

## PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM TRAFU PRODUCTION

Adeline Oktalia<sup>1\*</sup>, Emilyya<sup>2</sup>, Joiceyn Agriffina<sup>3</sup>, Monica Ella<sup>4</sup>, Fitriana Aidnilla Sinambela<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas International Batam

Email: <sup>1)</sup> [2041049.adeline@uib.edu](mailto:2041049.adeline@uib.edu), <sup>2)</sup> [2041014.emilya@uib.edu](mailto:2041014.emilya@uib.edu),

<sup>3)</sup> [2041010.joiceyn@uib.edu](mailto:2041010.joiceyn@uib.edu), <sup>4)</sup> [2041029.monica@uib.edu](mailto:2041029.monica@uib.edu), <sup>5)</sup> [Fitrianaaidnillas@gmail.com](mailto:Fitrianaaidnillas@gmail.com)

### Abstract

*This study discusses how to manage demand and production capacity at UMKM Trafo Production. At the beginning of the pandemic, Trafo Production caused a fairly large negative impact on the world economy which had experienced a decline. Hence, this study aims to determine the types of demand patterns used by consumers, understand how to handle production capacity to meet consumer demand and to understand how to inventory demand with a waiting and queuing system. In this study, we use a qualitative descriptive analysis method, namely by describing or describing the UMKM Trafo Production in order to find out what services are provided by MSME and also the responses by consumers so that they can know the services provided and input from consumers through the interview method. In the results of the economic recovery that occurred when the implementation of the new normal era so that the number of service requests began to return to indicate a demand so that it experienced an increase by Trafo Production which required services in the field of videography, photos, logos and others related to postings on social media. The pattern of market demand for UMKM Trafo Production is also influenced by time, such as at the beginning of the month.*

*Keywords: Consumer, Demand Pattern, Production Capacity, Services*

### Abstrak

*Penelitian ini membahas bagaimana mengelola permintaan dan kapasitas produksi di UMKM Trafo Production. Pada awal pandemi, Trafo Production menimbulkan dampak negatif yang cukup besar terhadap perekonomian dunia yang sempat mengalami penurunan. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis pola permintaan yang digunakan oleh konsumen, memahami bagaimana menangani kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan konsumen dan memahami bagaimana menginventarisasi permintaan dengan sistem menunggu dan mengantri. Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan atau mendeskripsikan UMKM Trafo Production dalam rangka mengetahui layanan apa saja yang diberikan oleh UMKM dan juga respon oleh konsumen sehingga dapat mengetahui layanan yang diberikan dan masukan dari konsumen melalui metode wawancara. Dalam hasil pemulihan ekonomi yang terjadi ketika penerapan era new normal sehingga jumlah permintaan layanan mulai kembali menunjukkan permintaan sehingga mengalami peningkatan trafo Production yang membutuhkan layanan di bidang videografi, foto, logo dan lain-lain yang berkaitan dengan postingan di media sosial. Pola permintaan pasar untuk UMKM Trafo Production juga dipengaruhi oleh waktu, seperti pada awal bulan.*

*Kata kunci: Konsumen, Pola Permintaan, Kapasitas Produksi, Layanan*

## 1. PENDAHULUAN

Jasa merupakan suatu tindakan yang diberikan oleh pemberi kepada penerima jasa berupa suatu hal yang tidak berbentuk fisik dan tidak menimbulkan hak cipta terhadap sesuatu. Pemasaran merupakan kegiatan menjajarkan atau menawarkan suatu barang atau jasa yang bernilai atau berguna bagi konsumen, klien, dan masyarakat umum. Proses merencanakan dan melaksanakan hasil pemikiran melalui promosi, dan menetapkan harga jual dengan membuat pergantian yang saling menguntungkan serta memenuhi permintaan konsumen merupakan manajemen pemasaran.

Pemasaran jasa adalah tindakan penawaran jasa terhadap penerima jasa yang hasil pengerjaannya memuaskan tujuan dan keinginan serta permintaan konsumen. Menurut Wijaya, permintaan merupakan jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama suatu periode waktu tertentu. Berbagai macam-macam pola permintaan konsumen antara lain, pola permintaan absolut, pola permintaan efektif dan pola permintaan potensial. Keinginan konsumen dalam menentukan dan menetapkan untuk menerima serta mengambil jasa yang ditawarkan sangat berhubungan dengan cara pengerjaan penyedia jasa dalam mengetahui hal-hal yang penting dalam setiap proses pengerjaan sehingga konsumen dapat puas dengan pengerjaan pelayanan jasa tersebut. Cara pengambilan keputusan penerima jasa tidak mudah dikarenakan penerima jasa harus memikirkan kebutuhan, informasi penyedia jasa, evaluasi alternatif serta hasil dari keputusan untuk pembelian tersebut. Keinginan penerima jasa juga dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan waktu serta budaya serta penyesuaian pihak penyedia layanan harus memperhatikan serta mengikuti budaya serta tren yang sedang terjadi sehingga kepuasan penerima jasa dapat dimaksimalkan.

Menurut Heizer & Render (2015), kapasitas produksi merupakan inovasi atau kemajuan dari komponen yang dimana tempat tersebut dapat memfasilitasi serta merapikan, membenahi, serta menghasilkan dalam suatu siklus waktu. Kapasitas produksi pada bidang jasa melingkupi fasilitas fisik serta fasilitas sarana yang didesain untuk menampung permintaan pelanggan sehingga semua permintaan dapat terpenuhi. Dalam bidang jasa sangat penting untuk memahami pengelolaan permintaan konsumen untuk memuaskan keinginan konsumen sehingga suatu sektor jasa tersebut dapat berkembang dengan membangun kepercayaan konsumen. Dalam kapasitas produksi jasa juga harus ditingkatkan agar dapat memenuhi seluruh permintaan konsumen.

Bisnis fotografi merupakan bisnis yang sangat menjanjikan di era modern sekarang ini, foto adalah hal utama dari usaha ini. Bisnis fotografi ini menawarkan jasa nya dengan cara yang terbilang cukup pandai dengan menjajarkan hasilnya di media sosial sehingga bukan hanya lingkungan keluarga atau sekitar bahkan luar kota maupun negara dapat dijangkau sehingga menciptakan peluar usaha yang lebih baik dan luas cakupannya. PT. Trafo Production merupakan perusahaan yang berdiri sejak 2018 di kota Batam bergerak pada bidang kreatif konsultan, didirikan oleh empat orang yaitu Billy Boy, Abethnego, Darwin Winata, dan Vito Aurelio. Tujuan Trafo Production adalah meningkatkan pemasaran bisnis maupun brand suatu produk dengan media fotografi. Trafo Production menawarkan jasanya dengan pola perpaket untuk kebutuhan konsumen yang berbeda-beda serta memiliki bonus dan free didalamnya. Trafo Production menawarkan kualitas foto serta video yang menjanjikan, dengan harga yang terbilang cukup murah terdapat paket foto produk dan juga paket foto makanan berkisar dari Rp200.000- Rp800.000 ribu rupiah, sedangkan untuk video

dengan harga Rp2.500.000 sampai Rp3.500.000 ribu rupiah. Trafo Production memiliki kapasitas karyawan yang memadai untuk semua permintaan dari konsumen sehingga memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis pola permintaan yang digunakan oleh konsumen PT. Trafo Production, memahami bagaimana cara penanganan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan konsumen PT. Trafo Production, serta memahami cara inventarisasi permintaan dengan sistem tunggu dan antrian.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. *Excess Demand* (Kelebihan Permintaan)**

Kelebihan permintaan adalah situasi dimana harga yang terjadi lebih rendah dari harga keseimbangan yang mengakibatkan terjadinya suatu kelebihan permintaan. (Janna et al., 2022) Ini akan mengakibatkan situasi permintaan meningkat dan penawaran menjadi berkurang. Dimana artinya pada tingkat harga yang ditentukan masih banyak pembeli yang bersedia untuk membeli produk/jasa tersebut tetapi dalam jumlah barang yang ditawarkan hanya terbatas. keseimbangan yang merupakan kondisi ketidakseimbangan pasar. Dengan adanya kelebihan permintaan, maka harga akan naik, yang tentunya menyebabkan semakin banyaknya permintaan akan pengejaran produk/jasa yang tersedia dalam jumlah sedikit. Kenaikan harga pun perlahan akan membuat berkurangnya permintaan karena pembeli menganggap harga yang terlalu mahal. Hal ini akan menyebabkan pasar untuk mencapai keseimbangan barunya yaitu secara bertahap permintaan pasar akan menurun.

### **2.2. *Excess Capacity* (Kelebihan Kapasitas)**

Kelebihan Kapasitas adalah sebuah situasi atau hal dimana kapasitas produksi tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk pencapaian skala efisien minimum dimana hal ini berupa perusahaan melakukan produksi pada skala output yang rendah daripada yang direncanakan. (Mennuni et al., 2021) Jika terjadinya situasi kelebihan kapasitas pasti dalam operasional produk/jasa akan tidak efisien dikarenakan target yang diinginkan dalam suatu periode waktu tertentu tidak mencapai sehingga harga jual perusahaan akan bersaing diharga terendahnya yang menyebabkan penurunan dalam harga produk/jasa. Faktor yang menyebabkan situasi ini dapat terjadi adalah ketika permintaan muncul bersifat musiman dimana antara perusahaan akan beroperasi potensi outputnya atau menghadapi banyaknya kapasitas yang menganggur. Situasi ini dapat terjadi juga jika permintaan pelanggan menurun secara permanen.

### **2.3. *Fluctuations in Demand Threaten Service Productivity***

Permintaan yang fluktuatif menjadi suatu tantangan bagi banyak organisasi yang bergerak dalam layanan produk ataupun jasa seperti restoran, wisata, jasa pengiriman, jasa studio, perusahaan bergerak dalam bidang konsultan dan lain lainnya. Dengan bekerja sama secara keseluruhan organisasi dan sumber daya manusianya dapat menjadikan serta mengembangkan strategi dalam menyeimbangkan kapasitas dan permintannya dalam menambah pendapatan untuk perusahaan serta memberikan manfaat yang baik untuk pelanggan.

Fluktuasi permintaan konsumen menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan dalam perencanaan produksi (Darozat et al., 2022). Fluktuasi permintaan konsumen terhadap barang atau produk terkadang tidak dapat dihindari dan hampir selalu ada dalam suatu perusahaan, beberapa faktor seperti harga, tren, dan stok menjadi hal yang membuat perubahan atau fluktuasi pada pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi dalam bidang produk/jasa sangat penting apakah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen, jika sudah sesuai dengan harapan yang mereka inginkan maka kualitas layanan tersebut digolongkan berkualitas baik.

### **2.3.1 Productive Capacity**

Kapasitas produksi merupakan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan produk atau jasa untuk memenuhi permintaan pada pasar yang melibatkan kuantitas, biaya produksi dan waktu yang diperlukan dalam proses produksi. Tidak hanya itu, inovasi pada jasa dan produk juga sangat berperan penting dalam menentukan kapasitas produksi pada suatu perusahaan. Untuk mengetahui kemampuan produksi suatu usaha pada setiap periode, pengukuran waktu kerja dapat digunakan untuk mengetahui waktu standart dalam menyelesaikan suatu aktifitas pekerjaan (Hadinata et al., 2021).

Beberapa komponen dan resiko pada kapasitas produksi antara lain:

- a. *Facilities*, merupakan sarana yang tersedia digunakan untuk melakukan proses dalam jasa manusia ataupun perlengkapan untuk menyimpan serta memproses barang-barang dari kepunyaan mereka untuk ditawarkan kepada konsumen yang akan dijual.
- b. *Equipment*, peralatan yang digunakan dalam menghasilkan layanan dan produk, perlengkapan ini mengikuti kebutuhan akan permintaan pada produk/jasanya.
- c. *Labor*, orang-orang yang terlibat dalam proses berlangsungnya usaha, tenaga kerja ini menjadi kunci kapasitas produksi dalam semua bidang jasa. Jumlah tenaga kerja yang ada harus mencukupi permintaan yang ada supaya layanan yang tersedia dapat berkualitas baik.
- d. *Infrastructure*, seperti jalantol, jaringan listrik yang dapat mempermudah proses kapasitas produksi. Banyak organisasi yang bergantung untuk kapasitas yang memadai baik pada infrastruktur swasta ataupun negeri supaya layanan yang diberikan dapat berkualitas kepada setiap pelangganya.

Melakukan pencocokan pendekatan permintaan yang sesuai sangat penting karena kapasitas produksi bervariasi di setiap periode waktu, agar sama persis dengan permintaan yang diperkirakan maka dilakukannya pencocokan permintaan. Sedangkan kapasitas produksi dipertahankan konstan karena kapasitas produksi dalam satu periode juga berdampak pada kapasitas produksi pada periode berikutnya. Misalnya, pengurangan kapasitas produksi melalui pengurangan staf pada November akan mempersulit peningkatan kapasitas produksi pada Desember (Moreno-Camacho et al., 2019).

## **2.4. Managing Capacity**

Manajemen Kapasitas adalah strategi untuk menjelaskan sumber daya yang dibutuhkan dalam berbagai proyek. Manajemen kapasitas ini menjamin ketersediaan sumber daya di perusahaan dalam memenuhi permintaan. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam mengembangkan usahannya yaitu dilihat dari manajemen pengelola usahannya serta

manajemen dalam kapasitasnya (Dewi Sartika Nasution, 2018). Perusahaan dalam penyedia jasa layanan dapat mengalami keterbatasan kapasitasnya karena permintaan yang modelnya bervariasi, terdapat beberapa cara dalam menyesuaikan kapasitasnya sehingga masalah ini dapat dikurangi. Keseluruhan kapasitas dapat diatur untuk memnuhi permintaannya, dengan cara dipersempit ataupun diperluas.

#### **2.4.1 Media Sosial**

Media sosial merupakan sebuah tempat digital secara online yang memanfaatkan berbagai sarana digitalisasi, atau tempat untuk menerima dan membagikan informasi dalam bentuk foto, teks, video dan audi kepada pihak lainnya. Media sosial sekarang tidak hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat saja tetapi mampu menghubungkan dengan orang diseluruh dunia (Marpaung et al., 2021). Selain memiliki biaya promosi yang minim, proses promosi menggunakan media sosial lebih mudah dan jangkauannya lebih luas jika dibandingkan dengan strategi promosi lainnya (Piranda et al., 2022). Dengan adanya media social dapat meningkatkan kinerja manajemen kapasitas karena pelanggan dapat melakukan pemesanan layanan maupun produk secara *online*. Perusahaan yang memiliki konsep inovasi dipercaya untuk membantu agar menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, kerja inovasi juga dapat berpengaruh untuk hasil penjualan yang semakin meningkat (Becker et al., 2015).

### **2.5. Analyze Patterns of Demand**

Pola permintaan merupakan analisa mengenai data-data permintaan dan *customer* untuk mengetahui permintaan dalam jangka waktu tertentu. Analisis pola permintaan dapat dilakukan dalam satuan hari, minggu, bulan, tahun dan lain-lain. Ketidakpastian pada pasar akan mempengaruhi jumlah permintaan yang ada. Suatu perusahaan harus berada dalam posisi “*demand ready*” yang artinya perusahaan tersebut udah siap dalam menghadapi ketidakpastian permintaan yang dapat terjadi dimana dan kapanpun. Perubahan pola permintaan pada perusahaan dapat mempengaruhi kebijakan pada pengendalian dan perencanaan produksinya, perubahan pola permintaan ini dapat disebabkan dari beberapa faktor eksternal ataupun internal perusahaan (Karima et al., 2022). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pola permintaan yaitu sebagai berikut:

1. *Employment*, tingkat pengangguran yang tinggi.
2. *Billing or tax*, adanya bantuan yang diberikan oleh pemerintah dan pajak.
3. *Pay days*, menerima gaji sehingga permintaan cenderung naik.
4. *School hours/holidays*, disaat lagi sekolah dan liburan.
5. *Seasonal climate changes*, perubahan cuaca yang musiman seperti diluar negeri ada empat musim.
6. *Public/religious holidays*, liburan keagamaan seperti imlek (permintaan akan tiket transportasi naik, banyak toko tutup).
7. *Natural cycles*, perubahan alam.

### **2.6. Managing Demand**

Manajemen permintaan merupakan teknik yang digunakan untuk mengelola permintaan pada produk dan jasa dan didalamnya melibatkan proses perkiraan, perencanaan serta pengelolaan (Pamungkas et al., 2022). Proses permintaan mengacu pada tahap kegiatan dari perencanaan permintaan sampai penjualan untuk menghasilkan permintaan yang optimal.

Manajemen permintaan adalah suatu teknik yang digunakan dalam mengelola permintaan pada produk/jasa yang melibatkan dari proses perkiraan, perencanaan sampai dengan pengelolaan. Setelah memahami pola permintaan dari segmen pasar kita dapat mengelola permintaan dalam perusahaan kita. Terdapat beberapa strategi untuk mengelola permintaan, yang pertama mulai dari tindakan apapun terhadap suatu permintaan agar mengetahui sejauh sampai mana tingkat permintaan yang terjadi dalam perusahaan. Dari strategi ini konsumen akan belajar dari pengalaman mulut ke mulut untuk menggunakan jasa dan ketika jasa tersebut tersedia tanpa harus menunggu.

Terdapat beberapa cara dalam mengelola permintaan antara lain sebagai berikut:

- a. *Take no action*, membiarkan permintaan untuk menemukan tingkatannya sendiri (perusahaan terus memenuhi permintaan)
- b. *Interventionist approach*, mengurangi permintaan pada periode tertentu atau meningkatkan permintaan disaat terjadi kelebihan kapasitas.
- c. *Inventorying demand until capacity becomes available*, memiliki sistem reservasi atau sistem pengantrian yang menyeimbangkan permintaan dan kapasitas.

### **2.7. Inventory Demand Through Waiting Lines and Queuing Systems**

Sistem Antrian adalah sistem yang dimana suatu hal berada dibaris untuk menunggu dilayani. Tujuan dalam sistem antrian ini adalah meminimalkan biaya langsung yaitu biaya mengantri dan biaya untuk menambah fasilitas layanan (Hanifah et al., 2020). Salah satu tantangan dari jasa yaitu jasa tidak bisa disimpan atau digunakan dalam masa mendatang, tidak ada orang yang ingin menunggu dalam melakukan transaksi jasa. Perusahaan tidak bisa menyediakan kapasitas yang ekstra untuk yang tidak akan sering digunakan, maka cara yang dapat dilakukan perusahaan mengambil langkah untuk inventarisasi permintaan yang ada. Dengan cara meminta konsumen untuk menunggu dengan sistem datang yang pertama maka akan dilayani yang pertama. Perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal alternatif agar pelanggan merasa puas dengan cara yaitu:

1. Pertimbangkan Kembali sistem antrian yang digunakan apakah sudah efisien.
2. Menyesuaikan sistem antrian berdasarkan dari segmen pasar yang berbeda-beda
3. Mengelola persepsi antrian dan mengelola perilaku para pelanggan, kemudian merancang ulang proses dalam mempersingkat waktu untuk bertransaksi.

### **2.8 Customer Perceptions of Waiting Time**

Persepsi pelanggan tentang mempersepsikan waktu dalam menunggu merupakan hal yang penting untuk kehidupan sehari-hari (Duwi Nuryani et al., 2013). Kegiatan mengantri mudah ditemukan dilingkungan penyedia lingkungan dalam kepentingan publik. Untuk beberapa tempat sudah banyak yang menerapkan system antri, hampir semua tempat yang dikunjungi masyarakat akan melakukan kegiatan antri. Waktu tunggu akan memberikan permasalahan bagi perusahaan jasa karena ketika permintaan konsumen melebihi kapasitas yang ada akan menyebabkan antrian yang panjang, hal ini idisebabkan karena adanya tingkat pelayanan dan permintaan yang diberikan. Kedatangan konsumen yang secara random atau acak membuat kadang terjadi ketidaksesuaian dalam pemberian jasanya dan menyebabkan keterlambatan waktu. Kinerja waktu tunggu dapat diukur dengan beberapa cara salah satunya berapa lama seorang konsumen menunggu untuk memperoleh suatu pelayanannya

(Widjaya et al., 2014). Kepuasan dengan lingkungan untuk menunggunya akan berdampak pada kepuasan pelayanan, dari kepuasan pelayanan ini akan membuat loyalitas pelanggan terhadap produk/jasa yang sudah ditunggu. Keberhasilan perusahaan dapat bergantung terhadap kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan secara nyaman dan efisien, seperti menghilangkan ketidakpastian mengenai waktu tunggu yang diharapkan pelanggan.

### ***2.9. Inventory Demand Through Reservation Systems***

Sistem reservasi merupakan sebuah sistem yang menyediakan pelayanan *booking online* terhadap produk dan jasa sehingga terjadinya kondisi mutualisme antara pihak penyedia layanan (mempermudah dalam proses pengelolaan kapasitas) dan konsumen (efektif dan efisiensi waktu) (Rizka Utami Sinaga & Islam Negeri Sumatera Utara, 2021). Keuntungan dalam menerapkan sistem reservasi bagi produsen dapat menetapkan serta melakukan evaluasi dalam setiap produk/jasa melalui jumlah reservasi yang ada jauh sebelum produk dijual atau jasa di selenggarakan, dimana hasil evaluasi tersebut dapat membantu produsen dalam menentukan tahap tahap pemasaran yang akan dijual atau diselenggarakan tersebut. Sedangkan keuntungan sistem reservasi untuk konsumen yaitu konsumen bisa menimbang terlebih dahulu apakah pada saat membeli produk atau menggunakan jasa dapat tepat waktu atau sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

Sistem antrian reservasi dapat juga digunakan dalam menginventarisasi permintaan, ada beberapa manfaat dari sistem reservasi yaitu:

- a. Reservasi memungkinkan permintaan dapat dikendalikan dan fluktuasinya dapat berkurang.
- b. Sistem reservasi membantu perusahaan atau organisasi dalam mempersiapkan finansial dan proyek dalam mendatang.
- c. Mengurangi tingkat pengantrian dan membantu perusahaan dalam mengelola serta mengontrol permintaan yang ada.
- d. Menyediakan data-data yang dapat digunakan dalam menganalisis pola permintaan.

## **3. METODE PENELITIAN**

Pada tahapan pelaksanaan ini, kami menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara memaparkan atau mendeskripsikan UMKM Trafo Production agar dapat mengetahui apa saja jasa yang diberikan oleh UMKM dan juga tanggapan oleh konsumen sehingga dapat diketahui jasa yang diberikan dan masukan dari para konsumen melalui metode wawancara. Terdapat 2 tahapan wawancara yang akan dilaksanakan oleh kelompok kami dengan pemilik UMKM yaitu melalui media Zoom dan juga terjun langsung ke UMKM untuk dilakukan wawancara lebih detail. Kemudian untuk memperoleh tanggapan dari konsumen akan kami lakukan wawancara langsung di tempat UMKM Trafo Production mengenai alasan kenapa memilih dan tanggapan mereka setelah melakukan jasa Trafo Production.

### 3.1. Sesi Zoom

Sesi wawancara pertama yang dilakukan dengan pemilik UMKM Trafo Production akan dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2022. Wawancara akan dilakukan melalui aplikasi Zoom. Dibawah ini akan saya tampilkan beberapa pertanyaan kami terhadap pemilik UMKM mengenai informasi terkait profil dari UMKM dan juga layanan jasa apa saja yang diberikan oleh UMKM kepada konsumen, kami memilih untuk melakukan wawancara melalui Zoom karena menurut kami akan lebih akurat dan juga lebih jelas mendapatkan jawaban yang ingin kami dapatkan. Pemilik UMKM melakukan kerja sama yang sangat baik dengan kami sehingga kami mampu mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat. Dibawah ini terdapat pertanyaan serta jawaban yang merupakan hasil wawancara yang kami peroleh dari pelaksanaan Zoom:

**Tabel 1** Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Siapa Pendiri UMKM Trafo Production ?	Billy Boy, Abethnego, Darwin Winata dan Vito Aurelio
2	Kapan Berdirinya UMKM Trafo Production ?	Pada saat tahun 2018
3	Apa Tujuan didirikan bidang usaha Trafo Production ?	untuk melakukan manajemen bisnis dengan konsep kreatif demi meningkatkan bisnis atau brand dari setiap klien
4	Apa saja jasa yang tersedia di Trafo Production ?	menangani bisnis atau brand dalam bidang digital branding berupa layanan photography, videography & graphic desihn serta business& management consultant maupun apps development
5	Apa Keunikan / hal apa yang membuat Trafo production beda dengan yang lain ?	layanan revisi unlimited kepada customer, fix cost ( tidak adanya tambahan fee lain apabila telah menyepakatinya )
6	Bagaimana cara Trafo production mendapatkan klien ?	Menghampiri usaha bisnis kecil yang feed sosmed nya masih kurang kemudian menawarkan jasa kepada klien. Serta kami juga pernah melakukan event foto gratis untuk produk UMKM , dan berakhirnya menambah banyak sekali customer

### 3.2. Sesi Wawancara Dengan Pemilik

Kemudian sesi kedua kami melakukan wawancara tatap muka langsung dengan pemilik UMKM yaitu pada tanggal 10 Juli 2022 di UMKM Trafo Production, dibawah ini akan kami cantumkan pertanyaan yang kami tanyakan kepada pemilik UMKM untuk membantu lebih lanjut mengenai cara pemasaran serta tindakan yang dilakukan agar konsumennya puas dengan jasa yang diberikan.



**Gambar 1** Dokumentasi dengan salah satu pemilik UMKM

### 3.3. Sesi Wawancara Dengan Konsumen

Setelah melakukan sesi wawancara dengan pemilik UMKM Trafo Production, kami juga melakukan wawancara terhadap konsumen UMKM Trafo Production untuk mengambil tanggapan konsumen setelah menggunakan jasa dari Trafo Production dan juga alasan kenapa memilih UMKM Trafo Production. Dibawah ini akan kami cantumkan juga pertanyaan serta jawaban dari konsumen Trafo Production:

**Tabel 2** Pertanyaan dengan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Identitas Konsumen	Albert , 27 tahun
2	Apa saja jasa dari Trafo Production yang telah digunakan	fotography
3	Apa alasan menggunakan jasa Trafo Production	Karena menurut saya mereka ber 4 cukup berpotensi , dimana 4 anak tersebut juga anak muda yang sangat tekun, kemudian attitude mereka pada saat first meet juga sangat bagus , cara mendeskripsikan jasanya juga bagus , harga yang mereka tawarkan juga jauh lebih murah dibanding yang lain
4	Apa feedback anda setelah menggunakan jasa Trafo Production	Sangat bagus dan juga hasilnya sesuai dengan apa yang saya inginkan
5	apakah pernah melakukan revisi ?	pernah
6	ketika anda mengajukan revisi, apa respon mereka	mereka meminta maaf kemudian kami melakukan meet up untuk membahas lebih detail mengenai revisi apa yang saya inginkan
7	Apabila kedepannya anda memiliki produk baru , apakah masih tetap akan memilih Trafo production ?	masih, rencana kali ini saya datang juga ingin menggunakan jasa mereka untuk kedua kalinya
8	Apa jasa yang ingin anda ambil ?	videography serta social management
9	Alasan mengambilnya untuk kedua kali ?	karena mereka bertanggung jawab atas kesempatan merka yang pertama kali , jdi saya percaya

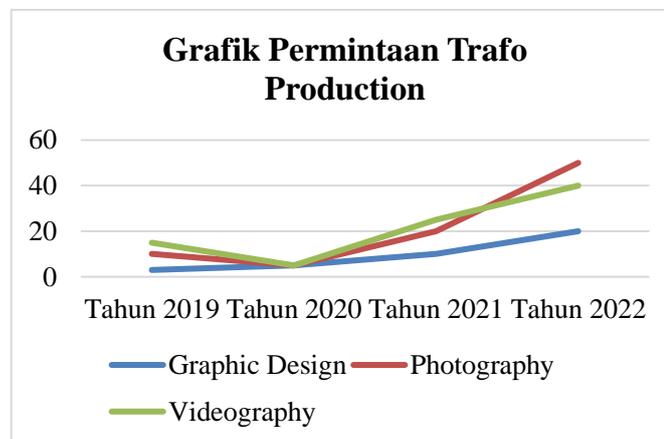


**Gambar 2** Dokumentasi dengan salah satu Konsumen

#### 4. HASIL DAN ANALISIS

##### 4.1. Pola Permintaan

Masa pandemi menimbulkan dampak negatif pada dunia perekonomian salah satunya yaitu jasa fotografi yang sangat dipengaruhi, dimana permintaan jasa saat pandemi menunjukkan tren penurunan dan pemulihan perekonomian mulai terjadi pada saat penerapan *new normal* ini sehingga permintaan jasa kembali perlahan menunjukkan peningkatan.



**Gambar 3** Grafik Permintaan

**Tabel 3** Produk Trafo per Tahun

	Graphic Design	Photography	Videography
Tahun 2019	2	10	15
Tahun 2020	5	5	5
Tahun 2021	10	20	25
Tahun 2022	20	50	40

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner*, pada Trafo Production mayoritas konsumen adalah masyarakat dari umur 20-50 tahun. Segmentasi geografis dari Trafo Production adalah masyarakat Batam dan UMKM atau jenis usaha lainnya yang membutuhkan jasa dalam bidang videography, foto, pembuatan logo terhadap bidang usahanya dan lain-lain. Saat ini, 80% konsumen Trafo Production lebih banyak menggunakan jasa videography yang dimana jasa berbentuk video dalam menjelaskan dan mengiklankan bidang usahanya. Dalam penggunaan jasa ini konsumen rata-rata sekalian mengambil dalam bentuk paket yang sudah tertera sehingga sering mendapatkan bonus foto dalam bidang usahanya. Kemudian, konsumen yang datang langsung ke toko dan melakukan keputusan pembelian umumnya dikarenakan rasa penasaran lebih detail mengenai Trafo Production dan komunikasi akan menjadi lebih mudah untuk dibahas secara langsung, sebagian konsumen juga mengambil keputusan pembelian disebabkan oleh iklan yang *owner* pasang pada aplikasi Facebook dan Instagram, serta informasi dari mulut ke mulut. Hal tersebut membuat UMKM Trafo Production telah menjual jasanya lebih dari 200 sejak berdiri hingga sekarang.

Pola permintaan pada UMKM Trafo Production dipengaruhi oleh waktu, seperti saat awal bulan, konsumen cenderung melakukan pembelian dengan total transaksi 10% lebih banyak dari biasanya. Pada saat hari libur juga permintaan konsumen meningkat, banyak konsumen yang menggunakan jasa UMKM ini. Acara khusus juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan pada Trafo Production semakin meningkat. Dari grafik permintaan Trafo Production dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan meningkatnya Covid-19, masyarakat diharuskan untuk mengikuti peraturan PPKM yang telah disediakan dan hal tersebut sangat berdampak pada semua UMKM terutama pada Trafo Production. Trafo Production mencari cara dengan menjaga protokol kesehatan yang kuat dan menjaga jarak dengan orang sekitarnya. Pada tahun 2021 hingga tahun 2022 terjadi peningkatan dikarenakan Covid-19 yang sudah menurun sehingga permintaan pada jasa Trafo Production semakin tinggi dikarenakan sudah dapat mengadakan acara-acara diluar rumah. Saat pandemi acara-acara lebih banyak digelar dalam rumah dengan mematuhi protokol kesehatan, Trafo Production juga melayani jasa yang dapat berkunjung ke tempat acara dengan jumlah anggota yang cukup sehingga masih sesuai dengan protokol kesehatan pandemi. Dapat dikatakan bahwa pola permintaan pada jasa Trafo Production yaitu pola tren. Grafik pada data Trafo Production terus bergerak naik secara bertahap. Grafik permintaan jasa oleh konsumen pada Trafo Production bervariasi pada setiap bulannya, grafik dapat menunjukkan kenaikan maupun penurunan peminat, namun secara skala tahunan permintaan konsumen selalu meningkat dari tahun ke tahun.

#### **4.2. Pengelolaan Permintaan**

Masa pandemi pada tahun 2020 mempengaruhi besar pada jasa bidang fotografi menunjukkan tren penurunan yang signifikan disebabkan oleh tidak adanya pergelaran acara-acara dan hingga kini memasuki era *new normal* jasa fotografi kembali meningkat jumlah pengguna jasanya.

Manajemen sosial media pada saat ini menjadi salah satu tren yang sedang naik daun, Trafo Production menjadi solusi dalam mendesain konten terlihat menarik yang akan diunggah pada sosial media. Visualisasi menjadi salah satu hal yang akan dilirik dalam perkembangan sebuah “brand”. Untuk menarik perhatian calon konsumen, promosi produk

dilakukan dengan memanfaatkan fotografi sebagai media visual disertakan konten yang kreatif dan memiliki nilai fungsi, dengan itu calon konsumen dapat mempelajari keunggulan produk tersebut dari bayangan visualisasi yang didapatkan. Fotografi akan menjadi jasa yang akan digunakan pada acara seperti acara pernikahan, ulang tahun, dan wisuda sehingga dapat dinyatakan jasa fotografi pada masa kini sangat dibutuhkan.

Dalam manajemen permintaan Trafo Production melakukan pemasaran dengan cara memberikan bonus kepada pelanggan agar mereka merasa senang. Dengan melakukan teknik *take and give*, maka pelanggan merasa senang dan akan melakukan rekomendasi kepada orang lain. Salah satu trik dari Trafo Production yaitu mengutamakan kesenangan hati pelanggan daripada pendapatan mereka. *Service* yang dilakukan Trafo Production juga sangat baik yaitu selalu mendengarkan keluhan dari klien. Sehingga ketika Trafo Production membuat kesalahan, maka Trafo Production akan melakukan revisi atau menggantikannya dengan yang baru.

Daftar harga yang ditawarkan oleh Trafo Production memang tidak menunjukkan perbedaan signifikan dengan pasaran yang bersaing di dalam dunia videografi, namun salah satu keunggulan dari Trafo Production yaitu memberikan pilihan desain gratis kepada konsumen, yang dapat menarik peminatan konsumen. Untuk melakukan desain pada umumnya konsumen dikenakan biaya tambahan, tetapi Trafo Production memberikan desain secara gratis untuk memuaskan permintaan konsumen sehingga Trafo Production menilai tidak rugi atas kepuasan konsumen tersebut. Dari segi pelanggan merasa puas terhadap jasa yang diberikan Trafo Production karena dapat merevisi hasil foto/ video sehingga sesuai yang diinginkan pelanggan. Promosi diadakan dilakukan Trafo Production dengan tujuan menarik calon konsumen untuk menjadi klien sesuai dengan daftar harga yang ditawarkan serta melakukan pengenalan jasa kepada masyarakat luas.

Salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM jasa yaitu mengetahui bahwa jasa akan digunakan langsung dan tidak dapat disimpan. Di dalam kehidupan nyata, tidak ada satupun orang yang ingin menunggu antrian. Akan tetapi, UMKM tidak dapat menyediakan ekstra kapasitas. Tidak ada tindakan apapun juga bukan solusi dari permasalahan pelanggan. Maka dari itu, hal yang harus dilakukan Trafo Production yaitu dengan melakukan sistem *first come first served*. Dengan melakukan metode ini, maka antrian pesanan pertama yang akan dilayani terlebih dahulu dan begitupun seterusnya. Hal ini dapat mengurangi permasalahan pada sistem penjadwalan antrian terhadap keluhan pelanggan yang menunggu lama. Keadilan juga merupakan hal penting terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini akan menjadi tidak adil apabila pelanggan yang melakukan antrian diakhir akan dilayani terlebih dahulu daripada pelanggan yang sudah mengantri di awal. Dengan memaksimalkan keadilan, maka kepuasan pelanggan Trafo Production tetap terjaga dan sistem penjadwalan pada Trafo Production dapat tercapai.

#### **4.3. Pengelolaan Kapasitas Produksi**

Pendapatan Trafo Production dinilai cukup maksimal, perekrutan tenaga kerja disesuaikan dengan kebutuhan dan pendapatan kerja. Tenaga kerja yang akan direkrut juga merupakan tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam bidang fotografi, rekrutmen dilakukan dengan menguji calon tenaga kerja sehingga dapat ditentukan apakah layak diterima sebagai tenaga kerja, tenaga kerja baru akan diuji selama satu bulan bersama tim Trafo Production untuk melihat perkembangan keahlian tenaga kerja tersebut. Tenaga kerja

juga tidak dilatih dalam bidang fotografi saja melainkan juga dilatih untuk bisa dalam bidang editing agar pekerjaan dalam Trafo Production dapat lebih efektif dan efisien. Pelatihan tenaga kerja dilakukan di Trafo Production guna meningkatkan kualitas tenaga kerja agar pekerjaan dapat selesai sesuai dengan kurun waktu yang ditentukan serta dengan kualitas karya terbaik, pelatihan dilaksanakan pada setiap bidang pekerjaan dengan harapan proyek dapat diselesaikan tepat waktu dan tim Trafo Production dapat saling melengkapi pekerjaan satu dengan yang lain. Trafo Production juga menciptakan ruang tunggu nyaman bagi klien yang menggunakan jasa Trafo Production, sembari menunggu hasil karya selesai, klien dapat menikmati beberapa fasilitas yang telah disediakan oleh Trafo Production sehingga penantian juga tidak menjadi sebuah masalah.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah kami lakukan terhadap pemilik UMKM dan juga pelanggan dari UMKM Trafo Production, dapat kami simpulkan bahwa:

- 1) Pada pola permintaan, disaat awal pandemi menimbulkan dampak negatif yang cukup besar dalam dunia perekonomian, salah satunya yaitu Trafo Production yang sempat mengalami penurunan. Namun pemulihan perekonomian mulai terjadi disaat telah adanya penerap era *new normal* sehingga banyaknya permintaan jasa mulai kembali menunjukkan adanya permintaan sehingga permintaan pada UMKM Trafo Production mengalami peningkatan. Segementasi pasar yang ditargetkan oleh Trafo Production adalah jenis usaha yang membutuhkan jasa dalam bidang videography, foto, logo dan lainnya yang berkaitan dengan postingan di sosial media. Pola permintaan pada UMKM Trafo Production juga dipengaruhi adanya waktu, seperti pada saat awal bulan, konsumen cenderung akan meningkat 10% dari biasanya.
- 2) Dalam pengelolaan permintaan, manajemen permintaan Trafo Production melakukan pemasaran dengan cara memberikan bonus kepada pelanggan agar mereka senang, upaya yang dilakukan oleh pemilik UMKM dan kami sebutkan dengan istilah *take and give*, dengan adanya teknik marketing seperti itu maka akan membantu UMKM untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen UMKM. Manager Trafo Production juga selalu mengingatkan kepada karyawannya untuk selalu bersikap sabar tenang dan sopan pada saat menghadapi klien mereka. Trafo Production juga lebih mementingkan kepuasan konsumen dibandingkan upah dari jasa yang akan diberikan karena Trafo Production sangat yakin dengan adanya komunikasi maupun hubungan yang baik maka suatu saat nanti Trafo Production mampu menjadi brand yang luas dikenal oleh banyak masyarakat dan mempunyai nama brand yang baik. Namun dikarenakan UMKM Trafo Production merupakan bidang usaha yang bergerak pada bidang jasa maka dapat kita ketahui juga bahwa jasa akan digunakan langsung dan tidak dapat disimpan. Di dalam kehidupan nyata, tidak ada satupun orang yang ingin menunggu antrian. Akan tetapi, UMKM tidak dapat menyediakan ekstra. Maka dari itu, hal yang harus dilakukan Trafo Production yaitu dengan melakukan sistem *first come first served*. Dengan melakukan metode ini, maka antrian pesanan pertama yang akan dilayani terlebih dahulu dan begitupun seterusnya. Hal ini dapat mengurangi permasalahan pada sistem penjadwalan antrian terhadap komplek pelanggan yang

menunggu lama. Keadilan juga merupakan hal penting terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini akan menjadi tidak adil apabila pelanggan yang melakukan antrian diakhir akan dilayani terlebih dahulu daripada pelanggan yang sudah mengantri di awal. Dengan memaksimalkan keadilan, maka kepuasan pelanggan Trafo Production tetap terjaga dan sistem penjadwalan pada Trafo Production dapat tercapai.

- 3) Pengelolaan kapasitas pada Trafo Production dinilai cukup maksimal, perekrutan tenaga kerja disesuaikan dengan kebutuhan dan pendapatan kerja. Tenaga kerja yang akan direkrut juga merupakan tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam bidangnya. tenaga kerja baru akan diuji selama satu bulan bersama tim Trafo Production untuk melihat perkembangan keahlian tenaga kerja tersebut. Tenaga kerja juga tidak dilatih dalam bidang fotografi saja melainkan juga dilatih untuk bisa dalam bidang *editing* agar pekerjaan dalam Trafo Production dapat lebih efektif dan efisien. Pelatihan dilaksanakan pada setiap bidang pekerjaan dengan harapan proyek dapat diselesaikan tepat waktu dan tim Trafo Production dapat saling melengkapi pekerjaan satu dengan yang lain. Trafo Production juga menyiapkan ruang tunggu yang nyaman bagi klien yang menggunakan jasa Trafo Production disertai dengan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh kosumen pada saat penantian.

## 5.2. Saran

Kami juga dapat menyimpulkan bahwa Trafo Production dari pengelolaan segi kapasitas maupun permintaan telah melakukannya dengan baik. Namun kami juga mempunyai beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh UMKM Trafo Production yang mungkin dapat membantu untuk meningkatkan kualitas UMKM Trafo Production:

- 1) Metode *first come first served* yang diterapkan oleh UMKM merupakan metode yang adil namun menurut kami akan kurang efektif dan efisien. Dikarenakan dengan adanya metode ini maka diantara 2 konsumen atau lebih maka pemilik UMKM hanya mampu memilih satu pelanggan. Kami menyarankan kepada UMKM Trafo Production agar setiap atasan yang berpengalaman dapat membentuk tim masing-masing untuk menyelesaikan tiap permintaan klien sehingga tidak ada satupun klien yang akan ditolak nantinya.
- 2) Kami menyarankan kepada pemilik UMKM untuk menyediakan ruang khusus kepada klien untuk melakukan diskusi dengan dilengkapi fasilitas *screeener* yang besar agar dapat dilihat jelas oleh klien pada saat Trafo Production mengeluarkan hasil foto maupun video permintaan dari konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Becker, F. G., Cleary, M., Team, R. M., Holtermann, H., The, D., Agenda, N., Science, P., Sk, S. K., Hinnebusch, R., Hinnebusch A, R., Rabinovich, I., Olmert, Y., Uld, D. Q. G. L. Q., Ri, W. K. H. U., Lq, V., Frxqwu, W. K. H., Zklfk, E., Edvhg, L. V, Wkh, R. Q., ... )2015. (فاطمى ح). Pengaruh Kapasitas Absorptif Dan Situs Jejaring Sosial Terhadap Kinerja Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Syria Studies*, 7(1), 37–72.
- Darozat, N., Wahyudin, W., & Hamdani, H. (2022). Penerapan Metode Peramalan Permintaan pada Produk Piece Pivot di PT. Trijaya Teknik Karawang. *Jurnal Serambi Engineering*, 7(2). <https://doi.org/10.32672/jse.v7i2.4018>
- Dewi Sartika Nasution. (2018). Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha Sektor Industri UKM Roti Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Menuju Industri Mandiri. *TRANSFORMASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(1), 27–34.
- Duwi Nuryani, Gungum Gumelar, & Herdiyan Maulana. (2013). Persepsi Waktu Tunggu: Penerapan Prinsip Occupy Dan Certainty Dalam Psychological Of Queuing. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 9(Juni), 9–16.
- Hadinata, R., Salmia, L. A., & Priyasmanu, T. (2021). Perencanaan Kapasitas Produksi Menggunakan Metode Rough Cut Capacity Planning (RCCP) Pada Home Industri Loca Nusa. *Jurnal Valtech*, 4(1), 21–28.
- Hanifah, Rully, T., & Jaenudin. (2020). Analisis Sistem Antrian Guna Meningkatkan Efisiensi Pelayanan Registrasi pada Puskesmas Mekarwangi Bogor. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). Manajemen Operasi (Edisi Kesebelas). *Jakarta: Salemba Empat*.
- Janna, A. M., Antika, D. Y., Bella, C., & Matematika, P. (2022). *MATEMATIKA BISNIS*. 2, 1–10.
- Karima, H. Q., Aji, M., & Romadlon, F. (2022). Analisis Kapasitas Produksi dan Pemenuhan Permintaan dengan Model Sistem Dinamis pada Industri Semen. *Pendidikan dan Software Industri*, 9(1), 11–18.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- Mennuni, A., Clausen, A., Dennis, R., Faccini, R., Fisher, J., Forlati, C., & Ga-, G. (2021). *Money, Velocity, and Excess Capacity*.
- Moreno-Camacho, C. A., Montoya-Torres, J. R., Jaegler, A., & Gondran, N. (2019). Sustainability metrics for real case applications of the supply chain network design problem: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 231, 600–618. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.278>
- Pamungkas, M. R., Hermanto, B., Tresna, P. W., & Putra, B. S. (2022). Analisis Fungsi Kepemimpinan Strategis Di Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi Dan Video (Kasus: Good Vibes Project). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 110–125.
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i2.123>

- Rizka Utami Sinaga, G., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2021). Implementasi Framework Laravel dalam Sistem Reservasi pada Restoran Cindelaras Kota Medan  
Implementation of Laravel Framework in Reservation System at Cindelaras Restaurant in Medan City. *Jurnal Janitra Informatika dan Sistem Informasi*, 1(2), 73–84. <https://doi.org/10.25008/janitra.v1i2.131>
- Widjaya, O., Suryawan, I., & Stefani. (2014). Analisis Pengaruh Waktu Tunggu, Harga, Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan “R” Seafood. *Snit*, 1(1), 18–25.