STRATEGI DIGITALISASI PELAYANAN PELANGGAN HONDA MELALUI IMPLEMENTASI APLIKASI BROMPIT: STUDI KASUS PADA AHASS ANEKA BAKTI

Friska Lia Saputri[1], Nailah Khalishah Handono[2], Averosy Bayano[3], Hawa Zalza Zahra Al Sakinah[4], Angga Putra Prajito[5], Anggraeni Widya Purwita[6]

[1,2,3,4,5,6]*Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia*
E-mail : 25051214215@mhs.unesa.ac.id[1], 25051214212@mhs.unesa.ac.id[2], 25051214208@mhs.unesa.ac.id, 25051214221@mhs.unesa.ac.id, 25051214204@mhs.unesa.ac.id, anggraenipurwita@unesa.ac.id

ABSTRACT

Digitalizing after-sales services requires automotive companies to provide fast, accessible, and transparent customer service. Honda has responded through the BROMPIT application, which is connected to the Smart Dealer Management System (SDMS) used in authorized AHASS workshops. However, previous studies indicate that the user experience of BROMPIT remains uneven, as reflected in a System Usability Scale (SUS) score of 48.85 and a Customer Satisfaction Index (CSI) of 79.2%. This study aims to analyze the implementation of BROMPIT and SDMS at AHASS Aneka Bakti, identify its constraints and development opportunities, and formulate a digitalization strategy for customer service. A descriptive qualitative approach with a case study design was applied. Data were collected through direct observation and interviews with the workshop head, front desk/cashier staff, and mechanics, and were complemented by a review of previous studies. The findings show that digitalization replaced paper-based PKB forms and manual catalog searches with data retrieval by name or license plate number, integrated cost recapitulation, and service progress tracking; the number of reception staff needed decreased from two or three people to one. The main constraints include network disruptions and application errors whose resolution depends on the main dealer, workload accumulation during peak hours, mechanics' readiness to use the system, and a less intuitive interface. This study formulates four strategies: simplifying the interface, improving system stability with contingency procedures, strengthening cross-division coordination, and restricting access rights to protect customer data. The success of digitalization is determined by ease of use, system stability, and organizational readiness.

Keywords : *Service Digitalization; BROMPIT; AHASS; Customer Service; Digital Transformation*

ABSTRAK

Digitalisasi layanan purnajual menuntut perusahaan otomotif menghadirkan pelayanan yang cepat, mudah diakses, dan transparan. Honda merespons tuntutan tersebut melalui aplikasi BROMPIT yang terhubung dengan Smart Dealer Management System (SDMS) di bengkel resmi AHASS. Namun, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengalaman pengguna BROMPIT belum merata, antara lain tercermin dari skor System Usability Scale (SUS) sebesar 48,85 dan Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 79,2%. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan BROMPIT dan SDMS di AHASS Aneka Bakti, mengidentifikasi kendala serta peluang pengembangannya, dan merumuskan strategi digitalisasi pelayanan pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan kepala bengkel, petugas front desk/kasir, dan mekanik, kemudian diperkaya dengan telaah penelitian terdahulu. Hasil menunjukkan bahwa digitalisasi menggantikan formulir PKB kertas dan pencarian katalog manual dengan pencarian data berbasis nama atau nomor pelat, rekapitulasi biaya terintegrasi, dan pelacakan status pengerjaan; kebutuhan petugas penerimaan berkurang dari dua sampai tiga orang menjadi satu orang. Kendala utama meliputi gangguan jaringan dan error aplikasi yang penanganannya bergantung pada main dealer, penumpukan beban kerja pada jam sibuk, kesiapan mekanik, serta antarmuka yang kurang intuitif. Penelitian ini merumuskan empat strategi: penyederhanaan antarmuka, peningkatan stabilitas sistem disertai prosedur cadangan, penguatan koordinasi lintas divisi, dan pembatasan hak akses untuk melindungi data konsumen. Keberhasilan digitalisasi ditentukan oleh kemudahan penggunaan, kestabilan sistem, dan kesiapan organisasi.

Kata Kunci : *Digitalisasi Layanan; BROMPIT; AHASS; Pelayanan Pelanggan; Transformasi Digital*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mengubah cara perusahaan menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Kraus et al. (2022) menunjukkan bahwa penelitian tentang transformasi digital di bidang bisnis dan manajemen terus berkembang karena negara, industri, perusahaan, hingga individu menghadapi tantangan yang sama, yaitu beradaptasi dengan dunia yang semakin terdigitalisasi. Plekhanov et al. (2023), melalui tinjauan sistematis atas 537 artikel, menunjukkan bahwa transformasi digital menuntut manajer meninjau ulang strategi dan operasi bisnis, bukan sekadar menambah teknologi. Dengan demikian, keberhasilan digitalisasi tidak dapat dinilai hanya dari tersedianya aplikasi, melainkan dari sejauh mana teknologi tersebut mengubah proses kerja dan pengalaman pelanggan.

Pada industri otomotif, persaingan tidak lagi bertumpu pada kualitas produk semata. Pelanggan menuntut layanan yang cepat, mudah, dan dapat diakses kapan saja, terutama pada layanan purnajual yang berlangsung berulang sepanjang masa pakai kendaraan. Layanan purnajual mencakup pemesanan jadwal servis, pencatatan keluhan, penyediaan suku cadang, penagihan, hingga pemberian informasi perkembangan pengerjaan. Seluruh tahapan tersebut merupakan titik sentuh yang dapat didigitalkan sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama dan tidak kehilangan informasi mengenai kendaraannya.

Honda sebagai salah satu produsen sepeda motor terbesar di Indonesia merespons perubahan tersebut dengan menghadirkan aplikasi BROMPIT bagi pelanggan bengkel resmi AHASS (Astra Honda Authorized Service Station). Aplikasi ini memungkinkan pelanggan memesan servis, melihat status kendaraan, memperoleh pengingat jadwal perawatan, membuka riwayat servis, serta mengakses informasi promosi resmi. Di sisi bengkel, data pendaftaran yang masuk dari BROMPIT diproses melalui Smart Dealer Management System (SDMS), yaitu sistem internal yang dipakai pimpinan, tim teknologi informasi, front desk, dan kasir untuk mengelola pendaftaran, persediaan suku cadang, dan transaksi pembayaran. Kedua sistem ini membentuk ekosistem layanan digital yang menghubungkan pelanggan dengan operasional bengkel.

Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, implementasi BROMPIT masih menghadapi tantangan. Sholikhin et al. (2025) melaporkan skor *System Usability Scale* (SUS) BROMPIT sebesar 48,85 yang termasuk kategori *poor* dan *not acceptable*, karena navigasi kurang intuitif dan tampilan promosi mendominasi sehingga fitur utama seperti pemesanan servis dan pelacakan kendaraan sulit diakses. Firda dan Wulandari (2026) memperoleh Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 79,2% dari 80 pengguna, yang berada pada kategori puas, tetapi mengidentifikasi aspek yang masih perlu diprioritaskan, yaitu kelengkapan informasi layanan, kecepatan respons saat pemesanan, keamanan data, tampilan aplikasi, dan performa sistem. Affandi et al. (2026) menganalisis 8.729 ulasan BROMPIT di Google Play Store dan menemukan 7.157 ulasan bernada positif, 1.351 negatif, dan 221 netral; kata yang menonjol pada ulasan negatif, seperti “lambat” dan “ribet”, serta kata “error” pada ulasan netral, menunjukkan keluhan tentang kecepatan, kemudahan penggunaan, dan gangguan teknis. Sementara itu, Fayyaza et al. (2025) menemukan pada 55 pengguna BromPit di AHASS Blimbing, Malang, bahwa persepsi risiko yang lebih rendah dan kenikmatan penggunaan yang lebih tinggi berkaitan dengan kecenderungan penggunaan ulang layanan. Dari sisi bengkel, Gymnastiar dan Nirawati (2025) menunjukkan pada AHASS Suramadu Motor bahwa digitalisasi antrean, diagnosis kendaraan, dan pengendalian kualitas dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi layanan, tetapi juga membawa risiko berupa resistensi karyawan dan ketergantungan pada teknologi.

Berdasarkan telaah tersebut, sebagian besar penelitian terdahulu tentang BROMPIT mengukur sisi pengguna, yaitu kemudahan penggunaan, kepuasan, sentimen, dan keputusan penggunaan ulang. Gymnastiar dan Nirawati (2025) menelaah sisi operasional bengkel AHASS, tetapi pada bengkel lain dan tidak berfokus pada BROMPIT. Pandangan dari sisi bengkel sebagai pihak yang menjalankan BROMPIT dan SDMS sehari-hari, termasuk implikasinya terhadap alur kerja, pembagian peran, dan ketergantungan pada pihak pusat, belum banyak diuraikan dalam literatur yang ditelaah penulis. Padahal, kualitas layanan digital yang diterima pelanggan sangat dipengaruhi oleh kesiapan operasional di balik layar. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memandang BROMPIT bukan hanya sebagai aplikasi, tetapi sebagai bagian dari strategi digitalisasi pelayanan yang melibatkan teknologi, organisasi, dan lingkungan bisnis.

Tinjauan Pustaka Singkat

Digitalisasi layanan purnajual dan pengalaman pelanggan. Digitalisasi pada bengkel resmi mencakup pemindahan proses yang semula manual ke sistem terintegrasi, mulai dari pendaftaran, pencarian data, hingga penagihan. Gymnastiar dan Nirawati (2025) menguraikan penerapannya di AHASS Suramadu Motor pada penerimaan dan antrean pelanggan, diagnosis kendaraan, proses perbaikan dengan sistem manajemen bengkel yang terhubung dengan SDMS dan aplikasi mobile AHASS, pengendalian kualitas, dan penyerahan kendaraan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa digitalisasi pada tahapan-tahapan itu dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan pengalaman pelanggan.

Kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan stabilitas sistem. Kemudahan penggunaan menentukan apakah fitur yang tersedia benar-benar dimanfaatkan. Sholikhin et al. (2025) memakai SUS untuk menilai usability BROMPIT, sedangkan Firda dan Wulandari (2026) memakai CSI untuk melihat kepuasan dan prioritas perbaikan. Affandi et al. (2026) melengkapinya dengan ulasan publik di Google Play Store yang didominasi sentimen positif, tetapi juga memuat keluhan tentang kecepatan, kerumitan, dan gangguan teknis. Ketiganya menunjukkan bahwa persepsi pengguna dibentuk oleh antarmuka, kelengkapan informasi, kecepatan respons, dan keandalan aplikasi.

Keamanan data dan pengelolaan hak akses. Layanan digital menyimpan data pribadi pelanggan, seperti identitas pemilik, nomor kendaraan, dan riwayat servis. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi menetapkan kewajiban bagi pihak yang mengendalikan data pribadi untuk melindungi data tersebut. Firda dan Wulandari (2026) memasukkan keamanan data sebagai salah satu aspek yang masih perlu diprioritaskan pada BROMPIT, dan Fayyaza et al. (2025) menemukan bahwa persepsi risiko berkaitan dengan keputusan penggunaan ulang BromPit. Pada tingkat sistem, pembatasan hak akses berdasarkan peran (*role-based access control*) menjadi salah satu mekanisme untuk menjaga kerahasiaan dan integritas data.

Kesiapan organisasi. Plekhanov et al. (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital memaksa organisasi meninjau ulang strategi dan operasinya, sehingga aspek manusia dan pembagian peran ikut menentukan hasilnya. Gymnastiar dan Nirawati (2025) mencatat dua risiko yang relevan di tingkat bengkel, yaitu resistensi karyawan terhadap teknologi baru dan ketergantungan pada sistem digital yang dapat mengganggu operasional bila terjadi kegagalan teknis.

Rumusan Masalah dan Tujuan

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana penerapan aplikasi BROMPIT dan SDMS mengubah alur pelayanan di AHASS Aneka Bakti; (2)

apa saja kendala dan peluang pengembangan yang ditemukan dari lapangan dan penelitian terdahulu; dan (3) strategi digitalisasi pelayanan pelanggan apa yang dapat dirumuskan untuk meningkatkan kualitas layanan Honda.

Tujuan penelitian adalah menganalisis penerapan BROMPIT dalam mendukung kemudahan dan efektivitas pelayanan servis di AHASS, mengidentifikasi kendala dan peluang pengembangan, merumuskan strategi digitalisasi pelayanan pelanggan, dan memberikan rekomendasi bagi pengembangan layanan purnajual digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola AHASS dan pengembang BROMPIT. Secara akademik, penelitian ini memberi gambaran dari sisi operasional bengkel yang melengkapi studi usability dan kepuasan pengguna.

METODE

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal pada satu bengkel, yaitu AHASS Aneka Bakti. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami proses, pengalaman, dan konteks penerapan teknologi secara mendalam, bukan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik (Creswell & Creswell, 2023). Studi kasus sesuai untuk menelaah fenomena kontemporer dalam situasi nyata ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak sepenuhnya terpisah, seperti penggunaan aplikasi pelanggan yang bergantung pada organisasi bengkel dan pihak pusat.

Waktu dan Tempat Penelitian

Pengumpulan data lapangan dilakukan pada tahun 2026 pukul 13.00 WIB di AHASS Aneka Bakti sebagai bagian dari kegiatan studi lapangan pada mata kuliah Transformasi Digital. Dokumentasi kegiatan berupa foto area front desk, area penyimpanan suku cadang dan pelumas resmi Honda, serta area pit servis dikumpulkan sebagai data pendukung observasi.

Objek Penelitian dan Informan

Objek penelitian adalah BROMPIT sebagai bentuk digitalisasi pelayanan pelanggan Honda, dengan fokus pada pemanfaatannya dalam layanan purnajual di bengkel AHASS. Aspek yang dikaji meliputi peran aplikasi dalam mempermudah akses layanan, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kendala yang berpotensi memengaruhi efektivitas pelayanan.

Informan adalah pihak yang terlibat langsung dalam penggunaan dan pengelolaan sistem SDMS dan BROMPIT di AHASS Aneka Bakti, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Informan penelitian

Informan	Peran dalam operasional bengkel	Keterkaitan dengan BROMPIT dan SDMS
Kepala Bengkel	Mengendalikan operasional harian, kontrol kualitas, dan kepatuhan terhadap SOP PT Astra Honda Motor	Memantau performa layanan booking, laporan transaksi, dan riwayat operasional dengan hak akses penuh
Petugas front desk/kasir	Pendaftaran, penjadwalan antrean, penyampaian estimasi biaya dan waktu, serta pembayaran	Mengonfirmasi booking dari BROMPIT, mendaftarkan pelanggan walk-in, memanggil riwayat servis, dan memproses transaksi di SDMS

Mekanik	Pengerjaan teknis pemeliharaan dan perbaikan kendaraan di pit servis	Memperbarui status pengerjaan yang tampil pada BROMPIT pelanggan

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui dua teknik. Pertama, observasi langsung untuk melihat kondisi pelayanan, tata letak area kerja, dan cara petugas memanfaatkan teknologi digital dalam melayani pelanggan. Kedua, wawancara dengan informan untuk memperoleh keterangan tentang manfaat aplikasi, kendala yang dihadapi, dan perannya dalam proses servis kendaraan Honda. Data sekunder berupa hasil penelitian terdahulu tentang BROMPIT dan digitalisasi bengkel AHASS (Sholikhin et al., 2025; Firda & Wulandari, 2026; Affandi et al., 2026; Fayyaza et al., 2025; Gymnastiar & Nirawati, 2025) dipakai untuk memperkuat dan membandingkan temuan lapangan.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan mengacu pada prinsip analisis tematik (Braun & Clarke, 2022). Catatan observasi dan keterangan wawancara dibaca berulang, dikelompokkan ke dalam tiga tema besar, yaitu (1) penerapan teknologi BROMPIT dan SDMS, (2) organisasi dan pembagian peran, dan (3) lingkungan bisnis AHASS, lalu dibandingkan dengan temuan penelitian terdahulu. Dari pembandingan tersebut diidentifikasi manfaat, kendala, dan bagian pelayanan yang perlu diperbaiki, yang kemudian dirumuskan menjadi strategi digitalisasi.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan mewawancarai tiga kelompok informan yang berbeda peran, serta triangulasi teknik dengan memadukan observasi, wawancara, dan telaah literatur. Keterangan informan dibandingkan satu sama lain dan dengan hasil penelitian terdahulu untuk menilai kesesuaiannya. Keterbatasan penelitian ini dibahas pada bagian Hasil dan Pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Teknologi: Ekosistem BROMPIT dan SDMS

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa penerapan teknologi di AHASS Aneka Bakti bertumpu pada dua sistem yang saling terhubung. BROMPIT berperan sebagai *front-end* yang dipakai pelanggan, sedangkan SDMS berperan sebagai *back-end* yang dipakai petugas bengkel. Pembagian fungsi kedua sistem dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Ekosistem digital AHASS Aneka Bakti

Komponen	Pengguna utama	Fungsi utama
BROMPIT (front-end)	Pelanggan Honda	Pemesanan servis (*booking*), pelacakan status perbaikan dan inden suku cadang, riwayat servis berkala, dan informasi promosi resmi AHM
SDMS (back-end)	Pimpinan, tim IT, front desk, dan kasir	Memproses data pendaftaran yang masuk dari BROMPIT, mengelola persediaan suku cadang, dan mencatat transaksi pembayaran

Keterhubungan ini penting karena kualitas pengalaman pelanggan di BROMPIT bergantung pada seberapa cepat dan akurat petugas memperbarui data di SDMS. Pembaruan status pengerjaan oleh mekanik, misalnya, baru bermakna bagi pelanggan jika segera tampil pada aplikasi. Hal ini sejalan dengan Gymnastiar dan Nirawati (2025) yang menggambarkan bahwa

sistem manajemen bengkel yang terhubung dengan SDMS dan aplikasi mobile AHASS memungkinkan pelanggan melihat riwayat dan status perbaikan kendaraannya.

Informan juga menjelaskan bahwa sistem yang digunakan bersumber dari AHM dan main dealer. Data konsumen dikumpulkan di main dealer dan hanya dapat diakses dengan nomor AHASS dan kata sandi masing-masing, sehingga AHASS lain tidak dapat membukanya. Pengaturan ini menjaga pemisahan data antarbengkel, tetapi sekaligus menunjukkan bahwa bengkel tidak memegang kendali penuh atas infrastruktur datanya.

Perubahan Alur Operasional dari Manual ke Digital

Perbedaan paling nyata terlihat pada alur kerja harian. Sebelum SDMS diterapkan, pendaftaran memakai formulir PKB kertas, pencarian riwayat servis dan harga suku cadang dilakukan dengan membuka buku katalog, dan nota dihitung manual. Setelah digitalisasi, pencarian data pelanggan dan harga cukup dilakukan dengan memasukkan kata kunci berupa nama atau nomor pelat kendaraan. Perbandingannya disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan alur operasional sebelum dan sesudah digitalisasi

Tahap	Sebelum digitalisasi (manual)	Sesudah digitalisasi (BROMPIT dan SDMS)
Pendaftaran	Petugas menulis data pada formulir PKB kertas; pelanggan antre langsung di bengkel	Pelanggan mendaftar dan menjadwalkan servis melalui BROMPIT dari rumah sehingga antrean di bengkel berkurang
Pengecekan riwayat dan suku cadang	Riwayat servis, kode, dan harga suku cadang dicari satu per satu pada buku katalog	Data dicari dengan nama atau nomor pelat; riwayat tersimpan dan dapat dipanggil kembali
Penyelesaian transaksi	Biaya dihitung dan nota dibuat manual tanpa estimasi awal yang transparan bagi pelanggan	Sistem merekap biaya servis dan suku cadang secara terintegrasi, lalu menyimpan riwayat transaksi pada akun BROMPIT pelanggan

Selain tiga tahap tersebut, BROMPIT memungkinkan pemantauan progres secara bertahap, yaitu “Diterima”, “Dikerjakan Mekanik”, “Penggantian Sparepart”, dan “Selesai”. Status ini diperbarui langsung di sistem sehingga pelanggan dapat memantau dari ponselnya tanpa harus bertanya ke bengkel.

Dampak efisiensi juga disampaikan pihak AHASS. Setelah digitalisasi, kebutuhan petugas penerimaan berkurang dari dua sampai tiga orang menjadi satu orang. Temuan ini berasal dari keterangan informan dan belum diukur dengan data waktu layanan, sehingga perlu dibaca sebagai indikasi efisiensi, bukan sebagai angka yang dapat digeneralisasi. Meski demikian, temuan ini selaras dengan Gymnastiar dan Nirawati (2025) yang menyimpulkan bahwa digitalisasi antrean dan sistem manajemen bengkel dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi layanan. Transparansi estimasi biaya dan progres pengerjaan juga dapat mengurangi ketidakpastian pelanggan. Hal ini berkaitan dengan temuan Fayyaza et al. (2025) bahwa persepsi risiko yang lebih rendah berkaitan dengan kecenderungan pengguna BromPit untuk memakai layanan kembali.

Usability, Kualitas Informasi, dan Stabilitas BROMPIT dalam Penelitian Terdahulu

Temuan lapangan perlu dibaca bersama hasil penelitian terdahulu karena penelitian ini tidak mengukur langsung pengalaman pelanggan. Ringkasan penelitian terdahulu yang menjadi pembanding disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan penelitian terdahulu tentang BROMPIT dan digitalisasi bengkel AHASS

Peneliti	Fokus dan data	Temuan utama	Relevansi bagi strategi
Sholikhin et al. (2025)	Usability dengan SUS	Skor 48,85 (*poor*, *not acceptable*); navigasi kurang intuitif dan promosi mendominasi tampilan	Antarmuka perlu disederhanakan agar fitur *booking* dan pelacakan mudah dijangkau
Firda dan Wulandari (2026)	Kepuasan dengan CSI dan IPA; 80 pengguna	CSI 79,2% (puas); prioritas perbaikan pada kelengkapan informasi, kecepatan respons, keamanan data, tampilan, dan performa sistem	Perbaikan diarahkan pada atribut yang penting bagi pengguna tetapi kinerjanya belum memuaskan
Affandi et al. (2026)	Sentimen 8.729 ulasan Google Play dengan Naive Bayes dan SVM	7.157 ulasan positif, 1.351 negatif, 221 netral; akurasi Naive Bayes 82,63–83,05% dan SVM 81,90–82,51%; kata "lambat" dan "ribet" menonjol pada ulasan negatif, "error" pada ulasan netral	Kecepatan, kemudahan penggunaan, dan stabilitas menjadi prioritas teknis
Fayyaza et al. (2025)	Regresi linear berganda; 55 pengguna BromPit di AHASS Blimbing, Malang	Persepsi risiko yang lebih rendah dan kenikmatan penggunaan yang lebih tinggi berkaitan dengan kecenderungan penggunaan ulang	Rasa aman dan pengalaman yang menyenangkan relevan bagi keberlanjutan penggunaan
Gymnastiar dan Nirawati (2025)	Kualitatif deskriptif; wawancara dan observasi partisipatif di AHASS Suramadu Motor	Digitalisasi antrean, diagnosis, dan pengendalian kualitas meningkatkan efisiensi dan transparansi; risiko berupa resistensi karyawan dan ketergantungan pada teknologi	Pendampingan karyawan dan kesiapan menghadapi gangguan sistem

Sekilas, skor SUS yang rendah tampak berseberangan dengan CSI pada kategori puas dan dengan ulasan Google Play yang didominasi sentimen positif, yakni sekitar 82% dari 8.729 ulasan menurut perhitungan penulis berdasarkan data Affandi et al. (2026). Perbedaan ini kemungkinan muncul karena instrumen dan sumber datanya berbeda: SUS menilai kemudahan penggunaan antarmuka, CSI menilai kepuasan atas layanan secara lebih luas, dan ulasan publik berasal dari pengguna yang memilih menuliskan penilaiannya. Pelanggan dapat merasa puas karena hasil layanan bengkel baik, sekaligus kesulitan menemukan fitur di dalam aplikasi. Interpretasi ini bersifat dugaan dan perlu diuji dengan pengukuran langsung pada pengguna yang sama. Ketiga

sumber sepakat pada satu hal, yakni masih ada ruang perbaikan: SUS menyoroti navigasi dan tampilan, CSI menyoroti kelengkapan informasi dan performa sistem, dan ulasan negatif menyoroti kecepatan dan kerumitan penggunaan.

Temuan lapangan memperkuat sebagian poin tersebut. Pihak AHASS menyebut bahwa pelanggan berhubungan dengan bengkel melalui BROMPIT, antara lain untuk mengetahui informasi inden suku cadang. Kebutuhan informasi yang cepat dan lengkap ini sesuai dengan prioritas yang diidentifikasi Firda dan Wulandari (2026). Artinya, kualitas informasi bukan hanya persoalan tampilan, tetapi juga bergantung pada kelancaran data dari bagian suku cadang ke sistem.

Organisasi, Pembagian Peran, dan Hak Akses

Struktur operasional AHASS Aneka Bakti dibedakan menurut wewenang dan hak akses. Pemilik dan Kepala Bengkel berada pada posisi manajerial tertinggi. Pemilik berfokus pada pengawasan kinerja keuangan dan investasi, sedangkan Kepala Bengkel bertanggung jawab atas operasional harian, pencapaian target servis, kontrol kualitas, dan kepatuhan terhadap SOP PT Astra Honda Motor. Keduanya memiliki akses penuh untuk memantau performa *booking* BROMPIT, laporan transaksi, dan riwayat operasional. Divisi *front office*, yaitu tim IT, petugas front desk, dan kasir, menjadi jembatan antara pelanggan dan tim teknis dengan tugas mengonfirmasi *booking*, mendaftarkan pelanggan *walk-in*, memanggil riwayat servis, menyampaikan estimasi biaya dan waktu, serta memproses pembayaran. Divisi teknis, yaitu mekanik dan bagian suku cadang, mengerjakan kendaraan secara fisik, mengelola stok, dan memperbarui status pengerjaan yang tampil di BROMPIT.

Pembedaan akses berdasarkan peran ini sesuai dengan prinsip *role-based access control*. Rekapitulasi transaksi kasir, misalnya, hanya dapat diakses pihak manajerial sehingga integritas data keuangan terjaga, sementara data pribadi pelanggan tidak terbuka bagi seluruh petugas. Praktik ini sejalan dengan semangat pelindungan data pribadi dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 dan menjawab salah satu aspek yang oleh Firda dan Wulandari (2026) masih perlu mendapat perhatian, yaitu keamanan data.

Dari sisi koordinasi, kelancaran layanan bergantung pada dua hubungan kerja. Pertama, keluhan kendaraan yang dicatat front desk harus sampai kepada mekanik secara presisi agar tidak terjadi kesalahan diagnosis. Kedua, pasokan suku cadang dari gudang ke area pit harus tepat agar waktu tunggu kendaraan tidak memanjang. Kendala organisasi yang diidentifikasi adalah ketidakseimbangan beban kerja (*workload imbalance*) pada front desk dan pit servis saat lonjakan kedatangan pelanggan di jam sibuk, yang berpotensi menimbulkan *bottleneck* pada pendaftaran dan pengerjaan. Untuk mengurangi penumpukan, penulis mengusulkan pembagian beban kerja yang lebih merata, penataan antrean, dan briefing operasional berkala lintas divisi. Usulan ini bersumber dari temuan lapangan dan masih perlu diuji. Penataan antrean berbasis sistem sejalan dengan Gymnastiar dan Nirawati (2025) yang menempatkan antrean digital yang transparan sebagai cara meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Lingkungan Bisnis AHASS Aneka Bakti

Pihak AHASS menyampaikan bahwa bengkel sering kewalahan ketika banyak konsumen datang bersamaan dan sebagian pelanggan tidak sabar menunggu giliran. Kondisi ini menjadi salah satu alasan penerapan digitalisasi. Ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang cepat dan informatif menjadi tekanan nyata, dan menurut Firda dan Wulandari (2026), kecepatan respons saat pemesanan serta kelengkapan informasi masih perlu diprioritaskan.

Lingkungan operasional internal.

Setelah digitalisasi, petugas penerimaan yang dibutuhkan berkurang dari dua sampai tiga orang menjadi satu orang, sementara mekanik masih perlu dibimbing karena tidak berlatar belakang digital. Temuan ini menunjukkan bahwa efisiensi sistem harus diimbangi dengan kesiapan sumber daya manusia. Penghematan tenaga pada penerimaan tidak otomatis berarti seluruh proses menjadi lebih ringan jika pengguna di bagian lain belum nyaman memakai sistem. Hal ini sejalan dengan catatan Gymnastiar dan Nirawati (2025) bahwa karyawan dapat merasa tidak nyaman dengan teknologi baru dan menunjukkan resistensi, serta dengan Plekhanov et al. (2023) bahwa transformasi digital menuntut penyesuaian pada operasi organisasi.

Infrastruktur layanan digital dan ketergantungan pada pusat.

Kendala yang paling sering terjadi adalah gangguan jaringan operator dan error pada aplikasi. AHASS tidak dapat memperbaiki gangguan sistem sendiri; masalah dilaporkan melalui email kepada IT main dealer, masuk ke daftar tunggu, dan penyelesaiannya tidak selalu cepat. Hal ini sejalan dengan keluhan teknis pada ulasan pengguna (Affandi et al., 2026) dan dengan catatan Gymnastiar dan Nirawati (2025) bahwa ketergantungan pada sistem digital dapat mengganggu operasional dan menurunkan kualitas layanan ketika terjadi kegagalan teknis. Implikasinya, kelancaran layanan digital di tingkat bengkel dipengaruhi faktor eksternal yang berada di luar kendali penuh bengkel. Karena itu, bengkel memerlukan prosedur sementara agar layanan tetap berjalan ketika sistem tidak tersedia, sedangkan perbaikan akar masalah berada pada pengembang dan pengelola sistem di tingkat pusat.

Kendala dan Peluang Pengembangan

Hasil lapangan dan penelitian terdahulu dirangkum menjadi kendala dan peluang pengembangan pada Tabel 5.

Tabel 5. Kendala dan peluang pengembangan BROMPIT dan SDMS

Kendala	Sumber temuan	Dampak pada pelayanan	Peluang pengembangan
Antarmuka kurang intuitif dan didominasi konten promosi	Sholikhin et al. (2025); Affandi et al. (2026)	Fitur *booking* dan pelacakan sulit ditemukan; keluhan "ribet" pada ulasan negatif	Menyederhanakan navigasi dan memprioritaskan fitur inti
Informasi layanan dan respons pemesanan belum optimal	Firda & Wulandari (2026); wawancara	Pelanggan membutuhkan informasi yang cepat, termasuk inden suku cadang	Melengkapi informasi dan mempercepat respons
Gangguan jaringan dan error aplikasi	Wawancara; Affandi et al. (2026); Gymnastiar & Nirawati (2025)	Pendaftaran dan pengerjaan dapat terhambat	Prosedur sementara saat sistem bermasalah; peningkatan stabilitas
Ketergantungan pada main dealer	Wawancara	Waktu penyelesaian gangguan tidak pasti	Dokumentasi laporan gangguan dan percepatan penanganan

Beban kerja menumpuk pada jam sibuk	Observasi dan wawancara	Potensi *bottleneck* pada front desk dan pit servis	Pembagian beban kerja dan briefing berkala (usulan penulis)
Mekanik belum berlatar belakang digital	Wawancara; Gymnastiar & Nirawati (2025)	Pemakaian sistem belum merata; risiko resistensi terhadap teknologi baru	Pendampingan dan pelatihan penggunaan sistem
Keamanan data konsumen	Firda & Wulandari (2026); UU No. 27 Tahun 2022	Risiko kebocoran bila akses tidak dibatasi	Mempertahankan pembatasan hak akses berbasis peran

Rumusan Strategi Digitalisasi Pelayanan Pelanggan

Berdasarkan kendala dan peluang pada Tabel 5, penelitian ini merumuskan empat strategi digitalisasi yang saling melengkapi, sebagaimana disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Strategi digitalisasi pelayanan pelanggan melalui BROMPIT (usulan)

Strategi	Dasar temuan	Tindakan usulan	Pihak terkait	Indikator keberhasilan (usulan)
Menyederhanakan antarmuka BROMPIT	SUS 48,85; promosi mendominasi tampilan	Menempatkan *booking* dan pelacakan kendaraan pada akses utama; mengurangi dominasi konten promosi; melengkapi informasi layanan	Pengembang BROMPIT/AHM	Skor SUS lebih tinggi dibanding 48,85 pada pengukuran ulang
Meningkatkan stabilitas sistem dan menyiapkan prosedur cadangan	Gangguan jaringan, error aplikasi, ketergantungan pada pusat	Menyusun prosedur sementara saat sistem bermasalah; mendokumentasikan setiap laporan gangguan; mempercepat penanganan di tingkat pusat	AHASS, main dealer, AHM	Layanan tetap berjalan saat gangguan; waktu penyelesaian laporan tercatat dan dipantau
Memperkuat koordinasi lintas divisi	Beban kerja pada jam sibuk; mekanik perlu bimbingan	Pembagian beban kerja, penataan antrean, briefing operasional berkala, dan pendampingan mekanik	AHASS	Waktu tunggu pendaftaran dan pengerjaan pada jam sibuk menurun
Mempertahankan pembatasan hak akses	Data pribadi pelanggan dan rekap transaksi	Meninjau hak akses berbasis peran secara berkala dan	AHASS, main dealer	Tidak ada akses data di luar

	menjaga kerahasiaan akun	kewenangan peran

Urutan penerapan strategi dapat dibedakan menurut siapa yang mengendalikannya. Strategi 3 dan 4 sepenuhnya berada dalam kewenangan bengkel dan dapat dimulai segera karena berupa penataan kerja, pelatihan, dan disiplin akses. Strategi 2 berada di antara bengkel dan pusat: bengkel dapat menyiapkan prosedur sementara dan dokumentasi laporan, sedangkan perbaikan stabilitas berada pada pengelola sistem. Strategi 1 sepenuhnya bergantung pada pengembang BROMPIT sehingga bengkel hanya dapat berperan menyampaikan masukan berdasarkan pengalaman operasional. Dengan pemetaan ini, bengkel tidak menunggu perubahan di tingkat pusat untuk memperbaiki hal yang dapat ia kendalikan sendiri. Pemetaan ini sejalan dengan Plekhanov et al. (2023) yang menunjukkan bahwa transformasi digital menuntut peninjauan ulang strategi dan operasi, bukan hanya penambahan teknologi.

Implikasi

Secara teoretis, penelitian ini memperlihatkan bahwa kajian layanan digital purnajual perlu memandang kualitas pengalaman pelanggan sebagai hasil gabungan antarmuka aplikasi, stabilitas sistem, dan kesiapan operasional bengkel. Studi usability dan kepuasan pengguna menggambarkan bagian yang tampak oleh pelanggan, sedangkan studi dari sisi bengkel memperlihatkan proses dan ketergantungan yang berada di belakangnya. Secara praktis, AHASS dapat memakai Tabel 5 dan Tabel 6 sebagai daftar periksa perbaikan layanan, sedangkan pengembang BROMPIT dapat memakai temuan lapangan untuk menentukan prioritas pengembangan fitur dan penanganan gangguan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data lapangan berasal dari satu bengkel dan tiga kelompok informan, yaitu kepala bengkel, petugas front desk/kasir, dan mekanik, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi ke seluruh AHASS. Kedua, konsumen pengguna BROMPIT tidak diwawancarai, sehingga pembahasan pengalaman pelanggan masih bertumpu pada penelitian terdahulu. Ketiga, kemudahan penggunaan BROMPIT belum diukur langsung dengan instrumen seperti kuesioner. Keempat, dampak efisiensi, misalnya berkurangnya petugas penerimaan, berasal dari keterangan informan dan belum didukung data waktu layanan. Kelima, pihak main dealer atau AHM yang mengelola sistem belum dilibatkan sebagai sumber data.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi pelayanan di AHASS Aneka Bakti ditopang oleh dua sistem, yaitu BROMPIT sebagai antarmuka pelanggan dan SDMS sebagai sistem internal bengkel. Proses yang dahulu manual, mulai dari formulir PKB kertas, pencarian riwayat dan harga melalui buku katalog, hingga nota manual, kini digantikan oleh pencarian data dengan nama atau nomor pelat, perhitungan biaya terintegrasi, dan pencatatan progres pengerjaan langsung di sistem. Perubahan ini membuat pelayanan lebih cepat dan mudah, termasuk berkurangnya kebutuhan petugas penerimaan dari dua sampai tiga orang menjadi satu orang menurut keterangan pihak AHASS.

Kendala yang ditemukan bersumber dari penelitian terdahulu dan lapangan. Penelitian terdahulu mencatat skor SUS 48,85 dengan navigasi kurang intuitif dan tampilan didominasi promosi, serta CSI 79,2% dengan sejumlah aspek yang masih perlu dibenahi. Di lapangan, kendala

meliputi gangguan jaringan dan error aplikasi, ketergantungan pada pusat dalam penanganan gangguan, serta beban kerja yang menumpuk pada jam sibuk. Peluang pengembangan terletak pada penyempurnaan antarmuka, peningkatan stabilitas sistem, dan penguatan koordinasi antardivisi.

Strategi digitalisasi yang dirumuskan adalah (1) menyederhanakan antarmuka BROMPIT agar fitur utama mudah dijangkau, (2) meningkatkan stabilitas aplikasi dan jaringan disertai prosedur sementara saat sistem bermasalah, (3) memperkuat koordinasi antara front desk, mekanik, dan bagian suku cadang melalui pembagian beban kerja dan briefing berkala, serta (4) mempertahankan pembatasan hak akses untuk menjaga keamanan data konsumen. Keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan fitur, tetapi juga pada kemudahan penggunaan, kestabilan sistem, dan kesiapan organisasi.

Berdasarkan temuan tersebut, AHASS disarankan menyiapkan prosedur sementara ketika jaringan atau sistem bermasalah, mengatur pembagian tugas pada jam sibuk, dan mendampingi mekanik dalam menggunakan sistem. Pengembang BROMPIT dan AHM disarankan memperbaiki navigasi, mengurangi dominasi konten promosi, dan mempercepat penanganan laporan gangguan. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan konsumen pengguna BROMPIT serta pihak main dealer atau AHM, dan mengukur kemudahan penggunaan secara langsung, misalnya melalui kuesioner, agar temuan tidak hanya bertumpu pada wawancara terbatas dan penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

Affandi, E. A., Sumarno, Indahyanti, U., & Findawati, Y. (2026). Analisis sentimen ulasan masyarakat aplikasi BromPit menggunakan algoritma Naive Bayes dan SVM. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika), 10*(1), 1160–1167.

Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

Fayyaza, C., Rachmi, A., & Maskan, M. (2025). The influence of perceived risk and perceived enjoyment on repurchase decision in the Honda service application (Study on BromPit users at AHASS Blimbing, Malang). *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1*(5), 2753–2763. https://doi.org/10.63822/25zcrv81

Firda, Z., & Wulandari, I. A. S. (2026). Customer satisfaction analysis of the Brompit AHASS application using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Economy, 3*(2), 63–72. https://doi.org/10.61796/jaide.v3i2.1864

Gymnastiar, B., & Nirawati, L. (2025). Strategi inovasi digitalisasi dalam mengembangkan kualitas pelayanan dengan menyikapi keunggulan kompetitif pada bengkel AHASS Suramadu Motor. *Jurnal Sinabis, 1*(1), 194–200.

Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management, 63*, 102466. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466

Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H. (2023). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*, *41*(6), 821–844. https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.09.007

Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi*.

Sholikhin, A. Z., Sucipto, S., & Wardani, A. S. (2025). Pengukuran usability aplikasi layanan BromPit berbasis System Usability Scale (SUS). *Prosiding SENATOR: Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Teknologi Ronggolawe*, *1*(1), 69–77.