

ANALISIS PENGOLAHAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI UMKM BENGKEL TOYO MOTOR

Haris Wahyudi¹, Kelvin², Rano Ardiansyah³, Ricko Marthin⁴,
Rico Limgestu⁵, Fitriana Aidnilla Sinambela⁶

¹⁻⁶ Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

E-mail: ¹⁾ 2041057.haris@uib.edu, ²⁾ 2041065.kelvin@uib.edu, ³⁾ 2041091.rano@uib.edu,

⁴⁾ 2041160.ricko@uib.edu, ⁵⁾ 2041216.rico@uib.edu, ⁶⁾ fitriana.aidnilla@uib.edu

Abstrak

UMKM bengkel Toyo Motor ini berdiri pada tanggal 07 Januari 2019, yang berlokasi di Ruko Royal Sincom Blok C No.16. Terdapat banyak industri disekitar Ruko Royal Sincom, salah satunya merupakan PT. Panasonic Batam. Jumlah karyawan dari PT di Kawasan industri tersebut tidak sedikit dan rata-rata dari karyawan nya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi mereka untuk pergi berkerja. Dalam rangka meningkatkan produktivitas tenaga kerja Toyo Motor, pemilik UMKM tersebut selalu memahami serta menjaga hubungan yang baik dengan karyawan nya. Dengan membangun relasi yang baik atau sehat dengan tenaga kerja, maka kinerja mereka juga akan semakin lebih baik. Teknik wawancara yang digunakan yaitu dengan menyiapkan beberapa pertanyaan untuk pemilik yang secara tidak langsung berkaitan dengan *consumer behavior in service* seperti *prepurchase stage*, *service encounter stage*, dan *post encounter stage* serta beberapa pertanyaan lainnya mengenai UMKM tersebut. Teknik analisa adalah cara agar mengelola suatu data sehingga menjadi suatu informasi baru atau biasa di sebut kesimpulan. Kami menggunakan laporan keuangan sebagai data untuk di kelola. Penulis akan menganalisa pengaruh penerapan *prepurchase stage*, *service stage* dan *post encounter stage* terhadap kenaikan atau penurunan omset umkm bengkel Toyo. UMKM memiliki pola permintaan *trend* yang dimana pola ini terjadi pada saat ada beberapa *customer* yang menyukai beberapa *trend* yang sedang terjadi. Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif saat ini, sudah dipahami dengan baik bahwa kunci memenangkan persaingan bisnis adalah memberikan pelayanan yang berkualitas yang menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Kata kunci: Bisnis, *Consumer Behavior*, Karyawan, *Service*, UMKM

Abstract

The Toyo Motor workshop MSMEs was established on January 7, 2019, which is located at Ruko Royal Sincom Blok C No.16. There are many industries around Ruko Royal Sincom, one of which is PT. Panasonic Batam. The number of employees from PT in the industrial area is not small and on average the employees use motorbikes as their means of transportation to go to work. In order to increase the productivity of Toyo Motor's workforce, the MSME owners always understand and maintain good relationships with their employees. By building a good or healthy relationship with the workforce, their performance will also get better. The interview technique used is to prepare several questions for owners that are indirectly related to consumer behavior in service such as the *prepurchase stage*, *service encounter stage*, and *post encounter stage* as well as several other questions regarding the MSME into new information which refers to a conclusion. We use financial statements as data to manage. The author will analyze the effect of implementing the *prepurchase stage*, *service stage* and *post encounter stage* on the increase or decrease in the turnover of Toyo

workshop MSMEs. MSMEs have a trend demand pattern where this pattern occurs when there are several customers who like some of the trends that are happening. In today's increasingly competitive era of globalization, it is well understood that the key to winning business competition is to provide quality services that create customer satisfaction.

Keywords: Business, Consumer Behavior, Employees, Service, MSME

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif saat ini, sudah dipahami dengan baik bahwa kunci memenangkan persaingan bisnis adalah memberikan pelayanan yang berkualitas yang menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Dalam artikel ini, tim penulis akan membahas tentang sebuah UMKM yang bergerak di bidang bengkel motor, yaitu Toyo Motor. UMKM bengkel Toyo Motor ini berdiri pada tanggal 07 Januari 2019, yang berlokasi di Ruko Royal Sincom Blok C No.16. Terdapat banyak industri disekitar Ruko Royal Sincom, salah satunya merupakan PT. Panasonic Batam. Jumlah karyawan dari PT di Kawasan industri tersebut tidak sedikit dan rata-rata dari karyawan nya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi mereka untuk pergi berkerja. Dengan membuka usaha bengkel motor di kawasan tersebut, karyawan dari industri-industri tersebut dapat melakukan reparasi di Bengkel Toyo Motor. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Bengkel Toyo Motor mengambil peluang dari lokasi nya yang strategis untuk mendorong pendapatan UMKM tersebut.

Bengkel Toyo Motor merupakan suatu usaha jenis wirausaha menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan sepeda motor, lebih dari itu bengkel Toyo Motor juga melakukan penjualan sparepart yang berguna untuk melengkapi kebutuhan penggantian sparepart kendaraan yang rusak. UMKM Toyo Motor telah menggunakan Aplikasi sistem informasi yang disebut mastermm, untuk melakukan pembelian stok, persediaan stok, penjualan stok dan jasa yang menghasilkan pengelolaan data yang efisien, sehingga dapat mempermudah alur kerja pada bengkel Toyo Motor. UMKM ini merupakan sebuah usaha yang tidak besar, namun hal tersebut tidak membuat pemilik Toyo Motor mengabaikan pentingnya penerapan kebijakan dalam usaha tersebut.

Dalam rangka meningkatkan produktivitas tenaga kerja Toyo Motor, pemilik UMKM tersebut selalu memahami serta menjaga hubungan yang baik dengan karyawan nya. Dengan membangun relasi yang baik atau sehat dengan tenaga kerja, maka kinerja mereka juga akan semakin lebih baik. Apabila terdapat keluhan dari pelanggan ketika menggunakan produk dari UMKM tersebut, maka Bengkel Toyo Motor akan selalu menerima *complaints* dari pelanggan dan melakukan tindakan supaya pelanggan puas dengan jasa dari UMKM. Hal ini telah diterapkan oleh UMKM sejak awal beroperasi, sehingga UMKM ini mempunyai banyak *long term customer*. Mereka selalu berkunjung kembali kepada Toyo Motor apabila terdapat masalah dalam motor mereka. Dengan membangun nama baik dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan, maka pelanggan dari UMKM juga akan mulai rekomendasi kepada rekan-rekan lainnya, ini disebut dengan *mouth to mouth* marketing (Chakti, 2019) dan Toyo Motor juga ada kerja sama dengan distributor sparepart yang lainnya. Sehingga UMKM ini dapat menawarkan sparepart-sparepart dengan harga yang terjangkau. Dengan kerja sama ini, Toyo Motor dapat melakukan *pre-order* terhadap sparepart yang tidak sedang ready stock atau yang di *request* oleh konsumen. Dengan

demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengolahan permintaan dan kapasitas produksi umkm bengkel toyo motor.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Teori Permintaan

2.1.1. Pengertian

Menurut Ilmu Ekonomi, definisi dari permintaan merupakan segala jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta oleh pembeli dari berbagai kemungkinan harga dalam periode pasar tertentu. Menurut Prathama Raharja, permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Dengan kata lain, permintaan baru bisa terjadi pada saat konsumen memiliki kebutuhan akan barang tersebut dan juga memiliki daya beli untuk mendapatkan produk tersebut. Dalam perkembangan analisis ekonomi permintaan dalam suatu barang merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Sebuah permintaan barang dipengaruhi oleh kenaikan harga barang (Cahya & Maula, 2021). Oleh sebab itu, permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara seluruh jumlah permintaan yang ada terhadap suatu barang dengan harga barang tersebut (Belas et al., 2020).

Jika dalam suatu pasar mengatakan sebuah permintaan, maka yang diminta adalah daya beli terhadap suatu benda. Permintaan ini biasanya digolongkan terhadap suatu kurva permintaan. Kegunaan yang dapat dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi.

Permintaan adalah sejumlah barang yang diminta atau dibeli pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi, serta kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas (Tabrani, 2014).

2.1.2. Kelebihan Permintaan

Kelebihan Permintaan adalah penetapan sebuah kondisi dimana harga seharga P_1 mengakibatkan kuantitas terhadap Q_2 lebih besar dibandingkan permintaan penawaran terhadap Q_1 sehingga terjadi pengalokasian sumber ekonomi yang tidak optimum karena kuantitas yang sebenarnya diminta pasar lebih besar dari yang ditawarkan (Kandampully, 2000).

2.1.3. Teori Kapasitas

Kapasitas produksi erat kaitannya dengan volume produksi perusahaan. *Output* tahunan perusahaan ditentukan oleh kapasitas produksinya. Kapasitas produksi juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen (Nasution, 2019). Kapasitas adalah jumlah unit yang dapat ditampung, diterima, dan disimpan dalam suatu periode. Dalam kapasitas, perlu mempertimbangkan efisiensi, kapasitas efektif, dan utilisasi. Kapasitas efektif adalah ekspektasi kapasitas yang diterima dengan mempertimbangan kondisi hambatan operasi (Heizer, J., Render, B., & Munson, 2017).

2.1.4. Kelebihan Kapasitas

Kelebihan Kapasitas terjadi ketika kapasitas produksi tidak digunakan secara maksimal, mengakibatkan perusahaan memproduksi pada skala produksi yang lebih rendah dari yang direncanakan dan sektor industri melebihi permintaan pasar yang tidak masuk akal, yang mengarah pada harga dan keuntungan yang lebih rendah, yang kemudian dapat menyebabkan kerugian berkelanjutan (Hery Suprpto, 2016).

Beberapa tipe permintaan adalah sebagai berikut (Nasution, 2019):

- a) **Permintaan Efektif** – Permintaan yang disertai dengan daya beli dan terjadinya transaksi.
- b) **Permintaan Potensial** – Permintaan yang disertai dengan daya beli, namun belum terjadi transaksi.
- c) **Permintaan Absolut** – Permintaan yang tidak disertai dengan daya beli.

Jenis-jenis fluktuasi permintaan pada jasa:

- a) **Fluktuasi Jangka Pendek**

Naik turunnya permintaan pada jasa setiap harinya, misalnya permintaan yang terjadi mengalami naik turun yang bisa menunjukkan tren positif atau negatif. Jika harga suatu produk rendah, jumlah yang diminta akan meningkat. Dan ketika permintaan menurun, harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan berkurang. Sedangkan hukum penawaran mengatakan “Bila persediaan suatu barang meningkat, maka harga yang ditawarkan akan semakin tinggi.”

- b) **Fluktuasi Jangka Panjang**

Terjadinya virus Covid-19 yang mengakibatkan permintaan pada jasa mengalami penurunan yang menyebabkan kegiatan tersebut sangat berpengaruh.

2.1.5. Pengelolaan Kapasitas Produksi

Manajemen kapasitas adalah proses penentuan kapasitas produksi yang dibutuhkan perusahaan manufaktur untuk memenuhi permintaan yang berubah untuk setiap produknya. Tujuan utama dari manajemen kapasitas produksi adalah untuk merencanakan manajemen produksi strategis untuk pengembangan kapasitas yang efektif. Terdapat tiga jenis klasifikasi pengelolaan kapasitas produksi yaitu (Heizer, J., Render, B., & Munson, 2017):

- a) **Kapasitas desain**

Produksi maksimum teoritis dari suatu sistem dalam jangka waktu tertentu di bawah kondisi ideal disebut sebagai kapasitas desainnya. Kapasitas desain juga dapat digambarkan sebagai kapasitas yang diantisipasi perusahaan untuk mengatasi kemacetan operasional yang ada saat ini.

- b) **Kapasitas Efektif**

Kapasitas efektif menunjukkan output puncak pada tingkat operasi tertentu. Kapasitas efektif adalah jumlah kapasitas yang dapat diharapkan perusahaan untuk dicapai dengan kendala operasional saat ini. Karena instalasi saat ini mungkin telah dikembangkan untuk produk generasi sebelumnya, kapasitas aktual seringkali lebih kecil dari kapasitas desain

- c) **Kapasitas Efisien**

Kapasitas efisien ialah desain yang benar-benar membuahkan hasil. Hal ini ditentukan oleh bagaimana fasilitas tersebut digunakan dan dikelola. Efisiensi suatu instalasi atau mesin diukur dari kapasitasnya.

Oleh karena itu, ada tiga cara untuk mengklasifikasikan kapasitas produksi, kapasitas ini dibagi menjadi tiga, yaitu kapasitas desain, kapasitas efektif dan kapasitas efisien. Masing-masing kategori ini menunjukkan jumlah noutput pada tingkat operasi tertentu.

2.1.6. Analisa Pola Permintaan

Ketika Memahami pola yang diperlukan untuk memungkinkan perusahaan menjadwalkan pekerjaan pemeliharaan preventif yang lebih sedikit pada hari-hari dengan permintaan tinggi seringkali lebih hemat biaya. Untuk memahami pola permintaan berdasarkan segmen, peneliti harus terlebih dahulu menjawab pertanyaan kunci tentang pola permintaan dan penyebab yang mendasarinya (Abram et al., 2018).

2.1.7. Pengelolaan Permintaan

Manajemen permintaan, umumnya dikenal sebagai manajemen sisi permintaan, adalah upaya untuk memenuhi permintaan dengan lebih mudah di seluruh rantai pasokan. Manajemen permintaan dapat berbentuk pembelian, memperkirakan apa yang akan dilakukan, atau mengirimkan produk atau layanan tersebut. Upaya ini dilakukan untuk memproyeksikan model yang sederhana dan efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Heizer, J., Render, B., & Munson, 2017).

Manajemen permintaan percaya bahwa organisasi harus terlebih dahulu memodifikasi pola permintaan pelanggan sebelum mengambil langkah berikutnya. Manajemen permintaan dasar dapat dianggap sebagai metode mempersiapkan berbagai alternatif layanan untuk memaksimalkan keuntungan secara keseluruhan (Hery Suprpto, 2016).

2.1.8. Sistem Reservasi

Sistem reservasi juga dapat digunakan untuk memenuhi permintaan persediaan. Ketika datang ke sistem reservasi, orang secara otomatis memikirkan maskapai penerbangan, hotel, restoran, persewaan mobil, teater, dan sebagainya. Karena target penjualan dapat menjangkau pelanggan potensial di seluruh dunia, mengadopsi sistem pemesanan yang berani dan pelanggan yang berani dalam strategi pemasaran untuk industri digital seperti hotel meningkatkan prospek penjualan (Wiguna & Alawiyah, 2019). Kemampuan pemasaran digital untuk menjangkau semua pelanggan di dunia tanpa batasan waktu atau geografis, memungkinkan pelanggan sebanyak mungkin. Beberapa keuntungan menggunakan sistem reservasi antara lain:

- a) Sistem reservasi dapat melihat pelanggan menunggu dalam antrian panjang. Reservasi ini berfungsi sebagai jaminan bahwa layanan akan tersedia saat konsumen membutuhkannya. Pelanggan yang sudah *pre-order* bisa langsung mendapatkan apa yang diinginkan dan terhindar dari antrian karena layanan tersedia tepat waktu.
- b) Sistem reservasi membantu mengelola dan merampingkan permintaan dengan cara yang lebih mudah dikelola. Sistem reservasi yang terorganisir dengan baik memungkinkan organisasi untuk memilih layanan dari pilihan paling awal atau paling awal, dari tingkat ke tingkat (peningkatan dan penurunan) dan bahkan dari pertama ke lokasi sebaliknya, ini berarti kapasitas yang lebih tinggi. penggunaan secara keseluruhan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara penulis dalam mengumpulkan suatu data dengan tujuan untuk menganalisa sesuatu. Dalam melakukan penelitian ini, kami menggunakan teknik wawancara dalam mengumpulkan data. Teknik wawancara yang digunakan yaitu dengan menyiapkan beberapa pertanyaan untuk pemilik yang secara tidak langsung berkaitan dengan *consumer behavior in service* seperti *prepurchase stage*, *service encounter stage*, dan *post encounter stage* serta beberapa pertanyaan lainnya mengenai umkm tersebut.

3.2. Teknik analisa

Teknik analisa adalah cara agar mengelola suatu data sehingga menjadi suatu informasi baru atau biasa di sebut kesimpulan. Kami menggunakan laporan keuangan sebagai data untuk di kelola. Penulis akan menganalisa pengaruh penerapan *prepurchase stage*, *service stage* dan *post encounter stage* terhadap kenaikan atau penurunan omset umkm bengkel Toyo.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pola Permintaan

Permintaan untuk Bengkel Toyo mengalami perubahan disetiap periode waktu itu disebabkan oleh berbagai faktor seperti faktor ekonomi, customer dan pandemi yang melanda diseluruh dunia yang menyebabkan perekonomian menjadi tidak stabil yang membuat UMKM seperti Bengkel Toyo ini permintaannya menjadi menurun yang disebabkan oleh hal tersebut. Berikut tabel permintaan Bengkel Toyo 3 tahun belakangan.



Tabel 1 Tabel Permintaan

Permintaan kepada UMKM terjadi di awal tahun 2020 yang dimana itu disebabkan oleh pandemi yang terjadi yang menyebabkan pendapatan UMKM menurun, serta juga terjadi diberbagai sektor kemudian pendapatan UMKM menurun juga disebabkan adanya pemberlakuan *work from home* yang dijalankan oleh beberapa perusahaan yang dimana menyebabkan pemakaian kendaraan bermotor menjadi menurun pada saat itu. UMKM memiliki pola permintaan *trend* yang dimana pola ini terjadi pada saat ada beberapa customer yang menyukai beberapa trend yang sedang terjadi.

4.2. Pengelolaan Permintaan

Permintaan kepada UMKM menjadi penurunan yang dimana dimulai dari awal tahun 2020 yang dimana pandemi Covid-19 dimulai yang menyebabkan penurunan dalam permintaan barang serta layanan jasa kepada UMKM yang membuatnya menjadi mendapatkan keuntungan yang sedikit. Karyawan pada saat itu tidak yang mengalami PHK dikarenakan UMKM yang memiliki 4 karyawan yaitu 3 montir dan 1 orang menjadi kasir.

4.3. Pengelolaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi yang dikelola UMKM Bengkel Toyo yaitu ada beberapa faktornya yaitu pekerja, produk, price, dan posisi UMKM. Dalam pekerja harus memenuhi tugasnya dan kewajiban dari pekerjaannya yang sudah ditentukan dari awal, produk yang dipakai adalah produk terbaik dari UMKM yang dimana jika mereka membeli di UMKM maka UMKM akan memasang produk tersebut dengan gratis yang bisa membantu di price dan yang terakhir posisi UMKM berada di perkantoran yang kebanyakan pelanggannya adalah para pekerja kantor yang menyebabkan ketika WFH menyebabkan penurunan kepada UMKM dikarenakan hal tersebut.

Bengkel Toyo Motor menerapkan berbagai macam strategi dalam mengelola permintaan jasa. Menurut Bengkel Toyo Motor, jumlah kapasitas usaha yang akan ditawarkan dengan jumlah permintaan konsumen itu wajib disesuaikan untuk mencapai keuntungan atau bisnis yang *profitable*. Pada bidang pengelolaan permintaan jasa, UMKM akan memerhatikan pertimbangan yang dapat memengaruhi permintaan. Sebagai penyedia jasa, UMKM tidak perlu melakukan penyimpanan produk atau menyiapkan persediaan produk yang banyak, hanya menyediakan beberapa sparepart yang bersifat general saja. Kerusakan motor merupakan sebuah hal yang terjadi tanpa diduga sehingga tidak dapat diprediksi peak season-nya. Akan tetapi, ketika mendekati musim hujan, maka akan terdapat lebih banyak pelanggan yang melakukan servis motor. Air hujan yang memasuki mesin motor pada akhirnya menyebabkan kerusakan sehingga terjadi kemogokan motor. Maka pada masa itulah, banyak motor yang melakukan servis di UMKM.

5. KESIMPULAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif saat ini, sudah dipahami dengan baik bahwa kunci memenangkan persaingan bisnis adalah memberikan pelayanan yang berkualitas yang menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Bengkel Toyo Motor merupakan suatu usaha jenis wirausaha menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan sepeda motor, lebih dari itu bengkel Toyo Motor juga melakukan penjualan *sparepart* yang berguna untuk melengkapi kebutuhan penggantian *sparepart* kendaraan yang rusak. UMKM ini merupakan sebuah usaha yang tidak besar, namun hal tersebut tidak membuat pemilik Toyo Motor mengabaikan pentingnya penerapan kebijakan dalam usaha tersebut.

Analisa melalui pola permintaan penulis mengambil kesimpulan bahwa Permintaan untuk Bengkel Toyo mengalami perubahan disetiap periode waktu itu disebabkan oleh berbagai faktor seperti faktor ekonomi, customer dan pandemi yang melanda diseluruh dunia yang menyebabkan perekonomian menjadi tidak stabil yang membuat UMKM seperti Bengkel Toyo ini permintaannya menjadi menurun yang disebabkan oleh hal tersebut. Berikut tabel permintaan Bengkel Toyo 3 tahun belakangan Permintaan kepada UMKM terjadi di awal tahun 2020 yang dimana itu disebabkan oleh pandemi yang terjadi yang menyebabkan pendapatan UMKM menurun, serta juga terjadi diberbagai sektor kemudian pendapatan UMKM menurun juga disebabkan adanya pemberlakuan *work from home* yang dijalankan oleh beberapa perusahaan yang dimana menyebabkan pemakaian kendaraan bermotor menjadi menurun pada saat itu. UMKM memiliki pola permintaan trend yang dimana pola ini terjadi pada saat ada beberapa customer yang menyukai beberapa trend yang sedang terjadi.

Berdasarkan analisa pengelolaan permintaan, Permintaan kepada UMKM menjadi penurunan yang dimana dimulai dari awal tahun 2020 yang dimana pandemi Covid-19 dimulai yang menyebabkan penurunan dalam permintaan barang serta layanan jasa kepada UMKM yang membuatnya menjadi mendapatkan keuntungan yang sedikit. Karyawan pada saat itu tidak yang mengalami PHK dikarenakan UMKM yang memiliki 4 karyawan yaitu 3 montir dan 1 orang menjadi kasir. Melalui analisa pengelolaan kapasitas produk Kapasitas produksi yang dikelola UMKM Bengkel Toyo yaitu ada beberapa faktornya yaitu pekerja, produk, *price*, dan posisi UMKM. Dalam pekerja harus memenuhi tugasnya dan kewajiban dari pekerjaannya yang sudah ditentukan dari awal, produk yang dipakai adalah produk terbaik dari UMKM yang dimana jika mereka membeli di UMKM maka UMKM akan memasang produk tersebut dengan gratis yang bisa membantu di *price* dan yang terakhir posisi UMKM berada di perkantoran yang kebanyakan pelanggannya adalah para pekerja kantor yang menyebabkan ketika WFH menyebabkan penurunan kepada UMKM dikarenakan hal tersebut.

Bengkel Toyo Motor menerapkan berbagai macam strategi dalam mengelola permintaan jasa. Menurut Bengkel Toyo Motor, jumlah kapasitas usaha yang akan ditawarkan dengan jumlah permintaan konsumen itu wajib disesuaikan untuk mencapai keuntungan atau bisnis yang profitable. Pada bidang pengelolaan permintaan jasa, UMKM akan memerhatikan pertimbangan yang dapat memengaruhi permintaan. Sebagai penyedia jasa, UMKM tidak perlu melakukan penyimpanan produk atau menyiapkan persediaan produk yang banyak, hanya menyediakan beberapa *sparepart* yang bersifat general saja. Kerusakan motor merupakan sebuah hal yang terjadi tanpa diduga sehingga tidak dapat

diprediksi peak season-nya. Akan tetapi, Ketika mendekati musim hujan, maka akan terdapat lebih banyak pelanggan yang melakukan servis motor. Air hujan yang memasuki mesin motor pada akhirnya menyebabkan kerusakan sehingga terjadi kemogokan motor. Maka pada masa itulah, banyak motor yang melakukan servis di UMKM.

UMKM Bengkel Toyo Motor telah melakukan kinerja yang baik. Dalam hal ini penulis ingin memberikan beberapa saran agar Bengkel Toyo Motor dapat berkembang secara baik, yakni sebagai berikut:

1. Meningkatkan strategi dalam pemasaran Bengkel Toyo Motor dengan menggunakan aplikasi *social media* agar UMKM tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Memperhatikan kenyamanan dalam lingkungan bengkel agar *customer* dapat nyaman dan aman dalam berkunjung ke Bengkel Toyo Motor
3. Memberikan Kartu *Service* Langganan agar mereka dapat menjadi *costumer* setia di Bengkel Toyo Motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Belas, J., Amoah, J., Petrakova, Z., Kljuchnikava, Y., & Bilan, Y. (2020). Selected Factors of SMEs Management in the Service Sector. *Journal of Tourism and Services*, 11(21), 129–146. <https://doi.org/10.29036/jots.v11i21.215>
- Cahya, N., & Maula, K. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Dan Permintaan Bahan Pokok Di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(4), 311–320. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i4.56>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. In Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Hery Suprpto. (2016). Evaluasi Kapasitas Produksi dan Efisiensi Biaya Terhadap Kelancaran Proses Produksi Pada Pt. Cahaya Indah Madya Pratama. *Evaluasi Kapasitas Produksi Dan Efisiensi Biaya Terhadap Kelancaran Proses Produksi Pada Pt. Cahaya Indah Madya Pratama*, I(01), 58–66.
- Kandampully, J. (2000). The impact of demand fluctuation on the quality of service: A tourism industry example. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(1), 10–19. <https://doi.org/10.1108/09604520010307012>
- Nasution, D. P. (2019). The Development of Demand for Small and Medium Industries in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 555–560.
- Tabrani, M. (2014). Implementasi Sistem Informasi Reservasi Penginapan Pada Argowisata Gunung Mas Cisarua Bogor. *Jurnal Bianglala Informatika*, 2(1), 33–42.
- Wiguna, W., & Alawiyah, T. (2019). Sistem Reservasi Paket Wisata Pelayaran Menggunakan Mobile Commerce di Kota Bandung. *Jurnal VOI (Voice Of Informatics)*, 8(2), 49–62.

