

ANALISA PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PADA UMKM RnS DI KOTA BATAM

Fidia¹, Peter Macnico², Julia Christini³, Novi Sandra⁴, Diamend Tino Sembiring⁵, Weni Vivianti⁶, Willam⁷

^{1,7} Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹⁾ 2041028.fidia@uib.edu, ²⁾ 2041031.peter@uib.edu, ³⁾ 2041269.Julia@uib.edu, ⁴⁾ 2041240.Novi@uib.edu, ⁵⁾ 2041026.Diamend@uib.edu, ⁶⁾ 2041150.Weni@uib.edu, ⁷⁾ 2041063.Willam@uib.ac.id

Abstrak

Salon kecantikan RnS ini merupakan suatu usaha atau jasa dibidang kecantikan yang menyediakan berbagai macam treatment. Dengan melakukan berbagai Strategi dalam pemasarannya agar RnS Salon dapat dikenal oleh banyak masyarakat. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif data primer. Data primernya ini didapat dari wawancara dengan Owner RnS salon. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara RnS salon menghadapi permintaan pelanggan tersebut. RnS ini masih kurang maksimal dalam pemasaran karna hanya menggunakan media elektronik seperti Facebook dan Instagram dan itu yang menyebabkan sebagian besar belum mengenal RnS salon ini serta menurunkan pola permintaan pada RnS salon. RnS salon ini perlu adanya inovatif dalam pemasaran yang akan ditunjukkan pada konsumen.

Kata kunci: Permintaan, Kecantikan, Strategi Pemasaran

Abstract

The RnS beauty salon is a business or service in the field of beauty that provides a variety of treatments. By carrying out various strategies in its marketing so that RnS Salon can be known by many people. This research uses descriptive analysis technique of primary data. The primary data was obtained from an interview with the owner of the RnS salon. The purpose of this study was to find out how RnS salons deal with these customer requests. This RnS is still not optimal in marketing because it only uses electronic media such as Facebook and Instagram and that's why most are not familiar with this RnS salon and reduce the pattern of demand for RnS salons. This RnS salon needs to be innovative in marketing that will be shown to consumers.

Keywords: *Beauty, Demand, Marketing strategy*

1. PENDAHULUAN

Salon Kecantikan merupakan suatu bisnis yang sedang marak saat ini karena baik pria maupun wanita sekarang sangat memperhatikan penampilan, terlebih lagi para wanita. Sekarang perawatan kecantikan sudah menjadi kebutuhan untuk setiap manusia khususnya wanita, karena tentu saja para wanita ingin tampil cantik dari ujung kepala hingga ujung kaki. Seiring perkembangan jaman, muncul beberapa macam perawatan di salon kecantikan yaitu Hair Do, Make Up, Brow Art, Nails art dan beberapa hal lainnya. Dikarenakan banyaknya salon kecantikan sekarang, salon kecantikan pun menyediakan berbagai macam fasilitas, range harga serta layanan yang berbeda setiap tokonya. Harga biasanya ditentukan

dari segi kesulitannya dan pemakaian produknya. Karena wanita sekarang banyak yang bekerja di luar sehingga semakin banyak juga wanita yang akan menggunakan jasa salon kecantikan yang digemari. Biasanya para wanita ini akan rela mengeluarkan modal dan berjam-jam di salon kecantikan untuk mempercantik diri dan melakukan perawatan. Perawatan ini sangat penting bagi beberapa orang terutama pada perempuan, jadi kecantikan bagi kaum wanita itu dianggap sebagai asset yang wajib dijaga dan dirawat.

Konsumen selalu mencari hasil yang bagus dan memenuhi ekspektasi mereka sehingga para salon kecantikan ini dituntut untuk membuat para konsumen untuk merasa puas, jika konsumen puas dengan layanan yang diberikan maka akan menjadi konsumen yang loyal dan akan membantu mempromosikan perusahaan dengan cara mouth to mouth. Semakin meningkatnya salon kecantikan yang berkembang maka akan ada berbagai pesaing bisnis di bidang salon kecantikan ini dan tentu saja para pengusaha ini akan menawarkan jasa yang lebih beragam dan unggul agar dapat menarik pelanggan dan tentu saja permintaan pada pasar ini tinggi. Biasanya wanita juga tidak pernah merasa cantik sehingga akan ke salon untuk mempercantik diri terus menerus.

Saat ini perawatan kecantikan semakin banyak dan salah satu salon kecantikan di kota Batam yang akan kami bahas adalah RnS, dalam salon ini menyediakan berbagai layanan jasa dari manicure, pedicure, nail art, sulam alis, sulam bibir, make up dan hairdo (merias rambut) untuk berbagai acara dari kondangan, wisuda dan lain sebagainya. Salon RnS ini memiliki tempat yang nyaman dan tentu saja strategis yang berlokasi di BCS mall lantai 2 blok a5 no 1&2. Alasan kami memilih umkm ini karena owner UMKM ini yang turun tangan sendiri dalam prosesnya. Dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas dalam UMKM ini sangat penting agar dapat mengatur pelanggan yang datang secara bersamaan.

Permintaan dalam salon RnS ini memiliki sedikit permintaan dari pelanggan ataupun konsumen karena harga yang tidak murah dikarenakan ownernya sendiri memiliki peralatan yang bagus dan memiliki produk-produk yang tentu saja berkualitas, unggul dan tentu saja aman digunakan di kulit konsumen. Jelas produk-produk yang di pakai tidak hanya membeli satu atau dua produk melainkan membeli dengan jumlah yang banyak, jadi bagaimana jika sedang sepi pelanggan? Tentu saja ownernya akan membeli dengan jumlah yang sedikit karena di dalam sebuah produknya itu ada masa kadaluasanya (*expired*). Jadi, cara owner RnS ini dalam meningkatkan suatu permintaan pada salon kecantikannya dilakukanlah pemberian diskon atau potongan harga pada treatment-treatmentnya agar menarik para pelanggan serta permintaannya pun meningkat.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penawaran yang diterapkan pada salon tersebut, mengetahui cara salon RnS menghadapi permintaan pelanggan, serta memberikan sebuah inovasi pada owner salon tersebut.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Permintaan dan Kapasitas

Permintaan adalah suatu jasa maupun barang guna memenuhi keinginan konsumen yang sesuai dengan daya beli konsumen (Silvia & Anwar, 2021). Sedangkan kapasitas merupakan kemampuan dari suatu jasa dalam menyediakan layanannya kepada konsumen yang dimana, kapasitas dalam jasa biasanya terdiri dari fasilitas, peralatan, sumber daya manusia, hingga ke kapasitas infrastruktur yang disediakan. Sebuah permintaan maupun penawaran sebenarnya sudah menjadi suatu kegiatan dalam perekonomian dalam sehari-hari yang dapat dilakukan oleh berbagai individu maupun kelompok dan tentu saja permintaan dan penawaran ini ada kaitannya dengan harga, akan tetapi suatu permintaan ini akan dipengaruhi oleh besarnya pendapatan yang didapat oleh seseorang dan tentu saja permintaan yang muncul akan beragam karena kebutuhan yang berbeda (Fahmi, 2020).

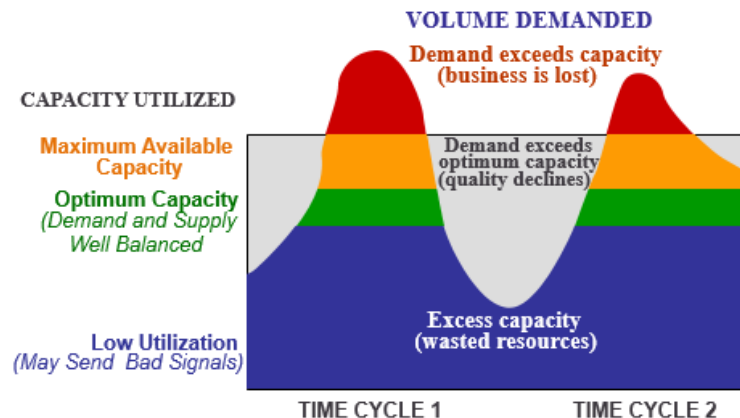
Permintaan ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, namun yang paling utama yaitu harga. Jika harga naik maka suatu permintaannya akan menurun. Dalam memenuhi suatu permintaan dari konsumen harus ada yang namanya penawaran dari penjual maupun produsen. Produsen menyediakan barang yang diminta dari konsumen jadi permintaannya akan terpenuhi. Jika tidak ada penawaran maka permintaan konsumen tidak dapat terpenuhi (Indrianingrum et al., 2012).

Dalam suatu Hukum pada penawaran menunjukkan suatu wujud positif dari tingkat harga maupun kuantitas yang ditawarkan yang dikarenakan harga yang tinggi yang dapat memberikan sebuah keuntungan pada produsen tersebut, sehingga mereka akan menawarkan banyak barang. Harga yang tinggi menyebabkan penawaran yang kurang namun barang tersebut sangat di minati oleh konsumen, maka dari itu mereka menambahkan sebuah penawaran untuk memenuhi permintaan tersebut (Kasdi, 2016).

a. Kelebihan Permintaan dan Kapasitas

Pada setiap jasa pada waktu tertentu akan menghadapi relativitas:

- *Kelebihan permintaan*, tingkat permintaan melebihi kapasitas maksimum yang tersedia, sehingga berakibat beberapa pelanggan ditolak dan kehilangan bisnisnya.
- *Permintaan melampaui kapasitas optimum*, merupakan suatu Permintaan yang melebihi kapasitas optimal. Disini tidak ada tanda-tanda penolakan pada barang Sehingga dalam kondisi yang ramai jadi para pelanggan merasakan kualitas pada layanannya menjadi menurun sehingga pelanggan menjadi tidak puas.



Gambar 1 Variasi Permintaan Relatif terhadap Kapasitas

- *Permintaan dan penawaran mencapai titik seimbang*, merupakan Permintaan dan penawaran yang seimbang dalam tingkat kapasitasnya jadi staff tidak terlalu sibuk atau terlalu banyak kerjaan sehingga pelanggan mendapatkan layanan yang baik tanpa adanya penundaan
- *Kelebihan kapasitas*, pada kondisi ini permintaan di bawah kapasitas dan sumber dayanya kurang dimanfaatkan atau digunakan, sehingga produktivitasnya menjadi rendah yang dapat menimbulkan sebuah risiko pada pelanggan yang akan mendapatkan pengalaman yang mengecewakan atau mempunyai atas keraguan dalam layanannya.

Jika permintaan yang datang melebihi dari kapasitas suatu jasa, maka besar kemungkinan untuk kehilangan beberapa calon konsumen dikarenakan produk yang disebarkan tidak bisa memenuhi permintaan pasar. Sebaliknya apabila permintaan berada antara di titik optimum dan maksimum, memiliki resiko bahwa semua konsumen yang mendapatkan layanan akan menerima jasa yang tidak maksimal dan menyebabkan ketidakpuasan pada konsumen itu sendiri.

2.2. Pengelolaan Kapasitas Produksi

Ketika mengacu pada pengelolaan kapasitas, secara tidak langsung berhubungan dengan produksi. Istilah ini mengacu pada sumber daya atau aset yang digunakan perusahaan untuk menciptakan barang dan jasa yang biasanya merupakan komponen biaya utama. Oleh karena itu, perlu dikelola dengan hati-hati. Menurut Wirtz (2018) konteks layanan kapasitas produksi terdiri dari beberapa jenis, yaitu

1. Fasilitas

Sangat penting untuk pengelolaan kapasitas produksi karena berhubungan langsung dengan barang yang dirancang agar pelanggan selalu menggunakan layanan kita. Fasilitas digunakan ketika melayani pelanggan yang mendatangi tempat usaha kita.

2. Peralatan

Peralatan digunakan untuk memproses pelayanan kepada pelanggan dan tentunya menggunakan peralatan yang relevan dengan kebutuhan pelayanan yang pelanggan butuhkan.

3. Tenaga Kerja

Bagian ini merupakan elemen kunci dari kapasitas produksi pada semua jasa pelayanan kepada konsumen. Jika tenaga kerja yang ada tidak bisa melayani pelanggan yang dimiliki dengan sesuai permintaan pelanggan akan mengakibatkan penurunan performa usaha tersebut. Pelayanan yang profesional sangat bergantung pada tenaga kerja yang sangat terampil agar usaha pada bidang jasa ini dapat terus berkembang dan mengalami kemajuan yang tinggi.

4. Infrastruktur

Infrastruktur salah satu elemen yang penting, karena semua organisasi sangat bergantung pada akses memadai baik itu di infrastruktur publik atau swasta agar bisa memberikan pelayanan berkualitas kepada pelanggan mereka.

A. Mengelola Kapasitas Produksi

Meskipun layanan mungkin mengalami keterbatasan kapasitas karena permintaan yang bervariasi, ada beberapa cara dimana kapasitas dapat disesuaikan untuk mengurangi masalah. Kapasitas produksi bisa diperbesar atau diperkecil agar bisa menyesuaikan permintaan yang ada (Hwang et al., 2010).

B. Tingkat Kapasitas Produksi

Beberapa kapasitas bersifat elastis dalam kemampuannya untuk menyerap permintaan ekstra. Namun, apabila kapasitas yang tersedia secara terus menerus melayani permintaan ekstra akan mengalami penurunan performa, sehingga layanan yang diberikan tidak efisien (Pullman & Thompson, 2003).

2.3. Analisa Pola Permintaan

Analisis pola permintaan adalah sebuah area yang muncul dalam manajemen rantai pasokan yang didapat dari analisis data pelanggan dan permintaan. Analisa ini digunakan untuk memprediksi permintaan dengan lebih baik diberbagai periode waktu dalam jaringan nilai yang digerakkan oleh permintaan. Dalam analisa sebuah siklus waktu yang strategis yaitu antara 12 bulan hingga tiga tahun. Sebuah Analisa dengan menggunakan siklus waktu yang berdasarkan hari, minggu, bulan, tahun dan lainnya dapat memprediksi sebuah pola permintaan. Untuk memahami pola permintaan menurut segmen, penelitian harus dimulai dengan mendapatkan beberapa jawaban atas serangkaian pertanyaan penting tentang pola permintaan dan penyebab yang mendasarinya (Almilyatus, 2015).

Setelah pola permintaan dari segmen pasar yang berbeda dipahami, kita dapat melanjutkan untuk mengelola permintaan. Menurut Wirtz & Lovelock (2021) Terdapat lima pendekatan dasar:

- Jangan mengambil tindakan dan serahkan permintaan pada tingkatnya sendiri.
- Mengurangi permintaan selama periode puncak.
- Meningkatkan permintaan selama periode rendah.
- Permintaan persediaan menggunakan sistem antrian.
- Permintaan persediaan menggunakan sistem reservasi.

2.4. Sistem Reservasi

Sistem adalah sekumpulan elemen yang saling memiliki kaitan dan berpengaruh satu sama lain dalam melakukan proses aktifitas untuk mencapai satu tujuan. Sedangkan reservasi ialah memesan sesuatu jauh-jauh hari sebelum hari H acara dilangsungkan atau jadwal dilaksanakan. Umumnya reservasi dilakukan karena beberapa hal. Misalnya saja saat akan berlibur, pengadaan acara tertentu, ataupun sesuatu yang sedang dibutuhkan. Sehingga secara tidak langsung arti reservasi adalah persiapan atau penyediaan suatu barang atau jasa sesuai apa yang kalian pesan (Aprillia et al., 2017).

Menurut Barnhart (2012) sistem reservasi memiliki banyak keuntungan yang dapat di peroleh, yaitu:

- Dapat menghindari ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh penantian yang berlebihan. Salah satu tujuan pemesanan adalah untuk menjamin bahwa layanan akan tersedia pada saat pelanggan membutuhkannya. Pelanggan yang melakukan reservasi harus dapat menghindari antrian karena dijamin pada waktu tertentu.
- Langganan memungkinkan untuk mengontrol dan memperlancar permintaan dengan cara yang lebih mudah dikelola.
- Sistem pemesanan yang terorganisir dengan baik memungkinkan organisasi untuk menonaktifkan pilihan pertama ke permintaan layanan pengganti dan karena itu berkontribusi pada pemanfaatan kapasitas yang lebih tinggi secara umum.
- Sistem reservasi memungkinkan manajemen pendapatan dan layanan pra-penjualan ke kelompok pelanggan yang berbeda.
- Data dalam sistem pemesanan juga membantu organisasi untuk menyiapkan prakiraan operasional dan keuangan untuk periode mendatang. Tantangan merancang sistem reservasi adalah ketika memproses pemesanan pelanggan menjadi cepat akan tetapi tetap memastikan urutan antrian yang ada pada sistemnya sudah benar.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Mengambil Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang kita peroleh melalui metode observasi dan metode wawancara yang dilakukan untuk memenuhi penelitian ini. Metode ini dengan cara mewawancarai langsung kepada *owner* nya yang bekerja di UMKM RnS. Teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data yang cukup. Teknik wawancara merupakan salah satu teknik yang menggunakan kegiatan tanya jawab dengan pihak yang bertanggungjawab karyawan di UMKM RnS untuk mendapatkan informasi yang valid dan lengkap. Kita melakukan wawancara dengan langsung mendatangi toko UMKM RnS yang berlokasi di BCS Mall. Sebelum mewawancarai dengan pihak yang bertanggung jawab/ karyawan yang ada disana, kelompok kami sudah terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada karyawan yang bekerja disana supaya bisa mendapatkan informasi yang jelas.

3.2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang dipilih adalah dengan survey UMKM RnS. Yang dimaksud survei adalah dengan kita meneliti atau melihat langsung ke UMKM RnS tersebut.

3.3. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah teknik metode dalam menganalisa dan mengolah suatu data menjadi sebuah informasi yang dapat mudah di pahami. Terdapat 3 tahap dalam teknik analisis data berdasarkan Miles dan Huberman, yaitu:

1. Tahap Reduksi

Pengumpulan data ini dengan cara melakukan observasi, mewawancara dengan pihak yang bertanggungjawab/karyawan yang bekerja di UMKM RnS dan survei ke UMKM RnS. Tahap reduksi ini adalah sebuah proses dimana hal-hal atau informasi yang penting telah diringkas atau dirangkum agar lebih mudah untuk dipahami.

2. Penyajian Data

Penyajian data ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi penting dan memberikan suatu gambaran data yang akan mendukung pembuatan kesimpulan. Peneliti akan menyusun data- data yang penting yang sudah terkumpul serta mengembangkan informasi yang ada menjadi lebih tersusun atau lebih jelas.

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Verifikasi dan penarikan kesimpulan merupakan sebuah keberhasilan dari kegiatan analisis yang telah dilakukan. Setelah memverifikasi atau memastikan informasi yang telah terkumpul. Penarikan kesimpulan dibuat dengan didukung dengan bukti-bukti lainnya dan penelitian kembali ke lokasi penelitian, dan kesimpulan tersebut tergolong menjadi kesimpulan yang kredibel.

3.4. Jadwal Kegiatan

Tabel 1 Waktu Pelaksanaan

No	Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan													
		Bulan Juli													
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	Menentukan UMKM														
2	Mendiskusikan serta pembagian tugas														
3	Wawancara ke lokasi UMKM tersebut														
4	Mengolah informasi yang telah terkumpul serta mengerjakan laporan														
5	Pengumpulan laporan PKM														

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pola Permintaan pada Salon Rns

Berdasarkan hasil analisa dan wawancara, didapati pada salon RnS memiliki pola permintaan 3 tahun sebagai berikut.



Gambar 2 Grafik Pola Permintaan

Jadi, dari data analisa tersebut bahwa lonjakan permintaan pada jasa ini terjadi pada bulan-bulan tertentu, terkhusus pada hari raya besar di Indonesia. Hal ini sejalan dengan segmen customer pada RnS, yaitu adalah wanita remaja hingga dewasa yang dimana permintaan pada salon kecantikan ramai pada bulan - bulan tersebut terjadi peningkatan permintaan karena adanya keinginan para wanita untuk tampil dengan lebih cantik. Pada tahun 1 (2019) merupakan tahun yang memiliki permintaan yang tertinggi pada bulan-bulan tertentu. Sedangkan, pada tahun kedua (2020) dan ketiga (2021) mengalami penurunan permintaan yang drastis disebabkan oleh pandemic yang berkepanjangan yang melanda seluruh sektor industri terutama pada bagian jasa. Salon ini memiliki berbagai harga yang berbeda-beda tergantung kesulitannya tak hanya itu salon ini memiliki omset yang membludak saat ada acara-acara tertentu, omset yang di dapatkan kurang lebih 20 juta bahkan lebih sedangkan pada saat sepi pelanggan hanya mendapatkan omset sebesar 7 juta ini merupakan suatu lonjakan yang sangat besar.

4.2. Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi

Pengelolaan permintaan yaitu ketika hari besar atau hari raya maka akan ada banyak pelanggan maka untuk mengelola permintaan RnS melakukan cara dengan menambah jumlah karyawan sehingga akan dapat memenuhi permintaan. Selain itu, RnS melakukan dengan menambah jam kerja karyawan ketika ada banyak pelanggan. Dengan demikian maka, permintaan akan terpenuhi.

Kapasitas produksi yaitu kemampuan RnS dalam memenuhi permintaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan RnS. UMKM ini ketika menerima banyaknya permintaan tentu tidak semua permintaan bisa terpenuhi dalam satu waktu. Karena untuk memenuhi

permintaan dibutuhkan waktu untuk menyelesaikannya. Dalam sehari RnS mampu memenuhi permintaan sebanyak 7-10 orang apabila sedang hari raya. Dikarenakan jam operasional yang beroperasi mulai pukul 10:00-22:00.

4.3. Teknik pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi

Kapasitas produksi perlu UMKM RnS memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

a. Fasilitas

Fasilitas yang perlu diperhatikan seperti fasilitas alat kecantikan, menyediakan kursi untuk pelanggan ketika menunggu, serta menjaga semua fasilitas yang ada agar bersih dan dapat digunakan. Sehingga hal ini akan membuat para pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang dimiliki.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dimiliki RnS tentunya sudah memiliki kemampuan yang baik dalam bekerja sehingga hasil dari pekerjaan yang dilakukan lebih maksimal, selain itu dengan memiliki karyawan yang kompeten maka akan membuat para konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini akan membuat pelanggan akan datang kedepannya dan memungkinkan pelanggan ini akan memperkenalkan UMKM RnS kepada relasinya. Sehingga RnS akan memiliki pelanggan baru kedepannya.

c. Infrastruktur

RnS didukung oleh infrastruktur yang memadai berupa lokasi UMKM ini terletak di *BCS Mall* sehingga mempermudah para pelanggan untuk bisa mengunjungi salon tersebut sekaligus belanja.

Adapun teknik pengelolaan permintaan yang digunakan sebagai berikut:

a. Meningkatkan Permintaan

RnS melakukan promosi dengan memberikan potongan harga agar menarik pelanggan, hal ini selain menambah jumlah permintaan maka akan ada banyak juga pelanggan baru dan jika pelanggan itu merasa puas dengan pelayanannya maka pelanggan akan datang lagi kedepannya.

b. Memberikan hasil yang maksimal

Ketika tiba hari seperti hari raya maka akan ada banyak pelanggan, namun meskipun kedatangan banyak pelanggan, para karyawan yang berkerja tidak perlu terburu-buru dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal ini karena apabila pekerjaan dilakukan dengan buru-buru maka dikhawatirkan pekerjaan tidak maksimal dan hasilnya kurang memuaskan, apabila hal ini terjadi maka para pelanggan merasa kecewa dan kurang puas dengan pelayanannya.

4.4. Sistem reservasi yang digunakan.

Sistem Reservasi yang digunakan adalah menggunakan cara dengan menghubungi RnS melalui telepon untuk pemesanan, dengan pemesanan maka pelanggan tidak perlu menunggu ketika akan menggunakan jasa pelayanan RnS. Pelanggan hanya perlu datang diwaktu yang dipeservasi. Dengan reservasi maka RnS mampu menyesuaikan jumlah permintaan yang ada dengan kemampuan dalam memenuhi permintaan tersebut. Hal ini bertujuan agar apabila sudah *full reservation* dihari-hari tertentu seperti hari raya, maka RnS

dapat memberi tahu pelanggannya untuk reservasi dilain waktu, sehingga pelanggan dapat datang dilain waktu ketika reservasi dan tidak perlu datang untuk mengantri.

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Salon Kecantikan merupakan suatu bisnis yang sedang marak saat ini karena baik pria maupun wanita sekarang sangat memperhatikan penampilan, terlebih lagi para wanita. Sekarang perawatan kecantikan sudah menjadi kebutuhan untuk setiap manusia khususnya wanita. salon kecantikan pun menyediakan berbagai macam fasilitas, range harga serta layanan yang berbeda setiap tokonya. Harga biasanya ditentukan dari segi kesulitannya dan pemakaian produknya. Karena wanita sekarang banyak yang bekerja di luar sehingga semakin banyak juga wanita yang akan menggunakan jasa salon kecantikan yang digemari. Biasanya para wanita ini akan rela mengeluarkan modal dan ber jam-jam di salon kecantikan untuk mempercantik diri dan melakukan perawatan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa UMKM RnS ini memiliki permintaan yang cenderung stabil dengan pola pelanggannya yang kebanyakan berasal dari segmen menengah keatas. Adapun yang memilih jasa pelayanan yang diberikan UMKM ini sebagian besar pelanggan wanita yang berusia 30an. dikarenakan adanya kemampuan yang dimiliki *owner* ini sendiri. Jadi UMKM ini terjadi peningkatan permintaan pada momen tertentu seperti hari besar yang dirayakan di Indonesia. Sedangkan pada pengelolaan permintaan, masih kurang stabil dikarenakan adanya masa transisi pandemi hingga masa *new normal* saat ini. RnS melakukan cara dengan menambah jumlah karyawan sehingga akan dapat memenuhi permintaan. Selain itu, RnS melakukan dengan menambah jam kerja karyawan ketika ada banyak pelanggan. Dengan demikian maka, permintaan akan terpenuhi. Kapasitas produksi yaitu kemampuan RnS dalam memenuhi permintaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan RnS. UMKM ini ketika menerima banyaknya permintaan tentu tidak semua permintaan bisa terpenuhi dalam satu waktu. Karena untuk memenuhi permintaan dibutuhkan waktu untuk menyelesaikannya. Dalam sehari RnS mampu memenuhi permintaan sebanyak 7-10 orang apabila sedang hari raya. Dikarenakan jam operasional yang beroperasi mulai pukul 10:00-22:00.

Pada saat yang sama, manajemen kapasitas juga berfokus pada fasilitas yang memerlukan perhatian, seperti fasilitas peralatan kecantikan, menyediakan kursi untuk pelanggan saat menunggu, dan menjaga semua fasilitas yang ada tetap bersih dan dapat digunakan. Sehingga hal ini akan membuat klien senang dengan fasilitas yang mereka miliki dan hal kedua yang perlu diperhatikan adalah tentunya RnS memiliki staf dengan kemampuan kerja yang baik, sehingga selain memiliki staf yang kompeten, dimungkinkan untuk memaksimalkan hasil pekerjaan yang dibuat. pengguna konsumsi merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Ini akan membuat pelanggan datang di masa depan. Terakhir, RnS didukung oleh infrastruktur yang memadai berupa lokasi UMKM yang berada di BCS Malls, sehingga memudahkan pelanggan untuk mengakses salon dan berbelanja.

RnS dalam menentukan sistem reservasi digunakan yaitu menggunakan cara dengan menghubungi RnS melalui telepon untuk pemesanan, dengan pemesanan maka pelanggan tidak perlu menunggu ketika akan menggunakan jasa pelayanan RnS. Pelanggan hanya perlu datang diwaktu yang dipeservasikan. Dengan reservasi maka RnS mampu menyesuaikan

jumlah permintaan yang ada dengan kemampuan dalam memenuhi permintaan tersebut. Hal ini bertujuan agar apabila sudah *full reservation* dihari-hari tertentu seperti hari raya, maka RnS dapat memberi tahu pelanggannya untuk reservasi dilain waktu.

5.2. Saran

Saran yang dapat kami berikan kepada UMKM RnS ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengatasi kekurangan kapasitas yang terjadi pada perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperhatikan biaya overhead pabrik seperti biaya listrik, pemeliharaan mesin dan sebagainya, agar perbandingan biaya dapat lebih detil dan akurat
3. Menambah karyawan *part time* pada momen tertentu seperti hari raya hal ini dikarenakan jumlah permintaan dari pelanggan yang banyak. Dengan adanya tenaga kerja *part time* maka diharapkan mampu memenuhi permintaan dari para pelanggan. Namun tenaga kerja *part time* ini yang dipilih tentunya memiliki kemampuan yang sesuai agar dapat bekerja secara maksimal.
4. Menambah promosi yang lebih menarik agar mendapat permintaan.
5. Menambah fasilitas seperti *wifi* sehingga ketika menunggu para konsumen tidak mudah bosan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almiliyatus, N. (2015). Analisis Perubahan Permintaan Dan Pendapatan Sektor Umkm Sebagai Dampak Perubahan Kebijakan Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmiah*, 10(2), 1–94.
- Aprillia, C. A., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2017). ANALISIS SISTEM INFORMASI RESERVASI HOTEL (Studi Pada Sistem Informasi Reservasi Dewarna Hotel Letjen Sutoyo Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 44(1)*, 111–117.
- Barnhart, C., Fearing, D., Odoni, A., & Vaze, V. (2012). Demand and capacity management in air transportation. *EURO Journal on Transportation and Logistics*, 1(1–2), 135–155. <https://doi.org/10.1007/s13676-012-0006-9>
- Fahmi, A. N. (2020). *Penentuan Alternatif Perencanaan Kapasitas Produksi Untuk Memenuhi Permintaan Pelanggan (Studi Kasus UMKM Vendora di Minomartani, Yogyakarta)*. UPN" Veteran" Yogyakarta.
- Hwang, J., Gao, L., & Jang, W. (2010). Joint demand and capacity management in a restaurant system. *European Journal of Operational Research*, 207(1), 465–472. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2010.04.001>
- Indrianingrum, L., Narendra, A., & Arfitriyani, A. (2012). Analisis Pola Permintaan Sepeda Kampus Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Teknik Sipil dan Perencanaan*, 14(1), 61–70.
- Kasdi, A. (2016). Permintaan dan Penawaran dalam Mempengaruhi Pasar. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(2), 18–34.
- Pullman, M. E., & Thompson, G. (2003). Strategies for Integrating Capacity With Demand in Service Networks. *Journal of Service Research*, 5(3), 169–183.

- <https://doi.org/10.1177/1094670502238913>
- Silvia, G., & Anwar, K. U. S. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 240–251.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.44>
- Wirtz, J. (2018). *Kapasitas dan Permintaan dalam Operasi Layanan* (J. Wirtz (ed.); 1 ed.). Karimah Samsudin.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Balancing Demand and Capacity. *Services Marketing*, October 2021, 302–327. https://doi.org/10.1142/9781944659806_0009