



Pemanfaatan Aplikasi Daya Auto dalam meningkatkan Efisiensi Operasional dan Pelayanan Konsumen

Angelique Almayda Sersansie

Universitas Nusa Putra

Email: angelique.almayda_mn22@nusaputra.ac.id

Article Info

Submitted: Mei 2026

Revised: Mei 2026

Accepted: Mei 2026

Published: Mei 2026

Keywords:

Aplikasi Daya Auto;
Efisiensi Operasional;
Pelayanan Konsumen;
Teknologi Digital

Abstrak

Penggunaan teknologi digital di sektor industri menjadi salah satu elemen krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mutu pelayanan pelanggan. Honda Astra Motor sebagai perusahaan otomotif telah memanfaatkan aplikasi Daya Auto untuk mendukung kegiatan operasional dan layanan. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan aplikasi Daya Auto dalam meningkatkan efisiensi operasional serta layanan kepada konsumen. Metode yang dipakai mencakup observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen untuk mendapatkan data yang tepat dan relevan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa penggunaan aplikasi Daya Auto dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan melalui akses informasi yang lebih mudah, percepatan dalam pelayanan, dan pengelolaan data yang lebih teratur serta tepat. Selain itu, aplikasi ini memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan layanan, mendapatkan informasi layanan, dan berinteraksi dengan perusahaan tanpa perlu datang langsung ke dealer. Sehingga, penerapan aplikasi Daya Auto memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan efisiensi operasional serta mutu pelayanan konsumen di Honda Astra Motor.

1. PENDAHULUAN

Memasuki abad ke-21, perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat di seluruh dunia. Digitalisasi menjadi salah satu fenomena yang semakin banyak dibahas, baik di dunia maya maupun dalam kehidupan nyata. Digitalisasi sendiri merupakan proses penggunaan sistem berbasis digital dalam berbagai aktivitas, yang kini semakin luas diterapkan di berbagai sektor (Apyanto 2022). Di Indonesia, perkembangan digitalisasi ditandai dengan munculnya berbagai inovasi dan teknologi digital yang memudahkan aktivitas masyarakat. Oleh karena itu, pemerataan akses dan pemanfaatan teknologi digital menjadi hal yang sangat penting agar perkembangan digitalisasi dapat dirasakan secara merata dan mendukung kemajuan di berbagai bidang (Amaliyah et al. 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi dalam sistem penjualan memberikan dampak positif terhadap efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan. Implementasi sistem informasi penjualan berbasis web mampu mempermudah pengelolaan data, meningkatkan akurasi pencatatan, serta mempercepat proses transaksi dalam kegiatan pemasaran produk (Gani and Awaludin 2024). Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk secara lebih cepat dan lengkap, sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan pembelian (Antony et al. 2023; Tarigan et al. 2024).

Sistem informasi telah terbukti memberikan manfaat dalam berbagai aspek operasional perusahaan, seperti manajemen, produksi, pengambilan keputusan, serta peningkatan kualitas kerja. Pemanfaatan teknologi komputer memungkinkan data disimpan, diolah, dan disajikan secara lebih mudah dipahami, sehingga menghasilkan informasi yang bernilai bagi perusahaan. Informasi yang akurat dan terstruktur tersebut sangat penting dalam mendukung proses



pengambilan keputusan serta pemecahan masalah secara efektif. Oleh karena itu, banyak perusahaan mulai mengadopsi sistem informasi untuk meningkatkan kinerja operasionalnya (Winata, Ayuningtyas, and Putra 2024).

Dalam konteks ini, aplikasi Daya Auto dapat dipahami sebagai salah satu bentuk penerapan sistem informasi yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional dan pelayanan konsumen. Melalui aplikasi ini, data terkait layanan, konsumen, dan aktivitas operasional dapat dikelola secara lebih terintegrasi, sehingga membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat proses pelayanan, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat (Husain 2026).

Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas pemasaran memungkinkan konsumen untuk berinteraksi dengan perusahaan secara lebih mudah dan efisien. Hal ini dikarenakan berbagai informasi terkait produk dan layanan dapat diakses dengan cepat melalui *website* maupun aplikasi berbasis internet tanpa memerlukan kehadiran fisik (Devi, Mitariani, and Imbayani 2022). Konsumen dapat memperoleh informasi produk, layanan, serta melakukan komunikasi dengan perusahaan kapan saja dan di mana saja secara lebih praktis dan efisien. Selain itu, teknologi juga memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan yang lebih cepat, responsif, dan terarah sesuai dengan kebutuhan konsumen (Yusuf et al. 2022). Pemanfaatan aplikasi Daya Auto menjadi salah satu bentuk penerapan teknologi digital yang mendukung kegiatan pemasaran dan pelayanan, di mana aplikasi tersebut mempermudah konsumen dalam mengakses informasi, melakukan *booking service*, serta berinteraksi dengan perusahaan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan konsumen di Honda Astra Motor (ophelia and Maulana 2022).

Aplikasi Daya Auto merupakan platform digital yang dikembangkan oleh perusahaan main *dealer* sepeda motor Honda untuk mempermudah konsumen dalam mengakses berbagai layanan terkait kendaraan. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur seperti *booking service*, katalog produk motor dan suku cadang, simulasi kredit, hingga informasi jaringan *dealer* dan bengkel resmi (AHASS) yang terintegrasi dalam satu sistem (Auto 2023).

Pelayanan konsumen dalam industri penjualan sepeda motor memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik, seperti kecepatan layanan, keramahan karyawan, serta kemampuan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian (Aprilliani and Meryati 2022; Widjaja and Wildan 2023).

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan bentuk implementatif, yaitu melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas operasional perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai pemanfaatan aplikasi Daya Auto dalam mendukung efisiensi operasional dan pelayanan konsumen di Honda Astra Motor. Metode implementatif digunakan untuk mengkaji penerapan sistem secara langsung dalam aktivitas operasional perusahaan. Dalam konteks penjualan sepeda motor, implementasi sistem informasi penjualan berbasis digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi pengolahan data, mempercepat proses transaksi, serta mempermudah pelayanan kepada konsumen (Siringoriongo & Perangin-angin 2024; Andini & Putri 2022).

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi terhadap sistem operasional perusahaan, khususnya pada proses pelayanan konsumen, pengelolaan data, serta penggunaan aplikasi digital dalam mendukung aktivitas kerja. Observasi ini



bertujuan untuk memahami alur kerja yang diterapkan serta mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan dan operasional perusahaan.

Selanjutnya, dilakukan keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional sebagai bentuk implementasi pemanfaatan sistem informasi. Pada tahap ini, penulis berpartisipasi dalam berbagai aktivitas, seperti membantu penggunaan aplikasi Daya Auto sebagai media pelayanan dan komunikasi dengan konsumen, pengelolaan data konsumen melalui sistem DDMS (*Dealer Data Management System*), serta pelaksanaan administrasi yang meliputi penyusunan dokumen STNK dan BPKB, penginputan data, dan pengelolaan faktur. Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan pelayanan konsumen, seperti membantu proses pendaftaran servis di *frontdesk*, melakukan *reminder* servis kepada konsumen, serta memberikan informasi terkait layanan yang tersedia.

Aktivitas lain termasuk manajemen operasional seperti pelaksanaan *stock opname* (STO) unit kendaraan untuk memastikan data sesuai dengan keadaan nyata di lapangan. Semua aktivitas tersebut dilaksanakan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku di perusahaan, sehingga setiap langkah dapat berlangsung secara sistematis, terorganisir, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan.

Langkah terakhir dalam kegiatan ini adalah penilaian terhadap penggunaan aplikasi Daya Auto dalam mendukung efisiensi operasional serta pelayanan pelanggan. Evaluasi dilakukan dengan mengulas keadaan sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi, serta menganalisis pengaruhnya terhadap kecepatan layanan, kemudahan akses informasi, dan mutu interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Oleh karena itu, metode yang digunakan dapat menyajikan gambaran menyeluruh tentang fungsi aplikasi Daya Auto sebagai sistem informasi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mutu pelayanan di Honda Astra Motor

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pemanfaatan Aplikasi Daya Auto

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Output yang diharapkan
1	Observasi	Mengamati sistem operasional dan penggunaan aplikasi daya auto	Mengetahui Alur kerja dan permasalahan
2	Identifikasi masalah	Mengidentifikasi kendala dalam pelayanan dan penggunaan sistem	Menemukan masalah utama
3	Implementasi Sistem	Menggunakan aplikasi Daya Auto dan DDMS dalam operasional	Peningkatan efisiensi kerja
4	Pelayanan & Administrasi	Membantu pelayanan konsumen dan administrasi	Pelayanan lebih cepat dan terstruktur
5	Evaluasi	Menilai efektivitas penggunaan aplikasi	Mengetahui dampak terhadap pelayanan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implementasi pemanfaatan Aplikasi Daya Auto dalam Kegiatan Operasional

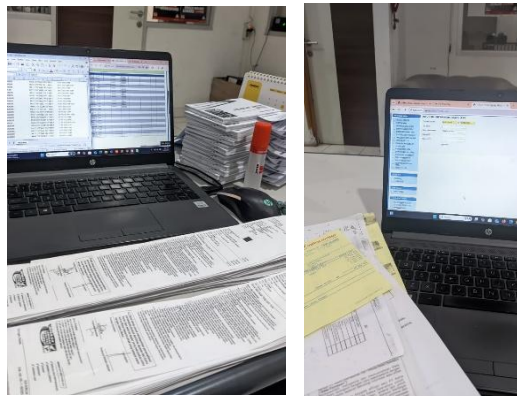
Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan selama enam bulan di PT Astra Honda Motor cabang Sukabumi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, terutama aplikasi Daya Auto dan sistem DDMS (*Dealer Data Management System*), telah menjadi elemen krusial dalam mendukung operasi perusahaan. Penerapan



sistem digital itu tidak hanya mendukung peningkatan efisiensi kerja, tetapi juga berperan dalam meningkatkan mutu layanan kepada konsumen.

Pada tahap awal, melalui kegiatan observasi dan identifikasi proses operasional, diketahui bahwa perusahaan telah menggunakan sistem digital dalam pengelolaan data dan pelayanan konsumen. Namun, pemanfaatan aplikasi Daya Auto sebagai media interaksi langsung dengan konsumen masih belum sepenuhnya optimal, terutama dalam hal pemanfaatan fitur oleh pelanggan.

Selanjutnya, melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional, penulis berkontribusi dalam mendukung penggunaan sistem digital, seperti pengelolaan data konsumen, pelayanan administrasi, serta pelaksanaan *reminder* servis kepada pelanggan. Kegiatan ini memberikan pemahaman bahwa sistem DDMS memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keakuratan data serta mempercepat proses pelayanan.



Gambar 1. kegiatan operasional

Pada tahap implementasi, aplikasi Daya Auto mulai digunakan secara lebih aktif sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan konsumen. Penulis turut membantu dalam penyampaian informasi terkait layanan servis, jadwal perawatan kendaraan, serta informasi promo yang tersedia. Penggunaan aplikasi ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan tanpa harus datang langsung ke *dealer*.



Kebutuhan Motormu



Pencarian Informasi



Gambar 2. pelayanan konsumen dan penggunaan aplikasi daya auto

Tahap akhir berupa evaluasi menunjukkan bahwa integrasi antara aplikasi Daya Auto dan sistem DDMS mampu mendukung efektivitas kegiatan operasional secara keseluruhan. Hal ini terlihat dari meningkatnya kemudahan dalam pengelolaan data serta percepatan dalam proses pelayanan konsumen.



3.2 Analisis Dampak Pemanfaatan Aplikasi Daya Auto

Dari segi layanan, pemanfaatan aplikasi digital memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dengan lebih cepat dan mudah. Konsumen bisa melakukan pemesanan layanan, melihat jadwal perawatan kendaraan, serta mendapatkan informasi mengenai promo dan layanan lainnya secara langsung melalui aplikasi. Akibatnya, kualitas pelayanan menjadi lebih efisien dan responsif.

Dari segi operasional, sistem DDMS mendukung pengelolaan data pelanggan dengan cara yang lebih terorganisir dan terpadu. Penggunaan sistem ini dapat mengurangi kemungkinan kesalahan dalam pencatatan data dan mempercepat proses administrasi. Di samping itu, integrasi antara sistem dan aplikasi juga mendukung peningkatan koordinasi antar divisi dalam perusahaan.

Dari sudut pandang pemasaran, pemanfaatan aplikasi Daya Auto memungkinkan perusahaan untuk mengakses konsumen dengan lebih luas melalui platform digital. Data yang disampaikan melalui aplikasi dapat diterima secara langsung oleh konsumen, sehingga meningkatkan efisiensi komunikasi pemasaran

Tabel 2. Perbandingan sebelum dan sesudah Implementasi

Aspek	Sebelum Implementasi	Sesudah Implementasi
Akses Informasi	Terbatas dan Manual	Lebih cepat dan berbasis digital
Pelayanan Konsumen	Cenderung Lambat	Lebih cepat dan responsif
Pengelolaan data	Kurang terstruktur	Terintegrasi melalui DDMS
Komunikasi	Terbatas	Lebih interaktif dan efektif
Efisiensi Kerja	Kurang Optimal	Lebih efisien

Sumber: data diolah penulis (2025)

4. SIMPULAN

Menurut hasil pelaksanaan kegiatan yang sudah dilakukan selama enam bulan di PT Astra Honda Motor cabang Sukabumi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Daya Auto dan sistem DDMS (Dealer Data Management System) berperan penting dalam mendukung manajemen pemasaran dan layanan konsumen. Penerapan teknologi digital tersebut dapat meningkatkan efisiensi komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, mempermudah akses ke layanan, serta mempercepat proses penyampaian informasi terkait layanan, promosi, dan kebutuhan pelanggan lainnya.

Di samping itu, pemanfaatan sistem DDMS terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan pengelolaan data yang lebih terstruktur, tepat, dan terintegrasi. Dampak ini menghasilkan peningkatan kualitas layanan yang lebih cepat, responsif, dan terstruktur. Penggunaan aplikasi Daya Auto juga berperan dalam memperluas area komunikasi pemasaran serta meningkatkan interaksi digital antara perusahaan dan konsumen.

Namun, dalam pelaksanaannya masih ada beberapa tantangan, seperti pemanfaatan aplikasi yang belum maksimal oleh semua konsumen dan kurangnya pemahaman dalam menggunakan fitur-fitur yang ada. Dengan demikian, diperlukan langkah lanjut berupa peningkatan pendidikan kepada konsumen serta pemanfaatan fitur aplikasi secara optimal agar



manfaat yang diperoleh dapat lebih optimal. Secara keseluruhan, penggunaan teknologi digital menjadi salah satu strategi utama dalam mendukung pemasaran kontemporer dan peningkatan mutu layanan di era digital.

5. PERSANTUNAN

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada PT Astra Honda Motor cabang Sukabumi yang telah memberikan peluang dan bantuan selama kegiatan ini dilaksanakan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua karyawan yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data, memberikan informasi, dan mendukung kelancaran aktivitas selama berlangsung.

Di samping itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada lembaga pendidikan yang telah memberikan petunjuk dan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Jangan lupa, penghargaan juga disampaikan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam pelaksanaan kegiatan dan penulisan jurnal ini.

REFERENSI

- Amaliyah, Lasih, Muhammad Ilham, Surateman Surateman, and Muhammad Rozali. 2024. "Evaluasi Strategi Ekonomi Digital: Transformasi Dan Tantangan Di Indonesia." *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 7(6): 7256–65. doi:10.31539/costing.v7i6.13425.
- Andini, Ayu, Ibnu Rusydi, and Ega Evinda Putri. 2022. "Sistem Informasi Penjualan Sepeda Motor Berbasis WEB Pada PT. Sumber Jadi Kencana Motor." *DEVICE: Journal of Information System, Computer Science and Information Technology* 3(1): 7–16. doi:10.46576/device.v3i1.2182.
- Antony, Antony, Wilson Anderson, Rin Rin Salim, and Joosten Joosten. 2023. "Perancangan Sistem Informasi Pembelian, Penjualan Dan Persediaan Pada Toko Sukses Abadi Motor." *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 8(1): 178–85. doi:10.25047/j-dinamika.v8i1.3529.
- Aprilliani, Siti, and Ani Meryati. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Motor Honda Cabang Bintaro Tangerang Selatan." *Jurnal Arastirma* 2(1): 9–18. <https://garuda.kemdikisaintek.go.id/documents/detail/2541215>.
- Apryanto, Frengki. 2022. "Peran Generasi Muda Terhadap Perkembangan Teknologi Digital Di Era Society 5.0." *Media Husada Journal of Community Service* 2(2): 130–34. doi:10.33475/mhjcs.v2i2.35.
- Auto, Daya. 2023. *Mengenal Aplikasi Daya Auto*.
- Devi, Ni Kadek Vera Krisnanda, Ni Wayan Eka Mitariani, and I Gusti Ayu Imbayani. 2022. "Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Di CV. Asia Motor Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal EMAS* 3(2): 55–68. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4053>.
- Gani, Alcianno G, and Muryan Awaludin. 2024. "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko XYZ Motor Berbasis Web." *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma* 11(1): 33–44. doi:10.35968/jsi.v11i1.1125.
- Husain, Lukman. 2026. "No Daya Auto, Cara Praktis Akses Layanan Honda Di Era Digital."
- ophelia, Serafina, and Aditya Maulana. 2022. *Aplikasi Khusus Honda Motor Mempunyai Beragam Fitur*.
- Siringoriongo, Fernanda Jekita F Sitepu, Rimbun, and Resianta Perangin-angin. 2024. "Perancangan Sistem Informasi



- Penjualan Sepeda Motor Berbasis Web Pada Showroom Arios Jaya Motor.” 4(2): 183–90.
- Tarigan, Julio Putra, Abdi Dharma, Siti Aisyah, Delima Sitanggang, Yosua Morales Saragi, and Mardi Turnip. 2024. “Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Penjualan Aksesoris Motor Berbasis Web.” 4(2): 216–19.
- Widjaja, Yani Restiani, and Wildan. 2023. “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor.” 5(1).
- Winata, Erick, Ayuningtyas Ayuningtyas, and I Gusti Ngurah Alit Widana Putra. 2024. “Pengembangan Aplikasi Manajemen Persediaan Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional.” *Jurnal Teknologi dan Informasi* 14(1): 36–49. doi:10.34010/jati.v14i1.11412.
- Yusuf, Muhammad, Sutrisno Sutrisno, P A Andiena Nindya Putri, Muhammad Asir, and Pandu Adi Cakranegara. 2022. “Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review.” *Jurnal Darma Agung* 30(3): 505–20. doi:10.46930/ojsuda.v30i3.2268.