
PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM “OSH SALON” DI KOTA BATAM

Oleh :

¹Ivan Jones,

²Lusiana,

³Moderin,

⁴Fenny

¹Fakultas Ekonomi/Program Studi Management/Universitas Internasional Batam

²Fakultas Ekonomi/Program Studi Management Universitas Internasional Batam

³Fakultas Ekonomi/Program Studi Management Universitas Internasional Batam

⁴Fakultas Ekonomi/Program Studi Management Universitas Internasional Batam

Korespodensi: liaothing@gmail.com

Article Info

Article History :

Received 16 Agustus - 2022

Accepted 25 Agustus - 2022

Available Online

30 September - 2022

Abstract

In this day and age, humans are increasingly busy with their work so they don't have time to care for and beautify themselves. This OSH Salon really helps people who are very busy but still want to look beautiful because customers just sit quietly and relax and then the salon will pamper and beautify you. This can also help those of you who are busy and stressed about work to relax for a moment. The research method we use is qualitative because this method emphasizes the depth of the data to be studied by us so that it is more accurate and easier to research. Based on the results of the data we got in 2019 before the pandemic, this MSME served around 70 customers every week, while in 2020 it served around 58 customers every week, and in 2021 there will be an increase again around 65 customers every week. The conclusion we can give is that doing treatments at the salon is very helpful for those of us who are busy and can save time compared to doing treatments at home. Salon is also a place for us to relax ourselves who may be quite stressed about our work.

Keyword :

Salon, Pandemic, Care,
UMKM

1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, kita semakin sibuk dengan keseharian kita. Hal ini menyebabkan kita untuk semakin tidak ada waktu untuk mengurus hal-hal tertentu dalam kehidupan sehari-hari kita karena kita berharap untuk bisa mengurangi waktu yang terbuang dalam hal tertentu. Akibatnya, semakin banyak juga perusahaan-perusahaan maupun toko-toko yang menyediakan produk jasa untuk memenuhi permintaan masyarakat serta membantu dalam penyelesaian aktifitas tertentu di keseharian kita. Namun, meski biasanya yang menggunakan produk layanan jasa merupakan orang-orang yang tidak memiliki waktu yang cukup untuk mengerjakan kerja tersebut sendiri, tidak menutup kemungkinan juga pembeli membeli produk layanan jasa karena alasan lainnya seperti contoh karena kurangnya keahlian dalam bidang tertentu, ingin merasakan rasanya dilayani, atau bahkan hanya karena malas.

Dalam hal Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi tentu juga dibutuhkan pemasaran, permintaan, serta pengelolaan kapasitas produksinya dalam jenis usaha jasa dalam berbagai sektor agar bisnis dapat berjalan dengan lancar sehingga menghasilkan keuntungan yang besar sembari memberikan pelayanan yang terbaik bagi pembeli agar selalu ingin datang kembali untuk menikmati jasa dari pemberi jasa tersebut. Untuk mencapai tujuan yang disebutkan diatas, tentunya manajemen pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi juga sangat diperlukan untuk meningkatkan efektifitas kapasitas kegiatan UMKM tersebut. Untuk dapat mengelola permintaan dan kapasitas produksi, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan perencanaan kapasitas.

Dalam melakukan analisis tersebut, penulis mengambil UMKM “OSH SALON” yang ber alamat di Ruko Mitra Junction Blok B1 No. 18, Batam Centre. UMKM ini sebelumnya berada di

ruko Top 100 Plaza, penuhi. UMKM ini beroperasi dari senin hingga minggu dari jam 09.30 – 19.30 WIB sejak tahun 2012. Untuk lebih memperkenalkan UMKM, UMKM ini memiliki media sosial berupa akun *Instagram* serta memberikan layanan chat melalui *Whatsapp*. Dalam melakukan melayani permintaan yang ada, UMKM ini mendahulukan layanan sesuai pemesanan dari pembeli.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Permintaan Melebihi Kapasitas

Apabila ada permintaan yang melebihi kapasitas, penjual atau perusahaan akan membatasi sebuah permintaan dengan cara menjadwalkan waktu menunggu yang cukup lama, menaikkan harga barang, ataupun mengecilkan keuntungan. Namun, jika dikarenakan oleh fasilitas yang tidak mendukung dapat menurunkan pendapatan, maka itu cara jangka panjang biasanya dengan meningkatkan kapasitas. (Suciyati, 2019)

Kapasitas Melebihi Permintaan

Apabila ada kapasitas yang melebihi permintaan, maka perusahaan atau penjual akan melakukan pemasaran dengan giat atau melakukan penurunan harga, dengan akomodasi pangsa pasar perubahan produk. Namun, ketika permintaan mengalami penurunan maka pabrik akan dikendalikan untuk menyesuaikan kapasitas dengan permintaan. (Suciyati, 2019)

Tipe Permintaan

Ada 2 jenis permintaan dalam inventory, diantaranya permintaan independent dan permintaan dependen. Permintaan dapat disebut sebagai independent karena produk yang diminta tidak ada kaitannya dengan produk lain, sedangkan produk dependen disebut sebagai produk yang berkaitan dengan produk lainnya. (BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI, n.d.)

Fluktuasi

Di dalam ilmu ekonomi, fluktuasi dapat di katakan sebagai ketidakseimbangan yang terjadi sehingga keuangan tidak seimbang. Hal ini memicu harga barang menjadi tidak seimbang seperti naik atau turun.

Faktor yang menyebabkan fluktuasi, diantaranya:

1. Kebijakan pemerintah
Kebijakan yang diberlakukan pemerintah dengan bertujuan menjaga nilai mata uang negara juga berpengaruh dalam naik atau turun harga di pasar.
2. Ekspektasi berlebihan akan masa depan
Karena ekspektasi suatu hal, maka pemerintah akan membuat kebijakan agar ekspektasi akan terwujud. Tetapi, apabila hal ekspektasi gagal, hal ini akan membuat terjadinya fluktuasi.
3. Perdagangan internasional
Apabila ekspor impor antar negara semakin gencar, hal ini akan mengakibatkan ke dalam perekonomian Negara.
4. Perubahan permintaan dan penawaran
Saat penawaran sedikit namun permintaan melebihi batas, maka harga barang akan naik. Namun ketika tersedia banyak barang dan permintaan sedikit, maka harga akan turun. (PINTU, 2021)

Pengelolaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi adalah sesuatu yang menyimpulkan bahwa penerimaan, kemampuan, penyimpanan dari fasilitas, unit output produksi dalam suatu penyimpanan telah mencapai batas atau maksimal. Hal ini menentukan jumlah permintaan yang diminta dengan menggunakan fasilitas yang ada. (Riadi, 2020) Menurut Heizer dan Render (2015), terdapat tiga jenis kapasitas produksi, yaitu:

Jenis - jenis	pengertian
Kapasitas desain	Kapasitas desain merupakan output yang maksimum secara teori pada suatu sistem dalam suatu periode waktu tertentu pada kondisi idealnya. Kapasitas desain juga bisa diartikan kapasitas yang mana suatu perusahaan mengharapkan untuk mencapai hambatan operasional yang tersedia saat ini.
Kapasitas efektif (utilization).	Kapasitas efektif menunjukkan output maksimum pada tingkat operasi tertentu. Kapasitas efektif adalah kapasitas yang diperkirakan dapat dicapai oleh sebuah perusahaan dengan keterbatasan operasi yang ada sekarang. Kapasitas efektif biasanya lebih rendah daripada kapasitas desain karena fasilitas yang ada mungkin telah dirancang untuk versi produk sebelumnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan kapasitas efektif adalah rancangan produk, kualitas bahan yang digunakan, sikap dan motivasi tenaga kerja, perawatan mesin/fasilitas, serta rancangan pekerjaan.
Kapasitas efisien (efficiency)	Kapasitas efisien adalah persentase desain kapasitas yang benar-benar tercapai. Bergantung pada bagaimana tempat fasilitas dipergunakan dan dikelola. Kapasitas efisien mengukur seberapa baik fasilitas atau mesin ketika digunakan

Analisa Pola Permintaan

Peramalan bisa disebut juga dasar jangka panjang sebuah perencanaan perusahaan. Hal ini sangat penting dapat pengambilan keputusan manajemen. Dalam keuangan, hal ini adalah dasar dari perencanaan anggaran dan pengendalian biaya. Tujuannya ialah agar sumber daya yang dibutuhkan dapat dikelola dengan baik. Peramalan permintaan juga merupakan landasan keputusan strategis. Produk yang umumnya sudah matang di pasaran pada umumnya memiliki permintaan yang relatif lebih stabil sehingga lebih mudah diramalkan permintaannya, seperti kebutuhan pokok. Sementara produk atau jasa yang lebih sensitive terhadap promosi akan membutuhkan perhatian lebih dalam. Pengelolaan permintaan produk ini bertujuan untuk mengkoordinasi dan mengawasi sumber daya agar lebih efisien dan efektif.

Ada dua faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

1. Faktor Eksternal

Faktor yang mempengaruhi permintaan produk atau jasa yang terjadi diluar perusahaan. Salah satunya perkembangan ekonomi yang dampaknya bisa mempengaruhi produk atau jasa perusahaan. Faktor eksternal lainnya adalah selera konsumen. Seiring dengan perkembangan jaman itu bisa mempengaruhi selera konsumen seperti celana kulot, celana denim, kemeja atau blouse, dan jika dalam persalonan bisa seperti gaya

rambut yang berbagai macam seperti korean bob, shaggy, layer, korean perm dan sebagainya.

2. Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi permintaan produk atau jasa yang terjadi didalam perusahaan. Misalnya harga, promosi, produk atau jasa, desain, packaging, kuota tenaga penjual. (EWANGGA, 2017)

Pengelolaan Permintaan serta Sistem Reservasi

Apabila perusahaan ingin mengendalikan variasi permintaan maka perusahaan harus menetapkan faktor yang mempengaruhi permintaan. Ada beberapa pendekatan yang dapat diterapkan untuk melakukan pengelolaan permintaan, yaitu:

1. Tidak melakukan apapun perusahaan tidak melakukan penambahan dan pengurangan permintaan. Hal ini dipengaruhi karena situasi kapasitas yang tidak memadai, kapasitas memadai tetapi permintaan memadai, dan kapasitas berlebih tetapi permintaan kurang.
2. Mengurangi permintaan Dilakukan karena permintaan jauh lebih memadai dibanding kapasitas.
3. Meningkatkan permintaan Meningkatkan permintaan saat kapasitas memadai.
4. Menyimpan permintaan dengan sistem janji atau reservasi Merupakan penyimpanan permintaan sampai kapasitas memadai. Hal ini customer akan di

layani dalam waktu tertentu, sehingga customer tidak perlu menunggu lama. Seperti hotel.

5. Menyimpan permintaan dengan antrian formal

Merupakan penyimpanan dengan mengembangkan antrian formal. Perusahaan menjaga kenyamanan customer selagi menunggu dilayani.

6. Mengembangkan pelayanan atau jasa komplementer selama sibuk

Memberikan alternative pada customer yang sedang menunggu seperti ATM, game di lobby bioskop. (Taufiqullah, 2020)

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, di mana penelitian akan menghasilkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari pelaku atau orang yang menjadi sumber data. Metode ini menekankan pada kedalaman data yang diperoleh dan bukan berdasarkan kuantitas data sehingga semakin mendalam suatu fenomena diteliti maka semakin baik pula kualitas penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara (interview) yaitu pengumpulan data dengan berkomunikasi dua arah secara langsung kepada narasumber. Melalui wawancara, penyusun dapat memperoleh gambaran atau

informasi yang lebih rinci dan mendalam serta terjamin kebenarannya. Penelitian ini juga memadukan beberapa data yang diperoleh dengan cara studi kepustakaan melalui penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Teknik ini memungkinkan penulis untuk memperoleh orientasi yang lebih luas melalui teori dan konsep yang telah ditemukan oleh peneliti terdahulu. Sumber dan Jenis Data Jenis data yang di terapkan ke dalam penelitian atau analisis ini adalah data primer. Data primer merupakan suatu data yang di peroleh peneliti dari sumber pertama atau sumber asli, baik secara individu atau perseorangan, seperti hasil dari wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian atau analisis ini yang menjadi data primer adalah data yang berhubungan dengan pemasaran, permintaan dan pola permintaan dan pengelolaan kapasitas produksi. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari berkunjung ke lokasi dan wawancara online dengan Bos dan salah satu karyawan OSH Beauty Salon. Selain itu pengumpulan data ini dilakukan dengan cara online karena terbatasnya jarak dan waktu. Dalam memecahkan permasalahan dan memperdalam pembahasan, teori atau data yang berasal dari artikel dan jurnal online dari berbagai sumber terpercaya juga turut digunakan.

4. HASIL PEMBAHASAN

Dalam melakukan analisis terhadap permintaan dan kapasitas produksi, penulis meminta data-data dari sumber pendapatan beseeta

jumlah penolakan yang diberikan terhadap calon pelanggan akibat waktu atau ketidaksanggupan UMKM dalam memberikan jasa dengan hasil sebagai berikut.

PELANGGAN YANG DILAYANI			PERMINTAAN YANG TERTOLAK		
2019	2020	2021	2019	2020	2021
4,100	3,200	3,800	20	0	15

Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis dari pemilik dan karyawan UMKM adalah kira-kira seperti penyajian data diatas. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik UMKM dan karyawan memberikan informasi bahwa pada tahun 2019 sebelum adanya pandemi biasanya UMKM melayani sekitar 70 setiap minggunya, sedangkan pada tahun 2020 melayani sekitar 58 orang setiap minggunya dan di tahun 2021 mulai ada peningkatan kembali sekitar 65 orang setiap minggunya. Menurut UMKM yang diambil, angka

ini merupakan angka minimal karena disaat mendekati hari besar dan libur akan ada peningkatan dalam permintaan terutama dalam hal perawatan rambut dan cat rambut.

Adapun tata cara yang di lakukan oleh pemilik & karyawan UMKM dalam pengelolaan permintaan & pelayanan jasa terhadap pelanggan serta system reservasi yang digunakan pelanggan, yaitu seperti membatasi kuota pelanggan yang di terima per hari nya disesuaikan dengan jam operasi UMKM khusus pelanggan yang melakukan

reservasi, untuk pelanggan yang walk in diterapkan system antri semua pelanggan akan tetap mendapat pelayanan sesuai urutan datang. Adapun upaya yang harus dilakukan karyawan, yaitu gesit dalam mengerjakan pekerjaannya dan mempunyai tata krama yang baik dalam melayani pelanggan yang sedang dilayani maupun yang sedang antri. Untuk reservasi UMKM ini menggunakan platform social media maupun aplikasi yang banyak di gunakan masyarakat untuk berkomunikasi seperti instagram & Whatsapp, yang dimana no whatsapp di cantumkan pada bio platform Instagram sehingga memudahkan pelanggan untuk menghubungi pemilik dan melakukan reservasi. Reservasi pun sangatlah mudah dilakukan hanya dengan mengirim pesan whatsapp atau menelepon pemilik UMKM, menginfokan waktu & tanggal dan selanjutnya menunggu konfirmasi dari pemilik UMKM menyetujui reservasi tersebut atau tidak sesuai dengan kemampuan UMKM dalam menerima permintaan tersebut.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat kami berikan yaitu di zaman sekarang, semakin banyak perempuan yang terjun ke dunia kerja dan sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak memiliki waktu untuk mempercantik diri di rumah sehingga mereka datang ke salon untuk melakukan perawatan. Salon bukan hanya untuk mempercantik diri, salon juga sebagai tempat untuk rileks terutama bagi perempuan yang sangat padat jadwalnya. Lalu, melakukan perawatan di salon juga sangat menghemat waktu ketimbang melakukan perawatan sendiri di rumah. Maka dari itu, kapasitas produksi yang terdapat di salon harus bisa mencukupi kebutuhan pelanggan.

6. REFERENSI

- BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI.* (n.d.).
file:///C:/Users/user/Downloads/170609184_bab 2.pdf
- EWANGGA, P. (2017). *Pengertian Peramalan (Forecasting)*.
<https://pewangga.wordpress.com/2017/02/19/pengertian-peramalan-forecasting/>
- PINTU. (2021). *Pengertian Fluktuasi Ekonomi: Jenis, Dampak, dan Cara Mengatasi*.
<https://pintu.co.id/blog/pengertian-fluktuasi-ekonomi-jenis-dampak-dan-cara-mengatasi>
- Riadi, M. (2020). *Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi)*.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>
- Suciyati, E. (2019). *ANALISIS PERENCANAAN KAPASITAS PRODUKSI DENGAN METODE BREAK EVEN POINT PADA UD SINAR LOGAM JAYA KABUPATEN TEGAL*.
file:///C:/Users/user/Downloads/322774346.pdf
- Syifa, Z. N., Cahyanto, M. I., Dinata, M. A., Wardah, A., Kusumaningtyas, S., Sutrisno, A. T., & Nafi'aturrofi'ah, S. (2014). *No Title*.
http://salma-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-103547-SOH204-TEORI STRATEGI.html
- Taufiqullah. (2020). *Strategi Mengelola Permintaan*.
<https://www.tneutron.net/blogs/strategi-mengelola-permintaan/>