

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA USAHA KONAD NAIL ART DI KOTA BATAM

Oleh

Fitriana Aidnilla Sinambela¹, Dennis Yang², Angela Adriyanti Yang³, Leonard Suryadi Yusuftan⁴, Whitney Ong⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Internasional Batam

E-mail:¹Fitrianaaidnillas@gmail.com, ²2041085.Dennis@uib.edu,

³2041385.Angela@uib.edu, ⁴2041256.Leonard@uib.edu, ⁵2041244.Whitney@uib.edu

Article History:

Received: 10-07-2022

Revised: 20-07-2022

Accepted: 14-08-2022

Keywords:

Pengelolaan Permintaan,
Kapasitas Produksi, Usaha
Nail Art, Excess Demand,
Excess Capacity

Abstract: Penelitian ini berlatar belakang akan banyaknya pengusaha yang tidak begitu memahami akan seberapa pentingnya dan cara pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dalam bisnis mereka yang menyebabkan usaha mereka tidak bisa terhindar akan penurunan laba. Tujuan dilakukannya penelitian pun tidak lain untuk membantu usaha Konad Nail Art akan pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi usahanya. Adanya beberapa teori yang dikaitkan dari teori excess demand, excess capacity, fluctuation in demand threaten service productivity, managing capacity, pattern of demands, managing demand sampai dengan reservation system. Metode penelitian yang dilakukan pun merupakan metode kualitatif dimana dengan dilakukannya wawancara mendalam (in-depth interview), studi pustaka, dan data online. Untuk hasil dan pembahasan pun dijelaskan segala hal yang dimana dikaitkannya teori yang tertera dengan kegiatan asli yang dilakukan usaha Konad Nail Art. Dan untuk kesimpulan dan saran, Konad Nail Art sendiri disimpulkan sudah menerapkan sebagian besar pengelolaan permintaan dan kapasitas produksinya dengan baik dan tentu penulis juga memberikan saran dan solusi yang terkait akan kekurangan yang ada pada usaha Konad Nail Art.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern ini, masih banyak para pengusaha yang tidak begitu memahami bagaimana cara mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam bisnis mereka dan seberapa pentingnya hal tersebut perlu diterapkan dalam bisnis mereka. Akibat dari hal tersebut, usaha mereka tidak bisa menghindari terjadinya penurunan laba karena

pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi yang tidak efektif. Pentingnya manajemen pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dalam suatu usaha adalah agar usaha tersebut dapat menyesuaikan jumlah dari permintaan dengan jumlah kapasitas produksi yang dimana jumlah tersebut dapat selalu berubah setiap hari dalam kegiatan operasional usaha, dengan manajemen pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi yang efektif, maka perusahaan dapat memperhitungkan berbagai macam kemungkinan risiko yang akan terjadi serta dapat mendapatkan keuntungan dengan lebih maksimal dari pemenuhan kapasitas produksi usaha untuk setiap hari.

Objek penelitian yang akan dianalisis adalah “Konad Nail Art”, Konad merupakan usaha yang bergerak di bidang kecantikan yang telah didirikan oleh Linda Lie sejak tahun 2019 di Mall Grand Batam dengan jumlah karyawan 5 orang. Usaha ini menyediakan berbagai macam jasa salon kuku seperti manicure dan pedicure. Alasan kenapa dilakukannya penelitian pada usaha Konad adalah untuk menambah pengetahuan dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi serta mengumpulkan informasi mengenai bagaimana usaha Konad mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam usaha mereka, menganalisis permasalahan apa yang sedang dialami usaha tersebut dan memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang sedang dialami oleh mereka.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari diberlakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi mengenai bagaimana usaha Konad mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam usaha mereka.
2. Menganalisis permasalahan apa yang sedang dialami oleh Konad dan memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

1.3 Manfaat

Adapun manfaat dari diberlakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan mengenai pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dalam suatu usaha.
2. Usaha Konad dapat mengatasi permasalahan mereka dengan baik melalui solusi yang telah diberikan.

LANDASAN TEORI

2.1 Excess Demand

Excess demand atau kelebihan permintaan merupakan situasi dimana jumlah permintaan melebihi jumlah penawaran dimana hal ini menyebabkan harga pasar berada dibawah garis keseimbangan yang merupakan kondisi ketidakseimbangan pasar.

Dengan adanya kelebihan permintaan, maka harga akan naik, yang tentunya menyebabkan semakin banyaknya permintaan akan pengejaran produk/jasa yang tersedia dalam jumlah sedikit. Kenaikan harga pun perlahan akan membuat berkurangnya permintaan karena harga yang terlalu mahal. Hal ini akan menyebabkan pasar untuk mencapai keseimbangan barunya.

Kelebihan permintaan dapat disebabkan atas beberapa skenario seperti tumbuhnya permintaan lebih tinggi dari penawaran. Pasokan mengalami stagnasi hingga penurunan. Dan pengendalian harga oleh pemerintah.

2.2 Excess Capacity

Excess capacity atau kelebihan kapasitas merupakan sebuah hal dimana kapasitas produksi tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk pencapaian skala efisien minimum dimana hal ini berupa perusahaan melakukan produksi pada skala output yang rendah daripada yang direncanakan.

Tentunya situasi ini dapat memberikan dampak buruk seperti akan terjadinya masa resesi, kemudian biaya produksi yang meningkat dan pengurangan pegawai diperusahaan karena biaya yang tinggi. Kemudian sampai pada penekanan harga jual dimana perusahaan akan bersaing harga terendah yang tentunya menyebabkan penurunan harga pasar secara drastis dan berdampak sangat besar bagi perusahaan yang memiliki finansial lemah untuk mencapai kebangkrutan.

Faktor yang menyebabkan situasi ini dapat terjadi adalah ketika permintaan muncul bersifat musiman dimana antara perusahaan akan beroperasi potensi outputnya atau menghadapi banyaknya kapasitas yang menganggur. Situasi ini dapat terjadi juga jika permintaan pelanggan menurun secara permanen.

2.3 *Fluctuation in Demand Threaten Service Productivity*

2.3.1 *Productive Capacity*

Kapasitas produksi merupakan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan produk atau jasa untuk memenuhi permintaan pada pasar yang melibatkan kuantitas, biaya produksi dan waktu yang diperlukan dalam proses produksi. Tidak hanya itu, inovasi pada jasa dan produk juga sangat berperan penting dalam menentukan kapasitas produksi pada suatu perusahaan. Inovasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menciptakan berbagai variasi sehingga layanan dan produk yang disediakan tidak terkesan monoton (Hermawan et al., 2019). Beberapa komponen dan resiko pada kapasitas produksi antara lain :

- Facilities*, merupakan sarana yang tersedia.
- Equipment*, peralatan yang digunakan dalam menghasilkan layanan dan produk.
- Labor*, orang-orang yang terlibat dalam proses berlangsungnya usaha.
- Infrastructure*, seperti jalantol, jaringan listrik yang dapat mempermudah proses kapasitas produksi.

Resiko-resiko yang dapat terjadi dalam menentukan kapasitas produksi :

- Excess demand*, kelebihan permintaan dimana akan memberikan perubahan pada kapasitas yang banyak.
- Demand exceeds optimum capacity*, permintaan yang terlalu besar dimana menyebabkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi buruk.
- Optimum capacity*, adanya keseimbangan antara karyawan yang tidak bekerja lembur dan pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.
- Excess capacity*, kapasitas yang disediakan lebih besar dibandingkan permintaan.

2.4 *Managing Capacity*

Manajemen kapasitas merupakan strategi untuk menjelaskan sumber daya yang dibutuhkan dalam berbagai proyek. Manajemen kapasitas ini menjamin ketersediaan sumber daya di perusahaan untuk memenuhi permintaan. Praktik manajemen kapasitas dilakukan untuk menciptakan keseimbangan antara kapasitas dan permintaan dengan tujuan untuk meminimalisir tingkat risiko yang dinilai terlalu tinggi. Manajemen kapasitas sendiri memberikan manajer sebuah peluang dalam memenuhi permintaan bisnis dan

alokasi sumber daya secara efisien (Chayuga, 2021).

2.4.1 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah tempat dimana individu dapat menerima dan membagikan informasi dalam bentuk video, foto, teks dan audio kepada pihak lainnya. Selain memiliki biaya promosi yang minim, proses promosi menggunakan media sosial lebih mudah dan jangkauannya lebih luas jika dibandingkan dengan strategi promosi lainnya (Ramadhanti, 2021). Dengan adanya media sosial dapat meningkatkan kinerja manajemen kapasitas karena pelanggan dapat melakukan pemesanan layanan maupun produk secara *online*.

2.5 Patterns of Demand

Pola permintaan merupakan analisa mengenai data-data permintaan dan *customer* untuk mengetahui permintaan dalam jangka waktu tertentu. Analisis pola permintaan dapat dilakukan dalam satuan hari, minggu, bulan, tahun dan lain-lain. Ketidakpastian pada pasar akan mempengaruhi jumlah permintaan yang ada. Oleh karena itu suatu perusahaan harus berada dalam posisi "*demand ready*" yang artinya perusahaan tersebut udah siap dalam menghadapi ketidakpastian permintaan yang dapat terjadi dimana dan kapanpun (Morris & Walley, 2022).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pola permintaan yaitu sebagai berikut :

- a. *Employment*, tingkat pengangguran yang tinggi.
- b. *Billing or tax*, adanya bantuan yang diberikan oleh pemerintah dan pajak.
- c. *Pay days*, menerima gaji sehingga permintaan cenderung naik.
- d. *School hours/holidays*, disaat lagi sekolah dan liburan.
- e. *Seasonal climate changes*, perubahan cuaca yang musiman seperti diluar negeri ada 4 musim.
- f. *Public/religious holidays*, liburan keagamaan seperti imlek (permintaan akan tiket transportasi naik, banyak toko tutup).
- g. *Natural cycles*, perubahan alam.

2.6 Managing Demand

Manajemen permintaan merupakan teknik yang digunakan untuk mengelola permintaan pada produk dan jasa dan didalamnya melibatkan proses perkiraan, perencanaan serta pengelolaan. Proses permintaan mengacu pada tahap kegiatan dari perencanaan permintaan sampai penjualan untuk menghasilkan permintaan yang optimal (Freitas et al., 2020). Manajemen permintaan terdiri dari tingkat makro dan mikro, tingkat makro memiliki pengertian bahwa permintaan dapat dipengaruhi oleh pemerintah (pajak, suku bunga dan lain-lain), sedangkan pada tingkat mikro permintaan dapat dipengaruhi oleh perusahaan itu sendiri seperti menggunakan waktu *weekend* untuk mengurangi permintaan pada jam sibuk. Terdapat beberapa cara dalam mengelola permintaan antara lain sebagai berikut :

- a. *Take no action*, membiarkan permintaan untuk menemukan tingkatannya sendiri (perusahaan terus memenuhi permintaan)
- b. *Interventionist approach*, mengurangi permintaan pada periode tertentu atau meningkatkan permintaan disaat terjadi kelebihan kapasitas.
- c. *Inventorizing demand until capacity becomes available*, memiliki sistem reservasi atau sistem antrian yang menyeimbangkan permintaan dan kapasitas.

2.7 *Reservation System*

Sistem reservasi merupakan sebuah sistem yang menyediakan pelayanan *booking online* terhadap produk dan jasa sehingga terjadinya kondisi mutualisme antara pihak penyedia layanan (mempermudah dalam proses pengelolaan kapasitas) dan konsumen (efektif dan efisiensi waktu). Terdapat 6 jenis resiko yang dapat mempengaruhi pengalaman konsumen yaitu kualitas produk atau jasa, keuangan, social, fisik, psikologis dan ketidakefisienan waktu (Bicevskis et al., 2021). Adapun beberapa manfaat dari reservasi, seperti :

1. Mengurangi tingkat pengantrian.
2. Membantu perusahaan dalam mengelola dan mengontrol permintaan.
3. Dapat melakukan pra-penjualan jasa.
4. Menyediakan data-data yang dapat digunakan untuk menganalisis pola permintaan.

2.7.1 *Yield Management*

Manajemen hasil merupakan sebuah strategi pengelolaan terhadap produk dan jasa yang dijual. Manajemen ini lebih memfokuskan pada bagaimana suatu produk atau jasa dapat dijual ke orang yang tepat dengan harga dan waktu yang tepat. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang sama dapat dijual dengan harga yang berbeda. Misalnya disaat hari-hari besar tiket pesawat dan kapal cenderung lebih tinggi dibandingkan hari biasanya karena adanya peningkatan pada permintaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan kajian komprehensif melalui pengumpulan, penganalisaan, dan penafsiran data non-numerik seperti teks, foto, video, dan rekaman audio. Pada dasarnya, metode kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman akan pengalaman, persepsi, dan perilaku – perilaku tertentu secara sederhana yang kemudian dijabarkan dalam bentuk teks. Lantas, penulis memilih untuk menggunakan metode kualitatif dalam menyusun karya ilmiah ini agar dapat menggali data atau informasi secara terperinci, sehingga mampu memudahkan penulis dalam menganalisa suatu fenomena. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*), studi pustaka, dan data *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami sebuah fenomena secara apa adanya (khususnya dari perspektif subjek) yang dideskripsikan dalam bentuk kata dan kalimat pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai pendekatan yang terdapat didalamnya. Berbagai data yang digunakan dalam menyusun karya ilmiah ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud adalah data yang didapat dari sumber secara langsung melalui wawancara dan observasi, sementara data sekunder merupakan data yang diambil dari penelitian terdahulu dan diperoleh dari artikel – artikel serta *website* yang dibuat oleh penulis sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan proses wawancara dengan manager KONAD, hasil yang

didapatkan adalah sebagai berikut : pola permintaan, pengelolaan permintaan, kapasitas produksi (3 tahun)

4.1 Excess Capacity

Selama 3 tahun terakhir, masa pandemi menyebabkan banyak usaha mengalami kerugian yang cukup besar terutama untuk usaha yang lokasinya ada di mall dikarenakan sebagian besar masyarakat yang memilih untuk tetap tinggal di dalam rumah dan tidak bepergian keluar. Oleh karena itu, sebagian besar usaha terutama jasa salon kuku melakukan berbagai metode untuk bertahan seperti mengurangi harga jasa yang disediakan, pengurangan jumlah karyawan, dan lain-lain. Cara yang dilakukan oleh Konad untuk menarik perhatian para pelanggan adalah memberikan promo diskon kepada konsumen yang mempromosikan Konad di story instagram saat mereka sedang berada di Konad, selain itu Konad juga rutin membersihkan tempat mereka dengan mensterilkan alat, perabotan, dan lain-lain untuk memberikan kesan bersih dan aman kepada para konsumen.

4.2 Productive Capacity

1. Facilities

Fasilitas yang disediakan oleh Konad terdiri dari alat steril peralatan kerja para karyawan, kursi *pedicure* dan *manicure* yang nyaman diduduki, dan bantal sandaran untuk para konsumen yang ingin menggunakan jasa *manicure*.

2. Equipment

Dalam hal peralatan, Konad selalu memberikan peralatan cadangan untuk digunakan oleh para karyawan apabila peralatan yang sedang mereka gunakan sudah tidak layak untuk digunakan lagi atau rusak.

3. Labor

Dalam melakukan proses *manicure* dan *pedicure*, para karyawan Konad membutuhkan rata-rata waktu sekitar 40 menit untuk menyelesaikan proses tersebut. Dengan durasi waktu tersebut maka dapat diperkirakan masing-masing karyawan dapat memegang maksimal 50 konsumen dalam satu hari.

4. Infrastructure

Dalam hal infrastruktur, Grand Batam Mall sebagai tempat usaha Konad memberikan jaringan listrik yang memadai, akan tetapi pada saat terjadinya mati lampu, para karyawan harus terpaksa menggunakan lampu *flash* dari ponsel mereka untuk melanjutkan pekerjaan dikarenakan tidak tersedianya lampu darurat di Konad.

4.3 Managing Capacity

1. Media Sosial

Pihak Konad memiliki akun media sosial di instagram dan facebook, cara mereka mengelola media sosial mereka adalah dengan secara rutin mengupload hasil kerja para karyawan kepada para konsumen ke dalam story instagram atau facebook untuk menarik perhatian para calon konsumen.

4.4 Patterns of Demand

1. Pay Days

Terjadinya peningkatan jumlah konsumen pada saat hari gajian yang dimana hal tersebut menimbulkan keinginan untuk berbelanja bagi sebagian besar masyarakat.

2. School Hours/Holidays

Peningkatan jumlah konsumen terutama anak-anak sekolah atau mahasiswa yang

sedang menjalani hari libur sekolah, hal tersebut tentunya memicu sebagian besar anak-anak sekolah untuk mengisi hari libur mereka dengan menggunakan jasa *manicure* atau *pedicure*.

3. **Public/Religious Holidays**

Terjadinya peningkatan jumlah konsumen pada hari-hari libur seperti libur imlek, lebaran, atau natal yang menyebabkan sebagian besar masyarakat menggunakan jasa *manicure* atau *pedicure* untuk mengisi hari libur mereka.

4.5 **Managing Demand**

Usaha Konad dalam mengelola kapasitas produksi mereka menggunakan metode *take no action* yang dimana Konad hanya melakukan *restock* untuk persediaan warna-warna tertentu yang sudah mau habis. Selain itu dalam hal *inventorying demand until capacity becomes available*, sistem antrian offline yang dimiliki Konad masih belum optimal yang dikarenakan para karyawan hanya menggunakan metode penghafalan urutan konsumen yang sedang mengantri.

4.6 **Reservation System**

Sistem reservasi yang dimiliki oleh Konad dilakukan melalui chat di sosial media instagram yang dimana para konsumen diwajibkan untuk memberikan informasi untuk reservasi yang terdiri dari nama lengkap, nomor telepon, jam kedatangan, dan jumlah orang yang ingin menggunakan jasa Konad. Kemudian konsumen hanya perlu mengunjungi Konad dan urutannya dalam antrian akan diprioritaskan.

KESIMPULAN

Konad merupakan usaha yang bergerak di bidang kecantikan yang telah didirikan oleh Linda Lie sejak tahun 2019 di Mall Grand Batam dengan jumlah karyawan 5 orang dimana usaha ini menyediakan berbagai macam jasa salon kuku. Penelitian ini dilakukan pada usaha Konad untuk menambah pengetahuan dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi serta pengumpulan informasi mengenai bagaimana usaha Konad mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam usaha mereka.

Penelitian diteliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*), studi pustaka, dan data *online*. Data primer yang digunakan dalam penelitian merupakan data yang didapatkan dari sumber secara langsung melalui wawancara dan observasi, sementara data sekunder merupakan data yang diambil dari penelitian terdahulu dan diperoleh dari artikel – artikel serta *website* yang dibuat oleh penulis sebelumnya.

Pada bagian *excess capacity* atau kelebihan kapasitas, dimana kapasitas produksi tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk pencapaian skala efisien minimum, Konad menggunakan cara dengan memberikan promo diskon kepada konsumen yang mempromosikan Konad di story instagram saat mereka sedang berada di Konad, selain itu Konad juga rutin membersihkan tempat mereka dengan mensterilkan alat, perabotan, dan lain-lain untuk memberikan kesan bersih dan aman kepada para konsumen.

Kemudian pada bagian *productive capacity*, dimana merupakan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan produk atau jasa untuk memenuhi permintaan pada pasar, pada segi fasilitas, Konad menyediakan dari alat steril peralatan kerja para karyawan, kursi *pedicure* dan *manicure* yang nyaman diduduki, dan bantal sandaran untuk konsumen.

Kemudian pada segi *equipment*, Konad selalu memberikan peralatan cadangan untuk para karyawan gunakan apabila peralatan yang mereka gunakan sudah rusak atau tidak layak digunakan. Kemudian pada segi *labor*, karyawan Konad membutuhkan rata-rata sekitar 40 menit untuk tiap konsumen. Dapat diperkirakan masing-masing karyawan dapat memegang maksimal 50 konsumen setiap harinya. Dan pada segi infrastruktur, Grand Batam Mall sebagai tempat usaha Konad memberikan jaringan listrik yang memadai, akan tetapi pada saat terjadinya mati lampu, para karyawan harus terpaksa menggunakan lampu *flash* dari ponsel mereka untuk melanjutkan pekerjaan dikarenakan tidak tersedianya lampu darurat di Konad.

Pada bagian *managing capacity*, dimana merupakan strategi untuk menjelaskan sumber daya yang dibutuhkan dalam berbagai proyek, pihak Konad menyediakan media sosial pada Instagram dan juga Facebook dan secara rutin mengupload hasil kerja para karyawan baik di *story* maupun *feed*.

Untuk *pattern of demand*, yang merupakan analisa mengenai data-data permintaan dan *customer* untuk mengetahui permintaan dalam jangka waktu tertentu, ada dari segi *pay days* dimana terjadinya peningkatan jumlah konsumen pada saat hari gaji yang dimana hal tersebut menimbulkan keinginan untuk berbelanja bagi sebagian besar masyarakat. Kemudian ada segi *school hours/holidays* dimana adanya peningkatan jumlah konsumen anak-anak sekolah atau mahasiswa karena sedang menjalankan hari libur. Kemudian ada juga *public/religious holidays* dimana peningkatan jumlah konsumen terjadi karena hari libur seperti libur imlek, natal dan lebaran.

Kemudian ada *managing demand*, dimana merupakan teknik yang digunakan untuk mengelola permintaan pada produk dan jasa dan didalamnya. Usaha Konad dalam mengelola kapasitas produksi mereka menggunakan metode *take no action* dan pada hal *inventorying demand until capacity becomes available*, sistem antrian offline yang dimiliki Konad masih belum optimal.

Terakhir adanya *reservation system* yang merupakan sebuah sistem yang menyediakan pelayanan *booking online* terhadap jasa. Konad sendiri memiliki sistem reservasi melalui chat di sosial media Instagram dengan konsumen memberikan informasi seperti nama, nomor, jam kedatangan dan jumlah orang.

SARAN

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk usaha Konad, yang dimana merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang kecantikan yaitu *Nail Art* di kota Batam, yaitu:

1. Pada segi *excess capacity*, Konad memberikan promo diskon kepada konsumen dengan mempromosikannya di *story* Instagram. Penulis merasa hal tersebut merupakan cara yang baik untuk menggait datangnya konsumen namun hanya para konsumen yang *memfollow* akun Instagram yang akan mendapatkan informasi tersebut, dalam kata lain konsumen langganan. Menurut penulis, Konad dapat melakukan *paid-promote* pada akun lain ataupun dari aplikasi Instagram sendiri untuk meraih *audience* yang lebih banyak, tidak hanya yang *memfollow* akun Konad. Kemudian dijelaskan bahwa Konad rutin dalam pembersihan tempat sampai alat-alat

yang digunakan, menurut penulis hal ini sudah cukup menyakinkan konsumen untuk datang berkunjung.

2. Pada segi *productive capacity*, dari bagian fasilitas sendiri menurut penulis Konad sudah cukup lengkap dan bersih akan tempatnya seperti alat kerja hingga bantal sandaran. Kemudian untuk peralatan, Konad sendiri sudah baik dengan selalu menyiapkan cadangan untuk menghindari resiko yang bakal terjadi seperti alat yang digunakan rusak. Dalam segi *labor*, penulis merasa Konad sudah sangat baik dapat menyelesaikan rata-rata pengerjaan mereka dalam waktu 40 menit. Dan kemudian pada hal infrastruktur, penulis merasa Konad dapat mengajukan komplain kepada pihak Grand Batam Mall dikarenakan hal ini dapat mengganggu kenyamanan konsumen dan pengerjaan pada karyawan Konad sehingga merugikan dua pihak. Konad sendiri juga dapat mencari alternatif lain dengan menyediakan lampu meja yang menggunakan batere agar jika resiko mati lampu terjadi maka Konad tetap dapat menjalankan pengerjaannya dengan baik dan tepat waktu.
3. Untuk bagian *managing capacity* segi media sosial, seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya, Konad dapat menggunakan fitur *paid-promote* yang disediakan akun lain ataupun aplikasi Instagramnya sendiri. Selain itu, Konad merapikan *feed* Instagram dengan membuat template foto yang rapi, karena menurut penulis, konsumen jaman sekarang tidak hanya memperhatikan hasil kerja namun juga cenderung memperhatikan ke estetika *feed* Instagramnya sendiri.
4. Pada segi *patterns of demand*, dijelaskan bahwa konsumen di Konad dapat meningkat jika pada saat *pay days* yaitu hari gajian, kemudian *school hours/holidays* yaitu anak sekolah atau mahasiswa sedang menjalani hari libur sekolah dan *public/religious holidays* dimana adanya hari libur seperti imlek, lebaran dan natal. Menurut penulis, Konad dapat menggunakan kesempatan ini dengan membuat promo seperti "*Pay Half Price, Only For Student*" dengan beberapa syarat dan ketentuan. Hal ini akan menggait banyaknya konsumen terutama konsumen baru.
5. Pada segi *managing demand*, Konad sendiri sudah tepat dengan hanya merestock persediaan kutek warna yang sudah mau habis dikarenakan konsumen cenderung akan mengikuti tren warna yang ada jadi cukup disayangkan jika persediaan kutek dengan warna yang jarang dipakai memiliki banyak *stock* sehingga akan *expired* pada waktunya. Untuk *inventorying demand until capacity becomes available*, dijelaskan bahwa Konad sendiri belum mengoptimalkan sistem antrian *offline* dimana Konad hanya menggunakan metode penghafalan urutan konsumen yang sedang mengantri. Penulis menyarankan adanya sistem *booking* seperti yang dilakukan secara *online*. Konsumen yang datang dapat diberikan semacam kartu urutan atau pengestimasian waktu. Hal ini tentunya akan memberikan konsumen waktu untuk melakukan kegiatan lainnya sembari menunggu bagiannya.
6. Kemudian ada *reservation system*, dimana dijelaskan bahwa Konad sendiri memiliki sistem reservasi dimana melalui *chat* di sosial media Instagram dan konsumen akan memberikan nama, nomor telepon, jam kedatangan dan jumlah orang yang ingin menggunakan jasa. Menurut penulis hal ini sudah cukup baik namun menurut penulis Konad sendiri harus menyisakan setidaknya karyawan pada jam yang telah ditentukan. Konsumen yang melakukan reservasi secara *online* tentunya harus diprioritaskan terlebih dahulu dibanding dengan yang *offline*. Maka dari itu, tidak

sepatutnya untuk membuat konsumen yang melakukan reservasi untuk menunggu terlalu lama.

7. Penulis juga menyarankan Konad untuk mengundang selebgram Batam untuk datang dan diberikannya jasa. Konad juga bisa memberikan promo terkhusus untuk *followers* selebgram tersebut agar memberikan keuntungan bagi selebgram dan juga Konad sendiri. *Followers* dari selebgram tentunya akan meningkat atas keinginan calon konsumen mendapatkan promo khusus dan juga konsumen yang datang ke Konad akan meningkat.
8. Dan yang terakhir, penulis menyarankan agar setiap karyawan Konad diberikan pelatihan baik dari segi dokumentasi hasil kerja hingga pemberian servis jasa yang baik dan semaksimal mungkin. Hal ini tentunya akan meningkatkan angka konsumen nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bicevskis, J., Nikiforova, A., Karnitis, G., Oditis, I., & Bicevska, Z. (2021). Risks of Concurrent Execution in E-Commerce Processes. *Proceedings of the 16th Conference on Computer Science and Intelligence Systems, FedCSIS 2021*, 25, 447–451. <https://doi.org/10.15439/2021F70>
- [2] Chayuga, J. G. (2021). *CAPACITY MANAGEMENT PRACTICES AND OPERATIONAL PERFORMANCE OF STEEL MANUFACTURING FIRMS IN*.
- [3] Freitas, M. R. de, Pimenta, M. L., Hilletoft, P., Jugend, D., & Oprime, P. C. (2020). Demand management: the role of cross-functional integration in a context of political turbulence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(3), 817–839. <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2018-0473>
- [4] Hermawan, I., Inayah, Ayuwardani, M., Indrasari, F., Tami, H., Khakim, L., Taviyastuti, & Azizah. (2019). Perbaikan Kapasitas Produksi dan Pengkayaan Kreasi Makanan pada Usaha Bisnis Katering Dapur Jawi. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- [5] Morris, G., & Walley, P. (2022). Implementing failure demand reduction as part of a demand management strategy. *Public Money and Management*, 42(1), 22–31. <https://doi.org/10.1080/09540962.2021.1978163>
- [6] Ramadhanti, I. (2021). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN BINJAI KWALA BEGUMIT*. 3(March), 6.