

ANALISIS TOKO NEW PELITA MOTOR DALAM PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI DI KOTA BATAM

Fiona^{1*}, Novi Aprillia², Kelly³, Jesslyn Clorina⁴, Fitriana Aidnilla Sinambela⁵

¹⁻⁵ Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹⁾ 2041068.fiona@uib.edu, ²⁾ 2041112.novi@uib.edu, ³⁾ 2041113.kelly@uib.edu,
⁴⁾ 2041114.jesslyn@uib.edu, ⁵⁾ fitriana.aidnilla@uib.edu

Abstrak

Krisis ekonomi yang terjadi di seluruh dunia sejak munculnya pandemi Covid-19 berdampak berat pada biaya operasional sebuah perusahaan atau bisnis. Dengan itu, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu Toko New Pelita Motor dalam membedah permasalahan yang terdapat pada mitra tersebut, terutama dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan studi literatur dan wawancara terhadap pemilik dan karyawan di Toko New Pelita Motor. Beberapa pertanyaan wawancara yang dilontarkan membahas mengenai bagaimana keadaan operasional mereka sehari-hari, serta bagaimana perkembangan penjualan mereka dari periode ke periode. Hasil yang diperoleh adalah pengelolaan permintaan maupun kapasitas pada mitra tersebut belum dikelola secara efektif oleh manajemen karena Toko New Pelita Motor cenderung berada di posisi operasional yang manual atau tradisional. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan adalah dengan meningkatkan pengalaman konsumen ketika dan setelah menerima jasa, serta menyeimbangkan permintaan mereka melalui media promosi untuk mendapatkan kapasitas produksi yang optimal.

Kata Kunci: *Jasa, Kapasitas Produksi, Pengelolaan Permintaan, Toko New Pelita Motor, UMKM*

Abstract

The economic crisis that has occurred around the world since the emergence of the Covid-19 pandemic has had a severe impact on the operational costs of a business. The research aims to assist the New Pelita Motor Store in dissecting the problems that exist in them, especially in managing demand and production capacity. Data collection techniques used are literature studies and interviews with owners and employees at the New Pelita Motor Store. The interview questions discussed how their day-to-day operations were, as well as how their sales progressed from period to period. The results obtained are that the management of demand and capacity of these partners has not been effective in the operation, because New Pelita Motor Store tends to be in a manual or traditional operational position. Therefore, suggestions that can be given are to improve the consumer experience when and after receiving services and balance their demands through promotional media to get optimal production capacity.

Keywords: *Services, Production Capacity, Demand Management, New Pelita Motor Store, MSME*

1. PENDAHULUAN

Krisis ekonomi telah terjadi sejak dengan kemunculannya pandemi sampai dengan Rusia menginvasi wilayah Ukraina. Tentunya semua merasakan dampak yang luar biasa terutama pada ekonomi setiap negara yang dimulai dengan kenaikan harga pangan, harga minyak, harga properti dan lainnya. Resesi ekonomi pada negara Amerika Serikat dapat terlihat jelas dari The Fed yang tengah berusaha menaikkan suku bunga di kisaran 0,75%, kenaikan yang paling agresif sejak tahun 1994 (Auliani, 2022). Kenaikan suku bunga ini dilakukan dengan tujuan untuk meredakan inflasi pangan dan energi. Inflasi Amerika Serikat di tahun 2022 termasuk kenaikan yang tertinggi dalam 40 tahun terakhir yang telah menyentuh 8,6% di bulan Juni terakhir kemarin (Sorongan, 2022). Dengan kenaikan inflasi yang cukup tinggi di tahun ini membuat masyarakat Amerika Serikat kesusahan dalam memenuhi kebutuhannya sendiri dan juga mengubah gaya hidup mereka dalam menghadapi resesi ekonomi (Samsul et al., 2019).

Tidak hanya memberi dampak kepada masyarakat, perusahaan terkemuka juga ikut dalam merasakan dampak buruknya terutama pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM merupakan aktivitas usaha yang dilakukan oleh individu di dalam lingkup yang kecil misal pedagang baju, pedagang kaki lima, jasa cuci motor, dan lainnya (Setiawan, 2020). Dengan adanya krisis ekonomi ini membuat inflasi negara semakin naik dan membuat daya minat beli masyarakat menjadi rendah sehingga terjadinya penurunan permintaan (Silvia et al., 2013). Dengan turunnya permintaan membuat usaha tidak menghasilkan keuntungan selama krisis tersebut. Tidak hanya itu, biaya operasional pada perusahaan atau UMKM juga terus berjalan selama masa krisis sehingga dapat menyebabkan kerugian yang cukup besar (Budiarto et al., 2018). Selain dengan adanya biaya operasional yang terus berjalan selama masa krisis, juga terdapat biaya non-operasional seperti dari biaya bunga, biaya sewa tempat atau stand, dan juga lainnya. Kerugian tersebut membuat banyak perusahaan atau UMKM yang jatuh bangkrut dan juga pecat paksa karyawan agar menjaga kestabilan keuangan mereka.

Maka dengan itu, tujuan dari analisa ini adalah untuk membantu membedakan permasalahan yang terdapat pada Toko New Pelita Motor terutama dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi, kemudian memberikan saran untuk mengembangkan mitra tersebut. Toko New Pelita Motor merupakan UMKM yang berdiri sejak tahun 2005 yang memiliki bidang usaha menjual aki mobil, *spare part* dan memperbaiki *power window*. Mitra juga telah menggunakan konsep *go-digital* dalam pemasarannya sejak tahun 2021 dengan memperkenalkan produknya di beberapa media sosial seperti Instagram dan Facebook. Facebook juga mengeluarkan sebuah fitur baru yang biasa disebut sebagai *marketplace*. *Marketplace* merupakan tempat melakukan transaksi penjualan pembeliannya barang antara penjual dengan pembeli. Mitra ini juga sedang dalam tahap memanfaatkan fitur marketplace yang mempermudah *customer* dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*. Selain mempermudah *customer* melakukan transaksi, mitra juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui pemasaran tersebut.

Proses penjualan pada mitra ini tidak dibantu sama sekali dengan teknologi canggih dan masih serba manual dimulai dari membuka nota, pencatatan penjualan perhari nya yang masih menggunakan tulisan tangan dan lainnya. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan dalam mengelola usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Dengan memanfaatkan teknologi dalam mengelola sebuah usaha, jauh lebih efisien dan efektif jika

dibandingkan dengan sebuah usaha yang tidak memanfaatkan teknologi. Selain itu biaya operasional juga jauh lebih rendah ketika mitra dapat memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usahanya.

Hal lainnya dengan pemanfaatan teknologi, ada juga hal dasar yang menjadi peran penting dalam setiap usaha misalnya dalam perencanaan kapasitas produksi yang menentukan seberapa besar tingkat keluaran yang mampu dihasilkan oleh mitra atau perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar. Perencanaan kapasitas merupakan perencanaan jumlah tenaga kerja, mesin atau fasilitas yang lainnya yang diperlukan untuk mencapai target keluaran tertentu. Perencanaan kapasitas dilakukan berdasarkan pada permintaan yang akan datang misal dengan permintaan yang diramalkan tepat maka kebutuhan kapasitas dapat langsung dilakukan.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Permintaan

Permintaan adalah jasa dan barang dapat dibeli oleh para konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka pada suatu harga dan waktu tertentu (Ho *et al.*, 2002). Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka jumlah permintaan akan menurun dan juga sebaliknya jika harga suatu barang sedang menurun maka jumlah permintaan akan meningkat karena harga suatu barang akan mempengaruhi jumlah tingkat permintaan (Romadhina, 2020). Adapun faktor yang mempengaruhi permintaan di pasar, seperti tingkat pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, selera konsumen, dan prediksi mengenai kondisi yang akan datang (Hidayat, 2017).

2.2. Kapasitas

Kapasitas adalah batas kemampuan dalam memproduksi barang dari sumber daya menjadi suatu produk atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen (Ahmadi, 1997). Pengelolaan kapasitas atau yang disebut sebagai manajemen kapasitas adalah suatu perencanaan dalam menyesuaikan, mengukur dan memantau tingkatan kapasitas dalam tatanan untuk melaksanakan jadwal kerja (Allder *et al.*, 2010; Megawati & Viddiany, 2015; Wu *et al.*, 2007).

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Data yang Digunakan

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer menggunakan sumber data yang diberikan kepada pengumpul data secara langsung (Ahyar *et al.*, 2020). Proses pengumpulan data primer dapat diperoleh secara langsung ketika tim peneliti melakukan penelitian di lapangan. Data primer yang didapatkan oleh tim peneliti adalah melalui proses wawancara atau tanya jawab secara langsung dengan pemilik beserta karyawan dari Toko New Pelita Motor. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah melalui proses pengolahan dan disajikan oleh pengumpul data primer tersebut atau oleh pihak lain. Data sekunder merupakan data yang diambil dari berbagai media perantara seperti buku dan jurnal penelitian terdahulu secara tidak langsung (Ahyar *et al.*, 2020).

3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh para peneliti adalah data internal, di mana tim peneliti mendapatkan data internal berupa hasil wawancara atau tanya jawab secara lisan dengan pemilik beserta karyawan Toko New Pelita Motor, dan data eksternal yang diperoleh dari luar tempat penelitian seperti informasi di *internet* beserta perpustakaan.

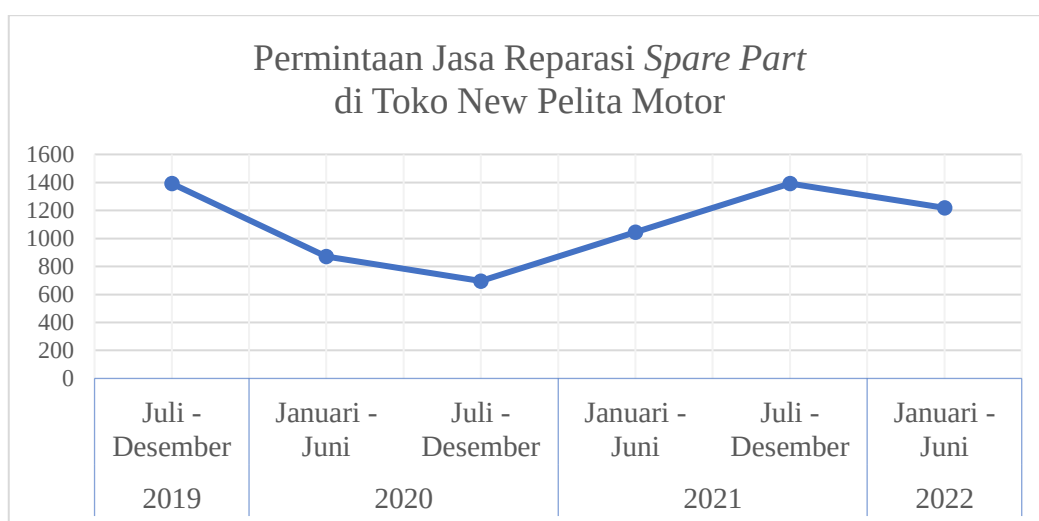
3.3. Teknik Pengumpulan Data

Tim penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik studi literatur dan wawancara. Pengambilan referensi dan informasi oleh para peneliti dengan sistem kepastakaan terbuka melalui data dan keterangan yang didapatkan dari bahan bacaan untuk pemaparan teori. Pada pengumpulan data wawancara, tim peneliti mengunjungi Toko New Pelita Motor dan melakukan pengumpulan data serta informasi yang dilakukan melalui mewawancarai atau melakukan proses tanya jawab secara lisan dengan pemilik Toko New Pelita Motor beserta beberapa karyawan yang ada di toko. Dengan melakukan wawancara, para peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan, objektif, dan berimbang dalam proses analisa dengan mudah dari segala pihak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pola Permintaan

Pada jenis usaha penjualan *spare part* mobil yang disertai dengan jasa servis mobil seperti Toko New Pelita Motor, permintaan pada setiap periode waktu tidak dapat diprediksi pergerakannya, karena kebutuhan setiap mobil berbeda-beda. Berikut adalah estimasi permintaan yang diperoleh dari pemilik Toko New Pelita Motor selama 3 tahun terakhir setiap 6 bulan, karena keterbatasan mitra dalam memberikan informasi yang akurat kepada tim peneliti. Informasi tambahan yang diberikan oleh mitra selain estimasi permintaan setiap 6 bulan adalah mereka beroperasi setiap hari kecuali libur nasional.



Sumber: Diolah oleh peneliti (2022)

Gambar 1 Permintaan Jasa Reparasi *Spare Part* di Toko New Pelita Motor

Permintaan pada akhir tahun 2019 terlihat memuncak karena mobilitas pada saat itu masih tinggi. Namun pada tahun 2020, angka permintaan menurun bahkan pada akhir tahun 2020 menurun sebanyak 50% dari tahun sebelumnya. Permintaan jasa servis mobil ini diperburuk oleh kebijakan *lockdown* dan PPKM dari pemerintah karena pandemi Covid-19 yang membuat mobilitas masyarakat menjadi berkurang, sehingga penggunaan kendaraan pada masyarakat pun berkurang. Namun ketika kebijakan pemerintah tersebut dilonggarkan, terlihat adanya pemulihan penawaran pada awal tahun 2021. Ditambah dengan adanya bantuan promosi di media sosial oleh kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari mahasiswa lain, sehingga permintaannya kembali seperti pada tahun 2019 yang lalu. Pada awal tahun 2022 terdapat penurunan sedikit karena kegiatan promosi sebelumnya tidak dilanjutkan oleh mitra secara maksimal.

Menurut pemilik Toko New Pelita Motor, permintaan usaha tersebut membentuk pola permintaan tren yang cenderung naik dari tahun ke tahun jika dilihat dari jangka waktu yang lebih panjang. Pola permintaan tren adalah pola di mana grafik mengalami kenaikan atau penurunan yang konstan dari waktu ke waktu. Toko New Pelita Motor terus berusaha untuk menaikkan nama bisnis mereka melalui peningkatan kualitas dan variasi barang, serta jasa untuk memberikan kepuasan pada pelanggan selama 17 tahun terakhir. Namun karena adanya kebijakan pemerintah untuk menangani wabah penyakit, sehingga tren 3 tahun membentuk tren yang kacau atau yang bisa disebut pola permintaan variasi acak atau *random*.

Berbeda dengan bisnis jasa yang lainnya, Toko New Pelita Motor tidak memiliki *peak season* atau musim ramai. Hal ini dikarenakan jasa servis kendaraan hanya dibutuhkan ketika terdapat malfungsi atau kerusakan pada kendaraan pelanggan. Tidak hanya itu, usaha bengkel di Batam memiliki perbedaan dengan usaha bengkel di pulau-pulau besar. Perbedaannya terletak pada musim ramai, di mana usaha bengkel di pulau besar menjadi lebih padat jadwalnya pada minggu-minggu sebelum Hari Raya Idul Fitri. Orang-orang yang ingin melakukan mudik akan memastikan bahwa kendaraan mereka dapat berjalan dengan lancar ketika hendak bepergian jauh. Berbeda dengan penduduk di Batam, di mana mereka tidak membawa kendaraannya sendiri ketika mudik karena Batam adalah pulau kecil. Yang menjadi transportasi utama masyarakat Batam ketika mudik adalah kapal feri maupun pesawat.

4.2. Pengelolaan Permintaan

Selama tiga tahun terakhir karena adanya penurunan permintaan, sehingga permintaan pada Toko New Pelita Motor berada di tingkatan kapasitas optimal hingga kapasitas yang berlebihan pada hari-hari tertentu. Hal ini disebabkan karena adanya ketidakstabilan pengunjung pada UMKM tersebut, sehingga permintaan setiap harinya bervariasi dan tidak dapat diprediksi. Dengan adanya kapasitas yang optimal hingga berlebihan pada saat tertentu, mitra akhirnya memutuskan untuk menerima bantuan kegiatan PkM seperti yang telah disebutkan pada Subbab 4.1. Pemilik usaha tersebut juga telah mengeluarkan 100% dana untuk pembiayaan pemasaran tersebut (Taufik *et al.*, 2021).

Pemasaran yang dilakukan secara daring melalui media sosial telah meningkatkan jumlah pengunjung dan omzet hanya dalam seminggu. Dengan adanya implementasi tersebut, maka pendekatan untuk mengatur tingkatan permintaan telah dilakukan oleh mitra.

Namun karena keterbatasan yang dimiliki mitra, sehingga pengelolaan media sosial telah diberhentikan untuk sementara waktu.

Menurut informasi dari pemilik Toko New Pelita Motor, mereka tetap beroperasi ketika PPKM dan *lockdown* diberlakukan oleh pemerintah. Mereka percaya bahwa walaupun permintaan mereka akan turun secara drastis, tetapi pasti masih ada pelanggan setia mereka yang membutuhkan jasa mereka pada saat-saat tersebut. Jumlah karyawan pada saat itu juga tidak mengalami perubahan hingga saat ini, sehingga karyawan memiliki lebih banyak waktu luang. Dengan kata lain, mitra tersebut tidak melakukan tindakan apa-apa, melainkan menunggu hingga permintaan tersebut kembali pada tingkatan sebelum pandemi selain pemasaran yang dilakukan pada pertengahan hingga akhir tahun 2021.

4.3. Pengelolaan Kapasitas Produksi

Hal-hal yang diterapkan oleh Toko New Pelita Motor dalam mengelola kapasitas produksinya adalah dari segi karyawan, harga, produk, dan tempat. Dari segi karyawan, Toko New Pelita Motor memastikan bahwa setiap karyawan setidaknya memiliki keahlian dua *job desc* dari semua *job desc* yang harus dimiliki sesuai dengan persyaratan UMKM. Dengan adanya kebijakan tersebut, para karyawan dapat saling *cover* pekerjaan satu dengan yang lain ketika karyawan lainnya sedang menangani pelanggan lain ataupun tidak masuk kerja. Mereka juga selalu diawasi oleh *supervisor* untuk memastikan bahwa pekerjaan mereka telah dilaksanakan dengan baik. Toko New Pelita Motor juga jarang menggantikan karyawannya, karena mereka percaya bahwa karyawan mereka sekarang memiliki pengalaman yang cukup baik untuk memberikan jasa terbaik secara efektif dan efisien kepada para pelanggan mereka.

Dari segi harga dan produk, UMKM memberikan jasa pemasangan *spare part* secara gratis apabila pelanggan membeli *spare part* tersebut dari mitra tersebut. Dengan adanya jasa pemasangan gratis, pelanggan menjadi lebih senang untuk kembali, karena mereka tidak perlu untuk membayarkan biaya tambahan khusus untuk pemasangannya. Tidak hanya jasa pemasangan gratis, mitra tersebut menawarkan berbagai jenis merk dan spesifikasi dari *spare part*, terutama aki yang menjadi produk unggulan mereka. Variasi dan spesifikasi yang luas menjadi nilai tambahan bagi pelanggan, karena mereka dapat memilih *spare part* yang sesuai dengan kebutuhan mereka, serta harga yang bervariasi dari Rp500.000 hingga Rp1.000.000 atau bahkan lewat. Tidak hanya itu, garansi yang dimiliki oleh setiap produk juga berbeda-beda sesuai apa yang telah ditetapkan dari vendor utama, sehingga ini juga dapat menjadi pertimbangan berikut dari pelanggan.

Dari segi tempat, Toko New Pelita Motor berpusat di daerah Pelita, Kota Batam, tepatnya di sebelah Hotel Aston. Lokasi tersebut berada di tengah-tengah kawasan yang ramai penduduk, sehingga pelanggan tidak perlu untuk bepergian jauh untuk mendapatkan *spare part* serta servis mobil. Selain itu, mereka juga mempunyai cabang di Botania yang berjarak kurang lebih 20 menit dari cabang utamanya. Dengan adanya lokasi di kawasan yang lebih jauh, ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pelanggan baru dari penduduk sekitar. Terakhir, mitra tersebut juga menyediakan jasa pengantaran maupun jasa *on the spot*. Jasa *on the spot* adalah di mana karyawannya akan langsung pergi ke lokasi pelanggan apabila mobilnya mogok di tengah jalan. Dengan begitu, maka pelanggannya tidak perlu susah-susah untuk mencari mobil derek dan membayar biaya tambahan pada hal tersebut.

Selain hal-hal yang dilakukan oleh mitra untuk mengelola kapasitas mereka, mereka juga masih terdapat beberapa kekurangan, terutama di lingkungan layanan yang disediakan. Pertama, mereka tidak memiliki sistem reservasi. Ketika para pelanggan datang sekaligus pada jam makan siang, para karyawan Toko New Pelita Motor bisa saja kewalahan dalam mengurus semuanya sekaligus. Tidak hanya itu, UMKM tersebut hanya menyediakan tempat duduk yang terbatas bagi pelanggannya, sehingga mereka harus menunggu dengan keadaan berdiri ketika kendaraan mereka sedang diperiksa dan diperbaiki. Hal ini bisa menjadi poin yang membuat pelanggan risih. Ketiga, ketika matahari sedang terik, suhu yang terdapat pada lingkungan UMKM tersebut sangatlah panas, terutama karena mereka merupakan toko yang menjual *spare part* dengan jasa pemasangan dan servis, sehingga dari mitranya sendiri tidak terpikir untuk meningkatkan *service environment* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa dilihat dari keseluruhan pola permintaan secara jangka panjang, dapat diketahui jika pola permintaan Toko New Pelita Motor terus mengalami kenaikan yang cukup stabil. Akan tetapi, terjadinya Covid-19 pada tahun 2020 juga mempengaruhi jumlah permintaan Toko New Pelita Motor, jumlah permintaan pada tahun 2020 dapat dilihat jika lebih menurun daripada tahun lainnya. Toko New Pelita Motor juga tidak memiliki musim ramai atau *peak season* karena merupakan pelayanan jasa servis kendaraan yang hanya dibutuhkan sewaktu-waktu atau ketika terjadinya kerusakan pada kendaraan, hal ini membedakan usaha bengkel dengan bisnis jasa lainnya. Pengelolaan permintaan Toko New Pelita Motor cukup optimal pada tiga tahun terakhir dikarenakan terjadinya penurunan permintaan.

Toko New Pelita Motor juga melakukan pengelolaan kapasitas produksi dari berbagai segi seperti karyawan, harga, produk dan tempat. Pemilik mitra memastikan setiap karyawan memiliki keahlian yang sesuai dengan kewajibannya. Toko New Pelita Motor juga memberikan jasa pemasangan *spare part* secara gratis ketika pelanggan melakukan pembelian di toko. Lokasi Toko New Pelita Motor juga cukup strategis yakni di sebelah Hotel Aston yang berada di tengah Kawasan yang ramai dengan penduduk. Berbagai pelayanan khusus yang diberikan Toko New Pelita Motor yaitu memberikan jasa pengantaran dan juga jasa *on the spot* di mana karyawan akan berkunjung langsung ke lokasi pelanggan ketika kendaraan mengalami kerusakan di tengah perjalanan. Namun, masih ditemukan beberapa kekurangan dari UMKM tersebut yakni kurangnya sistem reservasi untuk memudahkan pelanggan, tidak *adanya service environment* yang nyaman bagi pelanggan.

Dengan hasil analisa yang diperoleh oleh tim peneliti secara langsung dari Toko New Pelita Motor, maka tim peneliti juga memberikan beberapa saran untuk UMKM dalam mengembangkan usaha mereka:

- 1) Melakukan promosi pada saat *weekday* untuk menyeimbangkan dan menghindari penumpukan permintaan pada saat *weekend*.
- 2) Meningkatkan *service environment* seperti tempat duduk dan kipas angin untuk meningkatkan pengalaman konsumen pada saat menunggu kendaraannya selesai diservis.

- 3) Menambahkan *after-service* untuk para pelanggan untuk memastikan bahwa kendaraan mereka berfungsi dengan baik setelah pelayanan dari mereka. Dengan adanya *after-service* yang baik, maka dipercaya bahwa konsumen akan meninggalkan kesan yang baik untuk meningkatkan jumlah pelanggan loyal di mitra tersebut.
- 4) Memperbarui sistem akuntansi dari manual menjadi digital untuk meningkatkan produktivitas serta mendapatkan data akurat yang guna menjadi bahan analisa mitra di masa yang akan datang. Dengan adanya sistem tersebut, Toko New Pelita Motor juga dapat mengoptimalkan kapasitas produksinya dengan analisa akurat tersebut.
- 5) Sistem reservasi dapat dilakukan pada pelanggan setia untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh konsultasi, serta mempersingkat waktu yang dibutuhkan konsumen untuk melakukan servis di Toko New Pelita Motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. H. (1997). Managing Capacity and Flow at Theme Parks. *Operations Research*, 45(1), 1–13. <https://doi.org/10.1287/OPRE.45.1.1>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Allder, S., Silvester, K., & Walley, P. (2010). Managing Capacity and Demand Across The Patient Journey. *Clinical Medicine*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.7861/CLINMEDICINE.10-1-13>
- Auliani, P. A. (2022, June). The Fed Agresif Naikkan Suku Bunga Acuan, Respons Pasar, dan Dampaknya bagi Indonesia. *Kompas.Com*.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Hidayat, W. R. (2017). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor: Survei Konsumen Sepeda Motor Wilayah Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ho, T. H., Savin, S., & Terwiesch, C. (2002). Managing Demand and Sales Dynamics in New Product Diffusion Under Supply Constraint. *Operations, Information and Decisions Papers*, 48(2), 187–206. <https://doi.org/10.1287/MNSC.48.2.187.257>
- Megawati, M., & Viddiany, S. (2015). Pengukuran Tingkat Kematangan Sistem Otomasi Menggunakan Maturity Model pada Proses Mengelola Kinerja dan Kapasitas (DS3). *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 1(2). <https://doi.org/10.33197/JITTER.VOL1.ISS2.2015.54>
- Romadhina, A. P. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Samsul, S., Hamid, N. M., & Nasution, H. G. (2019). Sistem Pengendalian Inflasi dalam Sistem Ekonomi Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 1(1), 16–28.
- Setiawan, H. C. B. (2020). *Redesign Bisnis Pasca Pandemi Covid-19: Prespektif UMKM, BUMDes & Usaha Ekonomi Pesantren*. Mukmin Publishing.

- Silvia, E. D., Wardi, Y., & Aimon, H. (2013). Analisis pertumbuhan ekonomi, investasi, dan inflasi di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 1(2).
- Sorong, T. P. (2022, July). Rakyat Amerika Serikat Makin “Miskin”, Resesi Sudah Terjadi? *CNBC Indonesia*.
- Taufik, M., Kelly, K., Jaslin, J., Antony, A., Marthin, R., & Sunpho, S. (2021). Pentingnya Penggunaan Strategi Promosi Dalam Toko New Pelita Motor Di Era Saat Ini. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 922–935. <https://doi.org/10.37253/NACOSPRO.V3I1.6035>
- Wu, S. D., Erkoc, M., & Karabuk, S. (2007). Managing Capacity in the High-Tech Industry: A Review of Literature. *The Engineering Economist*, 50(2), 125–158. <https://doi.org/10.1080/00137910590949887>

