
ANALISA PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI UMKM JASA SULTAN EXPRESS**Oleh****Windy Octaviana Manurung¹, Dewi Ratnasari², Tiara Annisah³, Priscillia Paramitha Tanujaya⁴**^{1,2,3,4}Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Internasional BatamE-mail: ¹2041272.windy@uib.edu, ²2041322.dewi@uib.edu,³2041074.tiara@uib.edu, ⁴2041320.priscillia@uib.edu

Article History:

Received: 10-07-2022

Revised: 20-07-2022

Accepted: 21-08-2022

Keywords:

Shipping Services, Sultan Express

Abstract: *MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) is a term for business activities run by business entities, households and individuals which refers to productive economic enterprises. The classification is based on turnover and the amount of wealth and employees owned. MSMEs have a very big contribution in raising the wheels of the Indonesian economy, this is because the type of business has a role in expanding employment opportunities. Sultan Express Couriers are SMEs that have great potential to develop the shipping service industry. The purpose of this research is to find out how Sultan Express handles the increasing demand in a season in order to remain effective and timely as well as the branding of Sultan Express. The results show that Sultan Express can handle increasing demand in one season while still using low prices in order to attract consumers to use the services of MSMEs, Sultan Express services in handling demand if it goes up or down and the branding of Sultan Express is still offering the cheapest postage prices. in the city of Batam, namely at a cost of Rp. 6,000 throughout the city of Batam.*

PENDAHULUAN

Tumbuhnya perekonomian Indonesia pada 5 tahun terakhir sudah sangat maju, hal ini merupakan kabar yang baik untuk Indonesia. Tumbuhnya perekonomian di Indonesia ditandai dengan banyaknya UMKM yang sudah berkembang. UMKM atau dikenal sebagai Usaha Mikro Kecil adalah usaha ekonomi yang produktif dimiliki oleh badan usaha maupun perorangan dengan kriteria tertentu yang telah sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Undang- Undang. Bukan hanya UMKM yang menjual produk, tapi UMKM yang menyediakan jasa juga sudah dibutuhkan dan tumbuh dengan luas.

Jasa adalah aktivitas dalam ekonomi yang melibatkan interaksi satu dengan lainnya seperti kosumen. Jasa merupakan kegiatan yang tidak berwujud tetapi dapat diidentifikasi dan direncanakan. Salah satu UMKM yang menyediakan jasa adalah Jasa pengiriman atau bisa disebut sebagai kurir. Kurir atau yang dikenal juga dengan jasa ekspedisi adalah perorangan maupun perusahaan yang bertugas untuk mengantar barang dengan selamat

menggunakan jalur laut, darat, dan udara.

Sultan Express merupakan salah satu UMKM kurir Batam yang menyediakan jasa untuk mengantar barang se-Kota Batam dengan menyediakan harga 6.000 rupiah dan menawarkan full talang. UMKM jasa Sultan Express berdiri pada tanggal 2 Februari 2022 dan berlokasi di Bengkong, Sadai. Dalam era globalisasi ekonomi, Sultan Express harus dapat mampu mengikuti trends, dalam hal ini UMKM jasa Sultan Express menggunakan media sosial sebagai wadah promosi seperti *Facebook*, *Instagram* dan juga *Whatsapp*. Persaingan dalam bidang pelayanan jasa meningkat mengingat adanya jasa pengiriman barang lainnya seiring dengan permintaan yang semakin meningkat. Permintaan dari jasa pelayanan kurir biasanya dari usaha online shop maupun masyarakat dari segala kalangan usia yang ingin berbelanja. Dengan banyaknya permintaan, UMKM jasa Sultan Express dapat menganalisis pola permintaan yang terdiri dari trend, musiman, sikikal dan eratikrandom. Masyarakat mengharapkan bahwa pelayanan jasa dapat memberikan pelayanan yang baik oleh karena itu pentingnya UMKM jasa Sultan Express menggunakan management pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi adalah untuk memahami serta dapat mengantisipasi permintaan dari pelanggan agar dapat memenuhi ekspektasi dari permintaan produksi. Adapun tujuan dan manfaat dari penulisan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pola permintaan yang terjadi pada UMKM jasa Sultan Express
- b. Untuk mengetahui berapa banyak kapasitas permintaan yang ada pada UMKM jasa Sultan Express
- c. Untuk mengetahui bagaimana UMKM jasa Sultan Express mengelola permintaan jasa saat berlangsungnya kegiatan bisnis
- d. Untuk mengetahui teknik pengelolaan permintaan yang digunakan UMKM jasa Sultan Express
- e. Untuk mengetahui saran apa saja yang akan menjadi inovasi terbaik dalam mengembangkan bisnis dibidang jasa pada UMKM jasa Sultan Express

LANDASAN TEORI

Fluktuasi Permintaan pada Jasa

1. Pengertian Fluktuasi

Fluktuasi menurut KBBI adalah peristiwa yang menyatakan turun naiknya atau harga dipengaruhi oleh permintaan serta penawaran (Surjono 2018). Fluktuasi adalah naik turunnya variable yang berubah, artinya pergerakan fluktuasi tidak teratur dimulai dari pergerakan harga sebuah barang (Hariyanto 2020). Fluktuasi dikarenakan naik turunnya variable yang disebabkan oleh mekanisme pasar. Bisa disimpulkan bahwa fluktuasi adalah ketidakstabilan nilai sebuah produk atau variable yang terjadi perubahan dikarenakan mekanisme pasar dan perubahan yang disebabkan adalah kenaikan harga atau penurunan harga barang dan berpengaruh pada permintaan dan penawaran. Sedangkan fluktuasi permintaan pada jasa adalah keadaan yang terjadi dalam adanya perubahan harga dikarenakan kekuatan dari penawaran dan permintaan. Jika permintaan semakin banyak, maka harga akan naik dan jika permintaan sedikit maka harga jasa yang dipasang akan turun.

2. Jenis – Jenis Fluktuasi

2.1 Fluktuasi Jangka Panjang : Dalam fluktuasi jangka panjang, harga memiliki sifat fleksibel dan juga memiliki respons terhadap perubahan dari permintaan dan penawaran. Pertumbuhan ekonomi fluktuasi jangka panjang dipengaruhi oleh kemajuan dari teknologi.

2.2 Fluktuasi Jangka Pendek : Fluktuasi jangka pendek dipengaruhi seberapa kuat dari ekonomi menggunakan karyawan atau tenaga kerja yang ada. Dalam fluktuasi jangka pendek riil bisnis nya berorientasi jangka pendek. Harga barang maupun jasa di fluktuasi jangka pendek pun tidak mudah untuk berubah dan memiliki kecenderungan tetap atau *sticky*.

3. Penyebab Fluktuasi

Ada 4 faktor yang menyebabkan fluktuasi yaitu :

1. Penawaran dan Permintaan

Terjadinya permintaan dan penawaran mata uang ataupun suatu barang menjadi pemicu naik dan turunnya harga. Tetapi permintaan dan penawaran tidak selalu membawa dampak buruk bagi kondisi ekonomi Negara karena permintaan dan penawaran dalam seiring jalan akan menjadikan harga dan juga suku bunga berubah. Seperti ketika permintaan banyak maka penawaran akan naik dan jika permintaan sedang berkurang maka penawaran atau harga yang ditawarkan akan turun. Jika permintaan stabil maka penawaran harga berfluktuasi seiring bersama dengan permintaan di pasar yang berubah.

2. Ekspektasi

Ekspektasi merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan ekonomi. Harapan di masa depan masyarakat tergantung pada perbuatan masa kini akan bergantung pada fluktuasi di masa depan. Dengan adanya ekspektasi masyarakat maka dibuatlah kebijakan dari pemerintah bertujuan untuk harapan masyarakat dalam sector ekonomi dapat terwujud.

3. Pemerintah

Pemerintah juga menjadi salah satu pemicu terjadinya fluktuasi disebabkan keputusan pemerintah yang dapat menyebabkan naik dan turunnya harga dan penyebabnya dapat terjadi guncangan pada bisnis yang berdiri dan ekonomi. Pemerintah mengambil peranan penting dalam fluktuasi dikarenakan kebijakan yang disebut moneter dan fiskal. Kebijakan moneter dan fiskal memiliki tujuan untuk dapat menyusun dan mengatur ekonomi serta melewati kondisi perekonomian Negara apabila adanya krisis ekonomi.

4. Transaksi Internasional

Terjadinya transaksi ekonomi disebabkan oleh perdagangan lintas dunia seperti ekspor maupun impor menjadikan Negara mengalami aliran dana yang masuk dan keluar. Dengan adanya dana yang masuk, hal ini memiliki dampak pada kuatnya perekonomian mata uang dan ekonomi Negara. Jika uang yang keluar semakin banyak, maka ekonomi di negara tersebut akan lemah. Fluktuasi akan berpengaruh (Pradana 2021).

Pengertian Permintaan

Permintaan merupakan sejumlah jasa dan barang yang dituntut pasar dan diasumsikan dari manusia yang memiliki kebutuhan (Yanti 2016). Dengan timbulnya kebutuhan maka terbentuklah permintaan yang menjadi kebutuhan sehari-hari manusia. Dalam segi Ilmu Ekonomi, permintaan merupakan cita-cita konsumen untuk membeli barang maupun jasa di tingkat harga yang bervariasi dalam periode waktu tertentu dan difenisikan sebagai fungsi yang merujuk pada daftar beli yang telah memiliki rencana terstruktur (Darmawan 2019). Dapat disimpulkan, bahwa permintaan akan terjadi jika pembeli mempunyai kebutuhan barang dan mempunyai daya untuk membeli barang tersebut. pernyataan ini disebut permintaan efektif, sedangkan permintaan potensial hanya didasari oleh kebutuhan. Pada dasarnya ada dua faktor yang mendukung kemampuan beli konsumen yaitu penghasilan konsumen serta harga produk.

4. Fungsi Permintaan

Adapun fungsi dari permintaan, yaitu :

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, N)$$

Dimana :

D_x = permintaan akan barang x

P_x = harga barang x

P_y = harga barang y

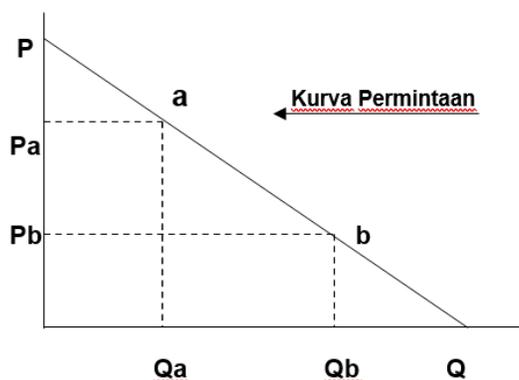
Y = penghasilan

T = selera

N = jumlah

D_x menunjukkan fleksibel atau variable yang bebas karena nilai bergantung pada besarnya fleksibel lain. Sedangkan P_x , P_y , Y , T dan N merupakan variabel yang bebas dikarenakan nilainya tidak bergantung pada besarnya variabel yang lainnya. Sedangkan positif dan negative merujuk pada variable bebas yang berpengaruh pada permintaan barang.

2. Kurva Permintaan



Gambar 2.1 Kurva Permintaan

Kurva Permintaan adalah kurva yang menghubungkan harga suatu barang dengan total barang yang diminta (Darmawan 2019). Kurva permintaan dapat membuat tingkat tertinggi pembelian pada harga atau keadaan yang lain tetap sama, kurva permintaan juga dapat menggambarkan harga maksimal yang konsumen bayar untuk barang yang beragam

sesuai jumlah per unit dari waktu. Sedangkan jika konsumen tidak bersedia untuk membayar pada jumlah harga yang lebih tinggi maka jumlah konsumen yang mau membayar untuk harga yang lebih tinggi rendah. (الشعراني and الوزير 2006). Konsep ini adalah willingness to pay dimana kesediaan maksimal dari konsumen untuk keinginan mau membayar.

Gambar 2.2 Pergeseran Kurva Permintaan

Bergeraknya kurva permintaan dipengaruhi oleh perubahan harga dari barang. Adanya kenaikan harga dari barang yang bersifat bergantian atay substitusi ini memindahkan kurva permintaan ke arah kanan menandakan barang yang dibeli lebih banyak di setiap tingkat harga. Kurva akan pindah ataupun bergeser ke arah kiri ketika permintaan harga barang komplementer atau barang yang digunakan secara bersama. Yang menciptakan permintaan baru adalah tumbuhnya populasi, masyarakat yang tumbuh mempunyai daya beli sebelum permintaan berubah. Kurva juga akan berubah ke arah kanan jika bertambahnya jumlah penduduk untuk komoditi yang menandakan bahwa akan banyak komoditas yang akan dibeli pada susunan harga.

3. Kelebihan Permintaan (Excess Demand)

Permintaan yang berlebih mengacu ketika situasi permintaan agregat melebihi penawaran dari agregat yang sesuai dengan tingkat *output* sumber daya tenaga dalam ekonomi jika pengeluaran yang diantisipasi atas nilai output berlebih pada lapangan kerja penuh (SMRITI CHAND n.d.). Hal ini menimbulkan kesenjangan inflasi yang mengacu kepada permintaan yang berkesenjangan agregat actual yang melebihi permintaan agregat yang dibutuh bertujuan untuk membangun lapangan kerja yang seimbang.

Adanya permintaan yang berlebih dikarenakan dari beberapa faktor, yaitu :

- A. Kesejahteraan Ekonomi : Kesejahteraan ekonomi memicu meningkatnya pendapatan konsumen yang berdampak pada masyarakat yang memiliki sikap optimis tentang pekerjaan dan keuangan di masa mendatang, akibatnya permintaan akan barang dan jasa meningkat.
- B. Intervensi Pemerintah : Yaitu pembatasan harga dari pemerintah atas penjualan produk dan jasa. Dalam hal variable maksimum, pemerintah menetapkan harga tertinggi untuk suatu produk yang kurang dari harga keseimbangannya sehingga penjual tidak dapat memakai biaya lebih dari itu. Hal ini mengakibatkan permintaan yang berlebih dan mekanisme pasar harus menyesuaikan permintaan dan penawaran yang menjadi tidak efektif.
- C. Peningkatan Investasi : Kelebihan permintaan juga dapat muncul dari adanya peningkatan investasi, hal ini dikarenakan adanya tingkat bunga yang turun dan hasil peningkatan yang diharapkan.

Pengertian Kapasitas Produksi

Kapasitas produksimerupakan satu tingkatan yang menyatakan batas penerimaan, kemampuan, penyimpanan unit dalam memproduksi satu periode (Khazaee 2022).

Kapasitas produksi adalah susunan kegiatan maksimum yang dapat dicapai melalui struktur produksi yang telah diberikan (Boakye 2014). Jumlah permintaan yang perlu dipenuhi ditandai dengan kapasitas produksi dengan memakai fasilitas produksi yang ada. Kapasitas produksi merupakan satu tingkat keluaran dan

kuantitas keluaran di dalam periode tertentu dan juga merupakan kuantitas keuaran yang paling tinggi dalam disuatu periode tertentu (Muchlisin Riadi 2020). Kapasitas produksi merupakan terobosan dari jumlah unit yang fasilitasnya dapat menerima, menyimpan dan memproduksi dalam periode waktu tertentu. Kapasitas produksi merupakan ukuran terhadap berapa dan apa banyak barang yang dapat diproduksi oleh suatu perusahaan.

1. Jenis- Jenis Kapasitas Produksi :

Menurut Heizer dan Render (2015), tiga jenis kapasitas produksi yaitu :

1. Kapasitas Desain, Kapasitas Desain adalah output secara teori yang maksimum pada system di dalam periode waktu yang tertentu. Suatu perusahaan yang berharap untuk mencapai hambatan operasional yang tersedia juga bisa diartikan sebagai kapasitas desain
2. Kapasitas Efektif (*utilization*). Adalah kapasitas yang telah diperkirakan untuk mencapai sesuatu dari perusahaan dengan operasi yang terbatas. Biasanya kapasitas efektif lebih rendah dari kapasitas desain. Adapun factor yang mempengaruhi pembentukan dari kapasitas efektif yaitu kualitas bahas, rancangan produk, motivasi karyawan, perawatan fasilitas.
3. Kapasitas efisien(*efficiency*). Adalah presentasi kapasitas yang tercapai. Kapasitas ini tergantung pada fasilitas-fasilitas yang perlu digunakan dan dikelola (Sabdha Purna Yudha, Ismayati Sutina Azis 2022).

2. Jangka Waktu Perencanaan Produksi

Menurut Kusuma (2009) , perencanaan produksi dapat dibagikan menurut jangka waktu yaitu :

1. Perencanaan Produksi Jangka Pendek
Adalah aktivitas yang menentukan produksi yang dilakukan dalam periode waktu satu tahun yang akan datang ataupun kurang bertujuan untuk mengatur pemakaian daya kerja, fasilitas produk milik perusahaan serta persediaan bahan baku.
2. Perencanaan produksi Jangka Panjang
Adalah menentukan tingkat aktivitas produksi dalam jangka waktu lebih dari satu tahun, biasanya sampai periode lima tahun mendatang.

3. Kelebihan Kapasitas (*Excess Capacity*)

Kelebihan kapasitas berpicu pada kondisi di mana permintaan barang dan jasa dari perusahaan kurang daripada kapasitas produksinya, hal ini dapat muncul apabila titik rendah dalam industry yang musiman, yaitu kapasitas dipertahankan agar bisa sesuai dengan bagian puncak musim. Kelebihan kapasitas juga dapat muncul apabila permintaan pelanggan menurun permanen, hal ini dapat menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk mengurangi jumlah kapasitas guna mengurangi biaya (accounting tools 2022).

Ada beberapa faktor yang mengakibatkan kelebihan permintaan yaitu :

1. Permintaan yang sementara.
Saat permintaan bertambah, pelaku pasar menginvestasi serta mengembangkan kapasitas lebih agresif dari yang dibutuhkan guna memenuhi permintaan yang meningkat.

2. Strategi untuk Mencegah Pemain Baru

Pemain lama dapat memihak untuk menjaga kelebihan dari kapasitas di tangan sebagai bagian dari usaha yang sengaja guna menjaga pendatang baru yang memiliki potensi keluar dari pasar.

3. Kelebihan Kapasitas di Pasar Monopolistik

Kelebihan daya muat pada pasar monopolistic umum dikarenakan adanya persaingan anrae monopolistic dan monopoli alami. Persaingan monopolistic merangkul banyak perusahaan dan memiliki jaringan pasar yang kuat melalui penawaran mereka. Karena banyaknya pemain, maka sukar untuk mengoordinasi untuk memengaruhi pasukan. Hal ini mengakibatkan jika permintaan meningkat, maka setiap perusahaan akan menaikkan kapasitas produksi (Tsuyoshi Tosimitsu 2021).

Pola Permintaan

Ada teknik yang digunakan sebagai bentuk strategis dari metode penelitian yaitu :

1. Model Kualitatif (Model Subjektif)

Model kualitatif terdiri dari tiga metode yaitu :

- 1) Metode Delphi, metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan kelompok panel ahli dan meraih pendapat kelompok ahli melalui pendekatan yang terstruktur.
- 2) Analisis Dampak Silang, metode ini didasarkan dengan anggapan bahwa kejadian tertentu yang terjadi di masa yang akan mendatang memiliki kaitan dengan kejadian sebelumnya.
- 3) Analogi Historis, metode ini dianggap bahwa pola siklus debut dan perluasan layanan akan berhasil mengikuti pola yang dihasilkan oleh konsep yang mirip data yang dapat diakses.

2. Model Kuantitatif

Merumuskan perkiraan dari jangka pendek akan lebih mudah apabila data tidak rumit. Model kuantitatif memiliki tiga model yaitu :

- 1) Model Kausal, model yang memerlukan data yang bersifat angka atau numerik.
- 2) Model Regresi, yaitu model peramalan yang menghubungkan antar faktor yang akan diramalkan.
- 3) Model Ekonometrik, yaitu versi model dari regresi dengan memasukkan system persamaan.

3. Analisis Runtut Waktu (*Time Series Analysis*)

Jika nilai pengamatan sudah tersedia dalam pola sepanjang waktu, maka analisis deret waktu digunakan untuk menghasilkan periode prediksi (Vanessa Freitas Silva 2021). Model deret waktu memiliki tiga model yaitu :

- 1) *N-period Moving Average* peramalan didasarkan pada perhitungan dari rata-rata sejumlah observasi (Yao Ma, Baochen Yang 2021)
- 2) *Simple Exponential Smoothing Model*, Model ini memiliki konsep “kembali pada kesalahan peramalan” untuk memperbaiki variable penghalusan (*smooth value*)
- 3) *Exponential Smoothing with Trend Adjustment Model*, model yang memakai perubahan yang dibuat oleh trend dengan memakai perluasan dari model yang sederhana.

Pengelolaan Permintaan

Pengelolaan permintaan merupakan penanganan sistematis tugas yang diperlukan untuk berbagai permintaan internal maupun eksternal yang berbeda menggunakan otomatisasi alur kerja, aturan bisnis dan analitik. Pengelolaan permintaan dapat didefinisikan sebagai permintaan formal untuk layanan dari karyawan, pelanggan, atau vendor. Permintaan ini diperlukan untuk memulai tindakan layanan yang telah ditentukan dan disepakati sebelumnya sebagai bagian normal dari pemberian layanan. Sederhananya, permintaan layanan umumnya melibatkan pengadaan atau permintaan akses ke sesuatu yang saat ini tidak tersedia bagi karyawan.

Perusahaan dapat menggunakan 5 pendekatan untuk mengelola permintaannya (Davis et al. 2016) :

1. *Take no action and leave demand to find its own levels* (wisdomjobs 2020). Konsumen ataupun pelangap dapat belajar dari pengalaman atau dari mulut ke mulut ketika mereka berharap untuk memakai layanan.
2. *Reduce demand during peak periods*. Untuk mengurangi permintaan, perusahaan bisa menerapkan perubahan harga produk. Dari selisih harga yang diterapkan perusahaan guna mencegah banyaknya daya yang menganggur guna memicu keuntungan, dari hal ini perusahaan tidak menanggung rugi perusahaan yang diakibatkan kelebihan kapasitas pada konsumen.
3. *Increase demand during low periods*. Untuk menaikkan permintaan, perusahaan akan mempromosikan guna mengisi kapasitas yang belum terisi untuk target mencari pelanggan yang baru.
4. *Inventory demand using a queuing system*. Pengelola permintaan dapat digunakan dengan system antrre dimana permintaan akan dipenuhi dengan terurut sesuai dengan jadwal permintaan.
5. *Inventory demand using a reservations system*. Sistem reservasi digunakan untuk mengatur permintaan yang penuh pada periode waktu tertentu agar dapat dipindahkan ke periode yang permintaannya agak sepi. Sistem reservasi dapat dilakukan untuk pemenuhan permintaan kapasitas dengan memasok lokasi lain untuk konsumen yang tidak mempunyai ruangan yang cukup. Sistem reservasi disebut bermanfaat bagi konsumen maupun pelanggan untuk mencegah ketidakpastian.

Sistem Reservasi

Reservasi merupakan kata yang berasal dari bahasa inggris yaitu *reserve*, yang memiliki arti menyediakan atau menyiapkan tempat sebelum dinikmati atau menikmati apa yang akan kita pesan dan perlukan. Reservasi dibagi menjadi dua, yaitu :

- 1) *Online Reservation* : reservasi bisa dilakukan dengan jarak jauh dengan dimana saja dan kapan saja.
- 2) *Offline Reservation* : reservasi dengan langsung menuju ke lokasi atau bertemu secara tatap muka.

Sistem reservasi memiliki banyak keuntungan diantaranya yaitu:

1. Reservasi memungkinkan permintaan untuk dikontrol dan dihaluskan dengan cara yang lebih mudah diatur. Sistem reservasi yang terorganisir dengan baik memungkinkan organisasi untuk memilih layanan berdasarkan waktu yang dipilih, apakah itu waktu cepat atau lambat.

2. Data dari sistem reservasi juga membantu organisasi untuk menyiapkan proyeksi operasional dan keuangan untuk periode mendatang.
3. Ketidakpuasan pelanggan karena menunggu berlebihan dapat dihindari. Salah satu tujuan dari reservasi adalah untuk menjamin bahwa layanan akan tersedia ketika pelanggan menginginkannya.
4. Sistem reservasi memungkinkan penerapan manajemen pendapatan dan melayani pra-penjualan layanan ke segmen pelanggan yang berbeda.
5. Data dari sistem reservasi juga membantu organisasi untuk menyiapkan proyeksi operasional dan keuangan untuk periode mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang dirumuskan dalam bentuk tulisan yang memuat rumusan masalah berbentuk deskriptif. Dalam upaya mendapatkan data untuk mendukung penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui internet sebagai landasan teori yang menjadi landasan untuk pembahasan dan analisis data setelah teknik wawancara dilakukan.

Teknik wawancara dilakukan agar masalah yang diangkat dalam penulisan ini dapat terbukti secara akurat melalui data-data yang berkaitan dengan masalah yang analisa. Tim mendapatkan data yang berkaitan dengan Sultan Express dengan mewawancarai langsung staff yang ada di Sultan Express. Data-data yang dikumpulkan yaitu berupa pola permintaan, kapasitas permintaan sejak berdirinya UMKM, teknik pengelolaan permintaan selama UMKM Sultan Express beroperasi. Kemudian data hasil dari wawancara di analisa dan dipilih serta disajikan agar dapat mempermudah tim dan proses analisa dilakukan secara bersama-sama pada hasil pembahasan di bab berikutnya.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara pada pembahasan sebelumnya dianalisis dengan seksama dan dihubungkan langsung dengan kajian teori dan penerapan yang sesuai pada UMKM jasa Sultan Express. Kemudian, data dijabarkan dengan mencari tau bagaimana seharusnya UMKM jasa Sultan Express mengimplementasikan proses bisnisnya dalam mengelola pola permintaan yang baik dan benar. Kemudian hasil dari pengumpulan data tersebut setelah dibahas dan dianalisa secara seksama oleh tim juga nantinya akan mendapatkan kesimpulan dan saran yang akan ditujukan pada UMKM jasa Sultan Express agar dapat mengetahui bagaimana untuk memperbaiki dan mendapatkan inovasi jasa terbaru yang akan menguntungkan UMKM Jasa Sultan Express.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sultan Express adalah sebuah UMKM yang bergerak dibidang jasa berupa kurir. Sebuah UMKM yang menjadi jasa kurir pertama dengan *branding* diri dengan harga murah sebesar Rp 6.000, dengan sistem full talang, dan memiliki motto "*We grow your online business*". Pada pembahasan di bab ini, akan dijabarkan hasil pembahasan dan analisis pola permintaan, cara implementasi pengelolaan permintaan, dan jumlah permintaan jasa dari awal berdirinya UMKM jasa kurir Sultan Express.

Analisa Pola Permintaan dan Kapasitas Permintaan SultanExpress

Pada tabel dibawah ini terdapat tabel kapasitas permintan UMKM jasa Sultan

Express dari minggu ke-tiga bulan 2 hingga minggu ke-empat bulan 6, yang dihitung dan dikalkulasikan setiap minggu nya berdasarkan data yang telah dimiliki admin UMKM jasa Sultan Express.

MINGGU	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	KET
I		4900	4576	5500	6300	PAKET
II		4250	3900	5350	2900	
III	1290	1800	900	1115	500	
IV	4852	5158	7420	5982	3849	

Tabel: Kapasitas Permintaan Sultan Express

UMKM jasa kurir Sultan Express didirikan sejak februari 2022, bagi jasa kurir pemula di Kota Batam hal ini membuat UMKM jasa Sultan Express masih harus melakukan branding pada bisnisnya. UMKM jasa Sultan Express sejauh ini masih memiliki 10 online shop yang mau bekerja sama pada UMKM ini. Pada tabel diatas terlihat pola permintaan yang dihitung dari minggu ke-tiga pada bulan Februari sampai dengan Juni 2022.

Berdasarkan hasil analisa pola permintaan setiap minggu pertama dan minggu keempat, pola permintaan mengalami kenaikan yang disebabkan oleh perilaku konsumtif dari konsumen pada setiap *online shop*. Hal ini bisa saja terjadi dan berulang kali serta dapat disebut dengan pola permintaan musiman. Biasanya perilaku konsumtif dari konsumen yang senang berbelanja pada *online shop* hadir karena minggu pertama dan terakhir yang sering kali disebut dengan minggu penerima upah bagi pekerja. Hal ini menyebabkan konsumen pada *online shop* tersebut mungkin akan tidak pikir panjang dalam berbelanja kemudian akan terjadinya permintaan yang naik pada UMKM jasa Sultan Express. Terkhusus pada bulan April di minggu terakhir mendapatkan kenaikan permintaan yang sangat tinggi dikarenakan menjelang adanya Hari Raya Idul Fitri.

Pada saat kenaikan permintaan yang berlebih tentu saja akan ada beberapa hal yang harus dilakukan UMKM jasa Sultan Express untuk menyelesaikan permintaan. Sejalan bisnis pada bidang jasa kurir ini berjalan UMKM jasa Sultan Express masih memanfaatkan kurir yang bekerja dan akan memberikan bonus bagi setiap kurir yang ingin mengambil kesempatan jika permintaan jasa meningkat.

Akan tetapi pada minggu ke-dua UMKM jasa Sultan Express menghasilkan angka yang stabil setiap minggu dan tidak langsung menurun drastis permintaannya. Kemudian hasil analisa yang mendapatkan penurunan permintaan pada UMKM jasa Sultan Express adalah di minggu ke-tiga. Pada minggu ke-tiga online shop memiliki penurunan penjualan maka dari itu permintaan jasa kurir pada UMKM jasa Sultan Express juga akan berdampak

dan menurun. Tercapainya angka ribuan pada minggu ketiga itu selain melalui online shop yang bekerja sama pada UMKM jasa Sultan Express. UMKM jasa Sultan Express juga membuka jasa bagi setiap perorangan yang ingin mengirim barang tetapi *non-online shop*. Penurunan permintaan ini diperkirakan karena pada minggu tersebut konsumen konsumtif berkurang, hal yang menyebabkan kurangnya perilaku konsumtif adalah kemungkinan konsumen belum menerima upah pekerja bagi yang bekerja, dan hal lainnya.

Dalam menangani permintaan pada setiap musimnya agar UMKM jasa Sultan Express tetap efisien sejauh ini UMKM jasa Sultan Express hanya tetap pada pendirian dengan menggunakan harga yang murah agar menarik konsumen menggunakan jasa dari UMKM jasa Sultan Express dan belum ada hal lain yang dilakukan UMKM jasa Sultan Express untuk menangani permintaan jika naik atau turun.

Pengelolaan Permintaan dan Teknik Pengelolaan Permintaan SultanExpress

Pada Februari 2022, UMKM jasa Sultan Express mulai mengimplementasikan bisnisnya dan melakukan promosi pada minggu pertama hingga minggu ke-dua pada bulan tersebut. Setelah berjalan 2 minggu berjalannya proses tersebut, UMKM jasa Sultan Express mendapatkan 10 *online shop* yang ditetapkan menjadi pelanggan tetap dari Sultan Express. Tentu saja untuk pemula, UMKM jasa Sultan Express memiliki permintaan yang cukup baik di awal, dan hal ini tentu saja Sultan Express menyatakan bahwa Sultan Express siap dan memiliki teknik pengelolaan permintaan setiap minggunya.

Pada pengelolaan permintaan Sultan Express masih menjadi UMKM bidang jasa yang sangat sederhana dalam menerima permintaan dari konsumennya. Permintaan yang biasanya dilakukan tidak formal dari layanan setiap usaha jasa pada umumnya. Pada umumnya Sultan Express hanya menerima pesan dan langsung menerima permintaan konsumen. Hal ini biasanya terjadi karena jumlah permintaan jasa pada Sultan Express belum terlalu banyak dan masih standar di kalangan pemula.

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan Sultan Express dalam mengelola permintaan jasanya adalah :

- a. Pertama, konsumen menghubungi kontak resmi Sultan Express yaitu dengan Whatsapp
- b. Ke-dua, admin akan merima pesan dan akan merespon permintaan sesuai dengan jam kerja yang di tetapkan, memberikan penawaran terbaik kepada konsumen.
- c. Ke-tiga, admin Sultan Express mengirimkan ke grup kurir yang akan dipakai jasanya tergantung lokasi tugas setiap kurir. Maksudnya disini ialah, setiap kurir yang dipekerjakan oleh Sultan Express memiliki rute pengirimannya masing-masing.
- d. Ke-empat, kurir yang mendapatkan rute pengiriman sesuai permintaan online shop akan berangkat sesuai jam kerja pergerakan kurir dari titik lokasi sampai dengan pengiriman setiap paket ke alamat yang diinginkan.
- e. Ke-lima, kurir akan mengirimkan laporan kinerja kepada admin sebelum jam kerja berakhir.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terhadap PKM dengan tema “Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi UMKM Sektor Jasa di Kota Batam” ini dapat disimpulkan bahwa mitra yang kami jadikan objek pembahasan belum terlalu cakap dalam mengelola permintaan dan kapasitas produksinya masih terukur dasar pada umumnya. Hal ini disebabkan karena UMKM jasa Sultan Express masih baru saja memulai bisnis dibidang jasa yang berupa kurir.

Maka dari itu adapun saran inovasi jasa terbaru yang dapat tim sampaikan terhadap UMKM jasa Sultan Express, diantaranya adalah sebagai berikut: jika terjadi kenaikan permintaan jasa pada UMKM Sultan Express sebelumnya masih mempertahankan kurir tetap untuk mengambil target lebih, tim menyarankan agar UMKM jasa Sultan Express membuka lowongan pekerjaan “tidak tetap” pada kurir yang akan bekerja pada masa permintaan naik saja. Saran tersebut lebih efisien dari pada jika UMKM jasa Sultan Express mempertahankan karyawan atau kurir tetap mengambil target akan berdampak pada lamanya setiap paket akan sampai ke alamat yang dituju. Jika, UMKM Sultan Express mengalami penurunan permintaan jasa hal yang dapat disarankan ialah sebaiknya UMKM jasa Sultan Express melakukan pengiriman setiap 2 kali sehari pada setiap *online shop* yang bekerja sama secara tetap. Hal ini dapat membuat kestabilan pendapatan karena tidak terlalu mengeluarkan pengeluaran yang sama setiap hari seperti sebelum permintaan menurun.

Marketing yang dilakukan oleh mitra masih sangat kurang lancar atau kurang efektif baik itu di sosial media maupun secara offline, hanya mengandalkan kenalan kerabat dan teman-teman pemilik serta karyawannya saja. Disini dapat tim sarankan untuk mulai membentuk admin untuk bagian marketing, baik sosial media maupun offline agar promosi atau marketing sultan ekspres ini dapat tersalurkan dengan baik dan lancar dengan tujuan agar pihak mitra dapat dikenal lebih banyak orang dengan begitu akan mendatangkan lebih banyak pelanggan baru atau online shop yang akan tertarik untuk mengambil jasa dari sultan ekspres ini.

Dari yang terlihat pada sosial media UMKM jasa Sultan Express, kurangnya informasi terkait alamat lokasi mitra dan hanya mencantumkan lokasi Bengkong namun tidak diperjelas dengan blok dan nomor ruko dan lebih bagusnya disertai dengan link *Google Map* untuk mempermudah pelanggan atau hanya sebagai formalitas pada bio profile suatu jasa agar dapat dilihat lebih terpercaya dan meyakinkan apabila terdapat alamat jelas yang tercantum. Serta dapat dibentuk juga suatu *Website* khusus UMKM jasa Sultan Express agar lebih efisien, terstruktur dan akan semakin mempermudah pelanggan dalam proses transaksi penggunaan jasa pada sultan ekspres ini, tidak perlu melalui *chat Whatsapp* lagi. Hanya pada website mencantumkan nama serta alamat penerima dan pengirim paket, kemudian memasukkan waktu penjemputan paket hingga pembayaran ongkos kirim yang juga terdapat pilihan yaitu *full* talang dimana akan dibayarkan terlebih dahulu oleh pihak kurir atau menggunakan *transfer via mobile banking* dan semacamnya dan langsung dapat ditransaksikan pada *Website* tersebut. Dan apabila barang sudah diterima kurir dan dikirimkan ke penerima maka dinyatakan pada *Website* tersebut untuk paket tersebut sudah terselesaikan.

Akun sosial media *Instagram* yang dimiliki oleh UMKM jasa Sultan Express ini masih tidak begitu aktif dalam memposting dimana postingan juga sangat mempengaruhi *engagement* sosial media itu sendiri, semakin banyak memposting maka kemungkinan dilihat dan dikenal orang juga akan semakin besar. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk membentuk suatu jadwal jam posting oleh admin pada mitra tersebut, harus sering berinteraksi dengan *followers* atau pengikut agar kita dapat mengetahui *engagement* di waktu kapan orang lebih banyak menggunakan sosial media, dan konten seperti apa yang disenangi oleh para pengikut. Seperti contoh dapat mengikuti *trend* sosial media dengan membuat *Question and Answer (Q&A)* pada *instagram story* baik itu terkait jasa kurir atau

bahkan hal-hal menarik lainnya seperti memberikan pertanyaan pengetahuan umum agar dapat menciptakan hubungan baik dengan pengikut dengan begitu mereka akan terus mengikuti aktivitas pada akun sosial media sultan ekspres ini dan secara umum dapat kita ketahui biasanya kebanyakan orang akan menggunakan sosial media pada sekitar pukul 6 - 7 malam saat sedang santai atau dipagi hari saat sedang sarapan, sore pada waktu *tea time* sekitar pukul 3. Nah, pada waktu-waktu tersebut dapat kita selipkan beberapa *Instagram story* yang menarik kemudian mencantumkan sedikit promosi agar terkesan lebih menyenangkan dan tidak monoton hanya sebatas promosi saja. Dapat juga membuat beberapa kuis kecil berhadiah pada instagram story terkait jasa kurir maupun hal lainnya dan siapa yang paling aktif atau yang memperoleh jawaban paling banyak akan diberikan hadiah. Dapat berupa free 1 x menggunakan jasa kurir Sultan Ekspres dan lain lain. Atau dapat secara rutin membuat *giveaway* yang akan diundi setiap bulan untuk mendapatkan hadiah dengan syarat dan ketentuan tertentu. Dengan membuat hal-hal kecil tersebut dapat membentuk interaksi yang baik untuk akun sosial media jasa kurir sultan ekspres ini. Dan pastinya akan semakin banyak yang tertarik untuk mengunjungi sosial media dan mulai penasaran apa itu sultan ekspres, yang awalnya hanya *followers Instagram* kemudian berubah menjadi pelanggan di UMKM jasa Sultan Express ini.

Memperluas *personal branding* ke berbagai sosial media, untuk saat ini jasa kurir sultan ekspres hanya memiliki akun sosial media instagram, disarankan untuk membuat beberapa akun sosial media terutama adalah facebook. Karena dari hasil analisa kami *Facebook* untuk saat ini sedang maraknya berjualan melalui *live streaming* baik itu di FJB atau forum jual beli batam atau di akun facebook masing-masing *Online Shop*. Dengan begitu akan menjadi peluang besar bagi sultan ekspres untuk mempromosikan jasa mereka kepada olshop tersebut dan UMKM jasa Sultan Express juga dapat membuat iklan pada sosial media seperti iklan berbayar. Dimana pada iklan berbayar tersebut terdapat pengaturan terkait kriteria target sasaran yang diinginkan mulai dari lokasi, usia, gender dan lain sebagainya. Dengan bentuk iklan yang menawarkan jasa kurir dengan harga termurah se kota batam yang hanya bernilai Rp 6.000 dapat diantarkan ke seluruh kota akan sangat mempermudah UMKM jasa Sultan Express dalam memperoleh pelanggan-pelanggan baru.

Dari *website* yang direncanakan tadi dapat dikembangkan lagi dengan membuat suatu sistem yang dapat mempermudah kurir dan pelanggan yaitu tracking paket pada website tersebut. Sehingga, pelanggan dapat memantau paketnya hanya melalui *website* saja, tidak perlu terus menghubungi kurir untuk menanyakan pengiriman sudah pada rute mana, karena sudah tertera secara otomatis keberadaan kurir serta dapat mengetahui estimasi barang akan sampai ke tangan pada hari dan pukul berapa karena dapat dipantau langsung melalui *website* pada bagian *tracking*-anpaket tersebut. Kemudian untuk pihak UMKM juga dapat membuat semacam *reward* untuk langganan yang sering menggunakan jasa kurir sultan ekspres ini dengan membentuk *Loyalty Card*. Dimana *loyalty card* ini akan diberikan kepada setiap customer yang melakukan transaksi pertama kali. *Loyalty card* yang kami rancang ialah *loyalty card* yang berisi 10 kolom, dimana setiap kali customer melakukan transaksi akan diberikan cap dan pencatatan tanggal sebagai bukti transaksi pada tiap kolom tersebut. Dan kami juga akan mempermudah customer dengan menyediakan *e-loyalty card* atau *loyalty card visual* yang dapat dipergunakan melalui online atau hp. Sehingga customer tidak perlu ke kantor UMKM setiap kali ingin melakukan

transaksi dan cap pada *loyalty card* tersebut. Dapat dinyatakan pemerolehan *reward* dari *loyalty card* tersebut apabila 10 kolom sudah terpenuhi atau dapat dimaksudkan apabila customer sudah melakukan transaksi sebanyak 10 kali pada jasa kurir UMKM Sultan ekspres ini maka akan mendapatkan reward berupa *free* 1 x pengantaran paket ke seluruh kota Batam.

Terakhir saran dari tim ialah UMKM jasa kurir sultan ekspres dapat memulai untuk memperluas jangkauan pengiriman seperti keluar Kota atau pulau yang masih dalam jangkauan Kepulauan Riau atau yang berdekatan dengan Kota Batam seperti Belakang Padang, Bulang, Tg Pinang, Tg Balai Karimun, dan lain-lain agar pasar UMKM dapat berkembang lebih luas dan lebih variatif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Pertama – tama kami ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan YME atas kesempatan ini kami dapat menyelesaikan tugas akhir semester kami yang berjudul Analisa Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi UMKM Jasa Sultan Express. Dengan rasa hormat dan bangga kami ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing kami Bapak Hery Haryanto, S.E., M.M. & Bapak Caesar Rosyad Achmadi selaku dosen yang mengajar pada mata kuliah Inovasi Jasa dan Pemasaran selama kurang lebih 3 bulan ini atas bimbingan, ilmu, masukan dan pengalaman yang diberikan.

Terima kasih juga kami ucapkan kepada mitra UMKM Sultan Ekspres yang sudah berkenan dan memberi kesempatan kepada kami untuk melakukan survey pada usahanya, dan terima kasih kepada seluruh anggota kelompok 1 dengan Windy sebagai ketua kelompok, Dewi, Priscillia dan Tiara untuk partisipasi dan kerja samanya sehingga terbentuklah sebuah artikel ekonomi ini dan kami juga sangat berterima kasih kepada Jurnal Jemba atas peluang dan kesempatan yang diberikan untuk dapat mempublikasikan artikel kami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] accounting tools. 2022. "Excess Capacity Definition." *Accountingtools.Com*. Retrieved July 13, 2022 (<https://www.accountingtools.com/articles/excess-capacity>).
- [2] Boakye, Osei Ernest. 2014. "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title." *Implementation Science* 39(1):1-24.
- [3] Darmawan, Dani. 2019. "Teori Permintaan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689-99.
- [4] Davis, K. M., P. G. Kazansky, A. M. Kowalewicz, E. P. Ippen, J. G. Fujimoto, De Silvestri, S. M. Eaton, P. R. Herman, M. J. Steel, M. J. Withford, and K. C. Vishnubhatla. 2016. "参考和链接 1. 2. 3." 3(2):2148-59.
- [5] Hariyanto. 2020. "Fluktuasi Adalah Ada Perubahan Turun-Naik, Apa Penyebabnya?" *Ajaib.Co.Id*. Retrieved July 14, 2022 (<https://ajaib.co.id/fluktuasi-adalah-ada-perubahan-turun-naik-apa-penyebabnya/#:~:text=Adapun menurut para ahli%2C yakni,yang diakibatkan oleh mekanisme pasar>).

- [6] Khazae. 2022. "New Energy Exploitation and Application." *Ukscip.Com*. Retrieved July 14, 2022 (<http://ojs.ukscip.com/index.php/NEEA/article/view/51>).
- [7] Muchlisin Riadi. 2020. "Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan Dan Strategi)." *KAJIANPUSTAKA.COM*. Retrieved July 13, 2022 (<https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>).
- [8] Pradana, Reza Septian. 2021. "Penerapan Analisis Jalur Dalam Mengidentifikasi Penyebab Fluktuasi Harga Cabai Merah Di Kabupaten Aceh Jaya." *Jurnal Agrica* 14(1):20–32. doi: 10.31289/agrica.v14i1.4594.
- [9] Sabdha Purna Yudha, Ismayati Sutina Azis, & Rifaldy Ramadhan latief. 2022. "MENINGKATKAN KAPASITAS PRODUKSI DENGAN PENDEKATAN METODE RANKED POSITIONAL WEIGHT PADA LINTASAN PERAKITAN." *Journal.Atim.Ac.Id*. Retrieved July 13, 2022 (<https://journal.atim.ac.id/index.php/jemmtec/article/view/154>).
- [10] SMRITI CHAND. n.d. "Excess Demand: Meaning, Reasons and Impact of Excess Demand." *Yourarticlelibrary.Com*. Retrieved July 13, 2022 (<https://www.yourarticlelibrary.com/macro-economics/income-and-employment/excess-demand-meaning-reasons-and-impact-of-excess-demand/30390>).
- [11] Surjono, Herman Dwi. 2018. "Kajian Pustaka ُؤَعْحَأَسُنُ ُؤَأُ." *Molucca Medica* 11(April):13–45.
- [12] Tsuyoshi Tosimitsu. 2021. "Note on Excess Capacity in a Monopoly Market with Network Externalities." *Springer.Com*. Retrieved July 13, 2022 (<https://link.springer.com/article/10.1007/s10842-021-00363-7#citeas>).
- [13] Vanessa Freitas Silva. 2021. "Time Series Analysis via Network Science: Concepts and Algorithms." *Wires.Onlinelibrary.Wiley.Com*. Retrieved July 14, 2022 (<https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/widm.1404>).
- [14] wisdomjobs. 2020. "STRATEGIES FOR MANAGING DEMAND - PRINCIPLES OF SERVICE MARKETING MANAGEMENT." *Wisdomjobs.Com*. Retrieved July 14, 2022 (<https://www.wisdomjobs.com/e-university/principles-of-service-marketing-management-tutorial-310/strategies-for-managing-demand-10524.html#:~:text=The first%2C which has the,will be available without delay>).
- [15] Yanti, Eka Desi. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Sepeda Motor Yamaha Di Kabupaten Aceh Barat*.
- [16] Yao Ma, Baochen Yang, Yunpeng Su. 2021. "Stock Return Predictability: Evidence from Moving Averages of Trading Volume." *Sciencedirect.Com*. Retrieved July 14, 2022 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0927538X21000019>).
- [17] الشعراني, إيدافؤاد, and غسانجميلاوزير. 2006. "No Titleالتعويضاتالمتحركةالكاملتوالتعويضاتالفكيةالوجهية" منشور/اتجامعةدمشق. 1999(December):1–6.