

## **Pengelolaan Strategi Permintaan dan Kapasitas Produksi Serta Peningkatan Exposure pada CV. Jaya Guna Pratama di Kota Batam**

**Dita Ayu Sri Maharani<sup>1</sup>, Indah Chrystin Diana<sup>2</sup>, Ferdiko Oktavio<sup>3</sup>, Richard Ng<sup>4</sup>, Rezky Dwiham Ginting<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Internasional Batam

### **Abstrak**

Artikel ini berisi tentang cara untuk mengelola strategi peningkatan *exposure* pada UMKM CV. Jaya Guna Pratama. *Exposure* merupakan hal yang sangat penting untuk mengembangkan sebuah bisnis, terutama pada UMKM. Hasil dari meningkatkan *exposure* adalah agar konsumen dapat mengingat nama dari jasa/produk yang dijual atau ditawarkan. Kesimpulan hasil dari pengabdian masyarakat CV Jaya Guna Pratama adalah peningkatan pada UMKM (*brand recall*), UMKM (*brand recognition*), UMKM (*top of mind awareness*), *brand dominance* dan peningkatan dan perluasan market. Dengan adanya tindakan peningkatan *exposure* dan *collaboration* CV. Jaya Guna Pratama dapat mencapai *sustainability* yang bagus karena telah memperkuat, meningkatkan, dan memaksimalkan kemampuan dan efektivitas dalam berbagai aspek terutama telah mencapai dan mencakup *customer base* yang lebih luas.

**Kata kunci:** *exposure, UMKM, strategi*

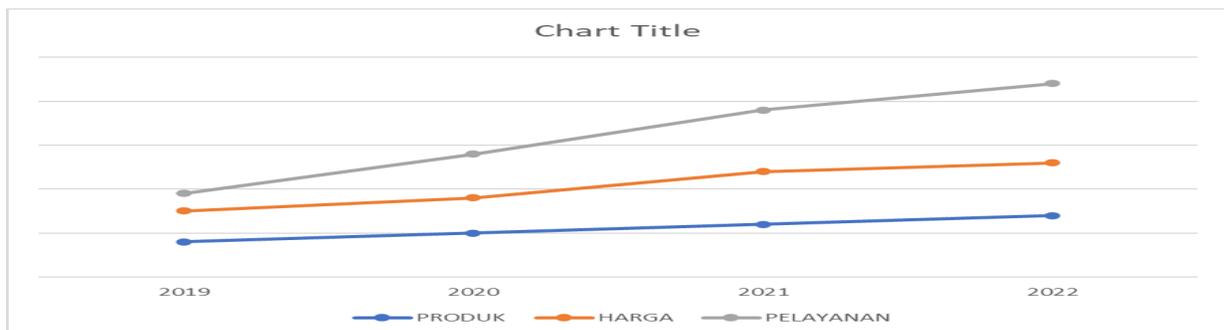
### **PENDAHULUAN**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki oleh individu yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, juga tidak langsung atau tidak langsung dikuasai oleh usaha besar atau menengah. Sedangkan usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan tidak langsung atau tidak langsung dikuasai oleh perusahaan besar. UMKM yang dipilih oleh kelompok kami adalah UMKM CV. Jaya Guna Pratama. CV. Jaya Guna Pratama terpilih menjadi subjek dari artikel karena UMKM ini layak untuk mendapatkan *exposure* lebih jika dilihat dari harga dan kualitas yang diberikan. Tujuan dari meningkatkan *exposure* adalah agar konsumen dapat mengingat nama dari jasa/produk yang dijual atau ditawarkan oleh UMKM (*brand recall*). *Exposure* juga berguna agar konsumen dapat membedakan jasa/produk antar UMKM (*brand recognition*) dan bisa mengingat langsung nama jasa/produk saat diberikan pertanyaan

mengenai kategori produk yang dijual oleh UMKM (*top of mind awareness*). Ketiga hal ini akhirnya akan menciptakan *brand dominance* dimana konsumen hanya akan mengingat satu brand pada kategori produk tertentu.

## METODE

CV. Jaya Guna Pratama merupakan UMKM Yang menawarkan jasa service AC di daerah kota batam yang berlokasi di JL. Bengkong Baru, Komplek Bengkong Baru Blok E No 74. Proses perencanaan CV. Jaya Guna Pratama yang menawarkan jasa service AC seperti : Mencuci AC, Memperbaiki AC, Membongkar Pasang AC, Jual beli AC baru dan Second Dan juga Tukar Tambah AC lama dengan yang baru. Tahap tahap kegiatan pengabdian CV. Jaya Guna Pratama yang Pertama terdapat pelatihan training selama 3 bulan agar pengerjaan tersebut mencapai hasil yang maksimal, bertujuan untuk meningkatkan skill serta pemahaman terhadap servis AC tersebut Yang kedua Konsultasi, Konsultasi ini digunakan untuk mendiskusikan persoalan AC serta kebutuhan yang mau digunakan. Yang ketiga difusi iptek dimana CV. Jaya Guna Pratama akan menawarkan produk AC tersebut serta memberi layanan yang bagus contohnya mendemonstrasikan Produk AC tersebut serta pengoperasian yang profesional untuk memuaskan konsumen



Grafik di atas menunjukkan di awal tahun 2019 CV. Jaya Guna Pratama melakukan survey kepuasan terhadap masyarakat yang menggunakan jasa CV. Jaya Guna Pratama Pada Tahun 2019 CV Jaya Guna Pratama mendapatkan hasil yang cukup memuaskan dikarenakan produk serta harga yang ada di CV. Jaya Guna Pratama masih belum lengkap. Di tahun 2020 dimana CV. Jaya Guna Pratama telah menaiki persentase tersebut yang telah memiliki cukup bahan serta kelengkapan barang. Selanjutnya di tahun 2021 CV. Jaya Guna Pratama sudah mendapatkan banyak relasi yang dimana masyarakat telah menyebut CV. Jaya Guna Pratama yang memiliki produk tersebut serta harga yang bersahabat dan juga pelayanan yang baik dan sangat memuaskan. CV. Jaya Guna Pratama merupakan UMKM yang menawarkan jasa *service AC* di area Batam dengan pelayanan terbaik dan dengan harga yang murah. Layanan yang mereka tawarkan adalah mencuci AC, memperbaiki AC, membongkar pasang AC, jual beli AC baru dan *second*, dan tukar tambah AC lama dengan yang baru.

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki strategi bisnisnya masing-masing. Oleh karena itu, diperlukan terobosan-terobosan baru untuk merangsang pilihan dan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu, kita perlu bekerja seefektif dan seefisien mungkin agar perusahaan kita bisa bertahan lebih lama. Untuk itu, perusahaan melakukan berbagai upaya kreatif untuk bersaing, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Perusahaan bersaing satu sama lain untuk keberadaan dan kepercayaan konsumen mereka. Persaingan berarti tidak hanya melihat pesaing besar, tetapi juga mempertimbangkan pesaing kecil (*startup* di bidang yang sama). Mereka (usaha baru/kecil) dapat menarik konsumen yang ingin bereksperimen, jadi bandingkan dengan bisnis lain, tentu hal itu akan berdampak pada penurunan konsumen. Dengan kata lain, perusahaan menghasilkan lebih sedikit konsumen, berdampak pada kepercayaan konsumen, yang mengarah pada keuntungan yang lebih rendah. Ada begitu banyak persaingan sehingga perusahaan perlu menggunakan strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya. Karena secara langsung menimbulkan masalah. Perusahaan Jasa Perlindungan Iklim termasuk dalam kategori Usaha Kecil. Sebagian besar perusahaan jasa penyejuk udara tidak dapat mengikuti persaingan yang ketat ini karena strategi bisnis yang tepat, terutama strategi bisnis yang tepat, tidak dapat menentukan volume penjualan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan bisnis di bidang ini perlu mengadopsi strategi yang tepat untuk menjaga kelangsungan bisnis. melanjutkan. Jayaguna Pratama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perubahan iklim dan termasuk dalam kategori jasa perubahan iklim.

UMKM yang berlokasi di JL Bengkong Baru, Komplek Bengkong Baru Blok E No. 74 Lubuk Baja Kota Batam Kota Batam Kepulauan Riau 29444, Indonesia.

Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *exposure* sebuah bisnis, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial.

Media sosial merupakan platform yang sangat efektif untuk mempromosikan sebuah barang atau jasa di zaman yang modern ini, hal ini dikarenakan hampir semua kalangan, baik dari tua hingga muda dapat mengakses media sosial menggunakan *smartphone* dengan mudah.

Hootsuite, pemimpin global dalam manajemen media sosial telah merilis laporan digital tahun 2022 yang menyoroti temuan global paling menonjol tentang tren digital dan media sosial. Sekarang ada 4,62 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, mewakili pertumbuhan lebih dari 10 persen (424 juta pengguna baru) sejak tahun lalu. Jumlah pengguna media sosial kini setara dengan lebih dari 58 persen dari total populasi dunia. Melihat angka tersebut, pada zaman ini, tidak sedikit orang yang membutuhkan atau

menginginkan suatu produk atau jasa akan mencarinya di sosial media seperti Instagram dan Facebook. Maka dari itu kami membuatkan CV Jaya Guna Pratama akun sosial media tersebut. Pertama kami menggunakan kreatifitas kami dengan membuatkan terlebih dahulu feeds yang menarik untuk diunggah dalam sosial media, lalu kami mengembangkan akun sosial media tersebut dengan langganan promosi facebook dan instagram seperti *facebook ads* dan *instagram ads* untuk mengikat pengikut baru, dengan berlangganan *ads*, unggahan akan muncul di beranda setiap orang tanpa terkecuali yang tidak mengikuti akun pun, dengan demikian orang awam yang belum tahu mengenai CV Jaya Pratama akan mengenal CV. Selain dengan berlangganan *ads*, kami pribadi ikut mempromosikan akun sosial media CV kepada teman, kerabat serta keluarga kami untuk mengikuti atau memberi jempol pada unggahan akun sosial media nya.

Terdapat juga cara lain yang digunakan untuk meningkatkan *exposure* yaitu dengan mengikuti *event* seperti bazar makanan dan lain lain. Cara ini paling efektif diterapkan pada UMKM yang menawarkan produk makanan maupun minuman. Tetapi ini bukan berarti UMKM yang menawarkan produk/jasa lain tidak bisa menggunakan cara ini. UMKM hanya perlu mencari informasi dan memilih kategori *event* yang sesuai dan paling menguntungkan bagi UMKM sendiri.

CV. Jaya Guna Pratama menawarkan beberapa paket sebagai upaya dalam melakukan promosi internal. Paket paket tersebut adalah sebagai berikut :

Jenis jasa	Harga
Cuci Ac	Rp. 50.000
Cuci Bongkar Ac	Rp. 250.000
Pengisian Freon Ac	Rp. 100.000 - Rp. 150.000
Bongkar Pasang Ac (diluar material)	Rp. 200.000 - Rp. 300.000
Perbaikan bocor <i>freon</i> Ac	Rp. 450.000 - Rp. 550.000
Perbaikan Ac lainnya	-

Selain itu, CV. Jaya Guna Pratama juga menjual AC, kulkas dan mesin cuci unit baru dengan berbagai merek seperti Daikin, Sharp, Aqua, LG, Samsung, Panasonic dan lainnya yang juga mendapatkan gratis pipa 2 meter bergaransi resmi pada untuk pemasangan.

Melakukan kolaborasi juga merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan produk/jasa lebih luas lagi. Jika UMKM mempunyai masalah untuk terhubung dengan target audiensnya, maka UMKM dapat berkolaborasi dengan *influencer* untuk mengulas produk atau jasa yang ditawarkan di laman sosial media mereka. Selain itu, UMKM juga dapat memanfaatkan *influencer* untuk membuat konten tentang produk mereka dan membuat kode diskon khusus bagi pengikutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada peningkatan *exposure*, promosi dan inovasi, sudah jelas cara yang paling sering digunakan dan disarankan adalah mempromosikan usaha kita dalam platform sosial media terutama di era modern ini, dimana masyarakat dari semua kalangan dapat mengaksesnya dengan gampang.

Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kolaborasi dengan usaha lain dimana kita akan menggabungkan jasa yang ditawarkan antara CV Jaya Guna Pratama dengan Pt. Nakita Bersama, untuk menjadi *all in service* pada jasa kebersihan suatu *venue*/gedung yang besar.

Hasil dari meningkatkan *exposure* adalah agar konsumen dapat mengingat nama dari jasa/produk yang dijual atau ditawarkan oleh UMKM (*brand recall*). *Exposure* juga berguna agar konsumen dapat membedakan jasa/produk antar UMKM (*brand recognition*) dan bisa mengingat langsung nama jasa/produk saat diberikan pertanyaan mengenai kategori produk yang dijual oleh UMKM (*top of mind awareness*). Ketiga hal ini akhirnya akan menciptakan *brand dominance* dimana konsumen hanya akan mengingat satu brand pada kategori produk tertentu.

Hasil yang didapatkan dengan melakukan kolaborasi adalah market semakin luas dan peningkatan terhadap relasi.

## KESIMPULAN

CV. Jaya Guna Pratama merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa servis AC. CV Jaya Guna Pratama termasuk salah satu perusahaan mikro menengah. Jasa servis ac merupakan kebutuhan sekunder dalam kehidupan kita, sehingga permintaan dari pelanggan jasa ini akan selalu ada. CV. Jaya Guna Pratama menggunakan pengelolaan permintaan reservasi dan memiliki pola permintaan efektif dan juga potensial.

Sejauh ini, CV. Jaya Guna Pratama tidak memiliki konflik yang perlu diselesaikan, maka dari itu kami menyarankan kepada UMKM untuk tetap melanjutkan strategi yang telah dimiliki dan menaikkan pelayanan yang telah mereka berikan agar lebih dipilih oleh

pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan beberapa pelayanan *free of charge* kepada *customer* langgan dan selalu meminta *feedback* dari para pelanggan jika ada yang perlu ditingkatkan pada pelayanan yang telah diberikan untuk memperbaiki kekurangan atau mencukupi kapasitas yang kurang dalam pelayanan Servis AC. dengan ini CV. jaya guna pratama bisa menjadi servis ac yang memberikan pelayanan mengelola yang sangat diminati, oleh karena itu untuk mempertahankan eksistensinya dan menjaga kepercayaan konsumen.

Kesimpulan hasil dari pengabdian masyarakat CV Jaya Guna Pratama adalah peningkatan pada UMKM (*brand recall*), UMKM (*brand recognition*), UMKM (*top of mind awareness*), *brand dominance* dan peningkatan dan perluasan market. Dengan adanya tindakan peningkatan *exposure* dan *collaboration* CV. Jaya Guna Pratama dapat mencapai *sustainability* yang bagus karena telah memperkuat, meningkatkan, dan memaksimalkan kemampuan dan efektivitas dalam berbagai aspek terutama telah mencapai dan mencakup *customer base* yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

Heizer, J., & Render, B. (2004). Operations management. Pearson Prentice Hall.

Muchlisin Riadi. (2020, August 29). Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi). Kajianpustaka.com; Blogger. <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>

Serafica Gischa. (2020, October 12). Permintaan dalam Kegiatan Ekonomi Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com; Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/12/132115769/permintaan-dalam-kegiatan-ekonomi?page=all>

Tanudjaja, I. (2015). JASA 2 [BAB III MENYEIMBANGKAN ANTARA PERMINTAAN DAN KAPASITAS ] - PDF Free Download. Adoc.pub; ADOC.PUB. <https://adoc.pub/jasa-2-bab-iii-menyeseimbangkan-antara-permintaan-dan-kapasita.html>

Vanya. (2021, December 27). Teori Advertising Exposure, Pengaruh Terpaan Iklan terhadap Konsumen. KOMPAS.com; Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/27/110000269/teori-advertising-exposure-pengaruh-terpaan-iklan-terhadap-konsumen>

View. (2012, October 15). Mengelola Kapasitas dan Permintaan Jasa. Brigita's Blog; Brigita's Blog. <https://brigitalahutung.wordpress.com/2012/10/15/mengelola-kapasitas-dan-permintaan-jasa/>

(2022). Hootsuite.com. <https://www.hootsuite.com/newsroom/press-releases/digital-2022-report>