

PPM BENGKEL DAN TOKO SEPEDA DESTROYER BIKE KOTA SURABAYA

Suryo Atmojo^{1*}, Ruli Utami², Suzana Dewi³, Nurwahyudi Widhiyanta⁴, Laily Alfina Wulansari⁵

^{1,3,4,5} Teknik Informatika, Universitas Wijaya Putra

² Sistem Informasi, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

*Email: suryoatmojo@uwp.ac.id, ruli.utami@itats.ac.id, suzanadewi@uwp.ac.id, nurwahyudiwidhiyanta@uwp.ac.id,
nuralisholikhin19@gmail.com

ABSTRAK

Destroyer Bike didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Ario Zanuvar, sebuah usaha layanan jasa penjualan spare part dan bengkel servis sepeda yang berbasis di Jl. Medokan Semampir Indah Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Bapak Ario Zanuvar memulai menekuni usaha bengkel sepeda sejak pandemi tahun 2020, dengan fokus pada jasa servis sepeda lipat, sepeda gunung, sepeda hybrid, sepeda panggilan dan sepeda fixie. Dalam tahun pertama, Destroyer Bike fokus pada jasa servis sepeda di tempat atau di toko saja. Namun, seiring dengan waktu, secara bertahap mengembangkan pada servis panggilan. Permasalahan pada mitra ini adalah tingginya persaingan industri penjualan spare part sepeda dan jasa bengkel sepeda yang cukup kompetitif, terutama di daerah padat penduduk seperti kota Surabaya sehingga perlu bersaing dengan bengkel sepeda lainnya. Permasalahan kedua adalah peralatan servis bengkel yang masih belum lengkap, dikarenakan kondisi bengkel yang masih baru dirintis. Permasalahan berikutnya adalah musim dan fluktuasi permintaan dalam bisnis bengkel sepeda bisa bervariasi tergantung pada musim. Musim panas biasanya memiliki permintaan yang lebih tinggi karena banyak orang menggunakan sepeda untuk berolahraga atau bersepeda ke tempat kerja. Namun, di musim dingin atau cuaca yang buruk, permintaan sepeda menurun, sedangkan permintaan jasa reparasi sepeda meningkat. Dari permasalahan tersebut, pada pengabdian ini menawarkan solusi penggunaan media promosi dengan web profile, media sosial guna memberikan kesan yang baik kepada calon pelanggan. Dengan memiliki web profil yang informatif dan menarik, perusahaan jasa dapat meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan usaha, memberikan informasi yang mudah diakses oleh pelanggan, serta branding dan identitas. Solusi berikutnya adalah penggunaan market place guna akses pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas, memperkuat kepercayaan konsumen, kemudahan transaksi, penyederhanaan proses penjualan, biaya operasional yang lebih rendah serta dukungan layanan pelanggan. Solusi berikutnya yaitu pemberian bantuan peralatan servis sepeda dan pelatihan penggunaan sistem informasi guna penjadwalan kunjungan service panggilan sepeda. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah Pemberdayaan Masyarakat. Metode ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan mereka pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi. Ini bisa dilakukan melalui pelatihan, workshop, atau program pendidikan yang dirancang khusus

Kata Kunci: sepeda, bengkel, servis, promosi, web

PENDAHULUAN

Destroyer Bike didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Ario Zanuvar, sebuah usaha layanan jasa penjualan spare part dan bengkel servis sepeda yang berbasis di Jl. Medokan Semampir Indah Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Berikut adalah

ringkasan sejarah Polygon Bicycle:

1. Awal Mula

Destroyer Bike didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Ario Zanuvar. Sebuah usaha layanan jasa penjualan spare part dan bengkel servis sepeda. Bapak Ario mendirikan usaha bengkel ini disaat

masa pengurangan karyawan perusahaan pada masa sulit pandemi covid-19 tahun 2020.



Gambar 1. Foto Bapak Ario Zanuvar

2. Pertumbuhan dan Perluasan:

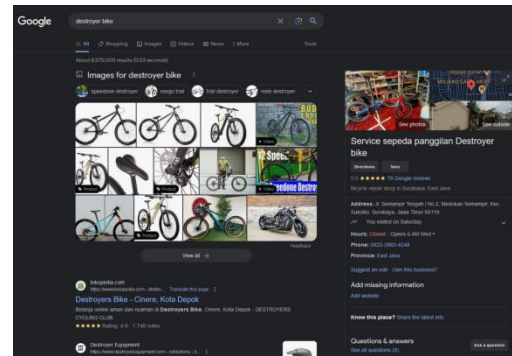
Dalam tahun pertama, Destroyer Bike berfokus pada jasa servis sepeda di tempat atau di toko saja. Namun, seiring dengan waktu, secara bertahap mengembangkan usaha pada servis panggilan mencakup berbagai jenis sepeda, termasuk sepeda balap, sepeda lipat, sepeda hybrid, dan sepeda kota.



Gambar 2. Foto Bengkel Destroyer

3. Pemanfaatan Teknologi:

Destroyer bike terus berinovasi dalam pelayanan kepada pelanggan, salah satunya adalah pemanfaatan goole profile seperti gambar dibawah ini.

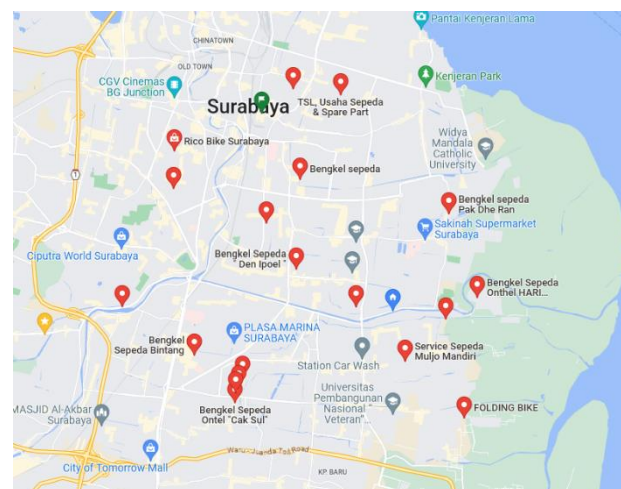


Gambar 3. Foto Google Profile Destroyer Bike

Destroyer Bike telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak didirikan. Dengan kualitas layanan jasa yang baik, desain inovatif, dan komitmen terhadap layanan kepada pelanggan, toko ini mulai dikenal di daerah surabaya khususnya surabaya timur.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Destroyer bike yaitu :

1. Persaingan: Industri bengkel sepeda cukup kompetitif, terutama di daerah yang padat penduduk seperti kota surabaya atau dengan banyak pesaing. Destroyer Bike perlu bersaing dengan bengkel sepeda lainnya, toko olahraga, dan bahkan layanan perbaikan sepeda online. Berikut adalah peta toko servis sepeda pada kota surabaya



Gambar 4. Foto Peta Pesaing Bengkel Sepeda Surabaya

2. Biaya operasional: Biaya untuk menyediakan peralatan, bahan-bahan, suku cadang, dan inventaris bisa menjadi cukup tinggi.
3. Musim dan fluktuasi permintaan: Permintaan dalam bisnis bengkel sepeda bisa bervariasi tergantung pada musim. Musim panas biasanya memiliki permintaan yang lebih tinggi karena banyak orang menggunakan sepeda untuk berolahraga atau bersepeda ke tempat kerja. Namun, di musim dingin atau cuaca yang buruk, permintaan mungkin menurun.

Permasalahan pada mitra ini adalah :

Tingginya persaingan industri penjualan spare part sepeda dan jasa bengkel sepeda yang cukup kompetitif, terutama di daerah padat penduduk seperti kota Surabaya sehingga perlu bersaing dengan bengkel sepeda lainnya.

Permasalahan kedua adalah peralatan servis bengkel yang masih belum lengkap, dikarenakan kondisi bengkel yang masih baru dirintis.

Permasalahan berikutnya adalah musim dan fluktuasi permintaan dalam bisnis bengkel sepeda bisa bervariasi tergantung pada musim. Musim panas biasanya memiliki permintaan yang lebih tinggi karena banyak orang menggunakan sepeda untuk berolahraga atau bersepeda ke tempat kerja. Namun, di musim dingin atau cuaca yang buruk, permintaan sepeda menurun, sedangkan permintaan jasa reparasi sepeda meningkat.

METODE

Adapun langkah-langkah pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan mitra terkait jadwal dan tempat pelaksanaan pelatihan.
 Sasaran program pelatihan adalah Destroyer Bike. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi intens untuk menentukan jadwal pelatihan yang tidak mengganggu aktivitas. Adapun tempat pelaksanaan akan disediakan oleh pengusul yaitu laboratorium komputer untuk tempat pelatihan.

2. Persiapan pelatihan.

Persiapan mencakup persiapan bahan materi pelatihan pemanfaatan IG, Web Profile, Market Place dan Pelatihan manajemen usaha bengkel sepeda

3. Pelaksanaan pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dimana tim pengusul akan mengajar / sharing langsung pada mitra selama beberapa pertemuan. Setiap pertemuan menargetkan capaian bagi mitra hingga pada pertemuan terakhir mitra telah dapat mengisi konten media promosi secara mandiri. Para mahasiswa informatika diperbantukan selama proses pelatihan untuk mendampingi mitra yang bertanya ataupun kesulitan.

4. Evaluasi Proses Pelatihan

Hasil kuisioner diolah dan dianalisa untuk diketahui hasil akhir dari pelatihan apakah sesuai dengan yang diharapkan. Evaluasi ini berguna untuk pelatihan-pelatihan selanjtnya di program pengabdian yang lain, dan berguna juga untuk memberi tambahan informasi yang mungkin belum tersampaikan selama pelatihan kepada mitra.

5. Pemberian modul belajar pemanfaatan media digital

Tim pengusul akan memberikan modul belajar pemanfaatan media digital untuk meningkatkan promosi usaha.

6. Pembuatan jurnal ilmiah dan laporan akhir.

Sebagai luaran wajib program pengabdian ini maka kami akan membuat jurnal ilmiah dan laporan akhir ketika semua program telah selesai dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai alternative solusi yang telah disepakati dengan mitra, maka telah dilaksanakan pelatihan pembuatan media digital pembelajaran. Dari rencana lima materi utama pelatihan yang sudah dirumuskan, hingga saat ini telah terlaksana secara keseluruhan. Adapun daftar pelatihan yang telah terlaksana, dapat di lihat pada tabel 1 berikut.

No.	Tanggal	Detail
1	11/08/23	Pembukaan
2	12/08/23	Diskusi IT, pengenalan tools media promosi digital
3	13/08/23	Diskusi IT, pengenalan penggunaan e-commerce
4	14/08/23	Pelatihan lanjutan penggunaan market place
5	15/08/23	Pelatihan lanjutan penggunaan market place
6	16/08/23	Pelatihan penggunaan Google Profile
7	17/08/23	Diskusi peningkatan pemasaran service sepeda panggilan
8	18/08/23	Penutupan



Selama pelatihan didapati hasil

1. Mitra memiliki Google Profile guna meningkatkan pemasaran serta kepemilikan google profile sebagai profile usaha
2. Mitra telah memiliki 93 review
3. Peningkatan jumlah kunjungan dari rata rata 4 sampai 6 kunjungan perhari, menjadi 5 sampai 10 kunjungan dalam sehari
4. Peningkatan layanan service dalam bentuk profile dan media sosial sehingga memudahkan mitra berkomunikasi dengan customer



Foto dokumentasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini :





KESIMPULAN

Penerapan market place serta media sosial pada mitra masih perlu diasah dan dilatih kembali, mengingat pemanfaatan market place oleh mitra baru saja diterapkan. Pelatihan manajemen antrian panggilan service sepeda pelanggan terhadap mitra mampu diterapkan dengan baik sehingga mitra mampu membuat jadwal serta laporan keuangan setiap bulan dengan baik. Pemanfaatan media social sebagai sarana promosi mitra juga berjalan dengan baik. Dengan menerapkan promosi melalui status dengan pengisian konten minimal seminggu dua kali dirasa cukup membantu mitra dalam hal mempromosikan usaha jasa panggilan service sepeda.

REFERENSI

- Johnson, A. (2020). The Role of Effective Management in Bicycle Workshop Operations. *Journal of Bicycle Repair and Maintenance*, 15(2), 45-58.
- Smith, J. D., & Anderson, L. M. (2019). Streamlining Workflow in Bicycle Repair Shops: A Case Study. *International Journal of Business Efficiency*, 10(3), 112-127.
- T. M., & Andrews, S. (2018). Optimizing Inventory Management in Bicycle Repair Workshops. *Journal of Supply Chain Efficiency*, 25(4), 78-92.
- Young, R. H., & P. Q. (2017). Staffing Strategies for Bicycle Workshop Operations. *Journal of Human Resource Management in Services*, 12(1), 35-49.
- Brown, C., & G. H. (2016). Implementing Quality Control Measures in Bicycle Repair Shops. *Quality Assurance Journal*, 8(2), 87-101.
- M. L., & Johnson, P. R. (2015). Utilizing Technology for Efficiency in Bicycle Workshop Management. *Journal of Technological Innovations*, 20(3), 64-78.
- Davis, T. C., & R. S. (2014). Customer Relationship Management in Bicycle Repair Businesses. *Journal of Service Marketing*, 18(4), 21-35.
- K. N., & J. P. (2013). Strategic Planning for Bicycle Workshop Operations. *Journal of Business Strategy*, 32(1), 56-70.
- R. S., & Thompson, M. E. (2012). Financial Management Practices in Bicycle Repair Shops. *Journal of Financial Efficiency*, 14(2), 89-103.
- Anderson, L. T., & P. M. (2011). Sustainable Practices in Bicycle Workshop Operations. *Journal of Sustainable Business*, 5(3), 112-126.