JPMP
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Penusa)
Volume 3, Nomor 1, Februari 2026
Pp.53-63
e-ISSN : 000-000
JPMP: is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

ANALISIS EFEKTIVITAS APLIKASI KERETAKU HONDA SEBAGAI PLATFORM DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN PURNA JUAL SEPEDA MOTOR

Fadilla Ananta [1], Adhisty Artha Mevia Wijaya[2], Yulia amanda[3] ,
Azeki Yatul Fikria[4] , Anggraini Serly Purnama[5], Eviyanti[6]

[1,2,3] Program Studi Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia
[4,5,6] Program Studi Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia
e-mail : fadillaananta3@gmail.com[1], adhistyarthamevia7@gmail.com[2], yuliaamanda887@gmail.com[3,]
azekifikria@gmail.com[4], anggrainipurnana@gmail.com[5], eviyanti1794@gmail.com[6]

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong industri otomotif untuk melakukan transformasi layanan, khususnya pada layanan purna jual. Salah satu bentuk penerapan digitalisasi tersebut adalah penggunaan aplikasi Keretaku Honda sebagai platform layanan berbasis mobile. Namun, pemanfaatan aplikasi digital tidak selalu berjalan optimal sehingga diperlukan evaluasi terhadap pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *User Experience* (UX) aplikasi Keretaku Honda sebagai platform digital dalam mendukung efektivitas layanan purna jual sepeda motor Honda.Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara kepada 20 pengguna aplikasi yang merupakan pelanggan layanan purna jual di Honda Timbangan Lubuk Pakam. Analisis dilakukan berdasarkan indikator pengalaman pengguna, meliputi kemudahan penggunaan, kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, kecepatan respon sistem, dan tingkat kepuasan pengguna.Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Keretaku Honda secara umum memiliki *User Experience* yang baik. Pengguna menilai aplikasi mudah digunakan, memiliki tampilan yang informatif, serta membantu mempercepat proses layanan purna jual. Meskipun demikian, masih diperlukan peningkatan pada aspek performa dan optimalisasi fitur agar layanan dapat berjalan lebih maksimal. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Keretaku Honda efektif dalam mendukung digitalisasi layanan purna jual sepeda motor Honda

Kata Kunci : *User Experience*, aplikasi mobile, layanan purna jual, platform digital, Keretaku Honda

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the automotive industry to transform its services, particularly in after-sales services. One form of digital implementation is the use of the Keretaku Honda application as a mobile-based service platform. However, the utilization of digital applications does not always run optimally, making it necessary to evaluate user experience. This study aims to analyze the User Experience (UX) of the Keretaku Honda

application as a digital platform in supporting the effectiveness of motorcycle after-sales services.This study employs a descriptive qualitative approach. Data were collected through direct observation and interviews with 20 application users who are after-sales service customers at Honda Timbangan Lubuk Pakam. The analysis was conducted based on user experience indicators, including ease of use, navigation convenience, interface design, system response speed, and user satisfaction.The results indicate that the Keretaku Honda application generally provides a good user experience. Users perceive the application as easy to use, informative, and capable of facilitating more efficient after-sales services. However, improvements in performance and feature optimization are still needed to enhance user convenience. In conclusion, the Keretaku Honda application is effective in supporting the digitalization of motorcycle after-sales services.

Keywords *: User Experience, Mobile Application, After-Sales Service, Digital Platform, Automotive Industry.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri otomotif. Digitalisasi layanan menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, khususnya pada layanan purna jual sepeda motor. Konsumen saat ini menuntut layanan yang cepat, mudah diakses, serta transparan dalam memperoleh informasi terkait perawatan kendaraan (Vernanda et al., 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan aplikasi mobile sebagai platform digital menjadi solusi yang banyak diterapkan oleh perusahaan otomotif untuk menjawab kebutuhan tersebut. Salah satu bentuk penerapan digitalisasi layanan purna jual adalah penggunaan aplikasi Keretaku Honda yang dirancang untuk mempermudah konsumen dalam mengakses layanan servis, memantau riwayat perawatan, serta memperoleh informasi terkait produk dan promo .

Beberapa upaya telah dilakukan oleh pihak perusahaan maupun peneliti sebelumnya dalam rangka meningkatkan kualitas layanan purna jual melalui pemanfaatan teknologi digital (Solihat, 2019).Penerapan sistem informasi layanan, aplikasi mobile, serta platform digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Namun, keberhasilan penerapan teknologi digital tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fitur, tetapi juga oleh pengalaman pengguna (User Experience) dalam menggunakan aplikasi tersebut (Ichsani Nurul & Munandar Agus, 2026) . Aplikasi dengan pengalaman pengguna yang kurang optimal berpotensi menurunkan minat penggunaan, meskipun fitur yang disediakan cukup

lengkap (Jaenal Aripin et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap pengalaman pengguna sebagai bagian penting dalam menilai efektivitas suatu aplikasi layanan digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis User Experience aplikasi Keretaku Honda sebagai platform digital dalam mendukung layanan purna jual sepeda motor Honda. Analisis dilakukan untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan, kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, kecepatan respon sistem, serta kepuasan pengguna. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas aplikasi dalam mendukung layanan purna jual, sekaligus menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pengembangan layanan digital di industri otomotif (mahiri achmad eli et al., 2025).

MASALAH

Perkembangan layanan digital pada industri otomotif melalui aplikasi *Keretaku Honda* bertujuan untuk mempermudah akses layanan purna jual bagi masyarakat pengguna sepeda motor Honda. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan permasalahan berupa belum optimalnya pemanfaatan aplikasi oleh pengguna, seperti kurangnya pemahaman terhadap fitur yang tersedia, kesulitan dalam navigasi, serta belum maksimalnya pengalaman penggunaan aplikasi dalam mendukung proses layanan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penyediaan platform digital dengan tingkat efektivitas penggunaan oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap pengalaman pengguna untuk mengidentifikasi kendala serta menentukan langkah perbaikan guna mendukung optimalisasi layanan purna jual berbasis digital.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Honda Timbangan Lubuk Pakam yang beralamat di Jalan Raya Medan–Tebing Tinggi Ringroad No. 29, Tanjung Garbus Satu, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama periode On The Job Training, yaitu mulai 10 November 2025 hingga 24 Januari 2026. Mitra dalam kegiatan ini adalah pihak dealer Honda Timbangan Lubuk Pakam, khususnya bagian layanan purna jual, serta masyarakat pengguna sepeda motor Honda yang memanfaatkan aplikasi Keretaku Honda sebagai platform layanan digital.

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan deskriptif dengan teknik observasi langsung dan wawancara kepada pengguna aplikasi. Observasi dilakukan untuk

memahami alur layanan purna jual dan pemanfaatan fitur aplikasi dalam aktivitas operasional sehari-hari. Wawancara dilakukan kepada 20 pengguna aplikasi untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman penggunaan, kendala yang dihadapi, serta tingkat kepuasan terhadap layanan digital yang tersedia. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan secara langsung dari sudut pandang pengguna serta memperoleh gambaran objektif mengenai efektivitas aplikasi.Variabel yang digunakan untuk mengukur keberhasilan implementasi kegiatan meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, kemudahan navigasi menu, tampilan antarmuka, kecepatan respon sistem, serta tingkat kepuasan pengguna. Variabel-variabel tersebut digunakan sebagai indikator pengalaman pengguna (User Experience) dalam menilai sejauh mana aplikasi Keretaku Honda mampu mendukung layanan purna jual secara efektif. Hasil pengukuran terhadap variabel tersebut menjadi dasar dalam mengevaluasi keberhasilan kegiatan serta menyusun rekomendasi perbaikan untuk optimalisasi layanan digital di masa mendatang.

HASIL YANG DICAPAI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui observasi langsung terhadap penggunaan Aplikasi Keretaku Honda serta wawancara kepada 20 pengguna di Honda Timbangan Lubuk Pakam. Berdasarkan hasil pengamatan pada fitur-fitur utama aplikasi seperti beranda, menu membership, informasi kendaraan, jadwal servis, serta promo dan voucher (lihat pembahasan fitur pada halaman 20–30, aplikasi dinilai telah mampu mendukung layanan purna jual secara digital. Pengguna dapat melakukan pemesanan servis, memantau riwayat perawatan, serta memperoleh informasi promo secara lebih cepat dan terintegrasi. Luaran dari kegiatan ini berupa analisis pengalaman pengguna (User Experience) serta rekomendasi perbaikan untuk optimalisasi fitur layanan**.**

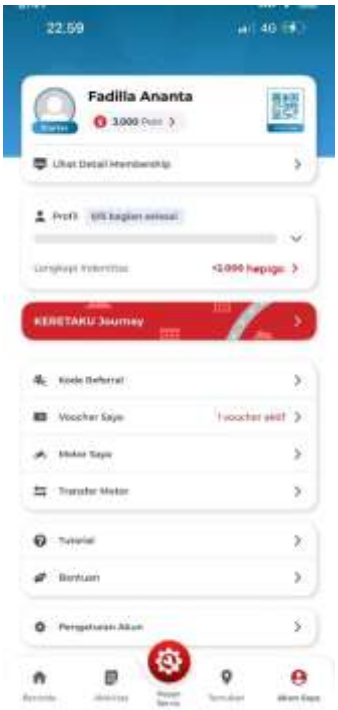


Gambar 1. Halaman Beranda Apps Keretaku

Pada tampilan beranda aplikasi Keretaku Honda, pengguna langsung disajikan dengan informasi utama seperti lokasi pengguna, promo yang sedang berlangsung, pencarian layanan (contohnya pencarian servis seperti ganti oli), serta menu navigasi utama.

Selain itu, terdapat informasi poin reward, status keanggotaan, serta notifikasi terkait layanan dan promo Honda.Tampilan ini menunjukkan bahwa aplikasi berfungsi sebagai pusat informasi utama bagi pengguna dalam mengakses layanan purna jual secara digital.

 e-ISSN: 000-000



Gambar 2. Halaman Menu Membership Apps Keretaku

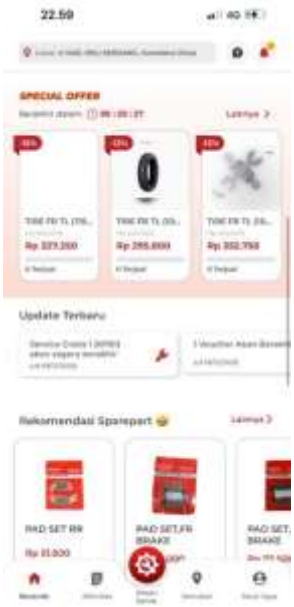
Pada menu akun, aplikasi menampilkan informasi identitas pengguna, status membership, jumlah poin yang dimiliki, serta QR Member yang dapat digunakan saat melakukan servis di bengkel resmi Honda (AHASS).Menu ini juga menyediakan fitur pengelolaan data kendaraan, voucher, referral, bantuan, serta pengaturan akun.Fitur membership dan poin reward menjadi nilai tambah karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan resmi Honda

 e-ISSN: 000-000



Gambar 3. Halaman Jadwal Service Apps Keretaku

Pada bagian Motor Saya, aplikasi menampilkan data sepeda motor pengguna secara detail, termasuk jenis motor, nomor polisi, serta informasi jadwal servis berikutnya. Pengguna juga dapat melihat riwayat servis dan melakukan penjadwalan servis secara langsung melalui aplikasi tanpa harus datang langsung ke bengkel.Fitur ini dinilai efektif dalam membantu pengguna mengingat jadwal perawatan berkala dan menjaga kondisi sepeda motor tetap optimal.



Gambar 4. Halaman Informasi Prodak Apps Keretaku

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, tingkat ketercapaian target kegiatan dapat dikatakan baik. Target utama kegiatan berupa analisis pengalaman pengguna terhadap Aplikasi Keretaku Honda telah tercapai melalui observasi dan wawancara kepada 20 pengguna. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa aplikasi secara umum mampu mendukung layanan purna jual secara lebih praktis dan efisien. Dengan demikian, tujuan kegiatan untuk mengidentifikasi efektivitas aplikasi serta memperoleh gambaran pengalaman pengguna di lapangan telah terpenuhi.Dari sisi ketepatan metode, pendekatan observasi dan wawancara dinilai sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, yaitu kurang optimalnya pemanfaatan aplikasi oleh sebagian pengguna. Metode tersebut memungkinkan penulis memperoleh informasi secara langsung dari pengguna mengenai kendala, kebutuhan, dan harapan terhadap aplikasi. Dengan demikian, terdapat kesesuaian antara masalah yang diidentifikasi dengan metode yang diterapkan dalam kegiatan ini.Kegiatan ini memberikan dampak dan manfaat bagi mitra maupun pengguna aplikasi. Bagi pihak dealer, hasil evaluasi dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis digital. Bagi pengguna, kegiatan ini mendorong peningkatan pemahaman terhadap fitur aplikasi serta pentingnya pemanfaatan layanan digital secara optimal. Secara umum, kegiatan ini turut mendukung transformasi digital layanan purna jual yang lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Sebagai saran, diperlukan peningkatan sosialisasi dan edukasi kepada pengguna mengenai pemanfaatan fitur aplikasi agar manfaat yang diberikan dapat dirasakan secara maksimal. Selain itu, optimalisasi performa aplikasi dan penyempurnaan fitur notifikasi serta navigasi perlu dilakukan guna meningkatkan kenyamanan pengguna. Diperlukan pula pendampingan dan evaluasi lanjutan untuk mendorong peningkatan intensitas pemanfaatan aplikasi oleh pengguna, sehingga implementasi layanan digital dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak STMIK Pelita Nusantara, khususnya kepada Ibu Eviyanti Br.Barus,S.E.,M.SI. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, arahan, serta saran selama proses pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan kerja praktik hingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak Honda Timbangan Lubuk Pakam yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta fasilitas selama kegiatan berlangsung. Apresiasi yang sebesar-besarnya turut diberikan kepada seluruh pengguna aplikasi Keretaku Honda yang telah bersedia menjadi responden dalam kegiatan ini. Dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak tersebut sangat membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan serta penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fadillah, Z. I. (2025). Strategi Inovasi dan Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Industri 4.0. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, *3*. https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb

Fahmi Idris, J., Prastyo, Y. D., Hardiansyah, R., Magnus, A., Noventona, F., Haikal, F., Gusdevi, H., & Naseer, M. (2025). *PENGUJIAN FUNGSIONAL DAN STRUKTURAL APLIKASI PENGAJUAN CUTI DENGAN METODE BLACK BOX DAN WHITE BOX*. *07*..

Himawan, H., & Yanu, M. (2020). *Interface USER EXPERIENCE*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Solihat, A. (2019). *Layanan Purna Jual pada Produk Otomotif*.

Ichsani Nurul, & Munandar Agus. (2026). EFEKTIVITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERDASARKAN PERSPEKTIF SOSIO-TEKNO-INSTITUSIONAL PADA PERUSAHAAN KOMPONEN OTOMOTIF. *Jurnal Magisma*, *14*.

Isyiriyah, L., Kanthi, Y. A., Zulkarnain, A., Sijabat, D. R., & Suparman, M. D. (2025). Implementasi Sistem Informasi Penjualan dan Pemesanan Jasa Mekanik Mobil pada UMKM Toko Naga Mas untuk Meningkatkan Efisiensi Layanan. *Jurnal Ilmiah Pemberdayaan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Jaenal Aripin, A., Setiadi Dwitama Putra, S., & Teknik Informatika, P. (2025). SISTEM INFORMASI LAYANAN SERVIS PADA BENGKEL MOBIL BERKAH JAYA BERBASIS WEB. *Journal of Computer Science and Technology JCS-TECH*, *5*(2), 102–109.

mahiri achmad eli, kurnadi engkun, & rahmayani wida melia. (2025). *PERAN PELAYANAN PURNA JUAL UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI ERA DIGITAL*. *4*.

Moehaimin Dhewanty, C., Desiana Wulaning Ayu, P., Putu Eka Apriyanthi Jurusan Teknologi Informasi, N., Negeri Bali, P., & Jurusan Teknologi Informasi, pnbacid. (2026). Systematic Literature Review: Karakteristik UI/UX Efektif untuk Efisiensi Sistem Informasi UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, *8*(1), 55. https://doi.org/10.47233/jteksis.v8i1.2374

Niqotin, Z. Tr. Kom. ,M. K., Purnamasari, I. T. , M. K., Fauzli, C. S. T. ,MT., & DKK. (2023). Rekayasa Perangkat Lunak (E. Mardiani, Ed.; Cetakan Pertama). PT Penamuda Media. www.penamuda.com

Rahmadi, D., & Taufik, M. (2021). *Mobile Application and Digital Service Transformation* (1st Edition). Teknologi Nusantara Press.

Solihat, A. (2019). *Layanan Purna Jual pada Produk Otomotif*.

Vernanda, D., Zain Aprilia Putri, Z., Budi, S., & Negeri Subang, P. (2024). SISTEM INFORMASI BENGKEL ONLINE BERBASIS APLIKASI. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi dan Teknologi*, *1*(4), 3025

Yuliawan, K., Arung Sombolinggi, & Sulastri. (2025). *Penerapan Metode Design Thinking dalam Prototyping Aplikasi Penjualan Online berbasis Mobile*. *1*.