

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM CATHS BEAUTY HOUSE DALAM SEKTOR JASA DI KOTA BATAM

Chyntia Huang^{1*}, Dionna Flowerensia², Feby³, Yolanda Alya Safitri⁴

¹⁻⁴ Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹⁾ 2041284.chyntia@uib.edu, ²⁾ 2041236.dionna@uib.edu,
³⁾ 2041241.feby@uib.edu, ⁴⁾ 2041179.yolanda@uib.edu

Abstract

Caths Beauty House is a small-medium enterprise (SME) located in Batam, Riau Islands, Indonesia. This SME has been established since 2017 and has developed by increase in customers every year. Main service that is offered by Caths Beauty House is eyebrow embroidery and eyelash extension. This study aims to analyze how does the demand for this SME growing and fluctuate over the years, analyze how Caths Beauty House manage its overdemand and overcapacity, as well as recommend the SME on managing its demand to reduce demand fluctuations and increase the profitability of SME by reducing opportunity and inventory cost.

Keywords: Capacity, Demand, Small-Medium Enterprise

Abstrak

Caths Beauty House adalah usaha kecil-menengah (UKM) yang berlokasi di Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. UKM ini telah berdiri sejak tahun 2017 dan telah berkembang dengan meningkatnya pelanggan setiap tahunnya. Layanan utama yang ditawarkan oleh Caths Beauty House adalah sulam alis dan ekstensi bulu mata. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana permintaan untuk UKM ini tumbuh dan berfluktuasi selama bertahun-tahun, menganalisis bagaimana Caths Beauty House mengelola kelebihan berat dan kelebihan kapasitasnya, serta merekomendasikan UKM dalam mengelola permintaannya untuk mengurangi fluktuasi permintaan dan meningkatkan profitabilitas UKM dengan mengurangi peluang dan biaya inventaris.

Kata kunci: Kapasitas, Permintaan, Usaha Kecil-Menengah

PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan salah satu anugerah yang bersifat indah khususnya bagi kaum perempuan sebab dapat memberikan nilai tambah secara inner and outer beauty sehingga semakin lebih tampil percaya diri. Dalam mempertahankan dan menjaga kecantikan yang telah dimiliki ini menyebabkan kaum perempuan harus selalu merawat, melindungi, serta menjaga dengan menggunakan berbagai macam *skincare* dan *bodycare* khusus sesuai dengan

¹ Universitas Internasional Batam
Chyntia Huang
*E-mail: 2041284.chyntia@uib.edu

kebutuhan individu masing-masing. Selain itu, seiring berjalannya waktu diketahui bahwa merawat kecantikan juga dapat langsung mengunjungi beberapa tempat yang dapat meningkatkan kecantikan yang dimiliki seperti tempat kebugaran, salon kecantikan, spa, maupun tempat lainnya yang dapat mengubah atau menambah daya tarik kecantikan yang diinginkan (Rahmawati, 2021).

Dalam meningkatkan kecantikan ini diketahui juga banyak sekali kaum perempuan yang berbondong-bondong mencari tempat atau salon kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satunya saat ini yang cukup banyak dicari yaitu klinik kecantikan yang dapat memberikan jasa untuk melakukan perubahan atau mempercantik bagian alis dan bulu mata. Keperluan pada kecantikan ini biasanya dikenal dengan teknik sulam alis dan *eyelash extension* atau penumbuhan bulu mata secara buatan. Berbagai macam jasa kecantikan telah pada bidang jasa penawaran sulam alis dan *eyelash extension* telah banyak ditemukan hampir di seluruh wilayah Indonesia baik kota besar maupun kecil, hal ini disebabkan menjadi adanya peluang untuk memberikan kebutuhan bagi wanita yang ingin mempercantik diri.

UMKM Caths Beauty House adalah salah satu dari sekian salon kecantikan yang menawarkan sulam alis dan *eyelash extension* khususnya bagi pelanggan wanita yang berada di wilayah Kota Batam. UMKM ini berdiri sejak tahun 2017 hingga saat ini yang semakin mengalami peningkatan dan perkembangan dari tahun ke tahun dibuktikan dari banyaknya jumlah konsumen baik pelanggan lama maupun pelanggan baru. Caths Beauty House memilih penawaran sulam alis dan *eyelash extension* sebab hampir sebagian besar kaum wanita sebagai konsumen utama dan target pelanggan UMKM ini memiliki masalah yang serupa seperti alis yang tipis, adanya keinginan memiliki alis yang lebih rapi, serta agar tidak perlu menghabiskan waktu untuk menggambar alis sebelum melakukan aktifitas sehari-hari. Sedangkan, jasa untuk *eyelash extension* yang ditawarkan UMKM juga karena adanya alasan yang serupa dengan sulam alis,

Selain itu, UMKM Caths Beauty House juga menjadi bukti adanya keberhasilan dari kampanye pemerintah yang mengarahkan masyarakat agar mendirikan usaha kecil dan menengah sehingga dapat membantu menumbuhkan nilai perekonomian dan pendapatan daerah maupun nasional. Adapun melalui UMKM Caths Beauty House yang bergerak di wilayah Kota Batam tentu berpengaruh dan membantu penambahan nilai ekonomi daerah, membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar, serta meningkatkan hasil pendapatan yang dapat mensejahterakan banyak pihak.

Namun, seiring berjalannya waktu dari tahun 2017 hingga saat ini menyebabkan pemilik usaha selalu meningkatkan manajemen pengelolaan pola permintaan dan kapasitas produksi jasa untuk sulam alis dan eyelash extention agar dapat lebih efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan untuk seluruh pelanggan baru atau lama khususnya kaum perempuan di wilayah Kota Batam. Adanya pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi merupakan salah satu alternatif manajemen operasional yang dapat memudahkan pemilik usaha untuk memperkirakan jumlah jasa yang dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, serta untuk meminimalisir adanya kerugian atau risiko yang tidak diinginkan yang dapat terjadi sewaktu-waktu di masa mendatang.

Oleh karena itu, penulis ingin membahas lebih lanjut terkait manajemen pengelolaan pola permintaan dan kapasitas produksi jasa untuk sulam alis dan *eyelash extention* pada UMKM Caths Beauty House di Kota Batam dalam penyusunan artikel PKM ini, sehingga penulis dapat menjabarkan keperluan apa saja yang dilakukan UMKM ini untuk mengelola jumlah permintaan dan kapasitas produksi jasa yang diberikan terhadap para pelanggannya.

Sesuai penjelasan latar belakang singkat yang telah dijabarkan maka penulis telah menarik rumusan masalah sebagai fokus pembahasan artikel ini yaitu bagaimana analisis terhadap pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Caths Beauty House di Kota Batam; serta bagaimana analisis sistem reservasi terhadap pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Caths Beauty House di Kota Batam.

Dalam penyusunan artikel ini diketahui bahwa penulis ingin mencapai tujuan penulisan diantaranya adalah untuk mengetahui hasil analisis terhadap pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Caths Beauty House di Kota Batam; dan untuk menganalisis hasil sistem reservasi terhadap pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Caths Beauty House di Kota Batam.

TINJAUAN PUSTAKA

Permintaan

Gilarso (2003) dalam (Loho et al., 2014) mendefinisikan permintaan adalah total barang yang akan dibeli dengan berbagai kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu pada anggapan hal lain tetap sama. Vincent Gaspersz (1998) dalam (Puadah, 2020) bergagasan bahwa permintaan sebagai kuantitas produk berupa barang/jasa yang dibeli konsumen pada kurun waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan kondisi yang diinginkan.

Permintaan suatu produk dipengaruhi beberapa faktor seperti *Price of Good; The Consumers of Income; The Price of Related Goods; The Taste of Consumers; The Numbers of Potential Customers; Advertising Expenditure*; dan *Other Demand Related Factors Specific to Product* (Zamili et al., 2020). Secara umum, apabila produk naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan begitu sebaliknya. Hal ini dapat dilihat menggunakan kurva permintaan sebagai kurva penghubung antara tingkat harga barang dengan jumlah barang yang diminta.

Kapasitas Produksi

Heizer dan Render (2015) dalam (Trilaksono & Laksono, 2022) menyebutkan kapasitas adalah sejumlah unit yang dapat menjadi wadah untuk menerima, memproduksi, serta menyimpan dalam waktu periode tertentu. Selain itu, Yamit (2011) juga mengartikan kapasitas produksi sebagai jumlah maksimum output yang dapat diproduksi dalam satuan waktu tertentu (Trilaksono & Laksono, 2022). Maka, secara sederhana diartikan bahwa kapasitas produksi adalah tingkat untuk mengetahui batasan terhadap kemampuan, penerimaan, penyimpanan atau output dari suatu unit, fasilitas atau output untuk diproduksi dalam jangka waktu tertentu.

Kapasitas produksi terbagi menjadi beberapa klasifikasi diantaranya yaitu kapasitas aktual, kapasitas desain, dan kapasitas efektif. Seluruh jenis klasifikasi pada kapasitas produksi ini harus diimplementasikan secara seimbang sehingga dapat menentukan dan menyesuaikan jumlah hasil terhadap tingkat operasional tertentu yang diinginkan.

Pengelolaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi memerlukan pengelolaan yang dapat menstabilkan hasil produksi dalam suatu perusahaan. Hal ini biasanya memanfaatkan pertimbangan kapasitas yang terbagi menjadi empat macam tahapan seperti yang disampaikan Heizer dan Render (2015) diantaranya adalah sebagai berikut (Pauls et al., 2020):

- a. Mengelola permintaan kapasitas secara aktual, yakni pemahaman dan pengontrolan jumlah yang akan ditambahkan terhadap produk yang dipasarkan
- b. Memahami peningkatan kapasitas dan teknologi, yakni mengikuti perkembangan jaman sehingga dapat memenuhi jumlah kapasitas produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan
- c. Menemukan tingkat operasional yang optimal, yakni adanya penentuan kemungkinan operasional terutama pada biaya dan fasilitas yang akan digunakan

- d. Menentukan perubahan, yakni adanya manajemen operasional bersifat fleksibel terhadap alat uji kapasitas terutama pada risiko

Analisa Pola Permintaan

Pola permintaan merupakan suatu alur untuk menentukan jumlah atau kapasitas yang diperlukan dari hasil produk yang dimiliki sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam menentukan pola permintaan dapat menggunakan forecasting yang diartikan sebagai alat untuk memprediksi kejadian di masa mendatang dengan melibatkan pengambilan data historis seperti data penjualan dan hasil pendapatan di waktu sebelumnya (Hong et al., 2020).

Heizer (2017) dalam (Imarah & Jaelani, 2020) membagi adanya tiga kategori untuk mengetahui pola permintaan sehingga memudahkan pelaku usaha dalam suatu industri untuk menentukan jumlah permintaan yang dilihat dari horizon waktu sebagai berikut:

- a. Permintaan Jangka Pendek

Melalui adanya pola permintaan dengan meramalkan dalam rentang waktu dari 4 bulan sampai 1 tahun

- b. Permintaan Jangka Menengah

Melalui adanya pola permintaan dengan meramalkan dalam rentang waktu dari bulanan sampai 3 tahun

- c. Permintaan Jangka Panjang

Melalui adanya pola permintaan dengan meramalkan dalam rentang waktu dari 3 tahun sampai lebih

Pengelolaan Permintaan

Dalam mengelola permintaan disampaikan Heizer dan Render (2014) yakni terdapat berbagai macam strategi yang dapat disesuaikan terhadap kapasitas produksi diantaranya yaitu (Mankazana et al., 2020):

- a. Menentukan susunan perubahan terhadap para tenaga kerja
- b. Menyesuaikan perlengkapan alat dan bahan produksi
- c. Meningkatkan sistem proses agar menghasilkan produksi barang atau jasa sesuai dengan tujuan
- d. Menyusun perancangan secara berkala agar semakin meningkatkan fasilitas kapasitas
- e. Menambah fleksibilitas proses produksi terhadap perubahan untuk produk yang dihasilkan

- f. Menyelesaikan fasilitas produk

Fluktuasi Permintaan

Fluktuasi dikenal sebagai adanya perubahan naik turun terhadap suatu variabel. Biasanya, fluktuasi untuk mengetahui perpektif ekonomi guna mengamati pergerakan naik atau turun harga suatu produksi. Penting untuk membedakan antara dua jenis fluktuasi diantaranya yaitu fluktuasi reguler atau siklus yakni mengacu pada periode pertumbuhan atau penurunan yang berbeda yang terjadi dari waktu ke waktu, menghormati suatu pola. Sedangkan, fluktuasi tidak teratur yaitu tidak mematuhi perubahan yang dapat diperkirakan, dan mereka terjadi karena efek eksternal yang berbeda (Horowitz & Gingrich, 2020).

Sistem Reservasi

Dalam permintaan produksi di bidang jasa diketahui memiliki tahapan yang harus dilakukan yaitu untuk memesan waktu dan tempat yang diinginkan guna menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini biasanya dikenal dengan sistem reservasi yaitu suatu kegiatan yang dilakukan pengunjung atau pelanggan untuk memesan suatu produk berupa barang atau jasa yang diinginkan (Thangam et al., 2018).

METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh hasil pannelitian yang diinginkan maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni berupa data primer dan data sekunder. Sugiyono (2019) dalam (Putri et al., 2021) menyebutkan data primer merupakan pengambilan dan pengumpulan data dengan data primer berdasarkan diperoleh bersifat secara langsung dari hasil peneliti seperti melakukan observasi, wawancara, pengujian kuesioner untuk memperoleh hasil data yang dibutuhkan. Sehingga peneliti lebih mudah untuk mengelola dan menarik kesimpulan hasil penelitian. Maka, melalui data primer pada penelitian ini ditentukan bahwa peneliti menggunakan teknik wawancara kepada pihak UMKM Caths Beauty House dan beberapa pelanggan jasa alis sulam dan *eyelash extention* di usaha ini.

Sedangkan, data sekunder dikumpulkan melalui sumber tertulis seperti jurnal penelitian terdahulu, artikel, dan buku yang relevan dengan topik pembahasan penelitian. Hal ini sebagai alat pendukung landasan teori yang digunakan dalam penyusunan artikel.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk mendukung hasil penelitian yang bernilai valid maka peneliti juga mengimplementasikan teknik analisis data yaitu menggunakan metode analisis statistik

deskriptif yang juga disampaikan Sugiyono (2012) dalam (Sembiring, 2019) dijelaskan sebagai suatu objek yang diteliti melalui sampel yang telah ditentukan dan mengambil kesimpulan tertentu. Metode analisis deskriptif pada penelitian ini berfokus untuk menguji hipotesis yang menjadi hasil penelitian sementara agar peneliti dapat menentukan dan mendeskripsikan hasil pengujian secara lebih jelas dan bernilai valid.

Teknik analisis deskriptif diimplementasikan untuk memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan hasil penelitian yang telah diuji sehingga tepat dengan hipotesis yang telah ditentukan atau sebaliknya. Selain itu, peneliti dapat secara efektif dan efisien menjabarkan dan menjelaskan seluruh hasil penelitian agar lebih mudah dimengerti target pembaca hasil penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Permintaan di UMKM Caths Beauty House

UMKM Caths Beauty House yang telah berdiri sejak tahun 2017 hingga saat ini diketahui tercatat memiliki pola permintaan untuk seluruh jasa penawaran terhadap produknya berupa sulam alis dan *eyelash extention* tentu mengalami jumlah permintaan yang berbeda setiap tahunnya. Hal ini disebabkan adanya pengaruh secara internal dan eksternal yang dapat terjadi selama masa penjualan produk jasa yang ditawarkan Caths Beauty House. Dalam kurun waktu tiga tahun ke belakang sejak tahun ini yang terhitung dari tahun 2019, 2020, dan 2021 adanya pola permintaan yang cenderung menurun dialami UMKM Caths Beauty House. Jumlah pola permintaan yang rendah diakibatkan adanya pengaruh masa pandemi COVID-19 terutama pada tahun 2020 sampai 2021 mengingat Indonesia mengalami penularan dan penyebaran wabah tersebut sejak awal Maret 2020 hingga saat ini (Levani et al., 2020).

Dalam penawaran jasa sulam alis dan *eyelash extention* di UMKM Caths Beauty House memiliki harga yang berbeda sesuai dengan fasilitas jasa yang diinginkan pelanggan. Berikut merupakan tabel analisis hasil pola permintaan dari tahun 2019 sampai 2021 dan harga yang ditawarkan untuk setiap jasa kecantikan pada UMKM Caths Beauty diantaranya yaitu:

Tabel 1. Pola Permintaan UMKM Caths Beauty House

Jenis Jasa	Harga	Jumlah Permintaan (Tahun)		
		2019	2020	2021
Sulam Alis <i>Airy Brow</i>	Rp 1.000.000	200 orang	100 orang	35 orang
Sulam Alis <i>6D Eyebrow</i>	Rp 1.300.000	200 orang	150 orang	25 orang
<i>Lash lift</i>	Rp 200.000	250 orang	150 orang	20 orang
<i>Eyelash Extention Natural</i>	Rp 250.000	250 orang	120 orang	20 orang
<i>Eyelash Extention Dramatic Lashes</i>	Rp 350.000	245 orang	110 orang	15 orang
<i>Eyelash Extention Kitty Lashes</i>	Rp 400.000	230 orang	115 orang	15 orang
<i>Eyelash Extention 6D Lashes</i>	Rp 500.000	220 orang	125 orang	10 orang

Sumber: Data diolah, (2022)

Berdasarkan hasil pola permintaan selama kurun waktu tiga tahun terakhir di UMKM Caths Beauty House pada penawaran jasa sulam alis dan *eyelash extention* yang ditawarkan diketahui bahwa adanya pola permintaan yang menurun untuk seluruh jenis jasa dalam penawaran sulam alis dan *eyelash extention* dari tahun 2019 sampai 2021. Pada tahun 2019 tercatat jumlah permintaan terbilang jauh lebih tinggi dibandingkan dua tahun lainnya yaitu 2020 dan 2021. Hal ini disebabkan pada dua tahun setelah 2019 terjadi adanya masa pandemi COVID-19 yang mengakibatkan pembatasan kegiatan manusia sesuai dengan kebijakan pemerintah untuk membantu menekan penularan dan penyebaran virus yang ditularkan melalui kontak fisik sesama manusia. UMKM Caths Beauty House tentu mengalami dampak akibat masa pandemi COVID-19 sebab banyak pelanggan lama yang memilih untuk sementara waktu tidak berkunjung guna merawat dan mempercantik alis atau bulu mata mereka. Banyak pelanggan lama yang beranggapan sedikit takut dan resah apabila kontak secara langsung mengingat teknik jasa ini harus berdekatan satu sama lain. Sehingga, pelanggan UMKM Caths Beauty House memilih untuk mencari keamanan dan kesehatan demi kepentingan diri Sendiri serta para pekerja yang terlibat dalam UMKM.

Namun, pada tahun 2021 lebih cenderung tercatat memiliki pola permintaan yang jauh lebih drastis dibandingkan tahun 2020 karena di tahun 2021 kondisi Indonesia termasuk Kota

Batam semakin mengalami peningkatan penularan wabah virus COVID-19 yang membuat banyak masyarakat enggan untuk keluar rumah bahkan merawat alis dan bulu mata untuk sementara waktu. Sehingga, tak khayal bahwa adanya pola permintaan yang menurun dari tahun 2019 ke tahun 2020 dan 2021 membuat hasil pendapatan UMKM Caths Beauty House juga mengalami penurunan yang tergolong drastis.

Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi di UMKM Caths Beauty House

Sesuai hasil analisis terhadap jumlah pola permintaan yang terjadi selama kurun waktu tiga tahun terakhir pada UMKM Caths Beauty House diketahui bahwa pemilik usaha juga melakukan manajemen pengelolaan untuk permintaan dan kapasitas produksi guna menstabilkan kegiatan usaha agar meminimalisir risiko atau kerugian yang dapat terjadi.

Pengelolaan permintaan yang terjadi pada tahun 2019 dilakukan UMKM Caths Beauty House dengan menyesuaikan hasil permintaan di tahun sebelumnya, sehingga pemilik usaha cenderung menambahkan jumlah kapasitas produksi untuk jasa penawaran dari sulam alis dan *eyelash extantion* pada tahun berikutnya.

Namun, pengelolaan permintaan untuk kapasitas produk UMKM Caths Beauty House mengalami sedikit perubahan sejak memasuki tahun 2020 dan 2021 yang diketahui pemilik usaha lebih memilih mengurangi kapasitas produk yang ditawarkan dan disediakan sebab adanya pengaruh wabah pandemi COVID-19. Hal ini dikarenakan juga adanya jumlah pelanggan yang berkurang, sehingga UMKM Caths Beauty House hanya menyesuaikan kapasitas produk sesuai dengan jumlah pesanan yang terjadi dalam kurun waktu satu hari.

Kapasitas produk merupakan komponen penting yang harus diperhatikan sebab mempengaruhi operasional usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Adapun penyesuaian jumlah kapasitas produk juga harus stabil dengan tinggi atau rendahnya permintaan agar tidak menimbulkan risiko yang tidak diinginkan.

Teknik Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi di UMKM Caths Beauty House

UMKM Caths Beauty House memiliki teknik pengelolaan permintaan hampir sama dengan usaha jasa lainnya yakni mengamati dan mengevaluasi hasil permintaan dari penjualan jasa penawaran untuk sulam alis dan *eyelash extention* di beberapa waktu sebelumnya. Hal ini dipilih pemilik usaha karena memudahkan untuk menentukan jumlah kapasitas produksi yang disediakan dalam kurun waktu mendatang.

Selain itu, teknik pengelolaan kapasitas produk juga diupayakan untuk memiliki persediaan yang lebih sedikit dibandingkan tahun sebelum 2020 dan 2021. Hal ini mengingat adanya jumlah penurunan permintaan sehingga pelaku usaha UMKM Caths Beauty House juga cenderung melakukan minimalisir biaya yang dikeluarkan untuk pembelian alat dan bahan terhadap jasa sulam alis dan *eyelash extention* yang ditawarkan.

Sistem Reservasi di UMKM Caths Beauty House

UMKM Caths Beauty House sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa diketahui memiliki kapasitas produk yang harus dilakukan sistem reservasi bagi setiap pelanggan yang ingin membeli dan menggunakan jasa penawaran dari usaha ini berupa sulam alis dan *eyelash extention*. Sistem reservasi merupakan teknik untuk memudahkan pelaku usaha dalam menentukan jumlah kapasitas produk yang disediakan dalam kurun waktu satu hari atau beberapa waktu tertentu. Hal ini guna meminimalisir bahan dan alat sulam alis maupun *eyelash extention* yang berlebih atau kurang.

Sistem reservasi yang diterapkan UMKM Caths Beauty House memiliki tahapan yang mudah untuk dilakukan setiap pelanggan yaitu dapat menghubungi langsung *contact person* atau media sosial dari Caths Beauty House yang telah disediakan seperti melalui Instagram @cathsbeautyhouse dan WhatsApp. Pelanggan dapat memesan jenis jasa dan waktu yang diinginkan, sehingga ini memudahkan pihak UMKM Caths Beauty House untuk menyesuaikan waktu keinginan pelanggan dengan ketersediaan kapasitas produk yang dimiliki. Apabila waktu dan jasa yang diinginkan pelanggan tersedia sesuai pesanan, maka pelanggan akan dimintai persetujuan untuk ke tahapan selanjutnya yakni proses perjanjian dan pembayaran sebagai transaksi akhir sebelum menerima jasa kecantikan yang dipesan. Sedangkan, apabila waktu dan jasa yang diinginkan pelanggan tidak ada maka akan diminta untuk mengatur ulang waktu yang disesuaikan antara kedua belah pihak guna mencapai solusi bersama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

UMKM Caths Beauty House merupakan salah satu kegiatan usaha yang bergerak di bidang kecantikan dengan menawarkan produk berupa jasa sulam alis dan *eyelash extention*. UMKM ini berdiri di Kota Batam sejak tahun 2017 hingga saat ini. Berdasarkan hasil analisis kami, dapat disimpulkan bahwa pola permintaan di UMKM ini menurun. Hal ini disebabkan adanya pandemi COVID-19 yang mengakibatkan pembatasan kegiatan sesuai dengan

kebijakan pemerintah. Bahkan banyak pelanggan tetap yang takut mengunjungi karena mengingat harus melakukan kontak secara langsung dalam melakukan *eyelash extention*.

Dalam analisis pengelolaan permintaan dan kapasitas produk di UMKM Caths Beauty House dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha ini menyesuaikan pengelolaan permintaan berdasarkan hasil permintaan pada waktu sebelumnya. Tetapi, pada tahun 2020 dan 2021 pemilik usaha lebih mengurangi kapasitas produk dikarenakan wabah pandemi COVID-19. Dalam mengambil keputusan ini, tentunya pemilik usaha mempertimbangkannya terlebih dahulu dengan cara mengamati dan mengevaluasi hasil permintaan dari waktu sebelumnya. Seperti yang sudah diketahui tadi tahun 2020 dan 2021 mereka mengurangi kapasitas persediaan hal ini terjadi agar tidak terjadi kerugian kelebihan persediaan mengingat kecilnya jumlah pelanggan yang datang.

Dalam menggunakan jasa ini, pelanggan harus melakukan reservasi melalui *Instagram* maupun *Whatsapp*. Hal ini juga dapat memudahkan pemilik usaha untuk menentukan jumlah kapasitas produk sehingga dapat meminimalisir produk yang berlebihan.

Saran

Saran yang dapat kami berikan dalam aspek pemasaran untuk UMKM Caths Beauty House ini adalah tetap terhubung dengan pelanggan melalui media sosial. Adanya virus COVID-19 ini membuat kebanyakan orang berada didalam rumah saja. Sebagian besar aktivitas yang mereka lakukan adalah bermain sosial media. Jadi langkah pertama yang harus dilakukan adalah tetap aktif berkomunikasi dengan *followers* di Instagram seperti memberikan konten edukasi tentang kecantikan, bermain games, dan lain sebagainya. Dengan begitu, kita akan tetap terhubung dengan pelanggan. Lalu, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dapat dilakukan dengan mengadakan *giveaway*. Biasanya salah satu syarat dari *giveaway* ini adalah follow *instagram* UMKM dan men-*tag* teman lainnya untuk mengikuti *giveaway*. Secara tidak langsung cara ini adalah salah satu cara agar lebih banyak yang mengetahui keberadaan UMKM ini. Selain aplikasi *Instagram*, kegiatan promosi juga dapat dilakukan dengan aplikasi *Tiktok* yang saat ini penggunaanya juga sangat banyak. Jangan hanya berpatok pada 2 aplikasi ini saja, tetapi dapat juga memanfaatkan aplikasi lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lain sebagainya.

Berikutnya adalah memberikan penawaran khusus seperti diskon. Dalam kondisi COVID-19 yang menyebabkan permintaan menurun ini, langkah baiknya jika membuat

penawaran karena akan menarik lebih banyak pelanggan. Karena jika hanya mengurangi kapasitas produk untuk meminimalisir kerugian, *profit* yang didapatkan tidak akan meningkat. Tetapi jika melakukan penawaran akan meningkatkan profitabilitas serta berpotensi memberikan keseimbangan antara kapasitas produksi dengan permintaan. Beberapa contoh penawaran yang dapat dilakukan adalah memberikan diskon 10% pada hari besar seperti hari Imlek, Idul Fitri, Waisak, ataupun Natal untuk meningkatkan penjualan secara umum, pemberian potongan pada hari maupun waktu tertentu yang biasanya sepi untuk mengurangi fluktuasi permintaan yang menyebabkan *over-demand* (kelebihan permintaan) maupun *over-capacity* (kelebihan kapasitas) dimana kedua situasi ini dapat menimbulkan kerugian pada segi *opportunity cost* ataupun biaya operasional daripada UMKM. UMKM juga bisa menyediakan *Loyalty Card* dimana setiap melakukan penggunaan jasa UMKM ini akan diberikan satu bintang. Jika sudah terkumpul sesuai target maka akan diberikan benefit untuk kedatangan berikutnya agar meningkatkan loyalitas pelanggan kepada UMKM. Sistem reservasi berdasarkan perangkat lunak perlu diterapkan oleh UMKM setelah penerapan beberapa saran diatas sebagai langkah antisipasi dalam menghadapi fluktuasi permintaan. Dengan adanya sistem reservasi berdasarkan perangkat lunak, maka UMKM akan lebih mudah dalam mengorganisir pekerjaan harian, mengetahui ekspektasi permintaan harian, hingga mengurangi risiko adanya ketertinggalan pelanggan yang terjadi karna lupanya pencatatan jadwal reservasi. Sistem reservasi perangkat lunak dapat diimplementasikan mulai dari perangkat lunak yang mendasar, seperti Google Calendar, hingga ke perangkat lunak yang lebih lengkap yaitu Point of Sale (PoS) seperti Qasir, Olsera, atau bahkan ke perangkat lunak Enterprise Resource Planning (ERP) seperti Odoo.

Dikarenakan pola permintaan yang menurun drastis akibat pandemi COVID-19, kami menyarankan supaya UMKM ini selalu mensterilkan ruangan serta alat yang akan digunakan dalam pembuatan jasa alis dan *eyelash extention*. Tidak hanya pada fasilitas, tapi harus juga memperhatikan kondisi karyawan. Pastikan bahwa mereka sudah divaksin, tidak ada gejala sakit, selalu menggunakan masker, dan tetap menjaga kebersihan. Setelah itu, pemilik usaha dapat mengumumkan melalui sebuah brosur yang ditempel di depan toko ataupun melalui sosial media bahwa semua fasilitas telah di sterilkan dan semua karyawan telah divaksinasi. Hal ini bertujuan supaya masyarakat dapat lebih yakin untuk menggunakan jasa UMKM ini dikarenakan sudah mengikuti protokol yang ada

DAFTAR PUSTAKA

- Hong, T., Pinson, P., Wang, Y., Weron, R., Yang, D., & Zareipour, H. (2020). Energy forecasting: A review and outlook. *IEEE Open Access Journal of Power and Energy*, 7, 376–388.
- Horowitz, J. M., & Gingrich, T. R. (2020). Thermodynamic uncertainty relations constrain non-equilibrium fluctuations. *Nature Physics*, 16(1), 15–20.
- Imarah, T. S., & Jaelani, R. (2020). bc Analysis, Forecasting And Economic Order Quantity (EOQ) Implementation To Improve Smooth Operation Process. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 1(3), 319–325.
- Levani, Y., Hakam, M. T., & Utama, M. R. (2020). Potensi adiksi penggunaan internet pada remaja Indonesia di Periode awal pandemi Covid 19. *Hang Tuah Medical Journal*, 17(2), 102–115.
- Loho, R., Rorimpandey, B., Massie, M. T., & Santa, N. M. (2014). Analisis permintaan produk peternakan di desa Tawaang kecamatan Tenga kabupaten Minahasa Selatan. *ZOOTEC*, 34(2), 57–64.
- Mankazana, S., Silase, M., & Molefe, M. (2020). The Influence of Inventory Management Techniques and Supply Chain Management: A Study on How Effective Inventory Management Systems and Supply Chain Management Can Help Establish High Performance in Johannesburg Manufacturing Industries. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Pretoria/Johannesburg, South Africa, October, 29*.
- Pauls, M. A., Migneault, D., & Bakewell, F. (2020). Ethical considerations in the allocation of critical care resources when capacity is overwhelmed. *Canadian Journal of Emergency Medicine*, 22(4), 404–406.
- Puadah, E. S. (2020). Perencanaan Penjadwalan Produksi Tahu Bulat Dengan Menggunakan Metode Material Requirement Planning (MRP) Pada Ikm Windo Jaya Di Tasikmalaya. *Jurnal Mahasiswa Industri Galuh*, 1(01), 69–75.
- Putri, D. M., Arafat, Y., & Aradea, R. (2021). Analisis Aspek Permodalan Koperasi Karyawan Bank Mandiri Wilayah II Palembang. *Journal of Education Research*, 2(2), 74–81.
- Rahmawati, N. W. (2021). Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Klinik Kecantikan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 472–481.
- Sembiring, M. (2019). Analisis Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas Dan Perputaran

- Persediaan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 4(1), 75–85.
- Thangam, E. C., Mohan, M., Ganesh, J., Sukesh, C. V, & Prof, A. (2018). Internet of Things (IoT) based smart parking reservation system using raspberry-pi. *International Journal of Applied Engineering Research*, 13(8), 5759–5765.
- Trilaksono, B. A., & Laksono, E. P. W. (2022). Supply Preparation Of Line Production Through Capacity Using Simulation Model In Garment Industry. *Proceedings Of 3th African International Conference On Industrial Engineering And Operations Management*, 1–8.
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 77–86.