

## Pelatihan dan Pendampingan Teknik Pemasaran Digital Pada Bengkel Eka Motor

<sup>1\*</sup> Dandy Pramana Hostiadi, <sup>2</sup> Ni Luh Putri Srinadi, <sup>3</sup> I Made Darma Susila,  
<sup>4</sup> Yohanes Priyo Atmojo, <sup>5</sup> Gede Angga Pradipta, <sup>6</sup> Made Liandana,

Departemen Magister Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali Indonesia<sup>1,5</sup>, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali Indonesia<sup>2</sup>, Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Informatika dan Komputer Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali Indonesia<sup>3</sup>, Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali Indonesia<sup>4</sup>, Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali Indonesia<sup>5,6</sup>

\*Email: dandy@stikom-bali.ac.id

---

### ABSTRAK

Pengguna kendaraan sepeda motor meningkat pesat di era pasca pandemic. Pada bulan September 2023, tercatat sebanyak 509.946-unit sepeda motor terjual. Sehingga penjualan ini membuka peluang bagi masyarakat untuk membuka jasa bengkel motor. Usaha bengkel motor dalam bentuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dinilai lebih ekonomis dibandingkan dengan perbaikan ke dealer resmi. Salah satu UMKM Bengkel motor di daerah Tabanan-Bali adalah Eka Motor yang memulai usahanya sejak tahun 2020. Pemilik bengkel memulai usaha bengkel rumahan atas dampak dari masa pandemic. Jenis penjualan dalam bengkel motor ini adalah jasa dan sparepart motor. Hasil sosialisasi ke UMKM ditemukan permasalahan yaitu dalam hal pemasaran. Pemasaran yang dilakukan saat ini adalah melalui WhatsApp dan sosial media istagram, yang dirasa belum optimal. Sehingga dibutuhkan peningkatan teknik pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi sehingga dapat meningkatkan penghasilan UMKM. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendampingan dan pelatihan. Tujuan dari kegiatan pemanfaatan sosial media adalah untuk mengenalkan usaha dengan pemasaran digital sehingga dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa pada bengkel Eka Motor. Keberhasilan kegiatan pengabdian dievaluasi dari peningkatan penghasilan dari penjualan produk jasa dan sparepart. Hasil dari kegiatan menunjukkan peningkatan penghasilan tertinggi di bulan Mei sebesar 15.52% dan peningkatan keuntungan usaha sebesar 30.32% serta terdapat 3-5 pelanggan baru.

**Kata kunci** : Bengkel Motor, UMKM, Pemasaran, Transformasi Digital

### ABSTRACT

*Motorbike users have increased rapidly in the post-pandemic era. In September 2023, 509,946 motorbike units were recorded to be sold. So, this sale opens up opportunities for people to open motorbike repair services. Motorcycle repair shops in the form of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are considered more economical compared to repairs from official dealers. One of the MSME motorbike repair shops in the Tabanan-Bali area is Eka Motor, which started its business in 2020. The repair shop owner started a home repair business due to the impact of the pandemic. The types of sales in this motorbike repair shop are services and spare parts. The results of outreach to MSMEs found problems in terms of marketing. The current marketing is via WhatsApp and Instagram social media, which is not considered optimal. Therefore, it is necessary to improve marketing techniques through information technology to increase MSME income. The service methods used are*

*mentoring and training. The aim of using social media is to introduce businesses to digital marketing to increase sales of products or services at Eka Motor workshops. The amount of increase in income or the number of sales of service products and spare parts evaluates the success of service activities. The activity results show an increase in MSME income and new customers who use repair services at the Eka Motor workshop.*

**Key words:** *Motorcycle Workshop, MSMEs, Marketing, Digital Transformation*

## **PENDAHULUAN**

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang banyak dimiliki oleh Masyarakat Indonesia (Mawardi *et al.*, 2022). Berdasarkan data statistik penjualan motor, tercatat pada bulan September 2023 terdapat penjualan motor sebanyak 509.946-unit terjual. Data penjualan ini meningkat jauh dibandingkan dengan data penjualan pada bulan yang sama di saat masa pandemic. Sepeda motor menjadi alat transportasi yang diminati masyarakat luas karena memiliki harga beli yang terjangkau dibandingkan dengan kendaraan lainnya (Djami and Toineno, 2019; F. Pasalbessy, 2020; Prasetya, Suriati and Usman, 2022; Syamsul and Fitri, 2022). Selain itu biaya perawatan sepeda motor jauh lebih rendah dibandingkan dengan perawatan kendaraan roda 4 (Djami and Toineno, 2019; Mawardi *et al.*, 2022; Rahmat, Sukardi and Samudra, 2022; Setiawan *et al.*, 2022).

Adanya peningkatan pengguna kendaraan sepeda motor, membawa dampak positif di masyarakat yaitu membuka peluang usaha bengkel motor (Saputra, Alwi and Afnison, 2019; Muslim, Setiawan and Saputra, 2022). Bengkel motor rumahan dalam bentuk UMKM memiliki daya Tarik tersendiri di masyarakat karena biaya yang dikeluarkan cukup rendah di bandingkan dengan bengkel resmi (Mawardi *et al.*, 2022; Yuesti, Made and Yuwita, 2022). Bidang usaha yang umum dimiliki oleh bengkel rumahan adalah jasa service seperti ganti oli dan service rutin, serta penjualan spare part suku cadang kendaraan (Kolik *et al.*, 2020).

Salah satu UMKM bengkel motor adalah Eka Motor yang beralamat di Perum Griya Multi Jadi, Blox XI no A22, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan – Bali. Usaha bengkel ini baru berdiri di tahun 2020. Pemilik dengan nama I Putu Eka Hari Permana mendirikan usaha bengkel karena terimbas di masa covid, dimana sebelumnya pemilik bekerja di bengkel resmi sepeda motor. Di Indonesia pada saat masa pandemi covid, banyak bengkel resmi mengalami penurunan penjualan produk dan service kendaraan (Isna, Inapty and Indriani, 2021; Gray and Habiburahman, 2022) termasuk di Bali. Sehingga menyebabkan Pemilik bengkel Eka Motor berinisiatif untuk membuka usaha bengkel rumahan.

Bengkel Eka Motor membuka usaha dari pukul 09:00 sampai dengan 21:00. Lokasi usaha bengkel merupakan lokasi yang sama dengan tempat tinggal. Saat ini bengkel ini memiliki 3 pegawai dan 2 siswa SMK magang. Jenis usaha adalah jasa service dan penjualan spare part satau suku cadang kendaraan sepeda motor. Kendaraan yang dilayani dalam perbaikan atau service adalah jenis kendaraan manual dan matic. Untuk suku cadang atau spare part didapatkan dari toko khusus spare part resmi, atau dari toko variasi kendaraan sepeda motor. Peralatan bengkel masih sederhana seperti tang, obeng, kunci set, kompresor (1/4 PK) dan perkakas alat bengkel lainnya. Terkadang, untuk jenis kendaraan tertentu, bengkel Eka Motor menggunakan aplikasi di smartphone untuk melakukan reset terhadap alat ECU motor matic. Dalam satu bulan, bengkel Eka Motor mampu menerima 6 – 7 perbaikan sepeda motor dengan kerusakan

berat seperti perbaikan bongkar mesin. untuk service ringan seperti ganti oli, dan service rutin (tune-up) dapat menyelesaikan 2-3 motor per hari.



Gambar 1. Observasi di UMKM Bengkel Eka Motor

Bengkel Eka Motor, dalam satu bulan memiliki pendapatan penghasilan sekitar 6-9 juta. Dengan rata-rata perbaikan seperti turun (bongkar mesin termasuk suku cadang) sebesar Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 2.000.000, ganti oli sebesar Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 150.000, dan service ringan sekitar Rp. 40.000 sampai dengan Rp. 200.000. Untuk suplai suku cadang, bengkel mengeluarkan biaya sebesar Rp. 1.500.000 sampai dengan Rp. 3.500.000 per bulan. Kemudian biaya operasional rutin seperti listrik sebesar Rp. 400.000 sampai dengan Rp. 750.000, sabun cuci dan alat amplas sebesar Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 400.000.



Gambar 2. Contoh Sparepart dan Peralatan Produksi

Pemasaran dari bengkel Eka Motor saat ini hanya di daerah Tabanan – Bali khususnya daerah perumahan di Perum Griya Multi Jadi. Saat ini, bengkel Eka motor merupakan satu-satunya bengkel di area perumahan. Dalam pemasaran, bengkel Eka Motor menerima permintaan perbaikan dari kenalan dan berkomunikasi melalui *WhatsApp*. Sehingga proses pemasaran masih dinilai belum optimal. Salah satu teknik pengoptimalan yang dapat dilakukan adalah dengan

pemanfaatan sosial media, dimana melalui sosial media dirasa mampu membantu dalam peningkatan kesejahteraan UMKM (Wibowo, Wahyudi and Utari, 2022; Maulana *et al.*, 2023; Paramita, Susanti and Pambudi, 2023).

Hasil observasi yang dilakukan, terdapat permasalahan terkait pemasaran, dimana saat ini, mitra masih belum mampu secara maksimal dan optimal dalam memasarkan usaha bengkel dengan pemanfaatan teknologi informasi. Saat ini mitra hanya memiliki pelanggan berdasarkan kenalan dan komunikasi hanya dilakukan melalui aplikasi *whatsapp*. Berdasarkan pada permasalahan yang di temui di UMKM bengkel Eka Motor, maka disulkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu pelatihan pemasaran digital melalui pemanfaatan sosial media pada UMKM Bengkel Eka Motor.

Tujuan dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan adalah adanya peningkatan kesejahteraan melalui peningkatan penjualan dari hasil pemasaran digital, dan peningkatan teknik pemasaran dari teknik konvensional ke arah modern.

Manfaat dari kegiatan pengabdian adalah pekerja di bengkel eka motor memiliki peningkatan kompetensi terkait pemasaran digital, lebih mudah memasarkan usaha jasa dan penjualan spare part, nama usaha bengkel eka motor lebih dikenal dan calon *customer* menjadi lebih mudah menemukan tempat lokasi perbaikan sepeda motor

## RUMUSAN MASALAH

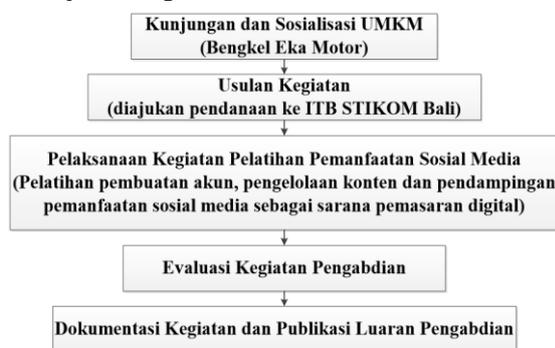
Saat ini pemasaran masih dilakukan secara konvensional dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Pelanggan yang datang merupakan kenalan atau rekan atau keluarga dari pemilik bengkel. Sehingga pemasaran hanya lingkup area terdekat atau merupakan area domisili Tabanan. Masalah ini dapat disolusikan dengan dengan memberikan pelatihan teknik

pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi.

## METODE

Pemanfaatan sosial media bagi UMKM dapat dilakukan dengan beberapa metode seperti pelatihan (Arrohimy *et al.*, 2021; Widiyanto *et al.*, 2023), pendampingan (Maulana *et al.*, 2023), dan substitusi ipteks (Effendi *et al.*, 2021; Mangedong and Prayitno, 2023; Abdhillah and Suhendri, 2024). Kegiatan pengabdian di bengkel Eka Motor menggunakan metode pelaksanaan kegiatan seperti pelatihan, pendampingan dan substitusi ipteks. Metode **Pelatihan** dilakukan dengan memberikan petunjuk teknis pengambilan data foto dan video produk *sparepart* dan jasa perbaikan bengkel motor. Kemudian diberikan prosedur pengunggahan dokumen foto dan video pada sosial media instagram. **Pendampingan** dilakukan dengan cara berkomunikasi melalui aplikasi *whatsapp* apabila terdapat permasalahan teknis dalam penggunaan aplikasi instagram. **Substitusi ipteks** dilakukan dengan cara menggantikan teknik pemasaran secara manual melalui pemanfaatan teknologi informasi menjadi pemasaran digital.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan adalah:

- a) Observasi UMKM (Bengkel Eka Motor)

Pada tahap ini dilaksanakan observasi dan sosialisasi kegiatan Pengabdian

kepada UMKM Bengkel Eka Motor. Saat observasi dilakukan, tim pengusul merangkum permasalahan dan situasi pada UKM menjadi analisis situasi.

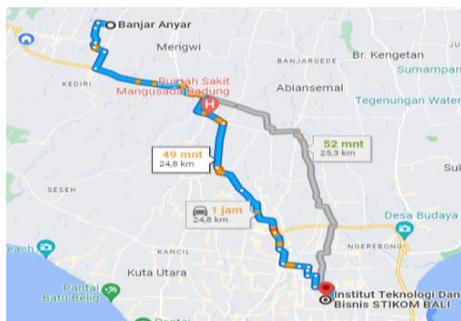
- b) Pengajuan Usulan Kegiatan  
Tim pengusul melakukan pengajuan usulan kegiatan ke Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali dalam bentuk pengajuan proposal kegiatan.
- c) Pelaksanaan Kegiatan Pemanfaatan Sosial Media sebagai sarana Pemasaran Digital pada UMKM Bengkel Eka Motor  
Pada kegiatan ini, UMKM akan dibuatkan akun sosial media instagram, dan didampingi dalam pengelolaan konten. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam memanfaatkan sosial media sebagai bentuk pemasaran digital dan pendampingan pembuatan konten seperti pengambilan foto atau pembuatan video kegiatan yang dilakukan di bengkel Eka Motor.
- d) Evaluasi Kegiatan Pengabdian  
Evaluasi kegiatan akan dilaksanakan setelah pelaksanaan setiap kegiatan. Evaluasi kegiatan pengabdian adalah menghitung peningkatan jumlah pelanggan baru dan pencatatan minimal 3 bulan terakhir setelah adanya pelaksanaan pelatihan.
- e) Dokumentasi dan Luaran Pengabdian  
Proses dokumentasi pelaksanaan kegiatan dilakukan pada dalam bentuk dokumentasi foto. Luaran kegiatan pengabdian dalam bentuk publikasi kegiatan dalam bentuk artikel dan pembuatan laporan akhir kegiatan.

## PEMBAHASAN

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Bekel Sepeda Motor, khususnya adalah bengkel Eka Motor. Dimana yang diikutsertakan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan sosial media adalah pemilik bengkel, 3 orang pegawai dan 2 orang SMK

yang magang. Capaian yang diukur sebagai keberhasilan kegiatan adalah adanya peningkatan penjualan jasa atau *sparepart* bengkel, dan permintaan perbaikan dari calon *customer* baru sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan UMKM Bengkel Eka Motor

Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah di lokasi usaha UMKM Bengkel Eka Motor yang beralamat di Perum Griya Multi Jadi Blok XI no A22, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan – Bali. Jarak lokasi pengabdian dengan Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali adalah 24.8 km dengan waktu perjalanan selama 49 menit. Adapun lokasi peta ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Lokasi UMKM Bengkel Eka Motor

Kegiatan pengabdian yang diusulkan adalah pelatihan dan pendampingan pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran digital. Kegiatan pengabdian telah dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2024, dari pukul 10:00 sampai dengan pukul 14:00 atau selama 4 jam. Susunan jadwal kegiatan ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Acara	Durasi
10:00–10:30	Pemasangan spanduk usaha	30 menit
10:30–11:00	Pengenalan akun sosial media	30 menit
11:00–12:00	Pengambilan dokumentasi kegiatan usaha	60 menit
12:00–13:00	Break Time (Istirahat siang)	60 menit
13:00–13:30	Pengunggah pada akun sosial media instagram	30 menit
13:30–14:00	Diskusi dan Evaluasi	30 menit

Aktifitas pertama adalah pemasangan spanduk usaha bengkel motor yang dimulai dari pukul 10:00 dan dilakukan selama 30 menit. Spanduk usaha bengkel dipasang di bagian luar dan bagian dalam lokasi usaha. Tujuan dari pemasangan spanduk adalah untuk memberikan informasi kepada Masyarakat sekitar yang melintas di area sekitar usaha bengkel. Kegiatan ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Kegiatan Pemasangan Spanduk Usaha

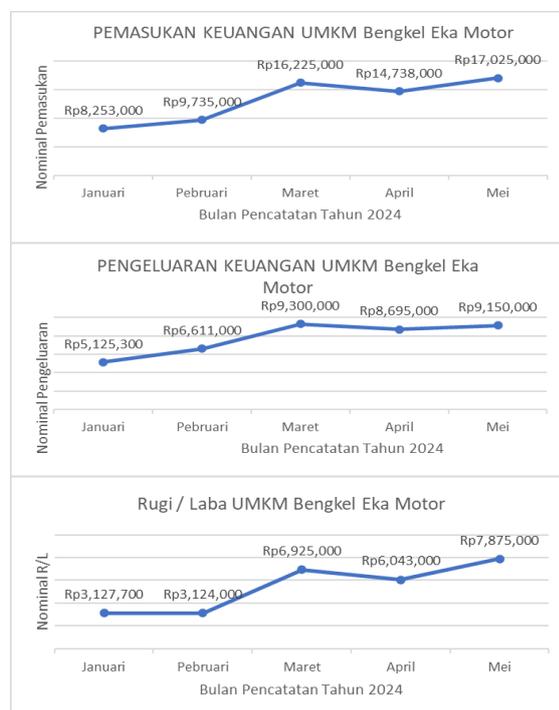
Kemudian aktifitas berikutnya adalah Pengenalan akun sosial media istagram. Pada kegiatan ini pemilik usaha telah memiliki akun istagram pribadi, namun belum pernah digunakan secara optimal. Sehingga dalam kegiatan ini, pemilik usaha dikenalkan beberapa fitur yang ada di istagram dan diharapkan dapat digunakan sebagai proses pemasaran usaha secara digital. Kegiatan ini dilakukan selama 30 menit. Kegiatan pelatihan penggunaan fitur istagram, pengambilan contoh foto spare part dan foto bersama ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan, Foto Spare Part, Aktifitas Usaha Bengkel dan Foto Bersama

Setelah itu, dilakukan pengambilan foto beberapa produk usaha dan kegiatan perbaikan service kendaraan roda 2 di lokasi usaha bengkel. Setelah melakukan pengambilan foto produk, kegiatan di jeda untuk istirahat siang. Selanjutnya dilakukan pengunggahan konten perbaikan jasa di benkel eka motor. Setelah kegiatan pendampingan pengunggahan kegiatan aktifitas bengkel, dilakukan sesi diskusi yaitu tanya jawab yang membahas permasalahan dan teknis kegiatan yang telah dilaksanakan. Kegiatan diakhiri dengan foto bersama, sebagai penutup kegiatan yang dilakukan di UMKM Mitra yaitu Bengkel Eka Motor.

Kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan dan berdampak pada peningkatan penghasilan UMKM. Hasil peningkatan penghasilan yang diukur dari tanggal 1 Januari sampai dengan 25 Mei 2024 ditunjukkan pada Gambar 7.

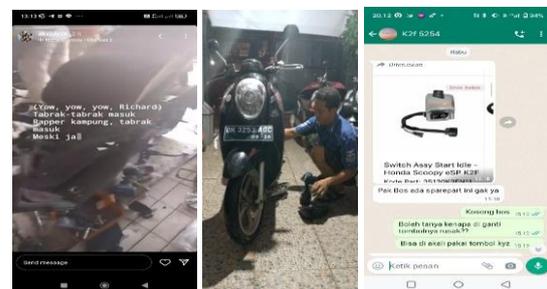


Gambar 7. Grafik Peningkatan Penjualan

Hasil analisis pemasukan, pengeluaran dan keuntungan usaha, menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan berdampak terhadap usaha yang dihitung dari bulan Maret hingga Mei. Dari bulan Maret ke April, terdapat penurunan pemasukan sebesar 9.16% atau senilai Rp. 1.487.000, terdapat penurunan pengeluaran sebesar 6.51% atau senilai Rp. 605.000 dan penurunan keuntungan usaha sebesar 12.74%

atau senilai Rp. 882.000. Dari bulan April ke Mei peningkatan penjualan yang dihitung menjadi pemasukan sebesar Rp. 2.287.000 atau sebesar 15.52%, peningkatan pengeluaran sebesar Rp. 455.000 atau 5.23 % dan peningkatan keuntungan usaha sebesar Rp. 1.832.000 atau 30.32%. Ini menunjukkan bahwa hasil pkegiatan pengabdian dapat meningkatkan penghasilan dan keuntungan usaha di UMKM Bengkel Eka Motor.

Hasil evaluasi selanjutnya menunjukkan bahwa pemanfaatan sosial media berdampak pada peningkatan pelanggan baru yaitu terdapat lebih dari 5 pelanggan baru yang menghubungi UMKM untuk menggunakan jasa usaha service sepeda motor sebagai pelanggan baru yang memperbaiki sepeda motor berdasarkan informasi dari social media. Keberlanjutan dari kegiatan ini adalah UMKM mampu meningkatkan lebih banyak lagi pelanggan baru dengan informasi dari social media. Contoh konten yang diunggah dalam sosial media Gambar 7.



Gambar 8. Contoh Unggahan konten sosial media dan Pemesanan Jasa Perbaikan

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran digital di UMKM Bengkel Eka Motor telah berhasil dilakukan pada tanggal 1 Maret 2024. Dari pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan bahwa:

1. Telah berhasil dikenalkan teknik pemasaran secara digital menggunakan Sosial Media Instagram kepada UMKM Bengkel Eka Motor.
2. Pemilik dan pegawai Usaha Bengkel Eka Motor telah mampu secara mandiri mengunggah aktifitas perbaikan jasa usaha bengkel.
3. Evaluasi telah dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan dan terdapat 5

pelanggan baru yang menghubungi Bengkel Eka Motor, dan terdapat pelanggan baru yang telah melakukan service dalam 1 bulan

4. Pengaruh pelatihan sosial media telah berhasil meningkatkan penghasilan di Bulan Maret, dan pendampingan tetap dilakukan selama 3 bulan kedepan dan tetap dimonitoring peningkatan penghasilan yang dicapai oleh Bengkel Eka Motor. Hasil capaian tertinggi adalah peningkatan pemasukan pada dari bulan April ke Mei sebesar Rp. 2.287.000 atau 15.52% dan peningkatan keuntungan usaha tertinggi adalah dari bulan April ke Mei sebesar 30.32% atau sebesar Rp. 1.832.000.

Saran untuk kegiatan berikutnya adalah adanya pelatihan dan pendampingan terkait dengan pemanfaatan media website dan *e-commerce* yang dapat mengoptimalkan teknik pemasaran digital di UMKM Bengkel Eka Motor.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih diucapkan kepada Direktorat Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan HKI di Institut Teknologi dan Bisnis atas pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dapat berjalan lancar. Terimakasih juga diberikan kepada pemilik UMKM Bengkel Motor atas partisipasi kegiatan dan ikut secara aktif selama pelaksanaan kegiatan, serta seluruh pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Abdhillah, A. and Suhendri (2024) 'Aplikasi Penjualan Suku Cadang Online Pada Bengkel Permata Motor Berbasis Web', *TEKNO: Jurnal Penelitian Teknologi dan Peradilan*, 2(1), pp. 31–43. Available at: <https://doi.org/10.62565/tekno.v2i1.16>.

Arrohimi, A.F. *et al.* (2021) 'Upaya Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pengembangan Umkm Masyarakat Desa Tanjung Anom Kabupaten Tangerang', *Proceedings*

..., 1(v), pp. 168–179. Available at: [https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP/article/view/1952/pdf\\_1](https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP/article/view/1952/pdf_1).

- Djami, J.J.A. and Toineno, M. (2019) 'PKM Bengkel Motor Rumahan', *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(1), p. 47. Available at: <https://doi.org/10.29407/ja.v3i1.13551>.
- Effendi, M.R. *et al.* (2021) 'Perancangan Aplikasi Berbasis Android Jadwal Service Sepeda Motor Pada Bengkel Ridho Motor', *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 7(2), pp. 154–168. Available at: <https://doi.org/10.37012/jtik.v7i2.649>.
- F. Pasalbessy, V. (2020) 'Analisis Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), pp. 49–68. Available at: <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i1.155>.
- Gray, T. and Habiburahman (2022) 'Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Bengkel Satria Bandar Lampung', 1(6), pp. 967–978.
- Isna, I., Inapty, B.A. and Indriani, E. (2021) 'Kiat Mempertahankan Eksistensi Umkm "Bengkel Fira" Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 2(1), pp. 107–116. Available at: <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v2i1.86>.
- Kolik, A. *et al.* (2020) 'Pelatihan Perawatan dan Perbaikan Sepeda Motor bagi Pemuda Karang Taruna untuk Perintisan Wirausaha Baru', *JP2T: Jurnal Pengabdian, Pendidikan dan Teknologi*, 1(2), pp. 65–74. Available at: <http://journal2.um.ac.id/index.php/JP2T/article/view/16726>.
- Mangedong, D. and Prayitno, G. (2023) 'Perancangan Sistem Informasi Bengkel Jaya Motor Berbasis Web Menggunakan Metode SSAD',

- Jurnal Teknik AMATA*, 4(1), pp. 22–26. Available at: <https://doi.org/10.55334/jtam.v4i1.78>.
- Maulana, A. *et al.* (2023) ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kelurahan Bendo’, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), pp. 59–63. Available at: [https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index).
- Mawardi, I. *et al.* (2022) ‘Pelatihan Usaha Perbengkelan Sepeda Motor’, 6(2), pp. 127–132.
- Muslim, M., Setiawan, D. and Saputra, H.D. (2022) ‘Pelatihan masyarakat tuna karya dalam menciptakan wirausaha bengkel sepeda motor’, *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 28(3), pp. 278–284. Available at: <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/28531>.
- Paramita, M.K.P., Susanti, L.E. and Pambudi, B. (2023) ‘Peranan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran’, *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(4), pp. 962–977. Available at: <https://doi.org/10.22334/paris.v2i4.392>.
- Prasetya, A., Suriati, S. and Usman, A. (2022) ‘Implementasi Metode Trend Moment Untuk Prediksi Data Penjualan Sparepart Sepeda Motor’, *Jurnal Sistem Informasi dan Ilmu Komputer Prima (JUSIKOM PRIMA)*, 5(2), pp. 73–79. Available at: <https://doi.org/10.34012/jurnalsisteminformasidanilmukomputer.v5i2.2354>.
- Rahmat, M.H., Sukardi and Samudra, A. (2022) ‘Penerapan Ergonomi Kerja dan Prinsip 5R pada Bengkel Nurdy Motor Kota Palangka Raya’, *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), pp. 765–775. Available at: <https://doi.org/10.33379/icom.v2i3.1980>.
- Saputra, H.D., Alwi, E. and Afnison, W. (2019) ‘Pelatihan Servis Sepeda Motor Injeksi Mekanik Bengkel Konvensional di Kabupaten Solok Selatan’, *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.24036/sb.0220>.
- Setiawan, D. *et al.* (2022) ‘Terciptanya Wirausahawan Baru Bengkel Sepeda Motor bagi Masyarakat Tuna Karya Kec. Sungai Aur, Pasaman Barat’, *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(2), p. 679. Available at: <https://doi.org/10.24036/sb.02750>.
- Syamsul, A. and Fitri, M. (2022) ‘Pengaruh Quality of Work Life, Self Determination, Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai pada Kantor Bupati Kabupaten Pidie’, *Jurnal Ekobismen*, 2(2), pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/10.47647/jeko.v2i2.590>.
- Wibowo, A., Wahyudi, W. and Utari, D.R. (2022) ‘Media Sosial Sebagai Solusi Pemasaran Ukm Yang Adaptif Di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal PkM Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(6), p. 558. Available at: <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i6.8148>.
- Widiyanto, A. *et al.* (2023) ‘Partisipasi Bengkel Motor Konvensional Dalam Digital Marketing Dengan Mengimplementasikan Design Thinking’, *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 2(2), pp. 97–103. Available at: <https://doi.org/10.33480/jasdim.v2i2.4240>.
- Yuesti, A., Made, N. and Yuwita, M. (2022) ‘Pemberdayaan Usaha Bengkel Dan Sparepart Motor Melalui 2 Metode “ Promosi Media Cetak Dan Media Online ” Dan

Penerapan Hidup Sehat Dan Bersih  
Di Honda Siulan Motor Pada Masa

Pandemi Covid-19', 1(November),  
pp. 707–711.