

Dinamika Sosial dalam Praktik Informal di Workshop Otomotif: Studi Kasus tentang Peran Kepercayaan dalam Wanprestasi di Kabupaten Sleman

Suwardi¹, Enrico Winadi¹

¹Universitas Proklamasi 45, Yogyakarta, Indonesia

ABSTRACT

This study explores the social dynamics underlying transactional practices in automotive *workshops* in Sleman Regency, Indonesia, with particular attention to cases of breach of agreement (wanprestasi). While previous studies typically approach such issues from a legal standpoint, this research offers a sociological perspective by examining how trust, informal relationships, and communication shape service exchanges. Using a qualitative case study method, data were collected through interviews with *workshop* owners, technicians, and customers, as well as participant observation and document analysis at three independent *workshops*. Thematic analysis revealed that interactions between service providers and customers are largely governed by social capital built through repeated engagements. Breaches of agreement are not seen merely as technical failures but as disruptions in socially negotiated expectations. In response, service providers employ adaptive strategies—such as informal compensation, flexible communication, and reliance on personal reputation—to restore trust and maintain customer loyalty. The findings highlight how informal conflict resolution mechanisms operate within community-based service economies and emphasize the continued relevance of trust theory and social capital in understanding economic transactions beyond formal contractual frameworks. This study suggests that business sustainability in the informal sector depends heavily on relationship-building and reputation management. Future research could explore similar dynamics in other informal service sectors or examine how digital technologies reshape trust-building processes.

 OPEN ACCESS

ARTICLE HISTORY

Received: 16-07-2025

Revised: 22-07-2025

Accepted: 22-07-2025

KEYWORDS

informal practices, automotive *workshop*, wanprestasi, trust, social capital, symbolic interactionism

Corresponding Author:

Suwardi

Universitas Proklamasi 45, Yogyakarta, Indonesia

Email: suwardi@up45.ac.id

Pendahuluan

Praktik jual beli barang dan jasa merupakan aktivitas sosial yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern (Galib et al., 2024), termasuk dalam sektor layanan perbaikan kendaraan bermotor. Di wilayah urban dan semi-urban seperti Kabupaten Sleman, keberadaan *workshop* otomotif menjadi bagian penting dalam menunjang mobilitas masyarakat. Transaksi di *workshop* otomotif bukan hanya pertukaran barang dan jasa, tetapi juga mencerminkan relasi sosial yang melibatkan kepercayaan, ekspektasi, dan tanggung jawab timbal balik antara konsumen dan penyedia jasa (Maulana & Ustafiano, 2023). Dalam konteks ini, hubungan sosial yang terbangun antara kedua pihak sering kali diuji oleh berbagai tantangan, salah satunya adalah wanprestasi atau ketidaksesuaian antara kesepakatan dan kenyataan layanan yang diberikan. Fenomena wanprestasi yang terjadi dalam transaksi ini membuka ruang kajian sosial mengenai bagaimana hubungan antar aktor dalam sistem jasa informal terbangun, dijaga, atau bahkan rusak karena pelanggaran komitmen (Kurniawan, 2014).

Lebih dalam, praktik transaksi di *workshop* otomotif memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan transaksi jasa lainnya. Banyak interaksi dilakukan secara lisan, tanpa kontrak tertulis yang mengikat, sehingga menempatkan proses negosiasi, kepercayaan, dan reputasi sebagai pilar utama kelancaran transaksi (Febriansyah et al., 2025; Supriatna & Ratnasari, 2019). Ndun (2018) menjelaskan hal tersebut menciptakan dinamika sosial yang kompleks, di mana konsumen sering kali tidak memiliki cukup informasi atau posisi tawar untuk menegosiasikan haknya, sementara penyedia jasa berada dalam posisi dominan secara teknis. Ketidakseimbangan ini dapat menimbulkan gesekan, terutama ketika hasil layanan tidak sesuai harapan konsumen. Dalam konteks ini, wanprestasi tidak semata-mata dipahami sebagai pelanggaran hukum kontraktual, tetapi sebagai bentuk disfungsi sosial dalam relasi jasa yang berimplikasi pada kepercayaan, konflik, dan citra layanan (Martinelli et al., 2025).

Selain itu, menurut Wirawan et al. (2025) terdapat faktor struktural dan budaya yang turut memperparah permasalahan wanprestasi di sektor jasa otomotif lokal. Masih rendahnya literasi konsumen terkait hak-hak mereka dalam layanan jasa, kurangnya standarisasi layanan di kalangan penyedia jasa, serta lemahnya pengawasan institusional membuat praktik transaksi sering kali tidak transparan. Konsumen cenderung bergantung pada informasi sepihak dari bengkel, yang membuka peluang terjadinya kesalahpahaman hingga pelanggaran janji layanan. Dalam masyarakat yang nilai sosialnya menekankan harmoni dan enggan berkonflik secara terbuka, sengketa layanan sering tidak dibawa ke ranah formal, tetapi berakhir dengan kekecewaan atau penyebaran citra negatif dari mulut ke mulut (Valencya et al., 2025). Situasi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana masyarakat menyiasati relasi ekonomi berbasis jasa ketika norma formal tidak diandalkan secara dominan.

Dalam tinjauan akademik, beberapa penelitian sebelumnya telah membahas aspek hukum wanprestasi dalam hubungan jasa, namun pendekatan sosial terhadap fenomena ini masih minim. Johan dan Hakim (2024) menyoroti wanprestasi konsumen dalam konteks modifikasi kendaraan, namun lebih menekankan pada penyelesaian hukum oleh bengkel. Penelitian Haryono et al. (2023) memfokuskan pada wanprestasi dalam *e-commerce*, bukan pada layanan jasa berbasis tatap muka seperti *workshop* otomotif. Sementara Haryono et al. (2023) menganalisis perjanjian jual beli *online* melalui media sosial, namun ruang lingkupnya berbeda karena lebih menyoroti transaksi daring. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa problematika wanprestasi telah banyak dikaji secara normatif dan digital, namun belum banyak yang menelaahnya sebagai persoalan interaksi sosial di level lokal, terutama dalam konteks layanan teknis informal seperti bengkel.

Ketimpangan penelitian tersebut membuka ruang untuk melihat wanprestasi sebagai gejala sosial yang kompleks dalam sistem jasa berbasis kepercayaan. Dalam perspektif sosiologi, wanprestasi tidak hanya merupakan kegagalan memenuhi kontrak, tetapi juga kegagalan menjaga ekspektasi, reputasi, dan simbol sosial dari relasi antara konsumen dan penyedia jasa (Monalisa et al., 2025; Rahma, 2025). Ketika kontrak tidak terdokumentasi dengan baik, maka indikator kepercayaan dan kredibilitas menjadi pengganti hukum formal. Oleh karena itu, penting untuk meninjau bagaimana dinamika sosial seperti negosiasi, konflik, kompromi, dan penghindaran diselesaikan dalam konteks wanprestasi, yang tidak dapat dijelaskan semata melalui norma hukum. Kajian semacam ini penting dilakukan agar pemahaman kita terhadap praktik jual beli jasa menjadi lebih kontekstual, terutama di lingkungan sosial yang lebih informal seperti *workshop* otomotif di daerah.

Dalam konteks Kabupaten Sleman, praktik jual beli barang dan jasa di *workshop* otomotif memperlihatkan pola-pola sosial yang khas, di mana konsumen dan pemilik bengkel membangun relasi berulang berdasarkan kedekatan, rekomendasi sosial, dan pengalaman personal. Dalam praktiknya, berbagai bentuk wanprestasi ditemukan mulai dari pekerjaan yang tidak selesai sesuai waktu, penggunaan suku cadang tidak sesuai, hingga ketidaksesuaian harga dengan kesepakatan awal. Di sisi lain, penyedia jasa juga kerap mengalami kerugian akibat ketidaktepatan pembayaran dari konsumen atau tuntutan berlebihan yang tidak disepakati sejak awal. Fenomena ini menggambarkan bahwa wanprestasi merupakan gejala sosial dua arah yang terjadi dalam situasi ketidakpastian relasi ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti secara kualitatif bagaimana aktor-aktor sosial memahami, menegosiasikan, dan menyelesaikan konflik yang muncul dari wanprestasi dalam transaksi jasa.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika sosial yang terjadi dalam praktik transaksi barang dan jasa di *workshop* otomotif di Kabupaten Sleman, dengan fokus pada kasus-kasus wanprestasi. Penelitian

ini akan mengkaji bagaimana relasi sosial antara konsumen dan penyedia jasa terbentuk, bagaimana kepercayaan dibangun dan dilanggar, serta bagaimana masyarakat secara informal menyelesaikan sengketa dalam situasi yang minim dokumen kontrak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian sosiologi ekonomi, terutama dalam memahami interaksi dan konflik dalam sistem jasa informal berbasis kepercayaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Ridlo (2023) menjelaskan pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendalami secara intensif fenomena sosial yang terjadi dalam konteks tertentu, yaitu praktik transaksi jasa dan barang di *workshop* otomotif Kabupaten Sleman. Studi kasus dipandang relevan untuk menggali dinamika sosial, konflik, dan interaksi antar aktor dalam peristiwa wanprestasi yang bersifat kontekstual dan kompleks (Kusmarni, 2012). Penelitian ini tidak bertujuan menghasilkan generalisasi statistik, tetapi lebih pada pemahaman mendalam terhadap makna sosial di balik tindakan, persepsi, dan praktik para pelaku dalam transaksi jasa. Peneliti memfokuskan kajian pada kasus-kasus nyata yang mencerminkan interaksi sosial yang rentan terhadap pelanggaran kesepakatan dan ketidakjelasan ekspektasi layanan.

Subjek penelitian terdiri dari dua kelompok utama, yaitu penyedia jasa (pemilik atau pengelola *workshop* otomotif) dan konsumen yang pernah melakukan transaksi di *workshop* tersebut dan mengalami atau menyaksikan wanprestasi. Pemilihan subjek dilakukan dengan *snowball* sampling, Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi informan kunci yang kemudian merekomendasikan partisipan lain dari kenalan mereka, sehingga sampel "bertumbuh" seperti bola salju (Robinson, 2024).

Pendekatan ini dinilai sangat relevan mengingat sifat informal dan potensi tertutupnya informasi terkait wanprestasi dalam layanan otomotif di Kabupaten Sleman. Dalam konteks ini, informan yang dipilih adalah mereka yang pernah terlibat dalam konflik atau ketidaksesuaian layanan dalam proses jual beli barang dan jasa di bengkel otomotif. Subjek juga mencakup pihak-pihak lain yang memiliki keterlibatan dalam dinamika transaksi jasa, seperti teknisi atau karyawan bengkel, serta pihak dari lembaga mediasi atau penyelesaian sengketa konsumen. Fokus pengamatan diarahkan pada relasi, persepsi, dan tindakan sosial yang muncul akibat ketidaksesuaian janji layanan (wanprestasi) yang berdampak pada hubungan sosial antara konsumen dan penyedia jasa. Pemilihan subjek penelitian mempertimbangkan aspek representivitas sosial dari komunitas bengkel di wilayah Kabupaten Sleman.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur terhadap pemilik bengkel, teknisi, dan konsumen untuk menggali

pengalaman, persepsi, dan strategi dalam menghadapi permasalahan layanan yang tidak sesuai. Observasi dilakukan di lokasi *workshop* untuk memahami dinamika interaksi, proses negosiasi, dan bentuk penyelesaian sengketa yang muncul dalam praktik sehari-hari. Peneliti mencatat bagaimana konsumen menyampaikan keluhan, bagaimana penyedia jasa meresponsnya, serta bagaimana suasana relasional antara kedua belah pihak terbentuk. Selain itu, dokumentasi berupa foto, nota transaksi, catatan layanan, serta rekaman percakapan (dengan izin) dijadikan sebagai bukti pendukung triangulasi data.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik kualitatif (Adelliani et al., 2023). Proses analisis dimulai dengan transkripsi hasil wawancara dan pencatatan hasil observasi lapangan secara sistematis. Selanjutnya, peneliti melakukan proses coding untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kategori yang relevan dengan isu wanprestasi dan dinamika sosial dalam transaksi jasa. Tema-tema tersebut kemudian dikembangkan menjadi narasi analitis yang mengaitkan data lapangan dengan kerangka teori yang digunakan, seperti teori interaksi simbolik dan teori kepercayaan. Dalam proses interpretasi, peneliti berupaya memahami makna di balik tindakan sosial, konflik, serta proses negosiasi yang terjadi antar aktor dalam praktik layanan bengkel.

Hasil dan Diskusi

1. Karakteristik Sosial dan Ekonomi Para Pihak dalam Transaksi

Hasil penelitian ini secara tegas menunjukkan bahwa praktik transaksi jasa dan barang di *workshop* otomotif di Kabupaten Sleman bukan sekadar pertukaran ekonomi, melainkan fenomena sosial yang kompleks dan sangat dipengaruhi oleh interaksi, ekspektasi, dan makna simbolik yang berkembang di antara para pihak. Relasi antara konsumen dan penyedia jasa ini tidak terbentuk semata-mata oleh dokumen atau aturan hukum tertulis, melainkan oleh proses komunikasi berulang yang berlandaskan pada kepercayaan. Temuan ini sangat relevan dengan pandangan teori interaksi simbolik Herbert Blumer, yang menekankan bahwa makna-makna sosial, termasuk konsep-konsep seperti "kepercayaan," "profesionalisme," dan bahkan "kesalahan teknis," tidak bersifat tetap atau inheren. Sebaliknya, makna-makna ini secara dinamis dibentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi berulang antar individu berdasarkan pemahaman bersama (Efendi et al., 2024).

Dari sisi konsumen, data penelitian mengungkapkan karakteristik sosial dan ekonomi yang beragam. Mereka umumnya berasal dari kalangan pekerja formal dan informal seperti guru, pedagang, karyawan swasta, dan pelaku usaha mikro dengan rata-rata usia 30 hingga 55 tahun. Yang paling signifikan, observasi pada 10-12 Maret 2024 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan datang tanpa rujukan hukum atau surat perjanjian, melainkan berdasarkan pengalaman pribadi atau rekomendasi personal. Ini

adalah indikasi kuat bahwa keputusan konsumen untuk memilih bengkel tidak didasarkan pada struktur hukum formal yang mengikat, melainkan pada modal sosial dan simbol relasional. Sebagaimana diungkapkan oleh Pak Deni (42 tahun) dalam wawancara pada 11 Maret 2024, ia "lebih memilih bengkel yang sudah ia kenal sejak lama, meskipun tidak pernah menandatangani perjanjian apa pun." Preferensi ini secara langsung menantang dominasi model rasional-legal Weberian dalam konteks transaksi jasa informal.

Fenomena ini sangat selaras dengan teori kepercayaan (*Vertrouwenstheorie*) yang berkembang dalam hukum perdata, namun di sini dibaca secara sosiologis. Teori ini menyatakan bahwa keabsahan suatu transaksi dalam banyak kasus lebih ditentukan oleh "kepercayaan wajar" (*reasonable trust*) yang muncul dari interaksi dan pengalaman bersama (Salim et al., 2023). Konsumen tidak mencari jaminan kontraktual yang formal, melainkan validasi dari pengalaman sebelumnya atau testimoni dari lingkaran sosial mereka. Mereka bergantung pada narasi informal, bukan pada legalitas dokumen. Hal ini diperkuat melalui observasi di Bengkel Wistara pada 11 Maret 2024, di mana "interaksi antara pelanggan dan teknisi berlangsung informal namun intens," dan "keputusan pembelian suku cadang atau pergantian komponen dilakukan spontan di lokasi tanpa melalui proses administrasi resmi." Ini adalah bukti empiris dari "kepercayaan wajar" yang beroperasi sebagai fondasi transaksi, menempatkan hubungan pribadi di atas prosedur birokratis.

Dari sisi penyedia jasa, karakteristik mereka juga mencerminkan orientasi relasional ini. Mayoritas pemilik bengkel memiliki latar belakang pendidikan menengah kejuruan di bidang teknik otomotif dan pengalaman kerja lapangan yang substansial, antara 5 hingga 15 tahun. Sebagai contoh, pemilik Bengkel Simeon, Pak Dani, menuturkan saat wawancara pada 10 Maret 2024 bahwa ia "membuka usahanya setelah bekerja sebagai mekanik di dealer resmi selama hampir satu dekade." Ini menunjukkan bahwa kompetensi dan legitimasi mereka berasal dari pengalaman praktis (keterampilan terapan) dan bukan semata dari sertifikasi formal atau kepatuhan prosedur. Observasi pada 10-12 Maret 2024 menguatkan hal ini, "tidak semua bengkel menerapkan prosedur layanan standar seperti formulir kerja atau dokumen kontraktual." Bahkan, "dalam dokumentasi yang diperoleh dari Bengkel Barokah, tercatat bahwa nota transaksi hanya mencantumkan nama barang dan jumlah biaya tanpa deskripsi spesifik pekerjaan atau garansi." Absennya dokumentasi formal ini secara eksplisit mengindikasikan dominasi sistem relasional dibandingkan sistem rasional-legal Weber. Dalam sistem ini, reputasi dan ikatan personal menjadi modal utama, melebihi jaminan legalitas. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti integritas, keahlian yang terbukti, dan kemampuan membangun hubungan baik lebih dihargai daripada kepatuhan terhadap standar birokrasi, yang mencerminkan adaptasi mereka terhadap budaya komunikasi khas masyarakat lokal yang cenderung informal dan berbasis rasa percaya.

2. Pola Wanprestasi dalam Transaksi Jasa dan Barang

Penelitian ini menemukan bahwa meskipun transaksi di *workshop* otomotif Sleman berakar pada kepercayaan informal, pola wanprestasi atau cedera janji tetap merupakan fenomena yang lazim terjadi. Dari kombinasi wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi (10-12 Maret 2024), beberapa bentuk wanprestasi yang sering muncul adalah keterlambatan penyelesaian pekerjaan, perbedaan antara janji awal dan hasil akhir layanan, penggunaan suku cadang yang tidak sesuai, serta penambahan biaya tanpa pemberitahuan. Ini menunjukkan bahwa, terlepas dari fondasi relasional yang kuat, terdapat disfungsi-disfungsi signifikan dalam pemenuhan ekspektasi layanan yang diberikan.

Wanprestasi dalam konteks ini dapat dipahami sebagai bentuk disfungsi dalam relasi jasa yang berbasis kepercayaan (Bhakti, 2024). Ketika transaksi didasarkan pada asumsi "kepercayaan wajar" dan komunikasi lisan, setiap kegagalan untuk memenuhi janji yang tersirat atau eksplisit akan mengikis fondasi tersebut. Contoh empiris yang mendukung ini adalah observasi di Bengkel Simeon pada 10 Maret 2024, di mana peneliti mencatat "dua kendaraan yang dibiarkan tidak dikerjakan selama lebih dari tiga hari dari jadwal yang dijanjikan, tanpa ada pemberitahuan kepada konsumen." Ini bukan hanya kegagalan teknis, tetapi juga kegagalan komunikasi yang merusak ekspektasi konsumen.

Selain itu respons konsumen terhadap wanprestasi ini, yang tidak selalu dalam bentuk konfrontatif atau formal secara hukum. Sebagian besar konsumen memilih menyampaikan komplain secara lisan, tidak langsung, atau bahkan tidak mengadukannya sama sekali. Ibu Ria (37 tahun), seorang konsumen Bengkel Wistara, mengungkapkan pengalamannya di wawancara pada 11 Maret 2024: "Saya pikir sudah beres, ternyata masalahnya belum selesai. Tapi saya tidak tahu harus komplain ke siapa karena cuma dikasih nota harga, bukan surat perbaikan." Ketiadaan dokumen formal, seperti "surat perbaikan" atau "garansi," menciptakan ambiguitas dan kebingungan, yang pada gilirannya menghambat proses pengaduan formal.

Ini memperkuat argumen bahwa wanprestasi dalam konteks lokal tidak semata-mata dilihat sebagai pelanggaran kontraktual dalam pengertian hukum positif, tetapi lebih sebagai gangguan hubungan sosial (Ratna, 2025). Pelanggaran janji di sini melampaui dimensi hukum dan masuk ke ranah pelanggaran harapan sosial dan ekspektasi simbolik yang telah dibangun dalam transaksi berulang (Cahayani, 2023; Prihatin et al., 2023; Sidarta et al., 2025). Ketika ekspektasi ini tidak terpenuhi—misalnya, melalui "ketidakesesuaian antara item suku cadang yang dicatat dalam nota dengan komponen yang dipasang" yang ditemukan di Bengkel Barokah, atau "biaya akhir yang dibayarkan lebih besar dari perkiraan awal" seperti dialami Pak Harto (wawancara 12 Maret 2024)—itu adalah pengkhianatan terhadap kepercayaan, bukan hanya pelanggaran klausul kontrak. Observasi pada 12 Maret 2024 yang menyatakan bahwa

"proses komunikasi teknisi dengan konsumen berlangsung sambil lalu, tanpa pencatatan atau konfirmasi tertulis" semakin menegaskan bahwa masalah wanprestasi sering kali berakar pada komunikasi yang tidak transparan dan kurangnya formalisasi, bukan sekadar niat buruk.

Lebih lanjut, penelitian juga mengidentifikasi bahwa bentuk wanprestasi dapat muncul dari faktor eksternal, namun dampaknya tetap dirasakan oleh konsumen sebagai kegagalan pelayanan. Kasus di Bengkel Simeon pada 11 Maret 2024, di mana "kendaraan milik konsumen tertunda pengerjaannya karena menunggu pengiriman suku cadang dari luar kota," menyoroti hal ini. Seperti yang dijelaskan oleh teknisi Mas Arif, "barang dari Jakarta biasanya datang dua hari, tapi ini telat seminggu. Konsumen jadi marah ke kita" (wawancara 11 Maret 2024). Dalam situasi ini, meskipun penyebabnya di luar kendali bengkel, konsumen tetap mengalami kekecewaan yang mengikis kepercayaan mereka. Ini menunjukkan bahwa dalam sistem relasional, tanggung jawab atas hasil akhir sering kali menjadi beban penyedia jasa, terlepas dari sumber masalahnya. Wanprestasi, dalam kerangka interaksi simbolik, menjadi sinyal bahwa simbol-simbol harapan dan kepercayaan yang dibangun telah mengalami keretakan.

3. Strategi Penyedia Jasa dalam Menangani Komplain dan Membangun Kepercayaan

Meskipun praktik wanprestasi sering terjadi dalam transaksi informal di *workshop* otomotif Sleman, penelitian ini mengungkap bahwa penyedia jasa telah mengembangkan berbagai strategi sosial yang adaptif untuk menangani keluhan pelanggan dan membangun kepercayaan. Pendekatan ini secara inheren informal dan situasional, sangat bergantung pada tingkat kedekatan dengan konsumen dan nilai ekonomi transaksi, jauh berbeda dari resolusi konflik formal yang ditemukan dalam sistem kontraktual yang kaku. Strategi-strategi ini secara eksplisit memperlihatkan pentingnya modal reputasi dalam ekosistem usaha jasa lokal (Azarah et al., 2024). Berikut adalah strategi utama yang ditemukan:

3.1. Kompensasi Non-Kontraktual dan Restorasi Kepercayaan:

Penyedia jasa sering menawarkan perbaikan ulang tanpa biaya tambahan atau kompensasi informal lainnya sebagai respons terhadap keluhan. Sebagai contoh, di Bengkel Barokah pada 12 Maret 2024, seorang teknisi langsung menawarkan pengecekan ulang tanpa biaya tambahan saat pelanggan mengeluh tentang suara mesin yang masih kasar setelah servis, meskipun tidak ada jaminan tertulis. Ini adalah bentuk kompensasi non-formal yang berorientasi pada pemeliharaan relasi sosial jangka panjang, bukan pada pemenuhan kewajiban kontraktual semata. Pemilik Bengkel Barokah, Pak Kurniawan, menegaskan prinsip ini pada wawancara 12 Maret 2024: "Kalau ada yang kurang, biasanya kami benahi saja. Daripada pelanggan kecewa. Toh lebih baik rugi sedikit daripada nama rusak." Pernyataan ini secara jelas menunjukkan bahwa reputasi dipandang jauh lebih berharga daripada instrumen hukum formal dalam

mempertahankan pelanggan, sekaligus menjadi bukti konkret bagaimana norma timbal balik (*reciprocity norms*) beroperasi, di mana penyedia jasa merasa berkewajiban menjaga loyalitas konsumen meskipun tidak terikat secara hukum (Devana & Mulyana, 2025; Rachmad et al., 2023).

3.2. Pembangunan Kapital Sosial Melalui Interaksi Personal

Strategi ini melibatkan penggunaan keramahan interpersonal dan pengenalan personal terhadap pelanggan untuk menciptakan ikatan emosional. Observasi di Bengkel Simeon pada 10 Maret 2024 menunjukkan bagaimana teknisi bernama Mas Bowo "mengenalinya beberapa pelanggan tetap secara langsung, bahkan menyapa dengan menyebut nama mereka." Interaksi personal semacam ini terbukti menciptakan suasana keakraban yang kuat, yang secara signifikan berkontribusi pada loyalitas konsumen bahkan setelah mereka mengalami kendala layanan sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa kemampuan penyedia jasa untuk merespons keluhan dengan empati dan fleksibilitas, daripada hanya berpegang pada aturan kaku, jauh lebih efektif dalam membangun loyalitas.

3.3. Diferensiasi Layanan Berdasarkan Loyalitas

Konsumen yang telah menunjukkan loyalitas (misalnya, datang lebih dari dua kali) cenderung menerima perlakuan istimewa berupa potongan harga, atau layanan tambahan gratis. Dokumentasi nota dan catatan transaksi di ketiga bengkel mengungkap hal ini. Misalnya, pada nota pembelian di Bengkel Wistara, terdapat tulisan tangan "langganan gratis pengecekan radiator," yang menandakan pemberian fasilitas tambahan sebagai penghargaan atas loyalitas. Hal ini juga diamini oleh Bu Ratna, pelanggan tetap bengkel tersebut, yang pada wawancara 11 Maret 2024 menyatakan: "Meskipun dulu sempat kecewa karena perbaikan lama, saya tetap ke sini karena Mas-nya tanggap dan tidak pernah marah kalau kita protes." Strategi ini menggarisbawahi pentingnya nilai pelanggan jangka panjang dan bagaimana apresiasi informal dapat mengukuhkan ikatan.

3.4. Ekstensi Ruang Komunikasi Informal

Sebagian bengkel telah mengintegrasikan media sosial dan grup komunikasi digital sebagai bagian dari strategi sosial mereka. Di Bengkel Simeon, pemilik bengkel membentuk grup WhatsApp pelanggan tetap untuk berbagi jadwal promo servis dan pengingat ganti oli (observasi 10 Maret 2024). Upaya ini tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga secara signifikan membangun ikatan sosial yang lebih personal antara bengkel dan pelanggan, menciptakan kapital sosial simbolik yang vital (Wisadirana et al., 2024). Peneliti mencatat bahwa kelompok ini bahkan menjadi forum informal bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau kritik secara langsung kepada pemilik bengkel tanpa harus hadir secara fisik. Ini adalah manifestasi modern dari komunikasi berbasis kepercayaan, di mana platform digital dimanfaatkan untuk memperkuat ikatan

personal dan memfasilitasi resolusi konflik yang informal, selaras dengan budaya masyarakat lokal.

Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa transaksi di *workshop* otomotif Kabupaten Sleman bukanlah sekadar pertukaran ekonomi, melainkan fenomena sosial kompleks yang sangat bergantung pada kepercayaan. Relasi antara konsumen dan penyedia jasa tidak didasarkan pada dokumen hukum formal, melainkan dibangun melalui interaksi berulang, rekomendasi personal, dan pemahaman bersama akan "kepercayaan wajar" (*reasonable trust*). Konsumen memilih bengkel berdasarkan pengalaman dan testimoni sosial, sementara penyedia jasa mengandalkan reputasi dan keahlian praktis. Ini menunjukkan dominasi modal sosial dan simbol relasional di atas model rasional-legal dalam konteks praktik bisnis informal.

Meskipun fondasi kepercayaan ini kuat, wanprestasi seperti keterlambatan atau ketidaksesuaian layanan tetap lazim terjadi. Namun, respons konsumen cenderung informal, menunjukkan bahwa pelanggaran janji lebih dianggap sebagai gangguan hubungan sosial daripada pelanggaran kontraktual. Menariknya, penyedia jasa telah mengembangkan strategi adaptif untuk mengatasi hal ini, termasuk kompensasi non-kontraktual, pembangunan kapital sosial melalui interaksi personal, diferensiasi layanan berdasarkan loyalitas, dan ekstensi ruang komunikasi informal (misalnya, grup WhatsApp). Strategi-strategi ini secara eksplisit menunjukkan bagaimana reputasi dan norma timbal balik menjadi aset paling berharga dalam menjaga loyalitas pelanggan di ekosistem usaha jasa lokal ini.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan memperluas pemahaman kita tentang bagaimana kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme regulasi utama di pasar informal, bahkan melampaui kerangka hukum formal. Kami menunjukkan secara empiris bagaimana teori interaksi simbolik relevan dalam menganalisis pembentukan makna sosial seperti "kepercayaan" dan "wanprestasi" dalam praktik ekonomi sehari-hari. Selain itu, studi ini memperkaya diskursus mengenai praktik bisnis informal dengan menyoroti resiliensi dan adaptasi model operasionalnya, khususnya dalam pengelolaan reputasi dan hubungan pelanggan di tengah insiden wanprestasi.

Dari segi praktis, temuan ini menyarankan bahwa penyedia jasa harus terus memprioritaskan pembangunan dan pemeliharaan hubungan personal serta transparansi komunikasi untuk memperkuat kepercayaan. Bagi pemerintah dan regulator, pendekatan perlindungan konsumen berbasis komunitas yang selaras dengan budaya bisnis informal—seperti mediasi konflik informal atau pengembangan platform reputasi—akan lebih efektif daripada memaksakan model kontrak formal. Ini akan memperkuat mekanisme kepercayaan yang sudah ada dan mendukung keberlanjutan sektor usaha informal.

Referensi

- Adelliani, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). *Analisis tematik pada penelitian kualitatif*. Penerbit Salemba.
- Azarah, A. Y., Harpy, M. S., & Agustina, R. D. (2024). Peran Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Laundry Rumahan di Kabupaten Jember. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 1–12.
- Bhakti, M. P. (2024). *Rekonstruksi Perlindungan Hukum Kepada Pelaku Usaha Dalam Kasus Kegagalan Konstruksi Yang Berbasis Nilai Keadilan*. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia).
- Cahayani, D. (2023). Kesepakatan Dalam Perjanjian Sebagai Langkah Preventif Terhadap Pencegahan Wanprestasi. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(10), 2007–2016.
- Devana, N., & Mulyana, O. P. (2025). Hubungan antara Keadilan Distributif dengan Organization Citizenship Behavior pada Karyawan. *Jurnal Global Ilmiah*, 2(9), 665–675.
- Efendi, E., Fadila, F., Tariq, K., Pratama, T., & Azmi, W. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Praktis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1088–1095.
- Febriansyah, A., Sudarsono, B. G., & Sharyanto, S. (2025). Design and Develop a Web-Based Vehicle Repair Information System At The New Life Motorcycle Workshop. *Jurnal Sains Dan Teknologi Widyaloka (JSTekWid)*, 4(1), 29–39.
- Galib, M., Abubakar, A., & Irham, M. (2024). Jual Beli Online Dalam Perspektif Alquran. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 230–240.
- Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208–213.
- Johan, M. P. S., & Hakim, L. (2024). Tanggung Jawab Perdata oleh Konsumen yang Tidak Memiliki Legal Standing Kepada Perusahaan Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Putusan Nomor: 14/Pdt. G/2023/PN TJK). *Journal of Law, Education and Business*, 2(1), 498–509.
- Kurniawan, N. S. (2014). Konsep Wanprestasi Dalam Hukum Perjanjian Dan Konsep Utang Dalam Hukum Kepailitan (Studi Komparatif Dalam Perspektif Hukum Perjanjian Dan Kepailitan). *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 3(1), 44110.
- Kusmarni, Y. (2012). Studi kasus. *UGM Jurnal Edu UGM Press*, 2, 1–12.
- Martinelli, I., Athayya, K. A., Vadia, N., & Aprilliani, F. (2025). Pemaknaan Hukum Terhadap

- Tindakan Wanprestasi Dalam Perjanjian Kerja Sama Usaha Dan Relevansinya Dengan Teori Norma Hans Kelsen (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 6718 K/PDT/2024). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(5), 2073–2083.
- Maulana, F., & Ustafiano, B. (2023). Perencanaan Sistem Manajemen Bengkel Prodi Pendidikan Vokasional Teknologi Otomotif Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Vokasional Teknologi Otomotif*, 1(1), 22–29.
- Monalisa, M., Hasan, U. Y., & Yahya, T. (2025). Gugatan Immateriil dalam Konteks Wanprestasi pada Perjanjian di Indonesia. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 11(1), 180–204.
- Ndun, I. J. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Suku Cadang Sepeda Motor Honda. *Mimbar Keadilan*, 1–17.
- Prihatin, L., Amin, M., & Darmawan, D. (2023). Implikasi asas proporsionalitas dalam wanprestasi: suatu upaya mewujudkan keadilan substantif. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 186–194.
- Rachmad, Y. E., Erwin, E., Hamid, R. S., Suarniki, N. N., Ardyan, E., Syamil, A., Setiawan, Z., & others. (2023). *Psikologi Pemasaran Society 5.0: Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahma, R. (2025). *Wanprestasi pada jual beli karak Perspektif Sosiologi Hukum Islam (Studi kasus di Desa Sumberbendo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)*. IAIN Kediri.
- Ratna, H. (2025). *Asas-Asas Umum Hukum Perdata dalam Perspektif Modern*. Takaza Innovatix Labs.
- Ridlo, U. (2023). *Metode penelitian studi kasus: teori dan praktik*. Publica Indonesia Utama.
- Salim, A, & Wahyuningsih, W. (2023). *Perancangan Kontrak & Memorandum of Understanding (MoU)*. Sinar Grafika.
- Sidarta, D. D., & Lestari, S. E.. (2025). Wanprestasi Dalam Kontrak Pelaksanaan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah. *Court Review: Jurnal Penelitian Hukum (E-Issn: 2776-1916)*, 5(03), 60–73.
- Supriatna, A., & Ratnasari, A. (2019). Analisa Dan Perancangan Sistem Infromasi Servis Mobil Dan Penyediaan Mekanik Pada Sony Otomotif. *Jukomika-(Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika)*, 2(6), 223–231.
- Valencya, N., Linsetyowati, N. C. C., Arfianti, Y. P., Zuhriyah, S. A., Musyaffa, A. F., & Khusumadewi, A. (2025). Kearifan Lokal Hasthalaku sebagai Pendekatan Konseling Multibudaya untuk Meningkatkan Harmoni Sosial: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 747–757.

- Wirawan, A. F., Djaja, B., & Sudirman, M. (2025). Analisis Yuridis Terhadap Penerapan Sanksi Wanprestasi Dalam Perjanjian Kerja Sama Dagang Di Indonesia. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(6), 2517–2522.
- Wisadirana, D., Chawa, A. F., Susanti, A., Izana, N. N., Sari, Q. I. P., Siwi, L. P., Kartika, A., & Amalia, B. R. (2024). *Pendayagunaan Kapital Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Universitas Brawijaya Press.
- Yusran, H. L., Judijanto, L., Nuvriasari, A., Siagian, Y. M., & Hermawan, A. (2025). *Manajemen Jasa:: Membangun Hubungan Berkelanjutan dengan Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.