan Sosialisasi Media Promosi Di Umkm Bengkel Motor Dede" terbebas dari segala bentuk konflik kepentingan dan diproses sesuai ketentuan dan kebijakan jurnal yang berlaku.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Ucapan terima kasih kepada bengkel motor dede sebagai mitra PKM.

Daftar Pustaka (*References*)

- Ahmad, Tita Latifah, and Anna Rita Kusumawati. "Systematic literature review: Implementasi metode 5S pada perusahaan manufaktur." *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri* 1.2 (2020): 31-39.
- Ali, S. M. et al. (2017). "A framework for implementing 5S in SMEs: A case study." *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Bekti, Ida Rohma. "Penerapan Budaya 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke) terhadap Produktivitas Karyawan." *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 19.1 (2023): 21-35.
- Gapp, R., Fisher, R., & Kobayashi, K. (2008). "Implementing 5S within a Japanese context: An integrated management system." *Management Decision*.
- Harun, N. H. et al. (2019). "Adoption of 5S in Malaysian SMEs." *International Journal of Business and Technopreneurship*.
- Jaelani, Jaelani, and Kusna Djati Purnama. "Manajemen Biaya Dan Kinerja Strategis Dalam Supply Chain." *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa* 4.2 (2022): 192-219.
- Madani, Rama Raka, and Fahriza Nurul Azizah. "Implementasi Metode 5S Pada Bengkel Tanker Truck (Studi Kasus: CV. XYZ)." *Jurnal Serambi Engineering* 8.2 (2023).
- Marfuah, Hasti Hasanati, and Yuning Tri Hapsari. "Implementasi Budaya Kerja 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu Dan Shitsuke) Di Emping Melinjo Ibu Sukati: Indonesia." *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari (JAMALI)* (2024): 9-18.
- Mohd, N. M. et al. (2020). "5S Implementation and Its Implication on Quality Performance in SMEs." *International Journal of Productivity and Quality Management*.
- Mulia, Fernando, and Brigitte Meylanti Sulungbudi. "Pemanfaatan Teknologi Digital Pada UMKM (Studi Penggunaan Internet Pada PPKM Kabupaten Bandung)." *Journal of Accounting and Business Studies* 4.2 (2019).
- Ningsih, Tri Setyo, and Teguh Ariefiantoro. "Mengungkap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Darwanto Auto Service Semarang)." *Solusi* 22.1 (2024): 904-916.
- Rahman, A. A. et al. (2021). "Exploring the Effectiveness of 5S Implementation in Service SMEs." *Journal of Lean Systems*.

- Setiawan, B., et al. (2018). "Implementasi 5S di Bengkel Otomotif: Studi Kasus pada UMKM." *Jurnal Teknik Industri*.
- Thiruchelvam, K. et al. (2022). "5S Practices in Automotive Industry: A Case Study of Small-Scale Workshops." *International Journal of Lean Thinking*.
- Wahab, D. A. et al. (2020). "The Role of 5S in Quality and Safety Improvements in Small Manufacturing Firms." *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Yamamoto, Y., & Bellgran, M. (2013). "Fundamental analysis of 5S implementation in manufacturing SMEs." *Procedia CIRP*.