



---

**PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM DJAKARTA SALON****Oleh****Agnes Fitriani<sup>1</sup>, Alexander<sup>2</sup>, Kelvin Kwek<sup>3</sup>, Supriyadi Arifin<sup>4</sup>****<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Internasional Batam****E-mail: <sup>1</sup>[2041265.agnes@uib.edu](mailto:2041265.agnes@uib.edu), <sup>2</sup>[2041141.alexander@uib.edu](mailto:2041141.alexander@uib.edu),  
<sup>3</sup>[2041326.kelvin@uib.edu](mailto:2041326.kelvin@uib.edu), <sup>4</sup>[2041317.supriyadi@uib.edu](mailto:2041317.supriyadi@uib.edu)**

---

**Article History:***Received: 07-08-2022**Revised: 18-08-2022**Accepted: 27-09-2022***Keywords:***UMKM 1, Salon 2,  
Permintaan 3*

**Abstract:** *UMKM yang berdiri di Indonesia sendiri sangatlah banyak. Banyak dari generasi muda yang menjalankan bisnis UMKM ini dan mengembangkannya. Mulai dari bisnis UMKM di bidang kuliner, fashion dan masih banyak lagi, salah satunya salon. Salon merupakan umkm jasa yang cukup populer di kalangan masyarakat saat ini. Bukan karna banyak yang memulai usaha di bidang jasa, melainkan di populerkan oleh potongan rambutnya dan orang yang memotongnya. Adanya UMKM cukup berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Begitu juga dengan UMKM Djakarta Salon. Adanya tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana UMKM Djakarta Salon ini mengelola permintaan dan kapasitas produksi yang ada. Dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan menuliskan bahwa UMKM Djakarta Salon sudah cukup cakap dalam mengelola permintaan dan mengelola kapasitas produksi yang ada.*

---

**PENDAHULUAN****Latar Belakang Masalah**

Pemasaran dalam bentuk jasa merupakan sebuah kegiatan yang dikerjakan melalui tenaga kerja manusia dengan tujuan untuk memenuhi permintaan para pelanggan, sehingga dari jasa ini menimbulkan kegiatan ekonomi yang dimana melibatkan antara satu orang dengan orang lain, yang dimana kedua orang tersebut saling menguntungkan (Ibnu, 2021). Konsep jasa sendiri sudah lama diterapkan oleh orang-orang, terutama bagi orang-orang pada era 80an hingga 90an yang dimana teknologi dan alat-alat belum memadai seperti era globalisasi sekarang, maka dari itu jasa sangatlah penting dan dibutuhkan pada era tersebut.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang pesat terutama di negara maju, tenaga kerja manusia mulai berkurang yang semua digantikan dengan alat-alat yang canggih, robot dan juga mesin-mesin yang canggih dalam memproduksi sesuatu yang dibutuhkan dalam permintaan konsumen. Namun, untuk jasa manusia pada negara-negara maju bukan berarti sudah tidak ada namun jumlahnya yang relavan lebih sedikit dibandingkan dengan Negara-negara berkembang yang masih membutuhkan jasa manusia untuk mengerjakan sesuatu terhadap permintaan konsumen.

Salah satu contoh jasa yang diperlukan sangat diperlukan adalah salon. Salon



merupakan salah satu UMKM yang digunakan oleh orang-orang untuk merubah ataupun merombak desain rambut dan warna sesuai selera yang diinginkan. Salon juga merupakan salah satu UMKM yang mampu mendorong perekonomian di sektor jasa, karena salon sendiri sangatlah digemari oleh wanita untuk merubah gaya rambut mereka namun bukan hanya digemari oleh wanita namun untuk laki-laki juga banyak yang pergi ke salon untuk merubah gaya rambut mereka agar terlihat lebih modis.

Salah satu UMKM salon yang kami gunakan dalam penelitian Ujian Tengah Semester kali ini adalah Djakarta Salon, Salon ini merupakan salah satu salon yang sebelumnya telah buka di Kota Jakarta yang kemudian pemilik dari UMKM Djakarta salon ini melakukan ekspansi ke Kota Batam, karena ia anggap masuknya UMKM ke Kota Batam ini mampu menciptakan peluang yang lebih besar untuk mendorong perekonomian di Kota Batam, Djakarta Salon sendiri sudah ada di sejak tahun 1998 yang didirikan oleh Marco Nicholas Alfredo Loho yang beralamat di Ruko Botania Garden 1 Blok A3 No 7, Kota Batam. Djakarta salon mulai beroperasi pada pukul 09.00 – 20.00 dengan catatan pada jam 20.00 adalah last order bagi orang yang ingin melakukan potong rambut, Djakarta salon sendiri menawarkan berbagai macam gaya rambut, warna rambut, cuci rambut, smoothing, hair treatment dan spa rambut juga, bukan hanya gaya rambut saja yang ditawarkan namun mereka juga menawarkan seperti sulam alis, facial muka, makeup, eyelash extension dan juga menawarkan nail art. Harga Rp 80.000 harga tersebut disesuaikan dengan jenis permintaan dari pelanggan, apabila permintaan dari pelanggan dengan treatment khusus maka harga yang ditawarkan juga akan lebih mahal. Djakarta salon juga memiliki akun social media yang cukup terkenal dengan jumlah pengikut yang banyak pada tiktok, instagram, facebook dan juga whatsapp hal ini digunakan untuk menjadi model bagi orang yang ingin mengubah gaya rambut di Djakarta salon.

Untuk memenuhi permintaan dari para pelanggan UMKM Djakarta salon menerapkan sistem reservasi terlebih dahulu melalui whatsapp, sistem ini diterapkan agar semua permintaan dari para pelanggan terpenuhi dan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, sehingga dalam pengelolaan permintaan djakarta salon ini sangatlah bagus dan efektif untuk diterapkan, apalagi sekarang sudah banyak UMKM salon yang buka di Kota Batam sehingga ini menimbulkan sebuah persaingan, maka dari itu Djakarta salon harus memaksimalkan pola permintaan para pelanggan, maka dari itu pengelolaan pola permintaan dari para pelanggan sangatlah penting bagi sebuah UMKM dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Dan kapasitas produksi yang diberikan juga tidak sembarangan apabila permintaan pelanggan pada hari itu penuh atau fully book maka orang yang mau potong rambut di Djakarta salon harus melakukan reschedule jadwal yang dikarenakan kapasitas yang telah penuh dari pagi hingga malam, ini juga untuk menjaga kualitas yang ditawarkan agar lebih maksimal.

### **Tujuan penulisan**

Tujuan penulisan ini digunakan untuk mengetahui UMKM penerapan pola permintaan dari Djakarta salon serta penerapan kapasitas jasa yang ditawarkan kepada para pelanggan Djakarta salon dan seberapa efektif sistem reservasi yang diteapkan oleh Djakarta salon untuk memenuhi permintaan para pelanggan adapula tujuan lain dari penulisan ini adalah untuk dedikasi bagi pembaca dan penulis.



## Manfaat penulisan

Manfaat dari penulisan ini digunakan untuk referensi bagi UMKM lain dalam penerapan pola permintaan pelanggan dan penerapan kapasitas yang dijalankan bagi sebuah UMKM dengan tujuan lainnya dalam penerapan ini adalah untuk meningkatkan produktivitas bagi UMKM lain supaya terciptanya persaingan yang sehat antar UMKM.

## LANDASAN TEORI

### Kelebihan Permintaan dan Kapasitas

*Excess demand* atau kelebihan permintaan terjadi saat jumlah yang diminta itu melewati jumlah yang ditawarkan (Nasrudin, 2022b). Pada kondisi ini, harga pasar ada di bawah harga ekuilibrium dan apabila mekanisme bekerja, harga akan selalu naik sampai ekuilibrium barunya. Kelebihan permintaan memfokuskan biaya untuk naik. Ada banyak permintaan saat membayangi barang yang lebih sedikit tersedia. Saat biaya naik, pemasok akan mulai menciptakan lebih banyak, namun permintaan melalui pembeli akan berkurang. Terjadinya kelebihan permintaan diakibatkan oleh beberapa faktor, adapun yang menjadi penyebab dari timbulnya kelebihan permintaan, yaitu :

#### 1. Ekonomi makmur

Sejahteranya kondisi perekonomian dapat mendorong kenaikan pendapatan konsumen. Tentang prospek pekerjaan konsumen juga optimis dan pendapatan konsumen di masa yang mendatang. Alhasil konsumen mengomsumsi barang dan jasa secara meningkat.

#### 2. Intervensi pemerintah

Pemerintah menentukan harga maksimum pada produk yang ada di bawah harga ekuilibrium. Pemasok tidak bisa menentukan harga yang lebih tinggi. Alhasil, terjadilah kelebihan permintaan dan pada operasi pasar tidak bisa bekerja untuk menyetarakan kembali antara permintaan dan penawaran.

*Excess capacity* atau kelebihan kapasitas merupakan kapasitas produksi yang tidak dipergunakan keseluruhnya untuk menjangkau skala efisien yang minimum (Nasrudin, 2022a). Pada skala *output*, perusahaan memproduksi yang lebih rendah ketimbang yang direncanakan. Tidak hanya perusahaan, namun istilah ekse kapasitas atau kapasitas berlebih juga bisa dikaitkan dengan ekonomi dan industri. Terjadinya kelebihan kapasitas diakibatkan oleh beberapa faktor, adapun yang menjadi penyebab dari timbulnya kelebihan kapasitas, yaitu:

#### 1. Permintaan sementara

Peningkatan kapasitas produksi bisa dikatakan investasi jangka panjang, tetapi perusahaan sering memihak dalam mengambil keputusan dan pada tren permintaan jangka pendek lebih mendasar. Apabila permintaan meningkat, perusahaan yang ada di pasar akan berinvestasi serta memperluas kapasitasnya, melebihi dari yang diperlukan untuk mencukupi permintaan yang meningkat.

#### 2. Strategi untuk mencegah pemain baru masuk

Pemain lama bisa memilih untuk menjaga kelebihan kapasitas sebagai sebuah strategi untuk mencegah pemain baru masuk ke pasar. Apabila pemain baru memaksa masuk, pemain lama akan mendapatkan laba dari kelebihan kapasitas untuk mengembangkan pasokan pasar. Akibatnya, harga pasar akan turun dan menyusutnya profitabilitas.



### 3. Kelebihan kapasitas di pasar monopolistik

Persaingan monopolistik dalam pasar monopoli alami sering terjadi kelebihan kapasitas. Terdapat sejumlah pemain di bawah persaingan monopolistik yang masing-masingnya mempunyai kekuatan pasar dengan memilah penawarannya. Karena terdapat banyak pemain, sangat sulit untuk berkolusi antar perusahaan untuk mempengaruhi pasokan. Akibatnya, apabila permintaan meningkat, tiap perusahaan akan menaikkan kapasitas produksinya. Dikarenakan tidak ada kolusi, itu berujung dengan kelebihan kapasitas secara meningkat saat permintaan pasar menurun.

### Fluktuasi Permintaan pada Jasa

Dikarenakan jasa memiliki sifat tidak tahan lama (*perishable*). Dalam kapasitas jasa, keberagaman sangat tinggi, dikarenakan keterlibatan konsumen dalam penyajian jasa. Proses jasa mempunyai batas maksimum kapasitas produktifnya. Ketika permintaan melewati penawaran, ada probabilitas perusahaan kekurangan beberapa konsumennya. Situasi ini bertentangan dengan kondisi saat penawaran melewati permintaan, yang mana kapasitas produktif akan musnah karena tidak bisa disimpan (123DOk, 2022). Akibatnya, tiap perusahaan jasa harus mengetahui faktor-faktor yang menentukan kapasitasnya dari pola permintaan yang dialami.

#### 1. Permintaan berlebihan

Pada situasi ini, tingkat permintaan yang jauh melewati kapasitas maksimum yang ada. Alhasil, ada beberapa konsumen yang tidak bisa dilayani dan perusahaan akan kehilangan konsumen tersebut.

#### 2. Permintaan melampaui kapasitas optimum

Pada situasi ini, tidak ada konsumen yang tidak dilayani dan ditolak. Namun, ketika situasinya sangat ramai, maka ada beberapa konsumen yang menanggapi bahwa kualitas jasa yang dibagikan oleh perusahaan mengalami penurunan.

#### 3. Permintaan dan penawaran seimbang pada tingkat kapasitas optimum

Staf dan fasilitas perusahaan tidak perlu mempunyai beban kerja yang lebih, agar konsumen mendapatkan jasa yang bermutu tanpa ada *delay*.

#### 4. Kapasitas berlebihan

Permintaan yang ada di bawah tingkat kapasitas optimum, maka ada beberapa sumber daya atau kapasitas yang menganggur. Ketika permintaan melewati kapasitas maksimum, ada beberapa potensial konsumen tidak dilayani dan perusahaan akan terancam kehilangan konsumennya. Apabila permintaan ada di antara kapasitas maksimum dan optimum, terdapat risiko konsumen itu dilayani dengan pelayanan yang kurang baik.

### Pengelolaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi merupakan kekuatan pasar dalam menciptakan barang dan jasa pada suatu waktu tertentu serta dibatasi pada lokasi produksi. Kapasitas produksi merupakan jumlah unit dimana terdapat fasilitas untuk menyimpan, memproduksi, atau menerima pada periode tertentu (Riadi, 2020). Terdapat beberapa jenis-jenis kapasitas produksi, yaitu:

#### 1. Kapasitas desain

Kapasitas desain adalah suatu sistem *output* yang maksimum dalam waktu tertentu pada situasi idealnya, dapat didefinisikan juga sebagai kapasitas dalam perusahaan yang berharap untuk mencapai kendala operasional yang ada.

#### 2. Kapasitas efektif (*utilization*)



Kapasitas efektif menentukan *output* yang maksimum pada tingkat operasinya. Kapasitas efektif merupakan kapasitas yang diprediksi bisa diperoleh oleh suatu perusahaan dengan terbatasnya operasi yang tersedia. Beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya kapasitas efektif, yaitu rencana produk, kualitas yang dipakai, serta rencana proyek.

### 3. Kapasitas efisien (*efficiency*)

Kapasitas efisien merupakan ukuran desain kapasitas yang terlaksana, terikat pada bagaimana fasilitas itu dimanfaatkan serta dikendalikan.

### **Pola Permintaan**

Untuk mengelola permintaan secara efektif, maka perusahaan harus mengetahui pola permintaan berdasarkan segmen pasar, ada beberapa cara untuk mengelola permintaan (Lahatung, 2019), yaitu:

#### 1. Model Kualitatif

Hampir seluruh teknik peramalan didasari pada pola yang relatif konsisten sepanjang waktu, maka bisa memperkirakan penggunaan peramalan yang logis.

##### - Metode Delphi

Metode Delphi ini digunakan untuk membuat sebuah kelompok panel yang berisi para ahli dengan menentukan suatu mekanisme yang sistematis, didapatkan kesepakatan pendapat dari kelompok para ahli.

##### - Analisis Dampak Silang (*Cross Impact Analysis*)

Analisis dampak silang memperkirakan beberapa peristiwa pada masa depan itu berkaitan dengan peristiwa sebelumnya.

##### - Analogi Historis (*Historical Analogy*)

Analogi historis memperkirakan bahwa pola siklus identifikasi dan pengembangan jasa akan mengikuti pola yang sudah tercipta oleh teori serupa yang datanya telah ada.

#### 2. Model Kuantitatif

Jika data tidak kompleks (*uncomplicated*) maka dalam melakukan ramalan jangka pendek akan lebih mudah dilakukan.

##### - Model Kausal (*Causal Models*)

Model kausal ini termasuk dalam model kuantitatif, yaitu model yang memerlukan data bersifat angka. Model ini bermacam-macam, dari yang sangat sederhana itu *regression analysis* sampai pada mode yang sangat kompleks itu *econometric model*.

##### - Model Regresi (*Regression Models*)

Model regresi merupakan sebuah model peramalan yang mempertemukan faktor yang akan diramal atau *dependent variable* ( $X_i$ ). Peramalan ini didasari oleh data historis.

##### - Model Ekonometrik (*Econometric Models*)

Model ekonometrik adalah versi model yang sama seperti regresi dengan menginput sistem persamaan. Persamaan yang dipertemukan satu sama lain dan koefisien yang ditetapkan dengan memanfaatkan regresi sederhana. Model ekonometrik memerlukan berbagai data yang menyeluruh dan penggunaan analisis yang kompleks (*sophisticated*).

#### 3. Analisis runtut waktu (*time series analysis*)

Analisis *time series analysis* diimplementasikan untuk peramalan jangka pendek, dalam pola yang teridentifikasi (*identifiable*) telah tersedia selama waktu tertentu. Model ini bermacam-macam, mulai dari yang sederhana, *N-period moving average model* sampai pada model yang sangat kompleks (*sophisticated*), yaitu *exponential smoothing model*.



- *N-period Moving Average*  
Penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu menunjukkan pola yang random, sehingga merasa tidak percaya dalam memanfaatkan sebagai dasar untuk melakukan peramalan. Sejumlah observasi yang dipakai, ditetapkan oleh peramal dan dipakai secara stabil.
- *Simple Exponential Smoothing Model*  
*Simple exponential smoothing* merupakan teknik runtut waktu (*time series method*) yang sering digunakan untuk meramalkan sejumlah permintaan. Model ini didasari pada teori “kembali pada kesalahan peramalan (*forecast error*) untuk membenarkan nilai penghalusan (*smooth value*)”.
- *Exponential Smoothing with Trend Adjustment Model*  
Tren pada sebuah data yang telah diatur merupakan tingkat rata-rata yang mana nilai penelitian dapat berganti dari periode ke periode berikutnya. Perubahan yang muncul oleh tren bisa dilakukan dengan memanfaatkan perluasan dari model *exponential smoothing* yang sederhana.

### **Pengelolaan Permintaan**

Dalam mengelola permintaan, ada berbagai pendekatan yang bisa digunakan, yaitu (Belajar Serbaneka, 2022):

1. Tidak melakukan apapun

Pada pendekatan ini, perusahaan mengabaikan permintaan dengan apa adanya, tidak membuat penambahan atau pengurangan. Ketika dihubungkan pada kondisi kapasitas permintaan, ada beberapa probabilitas yang bisa terjadi, yaitu kondisi kapasitas berlebihan (permintaan berkurang), kapasitas tidak mencukupi (permintaan berlebih), dan kapasitas mencukupi (permintaan memuaskan).

2. Meminimalisir permintaan

Pada pendekatan ini, dilakukannya pengurangan terhadap permintaan pada waktu permintaan memuncak. Ketika situasi permintaan jauh melewati kapasitas, akan ada penetapan harga yang tinggi untuk bisa menaikkan *profit*. Namun, perusahaan wajib memantau secara cermat fleksibilitas harga pada jasa perusahaan.

3. Meningkatkan permintaan

Pada pendekatan ini, memiliki rencana untuk menambah permintaan pada saat terjadinya kapasitas berlebihan. Supaya seluruh biaya relevan tertutupi, harga bisa diturunkan dengan cara selektif.

4. Menyimpan permintaan dengan sistem reservasi dan janji

Pada pendekatan ini, bertujuan menyimpan permintaan sampai kapasitas mencukupi. Dengan cara membuat janji (*appointment*) atau sebuah sistem reservasi, yang mana konsumen dijanjikan akan dibantu saat waktu tertentu. Sehingga konsumen tidak perlu mengantri dengan waktu yang lama.

5. Menyimpan permintaan dengan antrian formal

Pada pendekatan ini, bertujuan menyimpan permintaan dengan meningkatkan sistem antrian yang formal. Perusahaan harus mengatur kenyamanan konsumen selagi menunggu antriannya dilayani.

### **Sistem Reservasi**

Reservasi merupakan sebuah metode perjanjian yang berbentuk pemesanan terhadap produk, barang atau jasa yang mana telah ada kesepakatan antara produsen dengan



konsumen tentang produk tersebut (Freedomnesia, 2019). Ketika berlangsungnya reservasi umumnya ditandai dengan proses bertukar data informasi antara konsumen dengan produsen supaya kesepakatan tentang produk tersebut bisa tercipta. Keuntungan dari sistem reservasi, sebagai berikut:

#### 1. Bagi Produsen

Keuntungan dari sistem reservasi bagi produsen yaitu, bisa mengevaluasi pada produk yang akan dijual oleh produsen dengan tingkat tinggi rendahnya dari total reservasi sebelum produk tersebut akan dijual dan dari hasil evaluasi itu dapat mendukung produsen untuk menetapkan strategi *marketing* yang akan digunakan pada produk yang akan dijual.

#### 2. Bagi Konsumen

Keuntungan sistem reservasi bagi konsumen yaitu, konsumen bisa mempertimbangkan dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut sampai dengan waktu yang telah ditetapkan. Produk yang telah dipesan, tidak diperbolehkan dijual kembali untuk konsumen lain, karena batas waktu produk itu diutamakan untuk konsumen yang sudah membuat reservasi.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian yang akan dilakukan termasuk jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif yang melakukan pendekatan deskriptif. Upaya dalam mendapatkan data agar dapat mendukung penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui internet sebagai landasan yang kemudian akan dijadikan sebagai pendukung dalam melakukan analisis data setelah wawancara dilakukan.

Wawancara yang dilakukan agar dalam menyusun penulisan lebih akurat dengan adanya data-data yang berkaitan. Kami memperoleh data yang ada dengan cara melakukan wawancara terhadap salah satu staff Djakarta Salon. Wawancara yang dilakukan melalui via telepon dan berisikan mengenai bagaimana melakukan reservasi, UMKM berdiri kapan. Kemudian data hasil dari wawancara tersebut dianalisa bersama dan disajikan pada hasil pembahasan di bab berikutnya.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan cara mengelompokkannya kedalam suatu bentuk yang nantinya mudah dibaca dan diinterpretasikan (UIN MALANG, 2022). *Trend analysis* atau analisis trend adalah sebuah analisis dengan membandingkan data bisnis dari waktu ke waktu untuk melihat hasil yang konsisten atau trend (Ichsan, 2022). Analisis trend ini digunakan untuk mengetahui permintaan dan penawaran serta kapasitas produksi yang dijalankan oleh UMKM Djakarta Salon. Analisis trend juga dapat membantu UMKM Djakarta Salon mengetahui perkembangan dari tahun ke tahun. Data yang diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara ini, akan dianalisis dan dikaitkan langsung dengan kajian teori serta penerapan dalam UMKM Djakarta Salon ini. Kemudian, melakukan penjabaran dengan menjelaskan bagaimana UMKM Djakarta Salon ini mengelola permintaan dengan penawaran dan kapasitas produksi.



## HASIL

### Analisis Pola Permintaan pada UMKM Djakarta Salon

Tabel. 1 Permintaan pada Djakarta Salon

| Tahun | Produk yang Ditawarkan |            |             |        |                   |          |
|-------|------------------------|------------|-------------|--------|-------------------|----------|
|       | Rambut                 | Sulam Alis | Facial Muka | Makeup | Eyelash Extension | Nail Art |
| 2020  | 100                    | 30         | 15          | 10     | 14                | 17       |
| 2021  | 250                    | 45         | 20          | 20     | 24                | 45       |
| 2022  | 350                    | 20         | 8           | 30     | 27                | 50       |

Pada tabel dapat dilihat permintaan pada Djakarta Salon memiliki peningkatan dari tahun ke tahun. Yang dimana pada tahun 2020 saat adanya pandemi Covid-19 yang membuat sejumlah permintaan untuk pelayanan yang diberikan menurun. Yang kemudian memiliki peningkatan pada tahun 2021 yang membuat semakin banyak pelayanan yang ditawarkan dan juga memberikan pelatihan berupa Source, yang sangat diminati kalangan muda untuk mengisi waktu luang mereka. Dan pada tahun 2022 yang menjadi kabar baik yang dimana Covid-19 mulai mereda yang membuat banyak masyarakat untuk beraktivitas seperti biasanya kembali, dengan ini meningkatkan juga permintaan atas beberapa pelayanan yang diinginkan.

Dapat disimpulkan bahwa pola permintaan pada UMKM Djakarta Salon adalah Pola Musiman atau *Seasonality*. Yang dimana pada pola penjualan produk ini dipengaruhi oleh cuaca, musim libur, maupun hari besar. Seperti yang kita ketahui Djakarta salon terkena dampak Covid-19 yang membuat penjualan mereka menurun pada tahun 2020, yang kemudian Covid-19 mereda membuat penjualan mereka kembali dan juga seperti biasanya. Dan peningkatan produk mereka juga tidak lepas dari musim libur dan juga hari besar yang membuat penjualan mereka meningkat pesat pada tahun 2022 yang baru berjalan setengah tahun dan akan terus meningkat.

### Analisis Pengelolaan Permintaan dan Teknik yang digunakan UMKM Djakarta Salon

Pengelolaan permintaan pada Djakarta salon sangat baik dapat dilihat pada tabel 1 yang dimana permintaan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan begini dapat dikatakan terorganisir dengan baik dari segi pelayanan, respond ke pelanggan, dan juga kepuasan pelanggan dalam menikmati jasa yang ditawarkan.

Adapun beberapa Teknik pendekatan yang dilakukan Djakarta Salon yaitu *Increase demand during low periods* yang berarti meningkat permintaan pada periode rendah yang dimana dapat melakukan promosi. Dan Djakarta selalu memberikan promosi-promosi yang menarik, seperti diskon pada hari kemerdekaan, hari raya idul fitri, dan masih banyak lagi. Dan juga menggunakan teknik sistem reservasi yang baik, yang dimana akan mengatur waktu dengan baik sehingga tidak terjadi kelebihan permintaan pada satu hari dan dialihkan ke hari lain yang memungkinkan untuk pelanggan datang. Teknik pendekatan lain yang digunakan adalah pada bauran pemasaran (*marketing mix*), seperti harga yang bersaing dengan kompetitor yaitu Rp80.000. dengan harga begini konsumen perta **No table of contents entries foun.**ma akan dikeramas, setelah keramas baru mulai untuk memotong model yang diinginkan, kemudian akan di keramas lagi setelah siap memotong rambut sehingga pelanggan akan merasa nyaman. Selain harga, juga ada tempat yang nyaman dan ber-Ac, berbagai promosi yang ditawarkan.





### **Analisis Kapasitas Produksi pada UMKM Djakarta Salon**

Kapasitas produksi Djakarta Salon dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan dari 10 pelanggan per hari menjadi 20 pelanggan per hari. Dengan adanya peningkatan pasti meningkatkan keuntungan. Namun, perlu ditingkatkan lagi dikarenakan permintaan yang semakin tinggi dengan berbagai pelayanan yang ditawarkan tentu perlu untuk melakukan peningkatan bertahap, baik dari segi tenaga kerja maupun peralatan yang digunakan yang dapat meningkatkan kapasitas produksi. Dengan kapasitas produksi yang semakin banyak tidak menutup kemungkinan untuk Djakarta Salon untuk mengembangkan bisnisnya. Dalam jenis kapasitas produksi yang digunakan Djakarta Salon termasuk jenis yang efektif, dikarenakan salon dapat beroperasikan dengan sumber daya yang tersedia dengan rencana produk, serta rencana proyek yang baik. Selain itu, juga termasuk kedalam jenis yang efisien membuat kapasitas produksi dan keuntungan yang lebih besar lagi. Dengan begini maka kapasitas produksi di Djakarta salon dapat berjalan baik.

### **Analisis Sistem Reservasi yang digunakan UMKM Djakarta Salon**

Sistem Reservasi yang diterapkan pada Djakarta salon ada menggunakan reservasi *online* atau reservasi langsung ke tempat. Dengan reservasi *online* yang diterapkan Djakarta Salon, dapat membuat tingkat kepuasan pelanggan meningkat dikarenakan customer tidak perlu menunggu untuk menerima pelayanan produk yang diinginkan dan juga membuat semua terorganisir dengan baik, dimana customer dapat mengetahui harga dari pelayanan, berapa waktu menerima jasa dan jam berapa untuk menuju ke lokasi. Adapun, reservasi *online* dapat dilakukan melalui Whatsapp dengan nomor 08117721998 yang kemudian akan dibalaskan oleh admin yang bertugas.

Selain dapat menggunakan reservasi secara *online* dapat juga menggunakan reservasi langsung ke tempat yang dimana customer langsung menuju Djakarta salon untuk menerima jasa yang diinginkan dari potong rambut, warna rambut, *facial* muka, sulam alis, *nail art*, dan lain-lain. Namun customer dapat mengambil antrian terlebih dahulu biasanya menggunakan sistem *first come first serve* yang berarti customer yang datang pertama akan pertama dilayani. Walaupun dengan sistem ini dapat membuat customer menunggu lama, Djakarta salon menyediakan ruang tunggu yang sangat nyaman untuk menunggu dan juga menyediakan air untuk dinikmati customer.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat kami simpulkan bahwa UMKM Djakarta Salon yang menjadi objek pembahasan kali ini, sudah cukup cakap dalam mengelola permintaan serta kapasitas produksi hingga mengalami peningkatan.

Dapat kita lihat, adanya penurunan permintaan di tahun 2020, dikarenakan tepat di tahun 2020, Covid-19 melanda seluruh masyarakat Indonesia. Namun hal ini tidak berlangsung lama, karena UMKM Djakarta Salon mengalami peningkatan di tahun 2021 dan 2022. Bukan hanya karena Covid-19 seiring waktu mereda saja, melainkan adanya pemasaran menggunakan platform media sosial yang banyak masyarakat gunakan sekarang, hingga dapat menjangkau seluruh pengguna media sosial tersebut. Ditambah, seperti yang dikatakan di bab sebelumnya, pola permintaan UMKM Djakarta Salon ini ialah pola musiman atau *Seasonality*. Mengapa dikatakan begitu? Karena banyak sekali tren-tren fashion



sekarang terutama model rambut. Model yang sering dicari di Djakarta salon, seperti *wolfcut*, *layer* dan model poni *curtain bangs*.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang kami lakukan terhadap UMKM Djakarta Salon terhadap penerapan sistem reservasi dan penerapan pola permintaan dari para pelanggan dapat dikatakan sudah bagus dan layak diterapkan. Penerapan yang mereka lakukan dan dari penerapan yang sudah di terapkan oleh Djakarta salon ini sudah sangat bagus dan bisa saling menyaingi terhadap UMKM yang bergerak di bidang salon lainnya. Seperti yang kita ketahui bahwa pandemi yang berlangsung selama 2 tahun, namun UMKM Djakarta salon mampu mempertahankan keadaannya hingga sampai sekarang.

Adapula saran yang dapat kami berikan kepada UMKM Djakarta salon supaya bisa diterapkan agar UMKM ini berjalan lebih bagus adalah meningkatkan jumlah kapasitas. Seperti yang kita ketahui bahwa ketika sudah dekat perayaan-perayaan hari besar seperti pada perayaan imlek, idul fitri atau natal, jumlah permintaan dari pelanggan pun akan meningkat karena masyarakat berbondong-bondong untuk mengubah gaya rambut mereka agar terlihat lebih bagus dan mode, maka dari itu pada waktu seperti itulah peningkatan kapasitas dan jumlah karyawan harus di tingkatkan agar semua permintaan dari pelanggan terpenuhi. Karena yang kita ketahui bahwa membatasi jumlah pelanggan sangatlah disayangkan apalagi pada saat perayaan-perayaan inilah salon mampu meraih keuntungan yang lebih dibandingkan pada hari-hari biasa.

Namun bila ingin memenuhi tingkat permintaan yang tinggi UMKM Djakarta salon juga harus memiliki sumber daya manusia atau tenaga kerja yang cukup juga, bila tidak mencukupi dapat dikatakan juga mereka tidak bisa memenuhi seluruh permintaan dari para pelanggan. Maka dari itu, jumlah sumber daya manusia juga sangatlah mempengaruhi, apabila ingin menambahkan jumlah kapasitas pelanggan agar tetap seimbang antara jumlah pelanggan yang datang dengan jumlah karyawan yang ada, sehingga para pelanggan yang datang juga merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Dapat kami katakan dan akui, bahwa jumlah pelanggan dari UMKM Djakarta salon ini tidaklah sedikit. UMKM ini memiliki jumlah permintaan yang cukup banyak pada hari-hari biasa namun tidak sebanyak pada hari-hari mendekati perayaan hari raya besar seperti imlek, idul fitri maupun natalan, sehingga adapula saran yang dapat kami berikan adalah memperluas lokasi salon, agar mampu mengisi jumlah orang-orang yang ingin mengubah gaya rambut mereka. Ataupun UMKM Djakarta salon ini dapat membuka cabang lain di lokasi yang lebih strategis dengan konsep bangunan yang lebih luas juga agar orang-orang lebih mudah untuk menjangkau lokasi dari UMKM Djakarta salon, karena layanan yang diberikan oleh UMKM Djakarta salon ini tidaklah sedikit maka dari itu penambahan kapasitas lebih untuk di tingkatkan agar orang-orang ingin mengubah gaya rambut mereka bisa terpenuhi dan UMKM Djakarta salon juga harus meluaskan jasa-jasa yang ditawarkan ke pasar yang lebih luas dalam pemasaran.

Saran lain yang dapat kami berikan kepada UMKM Djakarta Salon adalah tetap memberikan layanan yang terbaik kepada para pelanggan yang sudah ada, karena seperti yang kami ketahui bahwa UMKM Djakarta salon ini cukup digemari oleh banyak orang dan cukup dikenal oleh banyak orang seperti pada akun tiktok Djakarta salon. Djakarta salon memiliki jumlah pengikut sebanyak 1 juta pengikut dan juga pengikut pada akun instagram sebanyak 105 ribu sehingga dapat dikatakan bahwa UMKM Djakarta salon ini sangatlah digemari oleh



banyak orang. Maka dari itu, kualitas yang ditawarkan kepada pelanggan haruslah tetap terjaga, agar pelanggan akan tetap merasa nyaman dan aman dari penawaran yang diberikan oleh UMKM Djakarta salon.

Berikut saran-saran yang kami dapat berikan berdasarkan hasil analisis kami terhadap UMKM Djakarta Salon dan juga pembahasan yang kami lakukan pada Djakarta Salon. Diharapkan dengan adanya kritikan dan saran yang kami berikan dapat jadi bahan pertimbangan yang dapat digunakan oleh Djakarta salon untuk mengembangkan bisnisnya menjadi lebih besar dan berkembang lagi, sehingga bisnis ini akan jauh lebih sukses dibandingkan yang sekarang walaupun yang kita ketahui bahwa UMKM Djakarta salon ini cukup sukses dan banyak membuat hasil gaya rambut yang disukai oleh banyak orang.

Kami berharap bahwa dari saran yang dapat kami berikan ini dapat menjadi gambaran bagi UMKM Djakarta salon, namun juga bisa menjadi acuan bagi UMKM-UMKM lainnya yang bergerak di bidang jasa, terutama di salon.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Belajar Serbaneka. (2022). *Teori Pengelolaan Permintaan dan jenis-jenis pendekatan*. <http://belajarserbaneka.blogspot.com/2012/11/strategi-mengelola-penawaran-dan-permintaan-jasa.html>
- [2] Freedomnesia. (2019). *Penegertian Reservasi*. <https://docplayer.info/58614232-Bab-ii-uraian-teoritis-reservasi-adalah-sebuah-proses-perjanjian-berupa-pemesanan-sebuah.html>
- [3] Ibnu. (2021). *Pengertian Jasa pemasaran*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/jasa-adalah/>
- [4] Ichsan, M. (2022). *Pengertian Trend analysis*. [https://glints.com/id/lowongan/trend-analysis-adalah/#.Ys\\_-WL1BzIV](https://glints.com/id/lowongan/trend-analysis-adalah/#.Ys_-WL1BzIV)
- [5] Lahatung, B. J. (2019). *Teori Pola Permintaan*. <https://brigitalahutung.wordpress.com/2012/10/15/mengelola-kapasitas-dan-permintaan-jasa/>
- [6] Nasrudin, A. (2022a). *Teori kelebihan kapasitas dan penyebabnya*. <https://cerdasco.com/kapasitas-berlebih/>
- [7] Nasrudin, A. (2022b). *Teri kelebihan permintaan dan penyebabnya*. <https://cerdasco.com/kelebihan-permintaan/>
- [8] Riadi, M. (2020). *Teori Pengelolaan kapasitas produksi dan jenis-jenisnya*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>
- [9] UIN MALANG. (2022). *Teknik Analisis Data*.
- [10] 123Dok. (2022). *Teori Fluktuasi Permintaan pada jasa*. <https://123dok.com/article/strategi-mengelola-penawaran-dan-permintaan-jasa.y6pxd97q>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN