

---

## PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM SEKTOR JASA DI KOTA BATAM

Oleh

Dian Sabrina Syaharni<sup>1</sup>, Erika Gustian Fauzi<sup>2</sup>, Salsabilah Sirait<sup>3</sup>, Lydia Then<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Internasional Batam

E-mail: <sup>1</sup>[DianSabrinaSyaharni@gmail.com](mailto:DianSabrinaSyaharni@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 23-07-2022

Revised: 02-08-2022

Accepted: 18-08-2022

### Keywords:

Permintaan,

Kapasitas Produksi, Umkm

**Abstract:** Pada proses jual beli produk, apabila konsumen telah melakukan transaksi antara penjual dan pembeli maka produk atau barang tersebut telah menjadi milik konsumen. Berbeda dengan jasa, jasa adalah sebuah kegiatan ekonomi yang melibatkan interaksi antara konsumen dengan orang yang melakukan jasa dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Ada dua kegiatan yang dapat dilakukan oleh jasa, yaitu melakukan kontak fisik dengan pelanggan secara real time (seperti salon yang harus melakukan fisik dengan kontak fisik dengan rambut pelanggan) dan juga melakukan kontak kepada sebuah benda (seperti tukang servis ac yang memperbaiki ac yang rusak). Ada pun Tujuan dari dilakukannya penulisan ini adalah sebagai berikut. Untuk mengetahui cara Safwa Studio dalam menangani permintaan yang meningkat pada suatu musim agar tetap efektif dan tepat waktu. yg kedua adalah Manajemen kapasitas produksi dalam bisnis jasa dan Pentingnya mengaktifkan kapasitas dalam menjalankan bisnis usaha jasa Manfaat dari dilakukannya penulisan ini adalah sebagai Referensi bagi usaha bisnis jasa untuk mengatur pola permintaan agar tetap efektif.

---

## PENDAHULUAN

Inovasi adalah sebuah gagasan atau ide baru yang diterapkan untuk memperbarui suatu produk yang sudah ada, maupun proses dan jasa (Fa'izah Zulfa, 2021). Ciri-ciri dari inovasi adalah baru, khas, tersusun, dan memiliki sebuah tujuan jelas yang ingin dicapai. Dari memanfaatkan inovasi, ada beberapa tujuan inovasi yang harus diketahui, antara lain; untuk menghemat waktu, meningkatkan produktivitas, membantu manusia lebih mudah untuk melakukan pekerjaannya, membantu manusia untuk meningkatkan kualitas layanan jasa agar sesuai dengan zaman, dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Salah satu contoh dari inovasi adalah ketika ingin membuat paspor, pada zaman dahulu, pelanggan harus datang dan mengantri pagi-pagi di kantor imigrasi, kemudian saat inovasi baru diterapkan, diciptakanlah sebuah *software* yang memudahkan manusia dalam mengisi formulir dari *software* tersebut (Sudiilmu Editor, 2021). Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari inovasi adalah sebuah kegiatan yang melakukan pengembangan atau

menciptakan sebuah kemudahan baru dengan tujuan memudahkan kehidupan manusia melalui penemuan terbaru, inisiatif, dan ide kreatifitas yang inovatif yang diwujudkan dengan baik.

Pada proses jual beli produk, apabila konsumen telah melakukan transaksi antara penjual dan pembeli maka produk atau barang tersebut telah menjadi milik konsumen. Berbeda dengan jasa, jasa adalah sebuah kegiatan ekonomi yang melibatkan interaksi antara konsumen dengan orang yang melakukan jasa dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Ada dua kegiatan yang dapat dilakukan oleh jasa, yaitu melakukan kontak fisik dengan pelanggan secara *real time* (seperti salon yang harus melakukan fisik dengan kontak fisik dengan rambut pelanggan) dan juga melakukan kontak kepada sebuah benda (seperti tukang servis ac yang memperbaiki ac yang rusak).

Pemasaran adalah sebuah aktivitas maupun strategi bisnis yang dilakukan untuk mempromosikan bisnis untuk menarik perhatian konsumen atau pelanggan agar orang-orang tertarik dan menggunakan jasa atau produk mereka. Pemasaran mencakup beberapa kegiatan antara lain melakukan periklanan, melakukan penjualan, serta mengantarkan produk kepada konsumen atau pelanggan. Pemasaran memiliki tujuan untuk memaksimalkan pendapatan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dengan memanfaatkan berbagai macam strategi penjualan (Kompas, 2021)

Safwa Studio merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang jasa fotografi dan videografi untuk berbagai macam konsep dan acara. Studio berasal dari kata Safa dan Marwah yang merupakan dua bukit yang terletak di Masjidil Haram di Mekah, Arab Saudi. Studio ini didirikan oleh Oktavia pada tanggal 1 Juli 2020 yang kemudian bisnis ini diberikan kepada anak-anaknya. Penamaan Safwa Anak pertama beliau yang bernama Jason memiliki pengalaman berkerja di Wei Wei Studio selama 5 tahun, kemudian berkerja sebagai fotografer di Safwa Studio. Anak kedua beliau yang bernama Janet memiliki pengalaman belajar tata rias di Malaysia, kemudian bekerja sebagai *Make Up Artist* di Safwa Studio. Safwa Studio termasuk dalam grup perusahaan bersama Lima Tours (jasa travel) dan Safwa *Wedding* (jasa acara pernikahan).

Safwa Studio berlokasi di Ruko Orchid Mas blok A/27 Sei Jodoh, Batam. Safwa Studio beroperasi setiap hari senin sampai jumat jam 8 pagi hingga jam 5 sore, dan sabtu minggu sesuai dengan janji (reservasi). Safwa studio menawarkan berbagai macam jasa fotografi dan videografi untuk *wedding, graduation, family photo, personal photo, couple photo, baby photo*, dan lain-lain. Walaupun Safwa Studio baru beroperasi selama 2 tahun, Safwa Studio sudah lumayan dikenal oleh orang berdasarkan jumlah pengikut di akun Instagram @safwastudio dengan jumlah 2,367 *followers*. Selama beroperasi, diperkirakan ada sekitar ribuan orang yang telah menggunakan jasa fotografi maupun videografi dari Safwa Studio.

Dengan banyaknya permintaan, Safwa Studio dapat menganalisis pola permintaan yang terdiri dari *trend*, musim, dan lain lain. Dalam memenuhi permintaan pelanggan Safwa Studio, Safwa Studio menerapkan sistem *booking* dalam prosesnya. *Booking* atau reservasi dapat dilakukan dengan cara mengkontak Safwa Studio melalui *WhatsApp*, kemudian *booking* tanggal dan waktu serta paket foto apa yang ingin dibeli. Setelah pelanggan *booking*, Safwa Studio akan meminta pelanggan untuk membayar uang muka (DP) sebesar 300.000 ribu dan sisanya dibayar di hari pemotretan.

Menurut pemilik usaha, pola permintaan pada Safwa Studio dapat dikatakan cukup

stabil. Dalam seminggu, terdapat 4 hingga 5x permintaan oleh pelanggan, apabila *weekend* Safwa Studio dapat mengerjakan 5 hingga 6 *job* yang berbeda. Dalam 1 bulan, diperkirakan omzet dapat mencapai 100 juta, dengan perkiraan pelanggan sekitar ratusan orang. Pada musim wisuda, jumlah permintaan fotografi akan meningkat karena banyak masyarakat yang ingin menggunakan jasa fotografi di Safwa Studio namun peningkatan permintaan ini hanya berlangsung selama 1 hingga 2 hari saja. Apabila tidak sedang musim wisuda, pola permintaan fotografi pernikahan (*pre-wed* dan *wedding photo*) tetap berjalan. Namun ketika sedang memasuki bulan puasa, maka Safwa Studio akan mengalami penurunan permintaan karena tidak ada tamu muslim yang menikah pada bulan puasa.

### **Tujuan Penulisan**

Tujuan dari dilakukannya penulisan ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui cara Safwa Studio dalam menangani permintaan yang meningkat pada suatu musim agar tetap efektif dan tepat waktu.
2. Manajemen kapasitas produksi dalam bisnis jasa.
3. Pentingnya mengefektifkan kapasitas dalam menjalankan bisnis usaha jasa.

### **Manfaat Penulisan**

Manfaat dari dilakukannya penulisan ini adalah sebagai berikut.

1. Referensi bagi usaha bisnis jasa untuk mengatur pola permintaan agar tetap efektif.
2. Sebagai referensi untuk menerapkan kapasitas produksi bagi sebuah usaha bisnis jasa dengan baik.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kelebihan Permintaan Dan Kelebihan Kapasitas**

Kapasitas merupakan sebagai jumlah *output* maksimum yang dapat dihasilkan suatu fasilitas produksi dalam suatu selang waktu tertentu. Kapasitas merupakan suatu tingkat keluaran dalam periode tertentu dan merupakan kuantitas keluaran tertinggi yang mungkin selama periode itu. Kapasitas dapat disesuaikan dengan tingkat penjualan yang sedang berfluktuasi yang dicerminkan dalam jadwal induk. Apabila terjadi kelebihan kapasitas sudah pasti operasional produksi tidak efisien dikarenakan stasiun yang jarang bekerja penuh atau sering menganggur. Begitu pula apabila stasiun mengalami kekurangan kapasitas maka tentu target yang diinginkan perusahaan tidak akan dalam suatu periode waktu tertentu. Terdapat dua jenis pengertian kapasitas yang dianggap penting yaitu kapasitas yang tersedia dan kapasitas yang dibutuhkan. Kapasitas yang tersedia adalah kapasitas dari suatu sistem yang ada untuk memproduksi suatu jumlah keluaran dalam waktu tertentu, sedangkan kapasitas dibutuhkan adalah kapasitas dari suatu sistem yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu jumlah keluaran dalam suatu waktu tertentu. Istilah ketiga yang erat hubungannya dengan kapasitas dibutuhkan adalah muatan (*load*). *Load* adalah jumlah pekerjaan yang ditugaskan atau dibebankan pada suatu fasilitas untuk diselesaikan dalam suatu waktu tertentu (Sugiatna, 2021).

Persediaan merupakan bagian yang penting dalam suatu perusahaan manufaktur, baik sebelum proses produksi dimulai, saat proses produksi berlangsung maupun setelah proses produksi selesai. Menurut (Assauri, 2008), pengendalian persediaan dalam suatu perusahaan harus dilakukan seoptimal mungkin. Kekurangan maupun kelebihan persediaan

akan dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Biaya penyimpanan akan menjadi besar bila terjadi kelebihan persediaan. Dengan adanya manajemen persediaan dapat mengantisipasi lonjakan permintaan dari konsumen. Manajemen persediaan juga berguna untuk mengoptimalkan persediaan se-optimal mungkin guna mengurangi biaya persediaan.

Kelebihan kapasitas ini berhubungan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa “jika Semakin turun atau naik tingkat harga, maka semakin banyak atau sedikit jumlah barang yang tersedia diminta konsumen”. Jika harga suatu barang atau jasa yang ditawarkan produsen (diminta oleh konsumen) naik atau turun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan atau diminta dari barang tersebut akan berkurang ataupun bertambah”. Teori ekonomi tersebut mengasumsikan bahwa variabel-variabel lain yang mempengaruhi jumlah barang/jasa yang ditawarkan atau diminta tersebut adalah konstan. Kapasitas disini dapat memiliki arti batas maksimum dari persediaan barang/jasa yang ada. Jika harga dibawah harga keseimbangan, terjadi yang dinamakan kelebihan permintaan atau *excess demand*. Karena permintaan akan meningkat dan penawaran akan berkurang, hal ini diartikan kelebihan permintaan adalah ketika jumlah yang diminta melebihi jumlah yang ditawarkan.

### **Pengelolaan Kapasitas Produksi dan Permintaan**

Dalam lingkungan yang cepat berubah dengan meningkatnya volatilitas permintaan, siklus hidup produk yang lebih pendek, teknologi baru, dan peraturan perdagangan baru, menyeimbangkan kapasitas pasokan dan permintaan pasar adalah sebuah tantangan untuk perusahaan di seluruh dunia. Dalam konteks ini, kemampuan perusahaan untuk berubah kedalam bentuk adaptasi karakteristik adalah kunci untuk mengamankan kelayakannya. Akibatnya, manajer global di bawah tekanan yang meningkat untuk membuat keputusan lebih cepat. Dalam hal ini membutuhkan peramalan dan prediksi yang tepat sasaran dan tidak menimbulkan permasalahan kedepannya (Kühnapfe, 2014). Tujuan perencanaan permintaan adalah untuk meningkatkan keputusan yang mempengaruhi akurasi permintaan. Tugas utamanya adalah menghitung permintaan di masa depan, dan itu terdiri dari pemilihan metode peramalan spesifik dan parameternya.

Pola permintaan yang khas adalah trend, musiman, tren, siklikal, dan eratik (Bukowiecki et al., 2011). Adapun tipe-tipe dari pola permintaan yaitu: (Hutahaean, 2019)

1. Pola *Trend*, yaitu pola permintaan yang biasanya dialami oleh produk yang baru mengalami masa kejayaan dan berkembang dalam suatu waktu tertentu.
2. Pola Musiman, yaitu pola yang berulang pada pada kurun waktu tertentu. Biasanya terbentuk oleh penjualan dengan produk yang tingkat penjualannya dipengaruhi oleh cuaca, musim liburan, maupun hari-hari besar.
3. Pola Siklikal, yaitu pola yang terjadi setiap beberapa tahun. Untuk menentukan data siklis tidak mudah karena rentang perulangan siklikal tidak menentu.
4. Pola Eratik, yaitu pola yang tidak menentu tidak mengikuti pola yang teratur, tetapi terjadi pada waktu yang tidak terduga atau bergerak dengan cara yang tidak teratur.

Terlepas dari jenis permintaan, efek *bullwhip* adalah tantangan di setiap rantai pasokan yang jatuh tempo untuk kurangnya transparansi antar tahapan. Akibatnya, seringkali sulit untuk meramalkan final permintaan pelanggan berdasarkan pesanan di sepanjang rantai pasokan, dan ini menyebabkan fluktuasi ekstrem stok di awal rantai pasokan, menciptakan banyak *backorder* bergantian dengan kelebihan besar inventaris

(Schonsleben, 2011).

Terdapat 5 pendekatan dalam melakukan pengelolaan terhadap permintaan:

(Lovelock, Christopher & Wirtz, 2016)

1. *Taking no action and leaving demand to find its own levels.*

Hal ini memungkinkan pelanggan mengetahui dari pengalaman kapan mereka dapat mengantri untuk menggunakan layanan dan kapan layanan akan tersedia tanpa penundaan.

2. *Reducing demand in peak periods.*

Saat mengurangi permintaan, perusahaan dapat melakukan perubahan harga. Yang mana perubahan harga sering diciptakan oleh bisnis untuk meningkatkan keuntungan.

3. *Increase demand in low periods.*

Untuk meningkatkan permintaan saat periode rendah, perusahaan dapat berpromosi untuk mengisi kapasitas dan menemukan pelanggan baru dengan cara yang ditargetkan.

4. *Inventory demand using a queuing system.*

Pada pendekatan inilah permintaan tersebut kemudian sepenuhnya dijalankan sesuai dengan jadwal saat permintaan pertama kali ditampilkan.

5. *Inventory demand using a reservations system.*

Pada pendekatan ini menggunakan sistem pemesanan atau reservasi untuk menunda permintaan penuh pada saat permintaan rendah.

Ada empat prosedur, dari jangka pendek hingga panjang, untuk mengadaptasi kapasitas pasokan ke dalam penyesuaian permintaan:

1. Jam tambahan atau pengurangan jam: Pendekatan ini terkait erat dengan proses "shift tambahan"; Ini memungkinkan fleksibilitas yang luar biasa dan digunakan dengan keuntungan karyawan yang ada.
2. Pergeseran Tambahan: Alternatif ini memungkinkan berurusan dengan fluktuasi permintaan jangka pendek. Biaya tambahan dan pelatihan tergantung pada fluktuasi permintaan dan ketersediaan staf.
3. Produksi Eksternal: Ini digunakan untuk bereaksi terhadap puncak permintaan; Hasilnya terutama pada harga unit yang lebih tinggi dan memiliki risiko transfer pengetahuan.
4. Investasi: Opsi ini membutuhkan prediksi yang baik tentang kebutuhan kapasitas, karena, seiring meningkatnya kapasitas, biaya tetap juga meningkat.

Dalam hal sistem reservasi atau pemesanan, beberapa perusahaan mulai memanfaatkan teknologi sebagai sistem pemesanan dan distribusi barangnya. Teknologi informasi memiliki pengaruh yang besar pada kehidupan manusia dengan teknologi informasi, manusia dapat memudahkan pekerjaan atau mencari suatu produk diinginkan. Dengan manfaat teknologi sistem informasi memiliki sangat penting kepada para pengguna untuk menginformasikan atau mencari informasi yang sangat memuaskan dalam artian memudahkan suatu pekerjaan. Teknologi Sistem informasi dapat menciptakan efektifitas dan keselarasan kinerja dalam suatu perusahaan (Irawan et al., 2017).

Dengan itu komputerisasi berbasis online demi kenyamanan *owner* maupun pelanggan serta untuk menjawab tantangan sebagai perusahaan pemenang dalam meraih sebanyak mungkin pelanggan dalam kegiatan bisnisnya (Irawan et al., 2017). Perbaikan

struktur organisasi, melakukan perancangan yang baru, aktivitas desain produk yang lebih efisien dapat memberikan pekerjaan produksi yang lebih cepat dan fleksibel, yang akan lebih terkendali, dan aktivitas perhitungan biaya produksi lebih akurat dan untuk mengembangkan sebuah sistem penerimaan order produksi pakaian (Sihombing et al., 2016).

## METODE PENELITIAN

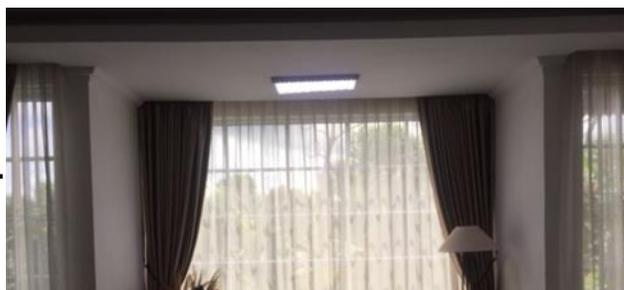
### Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, pengumpulan data merupakan hal yang paling utama untuk memperoleh sebuah informasi atau data yang dibutuhkan. Seorang peneliti perlu mengetahui metode yang ada pada saat pengumpulan data dilakukan. (Sugiyono, 2018) menjelaskan bahwa pengumpulan data merupakan hal yang utama karena memperoleh data atau informasi merupakan tujuan dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan *interview* (wawancara) dan dokumentasi.

3.1.1 Wawancara merupakan proses interaksi antara pewawancara dengan informan dengan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung dengan memaparkan sebuah pertanyaan untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan. Informan dalam wawancara ini yaitu Ibu Oktavia selaku pemilik Safwa Studio. Pertanyaan yang diajukan seputar usaha beliau seperti, awal terbentuknya usaha tersebut, risiko usaha tersebut, laba yang diperoleh, bagaimana pelayanan yang diberikan kepada customer, dan lain- lain. Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan berkunjung ke studio beliau dan mewawancarai informan.

3.1.2 Dokumentasi merupakan suatu cara untuk mendapatkan sebuah informasi dalam bentuk arsip, foto, dan dokumen yang dapat mendukung penelitian. Pada penelitian ini, dokumentasi berupa foto produk dari Safwa Studio seperti brosur, foto *prewed*, dan studio tersebut.

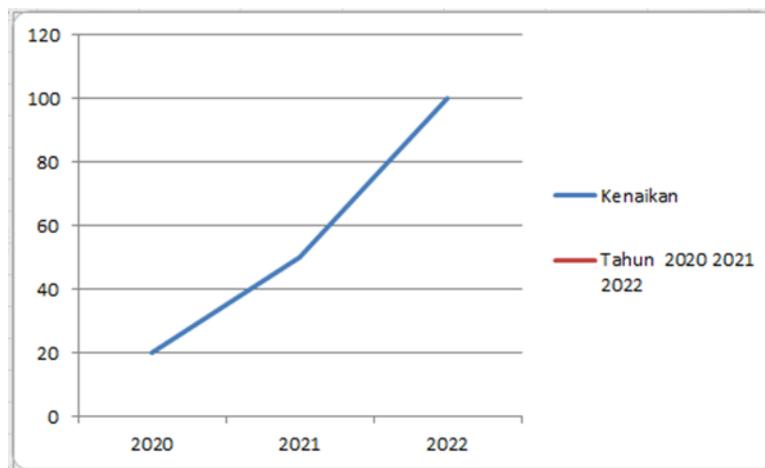
**Gambar 1.** Gedung Safwa Studio





### Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai pemilik Safwa Studio. Sejak 2 tahun berjalan, Safwa Studio mengalami penurunan pelayanan jasa pada waktu *Covid-19* namun tidak signifikan. Setelah keadaan kembali normal, Safwa Studio mengalami kenaikan permintaan, seperti foto *prewed* dan foto wisuda. Berikut grafik kenaikan pelayanan jasa di Safwa St



**HASIL DAN PEMBAHASAN****Analisis Pola Dan Pengelolaan Permintaan**

Pola permintaan merupakan perilaku pelanggan untuk memperoleh barang atau jasa yang telah disediakan oleh perusahaan UMKM. Pada penelitian ini, Safwa Studio merupakan jasa fotografi dan videografi. Berikut ini merupakan daftar harga yang diberikan oleh safwa studio kepada pelanggan. Harga yang diberikan oleh safwa studio untuk setiap produk berupa paket harga yang berbeda-beda. Mulai dari Rp 250.000 untuk *personal photo*, Rp 350.000 untuk *baby photoshoot*, Rp 550.000 untuk *family photo* dengan maksimal 5 orang, Rp 15.000.000 untuk *pre-wedding Photo* diluar negeri (singapur, Vietnam, dan lain-lain). Adanya penetapan harga yang diberikan oleh Safwa Studio untuk konsumen memiliki masa berlakunya yaitu dalam waktu 3 bulan sekali dikarenakan adanya permintaan dari pelanggan dan mengevaluasi dari harga sebelumnya apakah adanya kesulitan dalam menjalankan paket tersebut. Adapun yang didapatkan dari paket produk tersebut seperti *file photo, frame, album foto, dan lain-lain*.

Adapun analisis dari pola permintaan dari Safwa Studio dalam 2 tahun terakhir berupa data yang diperoleh dari hasil wawancara sebagai berikut. Pada awal perjalanan bisnis, Safwa Studio tidak memiliki target awal dalam menjalankan bisnis. Mereka lebih fokus kepada perkembangan bisnis yang dapat dikenal oleh banyak orang. Bermula dari jasa foto *couple* hingga banyaknya produk yang ditawarkan oleh safwa studio. Adanya peningkatan bisnis Safwa Studio terlihat dari penggunaan jasa dari tahun 2020-2022 pada bulan juni, dimana dalam seminggu terdapat 3 hingga 4 kali permintaan dari konsumen, apabila diwaktu *weekend* memiliki 5 hingga 6 kali melakukan pekerjaan yang berbeda. Sehingga dalam dua tahun ini Safwa Studio memiliki sekitar ratusan pelanggan yang menggunakan jasanya. Adapun omzet yang didapatkan Safwa Studio sebesar Rp 100.000.000 perbulan dan terus mengalami peningkatan.

Pola permintaan yang diterapkan oleh Safwa Studio adalah pola musiman dan pola eratik (pola random). Pola musiman merupakan pola yang dapat terjadi di beberapa periode (mingguan, bulanan, dan tahun). Seperti Peningkatan permintaan sektor jasa terjadi ketika musim wisuda dan foto keluarga pada hari raya keagamaan. Serta pola eratik (pola random) merupakan adanya permintaan yang tidak menentu dari segi waktu permintaan yang terjadi secara tidak terduga dan tidak teratur. Seperti pola permintaan akan adanya pernikahan (*pre-wedding dan wedding photo*), *baby photoshoot, family Photoshoot*, dan jasa lainnya tetap berjalan. Meskipun adanya penurunan dalam penggunaan jasa safwa studio ketika memasuki bulan puasa karena tidak adanya tamu muslim yang melakukan pernikahan dan juga ketika terjadi pandemi *Covid-19*. Pola permintaan akan jasa videografi dan fotografi oleh safwa studi mengalami kestabilan dalam berjalannya bisnis.

**Kapasitas Produksi**

Kapasitas Produksi Merupakan kapasitas yang dimiliki suatu perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa yang ditawarkan. Biasanya kapasitas produksi lebih tinggi dari dugaan permintaan konsumen untuk mengantisipasi terjadinya peningkatan secara tiba-tiba. Kapasitas produksi dari Safwa Studio dalam kurun waktu 2 tahun kurang lebih 1.500.000 jasa yang digunakan.

**Analisis Teknik Pengelolaan Permintaan Dan Kapasitas**

Dalam mengelola permintaan, Safwa Studio melakukan promosi untuk meningkatkan

penggunaan jasa melalui media sosial seperti *instagram* dan *facebook*. Promosi tersebut dalam bentuk potongan harga yang terjangkau seperti potongan harga sebanyak 30% untuk semua jasa yang ditawarkan pada saat safwa studio dalam perayaan 2 tahun usaha berjalan. Adapun persetujuan antara pelanggan yang ingin menggunakan jasa Safwa Studio dengan pihak studio meliputi:

1. Harga paket yang akan dibeli oleh pelanggan.
2. Tanggal dan waktu yang akan di pesan untuk melakukan pemotretan.
3. Pembayaran dilakukan dengan cara memberikan *down payment* terlebih dahulu.
4. Adanya garansi dalam hal pengeditan foto untuk hasil yang lebih baik, yaitu tidak lebih dari dua kali perbaikan hasil foto.

Dalam memenuhi kapasitas dari pola permintaan pelanggan, Safwa Studio memiliki 9 orang karyawan yang terdiri dari 2 orang asisten, 2 orang editor, 2 orang *make up* artis, 2 orang fotografer, dan 1 orang admin. Adapun perlengkapan yang digunakan sebagai pendukung berjalannya bisnis ini seperti terdapat 5 komputer, 3 *printer*, 5 *keyboard*, 5 *mouse*, terdapat 200 unit gaun, adanya peralatan *make up*, 4 kamera, terdapat alat penunjang untuk kamera, terdapat *frame*, alat-alat penunjang dalam *photoshop*, dan lain sebagainya. Safwa Studio memiliki 4 lantai dimana lantai pertama digunakan untuk menerima tamu, *editing*, dan *make up*, lantai dua tempat melakukan pemotretan, dan lantai tiga dan empat tempat untuk gaun-gaun yang akan digunakan oleh konsumen. Safwa Studio juga bekerja sama dengan *vendor* pakaian adat dikarenakan belum memiliki pakaian adat apabila ada pelanggan yang mengajukan ingin menggunakan pakaian tersebut.

### **Sistem Reservasi**

Sistem reservasi dari Safwa Studio adalah konsumen melakukan *booking* untuk menggunakan jasanya. Dimana konsumen menghubungi safwa studio melalui *WhatsApp* untuk menanyakan perihal penggunaan jasanya seperti tanggal, waktu, dan paket harga yang akan digunakan. kemudian setelah melakukan persetujuan dengan pihak safwa konsumen melakukan *down payment* (DP) sebesar Rp 300.000 dan sisa dari harga tersebut dibayarkan ketika hari pelaksanaan pemotretan. Sistem *booking* diterapkan agar semua permintaan dari pelanggan dapat dipenuhi dan tidak bertabrakan jadwal maupun hari dalam menggunakan jasa studio. Dengan mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam bisnis jasa dengan baik, maka pelanggan akan puas terhadap pelayanan Safwa Studio dan berkemungkinan akan menggunakan jasa tersebut lagi

### **KESIMPULAN**

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pola permintaan Safwa Studio cukup stabil. Dapat dilihat dari jumlah pekerjaan yang mereka lakukan seperti di hari biasa 4 hingga 5 pekerjaan yang dilakukan dan hari libur dapat mencapai 6 pekerjaan yang mereka terima. Omzet yang diperoleh bisa mencapai Rp 100.000.000/ bulan. Permintaan dapat meningkat pada musim wisuda, dan permintaan untuk *preweed* pun tetap berjalan. Dalam pengelolaan permintaan, Safwa Studio menggunakan sistem reservasi dalam memenuhi permintaan tersebut supaya tidak terjadi waktu yang bertabrakan antara *customer* satu dengan yang lainnya.

**SARAN**

Dalam penelitian ini, pemberian saran diperlukan guna untuk kepentingan penelitian selanjutnya dan Safwa Studio sendiri. Saran yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha Safwa Studio. Berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

## 1. Lokasi Studio

Safwa Studio berlokasi di Ruko Orchid Mas blok A/27 Sei Jodoh, Batam dan membuka cabang di daerah Batu Besar. Untuk lokasi usaha yang berlokasi di Ruko Orchid Mas Sei Jodoh kurang cocok dijadikan tempat usaha karena ruko yang letaknya berada di bagian belakang bangunan ruko lainnya. Suatu lokasi tidak berpengaruh jika promosi yang dilakukan sangat bagus dan *customer* merasa puas dengan hasil yang diberikan. Namun, alangkah baiknya lokasi usaha berada di lokasi yang mudah dijangkau dan berada di tempat yang ramai, selain mudah dijangkau juga memudahkan para pelanggan baru yang membutuhkan jasa Safwa Studio bisa langsung melihat studio foto tersebut. Langkah Safwa Studio sudah tepat dalam membuka cabang baru dan lebih baik lagi jika pembukaan cabang tersebut berada di pusat kota sehingga kemungkinan masyarakat dari penjuru kota dapat dengan mudah mengakses studio tersebut.

## 2. Pemasaran Jasa

Pada pemasaran jasa, Safwa Studio diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi di media sosial dan mengikuti *event* hingga keluar kota. Promosi yang dilakukan tidak hanya di *Instagram* saja, tetapi bisa menggunakan media sosial lain seperti *Tiktok* dan *Twitter*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- [2] Bukowiecki, N., Zieger, P., Weingartner, E., Jurányi, Z., Gysel, M., Neining, B., Schneider, B., Hueglin, C., Ulrich, A., Wichser, A., Henne, S., Brunner, D., Kaegi, R., Schwikowski, M., Tobler, L., Wienhold, F. G., Engel, I., Buchmann, B., Peter, T., & Baltensperger, U. (2011). Ground-based and airborne in-situ measurements of the Eyjafjallajökull volcanic aerosol plume in Switzerland in spring 2010. *Atmospheric Chemistry and Physics*, 11(19), 10011–10030. <https://doi.org/10.5194/acp-11-10011-2011>
- [3] Fa'izah Zulfa, A. (2021). *Pengertian Inovasi Menurut Para Ahli, Ketahui Ciri- Ciri Beserta Manfaatnya*. Merdeka.com.
- [4] Hutahaean, D. V. (2019). *Perencanaan Persediaan Bahan Kimia Menggunakan Metode Material Requirement Planning Di Cv Benaya Maju Jaya Laundry*. Universitas Komputer Indonesia.
- [5] Irawan, A., Risa, M., M, M. A., S, A. E., Informatika, M., Banjarmasin, P. N., Bisnis, A., & Banjarmasin, P. N. (2017). 4) 1,3,4. 3(2), 74–82.
- [6] Kompas, C. (2021). *Pemasaran : Definisi, Jenis, Fungsi, dan Contohnya*. Kompas.com.
- [7] Kühnapfe, J. B. (2014). *Vertriebsprognosen: Methoden für die Praxis* (A. Pietras (ed.)).
- [8] Lovelock, Christopher & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th edition* (Issue June).

- 
- [9] Morris, G., & Walley, P. (2022). Public Money & Management Implementing failure demand reduction as part of a demand management strategy. *Public Money & Management*, 42(1), 22–31. <https://doi.org/10.1080/09540962.2021.1978163>
- [10] parrow, E., Wood, J. G., Chadwick, C., Newall, A. T., Torvaldsen, S., Moen, A., & Torelli, G. (2021). Global production capacity of seasonal and pandemic influenza vaccines in 2019. *Vaccine*, 39(3), 512–520. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.12.018>
- [11] Plant, A. (2019). *applied sciences Design and Simulation of a Capacity Management Model Using a Digital Twin Approach Based on the Viable System Model : Case Study of an Automotive Plant*.
- [12] Sihombing, D. O., Nugraha, W., & Andani, F. (2016). Aplikasi Pengelolaan Data Order Mkios Berbasis Web Pada TDC PT . Telesindo Shop Pontianak. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK) 2016, Vol.1(1)*, 129–138.
- [13] Sudiilmu Editor. (2021). *Jika Inovasi Adalah Keabadian, Lalu Apa Pengertian Inovasi?*
- [14] Sugiatna, A. (2021). Analisis Perencanaan Kapasitas Produksi Dengan Menggunakan Metoda Rought Cut Capacity Planning Pendekatan Cpod Di Pt. Xyz. *Sistemik : Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 9(02), 28–32. <https://doi.org/10.53580/sistemik.v9i02.61>
- [15] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (cet 1)*. Bandung : Alfabeta,2018.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN