

Analisis Efisiensi Rantai Pasokan pada Bengkel Wijaya Retro Classic di Purwokerto

Jasmine Hijriyani^{*1}, Muhammad Rafy Supandi², Intan Aulia Putri³

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
Jalan D.I. Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
53147, Indonesia

*jasminehijriyani@student.telkomuniversity.ac.id

²muhammadfyy@student.telkomuniversity.ac.id

³intanauliap@student.telkomuniversity.ac.id

Diterima pada dd-mm-yyyy, direvisi pada dd-mm-yyyy, diterima pada dd-mm-yyyy

Abstrak

Industri otomotif yang berkembang pesat menurut optimalisasi rantai pasok, terutama untuk usaha kecil seperti Bengkel Wijaya Retro Classic di Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas rantai pasok bengkel yang menghadapi tantangan pengadaan suku cadang langka dan distribusi tepat waktu. Proses penelitian mencakup wawancara, observasi langsung, serta analisis data kuantitatif mengaplikasikan metode *moving average* dan *least quare*. Hasil menunjukkan apabila tingkat efisiensi pemasaran mencapai 4,48% dan share pemasaran sebesar 60,38%, mencerminkan saluran distribusi yang efisien dan pembagian margin keuntungan yang adil. Hambatan utama ditemukan pada koordinasi logistik dan ketergantungan pada pemasok tunggal. Solusi yang diusulkan meliputi perencanaan pengadaan berbasis permintaan, peningkatan penggunaan teknologi informasi, dan diverifikasi jaringan pemasok. Temuan ini diharapkan memberikan rekomendasi praktis bagi Bengkel Wijaya Retri Classic untuk meningkatkan kinerja operasionalnya, sekaligus menjadi referensi bagi UKM lain di sektor otomotif klasik. Kesimpulannya, rantai pasok bengkel dapat ditingkatkan melalui inovasi manajemen berbasis data dan strategi pemasaran yang terintegrasi.

Kata Kunci: efisiensi rantai pasok, pemasaran, metode peramalan, otomotif klaik, UKM

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).



Penulis Koresponden:

Jasmine Hijriyani

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147. Email: jasminehijriyani@student.telkomuniversity.ac.id

I. PENDAHULUAN

Latar belakang perkembangan industri otomotif yang terus meningkat menuntut pelaku bisnis bengkel untuk mengoptimalkan proses bisnis mereka, khususnya dalam aspek rantai pasok. Rantai pasok berkolerasi dengan proses penyediaan barang dan jasa, mulai dari tingkat produsen hingga kategori akhir di tangan konsumen. Tujuannya adalah guna memahami arah produk, arah keuangan, arah informasi, serta selisih keuntungan pemasaran dan produktivitas pemasaran dalam sistem distribusi di Bengkel Wijaya Retro Classic. Rantai pasok yang efektif dapat membantu sebuah bengkel dalam mempertahankan ketersediaan suku cadang, mempercepat layanan kepada pelanggan, serta meminimalisasi biaya operasional. Bengkel Wijaya Retro Classic di Purwokerto, yang memiliki spesialisasi pada restorasi dan perawatan kendaraan klasik, menghadapi tantangan tersendiri terkait pengadaan suku cadang yang mungkin terbatas serta kebutuhan distribusi yang tepat waktu. Ketidakmampuan mengelola rantai pasok dengan baik dapat mengakibatkan masalah seperti keterlambatan pengiriman, stok yang tidak memadai, atau bahkan

kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, analisis efektivitas rantai pasok menjadi sangat penting dalam upaya memperbaiki proses operasional bengkel dan meningkatkan daya saingnya di pasar.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya menemukan strategi optimal untuk meningkatkan kinerja rantai pasok di Bengkel Wijaya Retro *Classic*. Mengingat karakteristik bengkel yang bergantung pada pasokan komponen khusus, efektivitas rantai pasok memiliki peran krusial dalam menjaga kelangsungan usaha. Studi ini juga relevan dengan isu keberlanjutan dan efisiensi dalam bisnis kecil menengah (UKM) yang melibatkan sumber daya terbatas dan menghadapi tantangan logistik. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi hambatan-hambatan utama dalam rantai pasok serta solusi untuk meningkatkan kinerja distribusi dan pengadaan.

Persoalan yang hendak diatasi pada analisis ini adalah bagaimana efektivitas rantai pasok di Bengkel Wijaya Retro *Classic* dapat ditingkatkan untuk mendukung efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Permasalahan ini penting karena setiap kendala dalam rantai pasok akan berdampak langsung pada waktu penyelesaian pekerjaan dan kualitas layanan yang diberikan. Dengan memahami permasalahan rantai pasok ini, akan ditemukan justifikasi untuk melakukan peninjauan ulang terhadap sistem pengadaan dan pengelolaan persediaan.

Untuk mengukur efektivitas rantai pasok, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang menggabungkan analisis data rantai pasok dengan metode *moving average*, *least square*, dan analisis efisiensi pemasaran. Metode *moving average* digunakan untuk memprediksi kondisi di masa depan berdasarkan kumpulan data historis. Metode ini diterapkan ketika data masa lalu tidak menunjukkan adanya pola tren atau faktor musiman. Teknik peramalan *moving average* sering digunakan untuk menganalisis tren dalam sebuah rangkaian waktu [1]. Metode *least square* dapat diterapkan untuk menentukan persamaan tren data dalam analisis deret waktu (*Time Series*), mencakup dua jenis kasus, yaitu data dengan jumlah genap dan ganjil [2]. Kedua metode ini dipilih karena mampu memanfaatkan data historis untuk membuat peramalan yang membantu pengelolaan stok dan distribusi barang. Sedangkan, untuk analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk menghitung perbandingan antara total pengeluaran pemasaran dengan keseluruhan nilai produk. Analisis efisiensi pemasaran dilakukan dengan menerapkan metode deskriptif untuk memahami pola saluran distribusi di wilayah terkait, serta metode kuantitatif untuk mengevaluasi margin pemasaran, *share* pemasaran, dan analisis efisiensi [3]. Metode ini dipilih karena dapat membantu mengidentifikasi kendala distribusi, seperti ketergantungan pada pemasok tunggal, keterlambatan pengiriman, atau distribusi margin keuntungan yang tidak proporsional.

Pendekatan ini memberikan dasar analisis yang kuat untuk mengidentifikasi peluang perbaikan dalam rantai pasok. Dengan menggunakan hasil analisis, rekomendasi praktis dapat disusun untuk meningkatkan kinerja operasional, seperti merancang strategi pengadaan berbasis data, meningkatkan efisiensi dalam alur distribusi produk dan informasi, serta mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengukur efektivitas rantai pasok di Bengkel Wijaya Retro *Classic* di Purwokerto. Manfaat dari analisis ini diharapkan mampu menyajikan pemberitahuan yang aplikatif bagi bengkel untuk meningkatkan kecepatan, ketepatan, dan kualitas rantai pasok mereka. Selain itu, analisis ini diharapkan mampu terlibat sebagai referensi bagi bengkel lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola rantai pasok mereka di sektor otomotif klasik.

II. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan strategi atau langkah menyeluruh yang digunakan untuk menemukan atau memperoleh data yang dibutuhkan. Pendekatan ini berbeda dengan teknik pengumpulan data, yang lebih spesifik sebagai metode untuk mendapatkan data. Secara umum, metode penelitian adalah cara sistematis dalam memperoleh informasi dengan tujuan serta manfaat tertentu [4]. Penelitian dilakukan secara langsung di Bengkel Wijaya Retro *Classic*, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, pada bulan November 2024. Peneliti bersama tim mengunjungi bengkel untuk berbicara langsung dengan pemilik (*owner*) mengenai operasional rantai pasok, tantangan yang dihadapi, dan strategi pengelolannya. Selain wawancara, tim juga melakukan observasi terhadap aktivitas bengkel, termasuk proses pengadaan suku cadang, manajemen stok, dan distribusi layanan kepada pelanggan. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi hambatan dalam rantai pasok serta menemukan peluang perbaikan yang relevan bagi peningkatan efektivitas operasional bengkel.

B. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahapan prosedural yang penting dalam menjalani langkah-langkah sistematis. Proses ini melibatkan berbagai elemen seperti objek penelitian, subjek penelitian, instrumen penelitian, serta teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data sendiri merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi atau data penelitian, sekaligus menjadi langkah strategis dalam pelaksanaan metodologi penelitian [5]. Metode pengumpulan informasi yang disalurkan dalam penelitian ini menyajikan data primer yang dikumpulkan dengan cara non-invasif di Bengkel Wijaya Retro Classic, Purwokerto. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik bengkel untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang pengelolaan rantai pasok, hambatan yang dihadapi, dan upaya perbaikan yang telah dilakukan. Selain itu, observasi langsung terhadap kegiatan operasional di bengkel dilakukan untuk memahami alur pengadaan suku cadang, pengelolaan stok, serta layanan kepada pelanggan. Dengan menggunakan data primer ini, penelitian memastikan bahwa informasi yang diperoleh mencerminkan realitas di lapangan dan relevan dengan tujuan penelitian.

C. Analisis Data

Rantai pasok di Bengkel Wijaya Retro Classic dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan estimasi efisiensi pemasaran. Data yang digunakan mencakup penjualan suku cadang, pembelian bahan baku, dan informasi aliran keuangan selama periode lima tahun terakhir (2019-2024). Data ini diambil untuk memberikan pola historis yang cukup representatif dalam mengidentifikasi efisiensi rantai pasok. Peramalan dilakukan melalui pendekatan *time series* menggunakan *moving average* dan *least square*. Proses ini mencakup pengumpulan serta analisis data rantai pasokan, termasuk produk, informasi, dan aliran keuangan. Metode deskriptif dalam pendekatan kuantitatif berfungsi membantu menggambarkan, menjelaskan, atau merangkum data secara konstruktif dengan mengacu pada representasi statistik yang mempermudah pemahaman detail data. Proses ini dilakukan dengan merangkum dan mengidentifikasi pola dari sampel data tertentu. Melalui sampel tersebut, peneliti dapat memperoleh angka absolut yang tidak selalu mampu menjelaskan latar belakang atau alasan di balik angka-angka tersebut [6].

Setelah pola data dianalisis, prediksi dibuat dengan teknik *time series* seperti *moving average* dan metode *least square*. Metode perkiraan menyertakan kajian informasi historis guna memahami pola dan tren, termasuk analisis deret waktu, analisis regresi, dan jaringan saraf buatan. Peramalan digunakan di beragam sektor seperti bisnis, ekonomi, keuangan, dan perencanaan produksi, contohnya termasuk memperkirakan permintaan konsumen, memaksimalkan stok barang, dan membantu perencanaan serta taktik bisnis. Pendekatan ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel prediktor (dependen) dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (independen), serta nilai-nilai variabel tersebut dalam periode tertentu (mingguan, bulanan, tahunan, dan sebagainya).

1.) Moving Average

Moving average adalah teknik peramalan yang menghitung prediksi untuk masa depan dengan cara menjumlahkan data-data sebelumnya dan membaginya dengan total jumlah data yang tersedia [7]. Dalam metode ini, kami mengumpulkan data dari hasil wawancara dan melakukan analisis menggunakan *moving average*. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk membuat peramalan untuk periode mendatang, dengan rumus persamaan yang diterapkan sebagai berikut:

$$MA_n = \frac{\sum_{i=1}^n A_{t-i}}{n} \quad (1)$$

Keterangan:

MA_n = Rata – rata bergerak untuk periode n

A_{t-i} = Nilai aktual pada periode sebelumnya (t – 1)

n = Jumlah periode yang digunakan dalam perhitungan rata – rata bergerak

2.) *Least Square*

Least Square adalah teknik perkiraan yang dimanfaatkan untuk menganalisis tren dalam data deret waktu. Metode ini dapat diaplikasikan untuk menentukan persamaan tren data, termasuk analisis *time series* dengan dua kasus, yaitu data genap dan ganjil [7]. Dalam metode ini, untuk memproyeksikan kecenderungan, kami menerapkan analisis regresi linear dengan menyesuaikan garis tren pada sekumpulan titik serta data historis, lalu memperkirakan garis tersebut ke dalam perkiraan kami. Rumus dari *Least square* yang kami gunakan adalah:

$$Y_o = a + b_x \quad (2)$$

Keterangan:

- Y_o = Perkiraan variabel independen
 x = Perkiraan variabel dependen
 a = Gradien garis
 b = Nilai Y_o saat $x = 0$

Faktor a dan b diperoleh dari garis yang digunakan dalam dua persamaan, yaitu:

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \quad (3)$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n} \text{ atau } \bar{y} - b\bar{x} \quad (4)$$

Keterangan:

- n = Jumlah observasi

Untuk menentukan dan menganalisis perbedaan ketepatan dari masing-masing metode peramalan, kami akan mengevaluasi tingkat kesalahan dari setiap metode yang diuji, yaitu:

$$MAD = \sum \left| \frac{At - Ft}{n} \right| \quad (5)$$

$$MSE = \sum \left| \frac{At - Ft}{n} \right|^2 \quad (6)$$

$$MAPE = \sum \left| \frac{At - Ft}{\frac{At}{n}} \right| \times 100 \quad (7)$$

Keterangan:

At = Nilai nyata pada periode t

Ft = Nilai peramalan pada periode t

n = Jumlah untuk periode peramalan

3.) *Margin Pemasaran*

Margin Pemasaran adalah selisih antara total biaya dan keuntungan yang diperoleh dari setiap tahap dalam proses pemasaran suatu produk [8]. Untuk menentukan efisiensi pemasaran, analisis dapat dilakukan melalui nilai distribusi margin pemasaran dalam rantai pasok Bengkel Wijaya Retro *Classic*. Pola margin pemasaran adalah:

$$MP = Pr - Pf \quad (8)$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga yang diterapkan pada konsumen

Pf = Harga yang diterapkan pada produsen

Nilai dari margin pemasaran diterapkan untuk menganalisis proporsi tarif dan profit di setiap bagian rantai.

4.) *Share Pemasaran*

Share pemasaran merupakan persentase penjualan produk atau layanan dari sebuah perusahaan di pasar selama periode tertentu. *Share* pemasaran berfungsi sebagai indikator untuk menilai kinerja perusahaan dalam membandingkannya dengan perusahaan lain yang beroperasi di pasar yang sama [9]. Metode ini digunakan untuk menaksir sejauh mana performa suatu perusahaan divalidasi perusahaan lainnya yang ada di pasar. Rumus untuk memperkirakan *share* pemasaran adalah:

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad (9)$$

Keterangan:

Sf = *Share* pemasaran (presentase yang diterima bengkel (%))

Pr = Harga pada tingkat pengguna

Pf = Harga pada tingkat pelaku usaha

Kriteria ketentuan :

Jika nilai *share* pemasaran > 40%, maka dianggap efisien

Jika nilai *share* pemasaran < 40%, maka dianggap tidak efisien

5.) Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam suatu rantai pasokan [10]. Nilai efisiensi pemasaran dihitung sebagai persentase dari total biaya yang dibagi dengan total nilai produk. Berikut rumus menghitung efisiensi pemasaran:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

(10)

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produk

Kriteria ketentuan dapat ditentukan berlandaskan korelasi nilai efisiensi pemasaran (%):

0-33% = Efisien

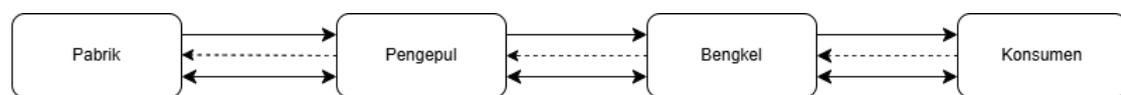
34-67% = Kurang efisien

68-100% = Tidak efisien

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Struktur Rantai Pasok Bengkel Wijaya Retro Classic

Aliran rantai pasok di Bengkel Wijaya Retro Classic mencakup informasi, keuangan, dan data produk. Struktur rantai pasok menggambarkan berbagai pihak yang terlibat dalam proses tersebut. Pihak-pihak yang berkontribusi dalam bagian ini meliputi pabrik, pengepul, bengkel, dan konsumen. Struktur rantai pasok yang ada bisa dilihat pada gambar berikut:



Keterangan:

- : Aliran Produk
- ← : Aliran Keuangan
- ↔ : Aliran Informasi

Gambar 1. Struktur Rantai Pasok Bengkel Wijaya Retro Classic

Berdasarkan Gambar 1, terdapat tiga aliran utama dalam rantai pasok Bengkel Wijaya Retro Classic, diantaranya adalah:

1.) Aliran Produk

Arus barang dari Bengkel Wijaya Retro Classic dilakukan secara horizontal dengan urutan pertama dari pabrik yang menyediakan bahan baku utama untuk permintaan dari bengkel, pengepul sebagai pemasok kedua setelah pabrik sehingga barang dari pabrik bisa didapatkan dari berbagai

daerah, lalu bengkel yang mengambil barang dari pengepul dan digunakan untuk merakit motor seperti ban, oli, cat, rim, dan suspensi. Kemudian *customer* akhir sebagai pemakai barang yang akan dibuatkan atau layani oleh bengkel. Barang yang ada dalam rantai pasok ini berjalan sesuai permintaan dari *customer*, dengan menyetok barang ataupun memesan barang sesuai permintaan dari *customer* sehingga barang dapat tersedia.

2.) Arus Keuangan

Arus keuangan ini membahas tentang pergerakan uang yang terkait dengan masuk dan keluarnya barang. Arus keuangan mengalir dari konsumen menuju pabrik. Berdasarkan Gambar 1, struktur rantai pasok Bengkel Wijaya Retro Classic mencakup empat arus, yaitu pabrik-pengepul-bengkel-konsumen. Dalam rantai pasok ini, pabrik menyediakan bahan baku yang dibeli oleh pengepul, yang kemudian menjual barang tersebut kepada bengkel, sedangkan konsumen sebagai pengguna akhir memanfaatkan barang untuk merakit motor.

3.) Arus Informasi

Arus informasi adalah aliran yang bersifat respirokakal, baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya, dari hilir ke hulu. Aliran informasi dalam rantai pasok ini mencakup data mengenai stok barang yang tersedia, harga, jumlah permintaan, serta status pengiriman dan pengembalian. Informasi ini disajikan secara horizontal, dengan koordinasi antar berbagai pihak, seperti konsumen, pengepul, pabrik, dan bengkel, sebagai contoh, terdapat koordinasi antara pabrik dan pengepul mengenai stok barang, serta koordinasi dari konsumen terkait jumlah barang yang diminta.

B. Metode Peramalan

Peramalan menggunakan metode kuantitatif *time series* adalah teknik yang dimanfaatkan untuk mengkaji sekumpulan informasi yang bergantung pada waktu. Metode ini berasumsi bahwa ada pola yang berulang dari waktu ke waktu dan menggunakan teknik pemulusan untuk mengurangi fluktuasi musiman dari informasi yang ada. Data permintaan item di bengkel ini diakumulasikan per tahun dari 2019 hingga 2024 untuk meramalkan penjualan produksi item bengkel pada tahun 2025. Berikut adalah data permintaan produksi item bengkel yang diperoleh dari analisis data primer 2025:

Table I. DATA PERMINTAAN CUSTOMER DI BENGKEL WIJAYA RETRO CLASSIC

NO	Tahun	Permintaan Konsumen	Permintaan Bengkel
1	2019	1.632	5.000
2	2020	1.200	2.270
3	2021	720	1.250
4	2022	432	1.000
5	2023	1.152	1.500
6	2024	1.584	3.350

Berdasarkan data yang terdapat di Tabel I, dilakukan kajian perbandingan antara hasil peramalan menggunakan metode *moving average* dan *least square*, sebagai berikut yang diperoleh dari kajian data primer 2025:

Table II. PERBANDINGAN HASIL PERAMALAN DENGAN METODE MOVING AVERAGE

Mitra	Peramalan	MDA	MSE	MAPE
Konsumen	1048	536	287.289	33,83838384
Bengkel	2674	1122	1.258.136	33,48258706

Table III. PERBANDINGAN HASIL PERAMALAN DENGAN METODE LEAST SQUARE

Mitra	Peramalan	MDA	MSE	MAPE
Konsumen	1037,6	546	298.553	34,49494949
Bengkel	1147,33	2203	4.851.740	65,75124379

Berdasarkan Tabel II dan Tabel III, tingkat kesalahan terendah yang dicapai oleh metode *moving average*. Dari table diatas, terlihat bahwa *moving average* memiliki Tingkat kesalahan MAPE sebesar 33,83 untuk konsumen dan 33,84 untuk bengkel.

Berdasarkan analisis tersebut, metode *moving average* dapat diterapkan untuk merencanakan di Bengkel Wijaya Retro Classic. Diharapkan peramalan ini dapat membantu manajemen Bengkel Wijaya Retro Classic dalam mengoordinasi arus barang dari hulu ke hilir, sehingga barang selalu tersedia kapan pun dibutuhkan.

C. Analisis Efisiensi Pemasaran Barang Bengkel Wijaya Retro Classic

Efisiensi pemasaran umumnya diukur dengan rasio antara biaya pemasaran dan nilai produk, yang ditetapkan dalam presentase. Kian rendah rasio efisiensi yang diperoleh, semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

1.) Margin Pemasaran

Margin mengacu pada perbedaan antara harga yang disetujui dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Informasi dibawah ini didasarkan pada hasil analisis data primer tahun 2025.

Table VI. MARGIN PEMASARAN BENGKEL WIJAYA RETRO CLASSIC

Lembaga Pemasaran	Harga
Pabrik	
Biaya-biaya	
• Biaya tenaga kerja	Rp25.000
• Biaya peralatan	Rp15.000
• Biaya transportasi ke pengepul	Rp10.000
Harga jual	
• Ban	Rp241.545
• Oli	Rp36.231
• Rim	Rp126.811
• Cat	Rp47.102
• Suspensi	Rp120.773
Pengepul	
Biaya-biaya	
• Biaya peralatan	Rp8.000
• Biaya transportasi	Rp5.000
Harga jual	
• Ban	Rp289.855
• Oli	Rp43.478
• Rim	Rp152.174

- Cat Rp56.522
- Suspensi Rp144.928

Bengkel

Biaya-biaya

- Biaya tenaga kerja Rp20.000
- Biaya peralatan pemasangan Rp10.000
- Biaya transportasi ke konsumen Rp7.000

Harga jual

- Ban Rp333.333
- Oli Rp50.000
- Rim Rp210.000
- Cat Rp65.000
- Suspensi Rp166.667

Konsumen

Harga beli pada pabrik

- Ban Rp241.545
- Oli Rp36.231
- Rim Rp126.811
- Cat Rp47.102
- Suspensi Rp120.773

Harga beli barang

- Ban Rp400.000
- Oli Rp60.000
- Rim Rp210.000
- Cat Rp78.000
- Suspensi Rp200.000

Rata-rata harga beli konsumen Rp189.600

Margin Pemasaran (MP) Rp75.108

Perhitungan harga beli konsumen diperoleh dengan menjumlahkan harga jual setiap item (oli, ban, suspensi, rim, cat) ke konsumen, lalu membaginya dengan jumlah item untuk mendapatkan rata-rata harga beli konsumen, yang hasilnya adalah Rp189.600. Untuk memperhitungkan margin pemasaran (MP), perbedaan antara harga yang dibayar oleh pembeli dan biaya produksi di pabrik (biaya produksi pabrik) untuk setiap item dihitung. Margin pemasaran dari setiap item dijumlahkan, dan rata-rata MP diperoleh dengan membagi total margin pemasaran (Rp375.538) dengan jumlah item, sehingga menghasilkan rata-rata MP sebesar Rp75.108. Dengan kata lain, rata-rata harga beli konsumen mencerminkan jumlah yang dibayarkan konsumen untuk setiap produk, sedangkan rata-rata MP menunjukkan keuntungan yang diperoleh dari setiap item setelah memperhitungkan biaya produksi awal di pabrik.

2.) *Share Pemasaran*

Share pemasaran merupakan persentase produk atau jasa dari suatu perusahaan dalam pasar tertentu selama periode tertentu. Indikator ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dengan membandingkannya terhadap perusahaan lain di pasar yang sama.

Table VII. NILAI SHARE PEMASARAN BENGKEL WIJAYA RETRO CLASSIC

Lembaga Pemasaran	Harga
Pabrik	
Biaya-biaya	
• Biaya tenaga kerja	Rp25.000
• Biaya peralatan	Rp15.000
• Biaya transportasi ke pengepul	Rp10.000
Harga jual	
• Ban	Rp241.545
• Oli	Rp36.231
• Rim	Rp126.811
• Cat	Rp47.102
• Suspensi	Rp120.773
Konsumen	
Harga beli pada pabrik	
• Ban	Rp241.545
• Oli	Rp36.231
• Rim	Rp126.811
• Cat	Rp47.102
• Suspensi	Rp120.773
Harga beli barang	
• Ban	Rp400.000
• Oli	Rp60.000
• Rim	Rp210.000
• Cat	Rp78.000
• Suspensi	Rp200.000
Rata-rata harga beli konsumen	Rp189.600
Share Pemasaran (%)	60,38

Berdasarkan Tabel V, nilai share pemasaran pada rantai pasok Bengkel Wijaya Retro Classic tercatat 60,38%. Ini menunjukkan bahwa pemasaran dianggap efisien karena nilai share pemasaran yang didapat melebihi 40%. Hasil perhitungan yang mencapai 60,38% menunjukkan bahwa proporsi harga yang diterima oleh bengkel cukup besar, sehingga mereka tidak mengalami kerugian dalam proses distribusi rantai pasok.

3.) Analisis Efisiensi Pemasaran Bengkel Wijaya Retro Classic

Efisiensi pemasaran biasanya dihitung dengan rasio antara biaya pemasaran dan nilai produk, yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Semakin rendah rasio efisiensi yang diperoleh, semakin efisien saluran pemasaran tersebut. Data berikut ini berasal dari analisis data primer 2025.

Table VIII. MARGIN PEMASARAN BENGKEL WIJAYA RETRO CLASSIC

Lembaga Pemasaran	Harga
Bengkel	
Biaya-biaya	

• Biaya tenaga kerja	Rp20.000
• Biaya peralatan	Rp10.000
• Biaya transportasi ke pengepul	Rp7.000
Harga jual	
• Ban	Rp333.333
• Oli	Rp50.000
• Rim	Rp210.000
• Cat	Rp65.000
• Suspensi	Rp166.667
Total Biaya Pemasaran	Rp37.000
Harga Jual	Rp825.000
Efisiensi Pemasaran (EP%)	4,48%

Efisiensi pemasaran Bengkel Wijaya Retro Classic, seperti yang ditunjukkan pada Tabel VI, tercatat sebesar 4,48%. Nilai ini menunjukkan bahwa harga jual barang kepada konsumen adalah Rp825.000, sementara total biaya pemasaran yang dikeluarkan mencapai Rp37.000. Berdasarkan kriteria penelitian produktivitas pemasaran, rentang 0-33% dianggap efisien, 34-67% kurang efisien, dan 68-100% tidak efisien. Kian kecil nilai efisiensi pemasaran, semakin efektif saluran distribusi yang ada. Alokasi nilai yang proporsional sesuai partisipasi, ditunjang oleh efisiensi distribusi yang optimal, akan meningkatkan performa para pihak dalam rantai pasok dan memastikan kelancaran aktivitas pemasaran.

IV. KESIMPULAN

Penelitian berjudul "Analisis Efisiensi Rantai Pasokan pada Bengkel Wijaya Retro Classic di Purwokerto" menemukan bahwa rantai pasok bengkel ini telah berjalan secara efisien, dengan tingkat efisiensi pemasaran mencapai 4,48% dan share pemasaran sebesar 60,38%, yang menunjukkan pembagian keuntungan yang proporsional. Struktur rantai pasok yang melibatkan aliran produk, keuangan, dan informasi dikelola dengan baik, mendukung kelancaran pengadaan dan distribusi suku cadang. Untuk peningkatan lebih lanjut, disarankan adanya perencanaan pengadaan berbasis permintaan, penggunaan teknologi informasi untuk pengelolaan data, serta memperluas jaringan pemasok guna mengurangi risiko pasokan. Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi Bengkel Wijaya Retro Classic tetapi juga dapat menjadi panduan bagi bengkel lain dalam mengelola rantai pasok di sektor otomotif klasik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan, arahan, dan dukungan selama penyusunan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. K. Azis and K. Kustanto, "Penerapan Moving Average Pada Prediksi Penjualan Accu," *J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 11, no. 1, p. 25, 2023, doi: 10.30646/tikomsin.v11i1.722.
- [2] E. Sinaga, "Penerapan Metode Least Squares Method Dalam Estimasi Penjualan Produk Elektronik," *J. Comput. Informatics Res.*, vol. 2, no. 2, pp. 44–48, 2023.
- [3] D. Girikerto, K. Turi, and K. Sleman, "Hasil produksi salak pondoh yang tinggi mendorong petani untuk lebih giat mencari informasi harga pasar agar keuntungan yang diperoleh petani meningkat . Produksi yang tinggi perlu diimbangi dengan pola pemasaran yang baik . Pemasaran," *Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 5, pp. 1179–1190, 2021.
- [4] Eni, "Metode Penelitian," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., no. Mi, pp. 5–24, 1967.

-
- [5] M. Nafisatur, "Metode Pengumpulan Data Penelitian," *Metod. Pengumpulan Data Penelit.*, vol. 3, no. 5, pp. 5423–5443, 2024.
- [6] N. Aziza, "Metodologi penelitian 1 : deskriptif kuantitatif," *ResearchGate*, no. July, pp. 166–178, 2023.
- [7] K. Rozikin, D. Rudjiono, and N. Setiawan, "Pemanfaatan Metode Moving Average Dalam Sistem Informasi Pendukung Keputusan Pembelian Barang Berdasarkan Peramalan Penjualan Dengan Berbasis Web," *Elkom J. Elektron. dan Komput.*, vol. 14, no. 2, pp. 198–207, 2021.
- [8] I. P. Zebua, P. S. Peternakan, F. Pertanian, and U. S. Utara, "Analisis Margin Pemasaran Dan Keuntungan," pp. 1–19, 2018.
- [9] R. Adolph, "濟無No Title No Title No Title," no. 2007, pp. 1–23, 2016.
- [10] H. Lapamudi, Y. Boekoesoe, and Y. Bakari, "Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango," *AGRINESIA J. Ilm. Agribisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 8–16, 2023.