

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA CREATIVE WORKS STUDIO DI KOTA BATAM

Shinta Dewi¹, Giorgyna², Nida Ohanna³, Sherry⁴, Jeslin⁵

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

E-mail: 2041358.shinta@uib.edu¹, 2041345.giorgyna@uib.edu², 2041371.nida@uib.edu³, 2041343.sherry@uib.edu⁴, 2041359.jeslin@uib.edu⁵

Info Artikel	Abstrak
Article History: Received: 02 Aug 2022 Revised: 31 Aug 2022 Accepted: 03 Sept 2022	Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisis pengaruh penurunan permintaan terhadap jasa yang dijalankan, apakah permintaan melebihi kapasitas yang bisa dilayani, sistem reservasi yang ditetapkan, serta strategi yang diterapkan untuk mempengaruhi permintaan. Melalui penulisan ini, penulis berharap dapat memberikan saran dan masukan yang dapat membangun kelancaran bisnis jasa Creative Works Studio. Manfaat penulisan ini adalah memberikan strategi pengelolaan produksi dan kapasitas kepada Creative Works Studio supaya dapat mengatasi <i>excess demand</i> dan <i>over capacity</i>. Metode Penelitian berbentuk kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara. Data-data penelitian bersifat primer karena diperoleh dari Ibu Sherly salah satu <i>owner</i> Creative Works Studio. Selain itu, teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data-data yang sudah diperoleh sebelumnya yaitu dengan analisis <i>trend</i>. Pengelolaan permintaan pada Creative Works Studio ini adanya sistem reservasi yang mendukung kegiatan produktivitasnya. Begitu pula untuk kapasitas produksi, akan direncanakan dari jauh hari berapa jumlah slot yang akan diterima dalam sebulan kerja. Menanggapi pola permintaan <i>customer</i> yang berbeda-beda seperti permintaan tren dan musiman, maka Creative Works Studio membuat konsep studio <i>customizable</i> dimana <i>customer</i> dapat bebas <i>request</i> tren foto yang menjadi topik terkini.
Keywords: <i>Pengelolaan Permintaan, Kapasitas Produksi, Creative Works</i>	

PENDAHULUAN

Creative Works Studio adalah *one stop service* yang menyediakan berbagai jasa dibidang fotografi dan dekorasi. *Creative Works Studio* berlokasi di Golden City C12A, Bengkong Laut. UMKM ini didirikan pada tanggal 30 Mei 2021 oleh empat *owner* yang memiliki keahlian di bidangnya masing-masing berupa fotografi, desain, bisnis, dan *wedding organizer* dengan salah satu dari *ownernya* bernama Ibu Sherly. Awal mulanya keempat

owner ingin mengimplementasikan keahlian yang diperoleh ke dalam sebuah studio sehingga dirintislah *Creative Works Studio*. Kemudian, dalam upaya untuk memperoleh pangsa pasar dan mampu bersaing dengan studio yang lama, mereka melaksanakan diferensiasi dengan menjadikan UMKM ini sebagai *house of freelancer*, dengan begitu mereka dapat memberikan peluang kerja dan memperoleh ide-ide baru dari profesional lain yang memiliki keahlian dalam bidang studio fotografi.

Jasa yang ditawarkan terbagi menjadi dua, yaitu *Creative Works Studio* dan *Creative Production*. Adapun alasan penulis memilih UMKM ini sebagai objek penelitian, yaitu dikarenakan penulis yakin *Creative Works Studio* sangat menarik untuk diteliti, terlebih lagi selain menyediakan jasa fotografi dan dekorasi, *Creative Works Studio* juga mencetak foto dan album untuk pelanggannya. Tidak hanya itu, *Creative Works Studio* juga menawarkan banyak paket yang sangat menarik dan juga dapat dikatakan cukup lengkap, seperti *personal, couple, group, family, graduation, maternity, baby, prewedding, event organizer*, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, diperlukan proyeksi permintaan dan kapasitas produksi sesuai dengan permintaan di pasar.

Pemasaran jasa berbeda karena membahas bagaimana membangun, memperoleh, atau mempertahankan nilai dan hubungan dengan pelanggan di samping jasa yang disediakan. Jasa merupakan tindakan yang menghasilkan hasil atau pengalaman yang diinginkan bagi pelanggan. *Creative Works Studio* adalah perusahaan jasa yang juga turut bergerak di bidang pemasaran jasa. Sangat penting untuk memiliki strategi yang tepat dan bijaksana sehingga dapat mengarah pada pengalaman pelanggan yang positif. Ini juga bisa menjadi aspek yang dapat membedakan perusahaan *Creative Works Studio* dengan perusahaan yang lain.

Permintaan konsumen merupakan acuan yang turut diperhatikan oleh *Creative Works Studio* untuk berkembang dan maju. Keputusan konsumen merupakan hal penting sekaligus hal yang turut sangat diperhatikan oleh penyedia jasa, *Creative Works Studio*. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, informasi, evaluasi, sampai pada keputusan pembelian dan sesudah pembelian dilakukan. Dalam hal ini, *Creative Works Studio* harus dapat mengelola permintaan dengan baik. Pengelolaan permintaan dapat dilakukan dengan beberapa strategi seperti *partitioning demand, offering price incentive, promoting off-peak demand, developing complementary services*, dan *using and handling the overbooking problems*. Berbicara tentang permintaan, penting untuk menganalisis pola permintaan di berbagai segmen pasar. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, *Creative Works Studio* harus terus memantau perubahan kebutuhan pelanggan sehubungan dengan penawaran layanan mereka selama rentang waktu tertentu. Mereka harus membuat sistem untuk melacak perubahan permintaan ini, yang memungkinkan mereka memperkirakan siklus permintaan.

Manajemen pengelolaan permintaan dapat dikatakan cukup penting bagi *Creative Works Studio* karena permintaan yang sulit diprediksi dapat memungkinkan adanya permintaan aktual dan munculnya perencanaan permintaan yang berbeda. Oleh sebab itu, *Creative Works Studio* harus dapat mengantisipasi agar permintaan dapat memenuhi kapasitas permintaan produksi apabila suatu saat terjadi ketidaksesuaian pada rencana serta permintaan aktual. Permintaan dan pasokan tidak akan seimbang apabila tidak melakukan perencanaan permintaan dengan matang sehingga dapat mengurangi keuntungan *Creative Works Studio*.

Pentingnya pengelolaan ini adalah untuk menciptakan kelancaran dalam bisnis jasa dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya tanpa terjadi hambatan. Sumber daya manusia dan pusat kerja juga menjadi aspek penting dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas. Tanpa adanya manusia yang menjalankan, suatu mesin tidak akan bergerak. Penjadwalan *shooting* juga perlu dirincikan sehingga tidak tertabrak oleh jadwal produksi yang telah direncanakan.

Permintaan pasar para pelanggan dapat terpenuhi dengan pengelolaan kapasitas produksi yang efektif agar dapat memenuhi permintaan yang telah ditentukan sebelumnya. Pengelolaan kapasitas produksi ini sangat penting untuk dilakukan agar tidak terjadi kekurangan kapasitas produksi maupun kelebihan kapasitas produksi yang dapat mengakibatkan pelanggan kehilangan kepercayaan. Kekurangan ini dapat terjadi ketika permintaan pasar tiba-tiba melonjak di waktu tertentu seperti saat Wisuda, permintaan pelanggan untuk menyewa studio akan meningkat dengan pesat sehingga suatu bisnis harus dapat memperkirakan kapasitas produksi yang harus dilakukan agar dapat memenuhi permintaan tersebut.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisis pengaruh penurunan permintaan terhadap jasa yang dijalankan, apakah permintaan melebihi kapasitas yang bisa dilayani, sistem reservasi yang ditetapkan, serta strategi yang diterapkan untuk mempengaruhi permintaan. Melalui penulisan ini, penulis berharap dapat memberikan saran dan masukan yang dapat membangun kelancaran bisnis jasa *Creative Works Studio*. Manfaat penulisan ini adalah memberikan strategi pengelolaan produksi dan kapasitas kepada *Creative Works Studio* supaya dapat mengatasi *excess demand* dan *over capacity*.

LANDASAN TEORI

A. Kelebihan Permintaan dan Kapasitas

Adam Smith menyatakan permintaan adalah nilai yang dilekatkan seseorang pada sebuah objek berdasarkan kegunaan dari objek dan apa yang dapat dibayar seseorang untuk memperoleh objek tersebut (*willingness to pay*) (Inoua & Smith, 2020). Sedangkan menurut Heizer, Jay. Render, Barry. Munson kapasitas adalah jumlah unit yang dapat ditangani, diterima, disimpan, dan diproduksi oleh sebuah fasilitas pada periode tertentu (Adhiana et al., 2020). Kelebihan permintaan pada periode puncak akan menyebabkan pelanggan menerima penolakan dan merasa kecewa, sebaliknya kelebihan kapasitas akan menyia-nyiakan kapasitas yang tersedia dan meningkatkan biaya. Jadi, diperlukan pengelolaan yang baik terhadap permintaan dan kapasitas agar terdapat keseimbangan antara keduanya. Terdapat beberapa bentuk kelebihan permintaan dan kapasitas antara lain sebagai berikut:

1. *Excess demand*, permintaan melebihi kapasitas yang tersedia sehingga penyedia jasa akan kehilangan pelanggan karena tidak mampu melayani.
2. *Demand exceeds optimum capacity*, permintaan melebihi kapasitas optimum, namun pihak penyedia jasa masih bisa menerima pelanggan. Pada kondisi ini kualitas pelayanan akan mengalami penurunan dan tenaga kerja akan kewalahan.
3. *Optimum capacity*, kapasitas dan permintaan mengalami keseimbangan sehingga pelanggan memperoleh pelayanan yang baik dan karyawan tidak kewalahan.
4. *Excess capacity*, banyak kapasitas yang tidak digunakan.

B. Jenis-jenis Fluktuasi Permintaan pada Jasa

Terdapat beberapa pengenalan yang biasanya digunakan untuk mengelola fluktuasi permintaan pada jasa, diantaranya:

1. Sesuaikan tingkat kapasitas untuk memenuhi berbagai jenis permintaan.

Pendekatan ini membutuhkan kolaborasi antara manajer/eksekutif dan SDM, dan membutuhkan pemahaman tentang apa itu kapasitas dan bagaimana meningkatkan atau menurunkan kapasitas secara bertahap. Kapasitas yang berlebihan akan meningkatkan biaya jika tidak digunakan dengan semestinya. Begitu juga sebaliknya, jika kekurangan kapasitas maka permintaan akan sulit untuk dipenuhi.

2. Mengelola tingkat permintaan

Ketika mengelola tingkat permintaan terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan, diantaranya adalah dengan menggunakan strategi marketing (Wirtz & Lovelock, 2021), contohnya seperti menyediakan jenis paket yang berbeda yang lebih menguntungkan konsumen daripada paket sebelumnya. Yang dimana dengan begitu, diharapkan konsumen lebih tertarik pada paket terbaru dari pada sebelumnya (Kandampully, 2000), yang lebih memenuhi ekspektasi pelanggan yang lebih besar dari pada sebelumnya. Hal ini bisa diiringi dengan menyimpan terlebih dahulu paket yang sedang penuh dengan menawarkan paket yang lebih menguntungkan tadi. Sehingga permintaan pelanggan akan paket yang permintaannya sedang tinggi, masih dapat terkontrol dengan paket yang baru tersebut.

C. Kapasitas Produksi

Pengendalian dan perencanaan kapasitas adalah dua fungsi yang tidak dapat dipisah termasuk di dalam kegiatan produksi. Perencanaan merupakan tahap kesatu dalam proses ini yang terdiri dari menetapkan target dan tujuan serta cara untuk mencapai target dan tujuan tersebut (Adhiana et al., 2020). Ketika kelebihan kapasitas produksi ini terjadi pasti akan mengakibatkan kegiatan produksi menjadi tidak efektif dan juga efisien dikarenakan para SDM akan menganggur dan tidak melakukan pekerjaannya. Hal yang sama akan terjadi ketika terjadinya kekurangan kapasitas produksi dimana target yang diinginkan perusahaan tidak tersedia dalam waktu tertentu (Sugiatna, 2021).

Kapasitas produksi perusahaan adalah seberapa banyak kuantitas dan kualitas produk yang dapat dihasilkan oleh suatu sistem produksi di suatu perusahaan. Kapasitas produksi dapat berpengaruh tergantung pada jenis dan jumlah mesin, peralatan dan area produksi serta parameter teknis produksinya. Dengan merencanakan dan mengelola kapasitas produksi secara efektif memungkinkan setiap perusahaan untuk mengevaluasi hasil keuangannya di masa depan dan membuat jadwal yang andal untuk pengiriman produk atau jasa ke pelanggannya (Dimitrova et al., 2021).

Menurut Asni (2019), kapasitas adalah salah satu dari sepuluh keputusan manajemen operasional yang paling penting. Kapasitas adalah tingkat kapasitas suatu perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang didukung oleh tersedianya fasilitas berupa tenaga kerja dan peralatan, dan biasanya dinyatakan sebagai jumlah produksi yang dapat diproduksi selama periode waktu tertentu (Rani, 2019).

Pertimbangan kapasitas pada perusahaan dapat dilakukan melalui beberapa cara berikut:

1. Perkiraan permintaan aktual
Peramalan yang akurat sangat penting untuk penentuan kapasitas untuk menentukan perkiraan produksi.
2. Memahami teknologi dan pengembangan kemampuan
Jumlah opsi yang tersedia mungkin sangat banyak, tetapi begitu jumlahnya ditentukan, hal itu dapat memandu keputusan teknologi, menganalisis biaya, kebutuhan personel, kualitas dan keandalan.
3. Temukan tingkat pengoperasian (volume) yang optimal
Teknologi dan pengembangan kapasitas menentukan ukuran fasilitas yang optimal.
4. Dilakukan untuk perubahan
Manajer operasi ini menilai sensitivitas keputusan dengan menguji risiko beberapa perkiraan laba.

D. Jenis perencanaan kapasitas:

1. Perencanaan kapasitas jangka pendek
Perencanaan kapasitas jangka pendek digunakan untuk menangani kejadian mendadak di masa depan secara ekonomis. Misalnya, digunakan untuk memenuhi permintaan mendadak atau segera dalam jangka pendek.
2. Perencanaan kapasitas jangka panjang.
Perencanaan kapasitas jangka panjang adalah strategi operasional untuk mengatasi semua kemungkinan yang terjadi dan dapat diprediksi. (Riadi, 2020)

E. Analisis Pola Permintaan

Analisis pola permintaan adalah komponen yang biasanya digunakan pada *supply chain management*. Perusahaan jasa harus bisa memahami semua pola permintaan jasanya karena adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi fluktuasi pola permintaan. Ada beberapa pertanyaan yang dapat dijawab untuk memahami pola permintaan, diantaranya:

- a. Apakah tingkat permintaan mengikuti siklus yang bisa diprediksi?
- b. Apa penyebab yang mendasari dari siklus yang bervariasi?
- c. Apakah permintaan dapat dibagi berdasarkan segmen pasar?

Jawaban dari semua pertanyaan tersebut sangatlah penting karena permintaan jasa yang datang dari sumber yang sama itu sangat jarang terjadi. Namun, biasanya pola permintaan juga bisa dikelompokkan berdasarkan: (1) permintaan yang bisa diprediksi; dan (2) permintaan yang muncul secara acak. (Halim et al., 2021)

Upaya untuk mengurangi terjadinya perubahan pada pola permintaan selama periode perencanaan adalah dengan mempengaruhi permintaannya. Karena apabila permintaannya rendah maka perusahaan bisa meningkatkan permintaan dengan cara melakukan promosi, iklan, maupun memberikan diskon. Contohnya adalah perhotelan yang memberikan diskon akhir pekan ketika musim sepi, dan juga perusahaan telepon yang memberikan biaya telepon lebih murah pada malam hari karena penggunaan telepon pada malam hari tidak sesering ketika kita bekerja di siang hari yang dimana cenderung lebih banyak menggunakan telepon. Walaupun demikian, dengan promosi,

iklan, penjualan, dan penetapan harga yang dilakukan itu tidak semuanya dapat menyeimbangkan permintaan dengan kapasitas produksinya (Juliantara & Mandala, 2020). Oleh karena itulah, analisis pola permintaan sangat penting untuk dapat memenuhi kapasitas permintaan produksi apabila suatu saat terjadi ketidaksesuaian pada rencana serta permintaan aktual.

F. Pengelolaan Permintaan

Pengelolaan permintaan merupakan sebuah teknik yang digunakan dengan tujuan untuk bisa meramal dan merencanakan bagaimana caranya untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan pelanggan terhadap berbagai barang atau jasa. Namun, tidak mudah untuk mengetahui seberapa besar ukuran dan waktu permintaan barang atau jasa yang dibutuhkan sebelum hal tersebut terjadi (Dian Indrawati et al., 2021). Pengelolaan permintaan berhubungan dengan transfer data permintaan yang dimana koalisi dari peramalan (*forecasting*), pesanan berkomitmen (*committed orders*), dan negosiasi yang berkelanjutan (*ongoing negotiation*) ke sistem produksi dan bertujuan untuk memastikan permintaan dapat terpenuhi di berbagai tingkat perencanaan (Venkatadri et al., 2021).

Adapun karakteristik utama dari pengelolaan permintaan, yaitu: (1) *Forecasting*, yang dimana melibatkan prediksi potensi pasar dengan menganalisis permintaan pelanggan, kemampuan finansial, dan kebiasaan pembelian sebelumnya; dan (2) *Planning*, yang dimana dengan menentukan apa yang konsumen butuhkan melalui komunikasi untuk memenuhi permintaan pelanggan terhadap berbagai produk atau jasa. Proses pengelolaan permintaan memiliki 4 (empat) tahap, diantaranya:

- a. *Planning*, yang dimana melibatkan penetapan tujuan untuk memenuhi potensi pasar, biaya keuangan operasi, dan hal lainnya mengenai logistik. Pada tahap ini, seluruh data yang berkaitan dengan penjualan dan peramalan akan dikumpulkan.
- b. *Communicating*, yang dimana tren dan peramalan sebelumnya mungkin tidak efisien dalam menentukan potensi pasar. Oleh sebab itu, diperlukannya komunikasi antara produsen dengan konsumen untuk menentukan apa yang mereka ingin dan butuhkan.
- c. *Influencing*, yang dimana dengan menerapkan beberapa strategi seperti menurunkan harga, ongkos pengiriman yang gratis, menawarkan diskon besar, memberikan hadiah ketika melakukan pembelian, dll maka produsen dan distributor dapat mempengaruhi permintaan produknya.
- d. *Prioritizing*, yang dimana permintaan dapat dikelola dengan memprioritaskan produksinya setelah potensi pasar terhadap suatu produk atau jasa itu sudah ditentukan. (Diaz & Whiting, 2022)

G. Sistem Reservasi

Sistem reservasi adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa dalam rangka untuk memesan terlebih dahulu akomodasi yang ingin digunakan pada lain waktu sebelum jasa mengalami kekurangan kapasitas. Sistem reservasi sangat bermanfaat bagi usaha dalam bidang jasa untuk mengendalikan *demand* agar tidak melebihi kapasitas yang telah tersedia, sehingga pelanggan tidak menunggu lama ketika menggunakan jasa dan akan merasa lebih puas.

Sistem reservasi digunakan dalam berbagai bidang jasa dalam bentuk situs web, aplikasi, maupun telepon. Terdapat berbagai macam jenis reservasi, sebagai berikut (Gani, 2014):

1. Reservasi perorangan, reservasi yang dipesan oleh pelanggan sendiri untuk kepentingan personal.
2. Reservasi rombongan, reservasi yang dipesan oleh agen perjalanan untuk para pelanggan yang datang berombongan dan biasanya akan ditawarkan diskon.
3. Reservasi konferensi, reservasi yang dipesan oleh perusahaan ataupun organisasi untuk melakukan pertemuan atau pameran.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian berjudul “Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi pada *Creative Works Studio* di Kota Batam” berbentuk kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan narasumber untuk memperoleh informasi subjektif dari perspektif narasumber. Data-data penelitian bersifat primer karena diperoleh dari Ibu Sherly salah satu *owner Creative Works Studio*. Data-data yang didapatkan diolah dengan semestinya untuk mendukung penyusunan artikel ini. Selain itu, teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data-data yang sudah diperoleh sebelumnya yaitu dengan analisis *trend*.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN ANALISIS

A. Analisis Pola Permintaan dan Pengelolaan Permintaan

Meski baru berjalan selama 14 bulan, *Creative Works Studio* mampu memenuhi permintaan *customer*-nya dengan salah satu cara yaitu, memberikan *mood board* kepada *customer*. *Mood board* adalah sekumpulan ide visual dan objek yang dibuat untuk membantu *customer* menentukan tema. *Mood Board* dapat memberikan bayangan kepada *customer* apa yang akan mereka dapatkan dengan membeli jasa tersebut. Selain itu, bagi *Creative Works Studio* sendiri *mood board* dapat menunjukkan cara kerja, ciri khas, dan hasil dekorasi dari *Creative Works Studio*.

Sejumlah *customer* cenderung lebih memilih, namun hal tersebut tentu dapat diatasi dengan baik oleh staf *Creative Works Studio*. Dengan mengusung konsep *House of Freelancer*, *customer* dapat memilih ataupun *request* fotografer sesuai yang diinginkan. Terkait untuk hasil foto dan *editing*, dapat juga dikomunikasikan langsung kepada *editor*, seperti pencahayaan yang diinginkan. Menanggapi pola permintaan *customer* yang berbeda-beda seperti permintaan *trend* dan musiman, maka *Creative Works Studio* membuat konsep studio *customizable* dimana *customer* dapat bebas *request* tren foto yang menjadi topik terkini. Berdasarkan hasil analisis diatas, maka *customer* dapat *request* sesuai dengan *budget* dan paket yang dipilih. *Creative Works Studio* memiliki tagline “**Bring Creative Colors To Your Moment**”. Tagline ini dibuat karena setiap klien terutama untuk yang *rental* dan *photoshoot* di *Creative Works Studio*, sudah diberikan kebebasan *free custom background* khusus untuk masing-masing tamu yang sudah memiliki *trademark background* mereka sendiri. Jadi, tidak semua klien menggunakan *background* yang sama seperti studio yang lain. Selain itu, *Creative Works Studio* juga

merupakan *one stop service* untuk *photoshoot* karena semua sudah tersedia dalam satu gedung.

Adapun proses pengelolaan permintaan pada *Creative Works Studio*, yang dimana:

1. *Planning*

Pada proses yang pertama, customer sudah bertanya-tanya mengenai apa saja paket-paket yang ditawarkan oleh *Creative Works Studio* dan sudah bahas dengan *owner* terkait rencana mengenai tema, properti yang akan digunakan, *makeup artist*, fotografer yang diinginkan, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan rencana pemotretan.

2. *Communicating*

Pada proses yang kedua, setelah adanya perencanaan terkait pemotretan, dilakukannya pembahasan lebih lanjut mengenai pemilihan paket, tema, properti, *makeup artist*, fotografer yang diinginkan oleh *customer*. Pada tahap ini pula dilakukannya pembahasan mengenai *budget* yang dimiliki oleh *customer*, dan menentukan waktu untuk melakukan pemotretan atau biasanya disebut dengan kata slot *booking*. Untuk mendapatkan slot *booking*, maka *customer* bisa melakukan pembayaran terlebih dahulu baik DP (uang muka) ataupun lunas dikarenakan slot yang terbatas.

3. *Influencing*

Pada tahap ketiga, *Creative Works Studio* menerapkan beberapa strategi seperti memberikan voucher diskon kepada pelanggan, *free revisi editing* beberapa kali untuk foto pemotretan yang kemungkinan disebabkan oleh pencahayaan yang kurang sesuai keinginan *customer*, dan hal lainnya yang bertujuan untuk dapat mempengaruhi permintaan produknya.

4. *Prioritizing*

Pada tahap yang terakhir, untuk *customer* yang sudah *booking* dan melakukan pembayaran maka akan lebih didahulukan untuk mendapatkan slot *booking* dibanding pelanggan yang belum melakukan pembayaran. Pembayaran ini dimaksudkan dengan sebagai tanda jadi. Oleh karena itu, bagi *customer* yang sudah memenuhi syarat akan lebih diprioritaskan,

Tidak hanya itu, *Creative Works Studio* juga memanfaatkan trik promosi untuk meningkatkan omset *Creative Works Studio*. Namun, meski telah melakukan promosi, *Creative Works Studio* sendiri juga membatasi jumlah slot *booking*. Hal ini dilakukan untuk meminimalisasi permintaan yang berlebihan dengan sumber daya dan kapasitas yang tersedia. *Creative Works Studio* menerima 15 slot dalam sebulan, diluar dari *project wedding* dan *event organizer*. Sebab, untuk pengomunikasian, anggaran, koordinasi vendor, dan hal lainnya memakan cukup banyak waktu dan tidak dapat dilakukan pengambilan keputusan secara sepihak sehingga sangat diperlukannya komunikasi dua arah dan juga keputusan yang sudah matang serta disetujui oleh *customer*. Maka dari itu, pengelolaan untuk permintaan sangat ditekankan pada *Creative Works Studio*.

B. Analisis Kapasitas Produksi

Antara kuantitas dan kualitas produksi yang dihasilkan dari sistem produksi di perusahaan merupakan hal yang penting. Tenaga kerja juga berperan penting dalam

kapasitas produksi. *Creative Works Studio* memberikan jasa fotografi berupa studio maupun fotografer dan juga para *freelancer* sehingga lebih fleksibel dari pada studio yang lainnya. Berbicara mengenai kapasitas, pada *Creative Works Studio* terletak pada ruang, tempat, ataupun studio yang akan dijadikan latar belakang foto dan juga pada album foto. Permintaan memang sudah bisa diperkirakan, salah satu contohnya pada masa-masa bulan siswa maupun mahasiswa wisuda tidak banyak keluarga yang ingin mengabadikan momen tersebut. Banyaknya permintaan untuk penyewaan studio terkadang menjadi kendala, dikarenakan permintaan terdapat di waktu yang sama. Oleh karena itu, *Creative Works Studio* menggunakan strategi "*first deal, first serve*" yang dimana *customer* yang bertanya dan *deal* duluan, akan mendapatkan jam yang diinginkan. Sedangkan untuk *costumer* lain akan dialihkan ke jam sebelum atau berikutnya. Untuk kapasitas produksi album, biasanya banyak dibeli untuk mengabadikan momen *prewedding*. Yang dimana sejauh ini tidak ada kendala, dikarenakan dari awal, sebelum *deal* harga dilakukan dengan *customer*, pihak studio akan menanyakan apakah akan membeli paket dengan album, dan jika iya, bahan-bahan untuk album foto akan langsung disiapkan jauh-jauh hari sebelumnya sehingga tepat waktu sampai pada *customer*.

C. Teknik Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi yang Diimplementasikan pada UMKM

Teknik pengelolaan permintaan yang diimplementasikan pada UMKM diantaranya berupa promosi dan potongan harga. Promosi juga dapat dilakukan agar kapasitas bisa terpenuhi. Misalkan ketika sedang musim *bridal*, dimana semua studio foto lainnya juga mempromosikan, *Creative Works Studio* dapat memberikan promosi ditambah dengan memasarkan dengan *positioning* yang mereka punya. Diantaranya seperti *one stop service*, *house of freelancer*, terdapat dua manajemen yang terfokus. Dengan begitu terdapat *value* yang membedakan *Creative Works Studio* dengan yang lainnya, sehingga diharapkan *customer* dapat lebih mudah dalam memilih *Creative Works Studio* untuk mengabadikan momennya. Potongan harga dilakukan untuk mengurangi tingkat permintaan yang tinggi. Misalkan ketika studio penuh pada jam tertentu, maka akan ditawarkan pada jam lain dengan memberikan sedikit potongan harga. Dengan demikian *Creative Works Studio* dapat mengelola antara permintaan dan kapasitas tetapi ekspektasi *customer* tetap terpenuhi.

D. Analisis Pola Permintaan dan Sistem Reservasi

Dalam rangka menjalankan studio dengan baik, maka *owner* perlu memahami pola permintaan dari jasanya tersebut agar dapat mengendalikan permintaan dengan strategi yang tepat. Tujuan *customer* menggunakan jasa fotografi biasa berupa keinginan untuk "*Capture The Moment*" sehingga memahami pola permintaan dari dua momen terbesar khalayak ramai secara umum itu sangat penting, dua momen tersebut adalah pernikahan dan kelulusan sekolah ataupun universitas. Jika diperhatikan dengan baik, pernikahan Indonesia sering terjadi pada bulan Besar, bulan Jumadil Akhir, bulan Rajab, bulan Ruwah, bulan Syawal. Biasanya pada kelima bulan di atas masyarakat sering menyelenggarakan pernikahan dan foto *prewedding*. Oleh sebab itu, pada kelima bulan ini, pola permintaan lebih tinggi daripada biasanya. Selain dari itu, momen kedua berupa

kelulusan sekolah yang sering terjadi pada bulan Juli dan kelulusan Universitas di Batam seperti UPB berlangsung di bulan Mei dan UIB berlangsung di bulan November.

Jadi, di bulan-bulan tersebut permintaan terhadap jasa fotografi sangat tinggi. Untuk mengontrol permintaan tinggi pada bulan tersebut dengan baik agar sesuai dengan kapasitas *Creative Works Studio*, maka *owner* menerapkan sistem reservasi. Sistem reservasi *Creative Works Studio* berbentuk reservasi perorangan dikarenakan reservasi dilaksanakan secara personal untuk kepentingan diri seperti pernikahan, kelulusan, foto keluarga, *maternity*, dan lain sebagainya. Alur reservasi yang dilakukan oleh *Creative Works Studio* dimulai dengan beberapa konfirmasi dengan calon *customer*-nya, seperti paket yang akan diambil, tanggal *photoshoot* dan berapa orang yang akan melakukan *photoshoot*. Sebelum melakukan reservasi, *staff Creative Works Studio* akan menghubungi calon *customer*-nya untuk mengkonsultasikan *budget*, bentuk dekorasi, dan lain-lain. Jika sudah sepakat, maka akan dibuat jadwal *photoshoot*. Begitu pula untuk *event organizer* dan sewa gaun pernikahan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Creative Works Studio adalah *one stop service* yang menyediakan berbagai jasa dibidang fotografi dan dekorasi. *Creative Works Studio* berlokasi di Golden City C12A, Bengkong Laut. UMKM ini didirikan pada tanggal 30 Mei 2021 oleh empat *owner* yang memiliki keahlian di bidangnya masing-masing berupa fotografi, desain, bisnis, dan *wedding organizer*.

Menanggapi pola permintaan *customer* yang berbeda-beda seperti permintaan tren dan musiman, maka *Creative Works Studio* membuat konsep studio *customizable* dimana *customer* dapat bebas *request* tren foto yang menjadi topik terkini. Berdasarkan hasil analisis diatas, maka *customer* dapat request sesuai dengan budget dan paket yang dipilih. *Creative Works Studio* memiliki tagline "*Bring Creative Colors To Your Moment*"

Proses pengelolaan permintaan pada *Creative Works Studio* dapat dikatakan berjalan dengan baik serta cukup jelas dan terarah, mulai dari *planning*, *communicating*, *influencing*, dan *prioritizing*. Terutama pengelolaan permintaan pada *Creative Works Studio* ini adanya sistem reservasi yang mendukung kegiatan produktivitasnya. Dengan adanya strategi "*first deal, first serve*", maka dapat meminimalisasi terjadinya tabrakan jadwal ataupun pemotongan jadwal *booking*. Begitu pula untuk kapasitas produksi, akan direncanakan dari jauh hari berapa jumlah slot yang akan diterima dalam sebulan kerja. Sehingga *customer* tidak akan menghadapi kejadian terlambat menerima hasil dalam bentuk bingkai ataupun album.

Creative Works Studio sebagai perusahaan jasa turut selalu memantau pola permintaan pelanggan selama rentang waktu tertentu. Tidak dipungkiri terdapat kendala-kendala yang dapat terjadi. Salah satunya adalah persaingan antar perusahaan jasa yang sama-sama bergerak di bidang fotografi. Untuk itu keunikan dan keistimewaan serta strategi yang digunakan sangat penting bagi *Creative Works Studio*. Jasa *one stop service*, *house of freelancer*, dan studio yang *customizable* yang menjadi beberapa keunggulan bagi *Creative Works Studio*. Dengan mengetahui pola permintaan konsumen, *Creative Works Studio* dapat mengetahui strategi apa yang akan digunakan pada bulan

tertentu agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Agar permintaan sebanding dengan kapasitas produksi, *Creative Works Studio* dapat mengadakan promosi paket yang berbeda yang sama atau bahkan lebih untuk kepuasan konsumen.

B. Saran dan Rekomendasi

Adapun beberapa saran dan rekomendasi yang ingin penulis sampaikan kepada *Creative Works Studio*, yaitu:

1. Untuk paket-paket yang ditawarkan, akan lebih baik kalau *Creative Works Studio* memberikan beberapa frame dengan ukuran yang berbeda pada setiap paketnya sesuai dengan rate harganya. Contohnya pada paket kiddy yang memiliki 2 jenis, meskipun sudah termasuk 20-25 pose foto yang sudah diedit, 2-3 jam pelayanan, dan 1-3 background *styling*, namun tidak diberikan frame satupun. Mungkin akan lebih baik jika *Creative Works Studio* memberikan satu frame untuk satu foto pose di masing-masing jenis pada paket kiddy. Kemudian untuk paket lainnya dimana rate harga yang lebih tinggi dapat diberikan 2 atau 3 frame dengan ukuran yang berbeda.
2. Dapat melakukan promosi dengan memberikan sistem cap. Dimana jika *customer*-nya melakukan 10x pemotretan di *Creative Works Studio* dalam jangka waktu yang ditentukan, maka akan dapat 1x *free selfphoto* di *Creative Works Studio*. Hal ini tidak hanya untuk meningkatkan *sales*, akan tetapi juga berdampak pada *engagement* dan loyalitas pelanggan. Calon *customer* dapat membantu merekomendasikan kepada kerabat atau saudara terdekatnya.
3. Pada sistem reservasi, untuk menghindari kejadian seperti *customer* membatalkan janji dan perusahaan akan mengalami kerugian biaya listrik dan *overhead*, maka alangkah baiknya menetapkan DP diawal. Jika *customer* batal, maka DP akan hangus dengan sendirinya.
4. Karyawan tetap yang ada di *Creative Works Studio* lebih baik menggunakan intern terlebih dahulu. Sebab, untuk *turn over* karyawan tetap cukup besar jika perusahaan sedang tidak ada kegiatan dan omset.
5. Memperbanyak properti foto untuk keperluan pemotretan agar *Creative Works Studio* tetap mengikuti tren dan lebih berkembang.
6. Memperluas promosi ke sosial media selain Instagram dan Facebook agar jangkauan ke para pelanggan lebih luas seperti Tiktok dan Twitter.
7. Mencoba untuk membuat website yang dapat dikunjungi oleh banyak orang dari berbagai wilayah.
8. Menjalinkan kerjasama dengan universitas untuk memberikan diskon atau potongan kepada mahasiswa-mahasiswi terdaftar dan aktif di Kota Batam. Sebab banyaknya generasi saat ini mementingkan memori-memori indah bersama.
9. Mengundang influencer untuk menjadi model *photoshoot* dan melakukan *promotions* di Instagram, sehingga dapat menjangkau lebih luas.
10. Memperluas jangkauan pasar dengan membuka cabang baru di Kota Batam atau dapat juga membuka cabang di luar Batam agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
11. Mengoptimalkan penggunaan kapasitas produksi dengan membentuk produk foto sendiri yang berunsur artistik sehingga dapat memiliki penghasilan tambahan. Kegiatan ini juga dapat mempergunakan kapasitas berupa tenaga kerja dan peralatan secara lebih maksimal karena ketika permintaan sedang menurun, maka tenaga kerja

tidak harus bersantai saja, *Creative Works Studio* masih dapat memanfaatkan sumber daya mereka untuk kepentingan lain.

12. Menerapkan strategi promosi yang unik untuk menarik para pelanggan seperti membuat kuis interaktif dengan para pelanggan di sosial media.
13. Mengikuti *event* seperti seminar atau bazar yang diadakan di Kota Batam. Dengan mengikuti acara-acara seperti ini, *Creative Works Studio* berkesempatan untuk mendapatkan klien baru dan menambah relasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adhiana, T. P., Prakoso, I., & Pangestika, N. (2020). Evaluasi Kapasitas Produksi Ban Menggunakan Metode RCCP dengan Pendekatan Bola. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 6(1), 6–12. <https://doi.org/10.33884/jrsi.v6i1.2379>
- [2] Dian Indrawati, C., Paulus, A. L., & Murdapa, P. S. (2021). Demand and Production Management Systematics for Optimizing the Fulfillment of Tempe Demand in MSMEs Mantab Rasa Madiun City. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 5(2), 171–188. <https://doi.org/10.21009/JPMM.005.2.01>
- [3] Diaz, T., & Whiting, B. (2022). *Demand Management Process and Examples*. Study.Com. <https://study.com/learn/lesson/demand-management-process-examples.html>
- [4] Dimitrova, K., Panayotova, T., & Veleva, N. D. (2021). *Model for Research into the Factors Influencing the Effective Planning and Management of Production Capacity*.
- [5] Gani, A. G. (2014). Analisa Sistem Reservasi Tiket Pada PT XYZ. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 6(2), 1–24. <https://doi.org/10.35968/jsi.v6i2.309>
- [6] Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, S., Simarmata, H. M. P., & Permadi, L. A. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- [7] Inoua, S. M., & Smith, V. L. (2020). *The Classical Theory of Supply and Demand*.
- [8] Juliantera, I. K., & Mandala, K. (2020). Perencanaan dan Pengendalian Produksi Agregat pada Usaha Tedung UD Dwi Putri di Klungkung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 99. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i01.p06>
- [9] Kandampully, J. (2000). The Impact of Demand Fluctuation on the Quality of Service: A Tourism Industry Example. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- [10] Rani, A. M. (2019). Meningkatkan Kapasitas Produksi dengan Capacity Planning (Studi pada PT XYZ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 16(1), 39–49.
- [11] Riadi, M. (2020). *Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>
- [12] Sugiatna, A. (2021). Analisis Perencanaan Kapasitas Produksi dengan Menggunakan Metoda Rought Cut Capacity Planning Pendekatan CPOF di PT. XYZ. *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 9(02), 28–32. <https://doi.org/10.53580/sistemik.v9i02.61>
- [13] Venkatadri, U., Wang, S., & Srinivasan, A. (2021). A Model for Demand Planning in Supply Chains with Congestion Effects. *Logistics*, 5(1), 3. <https://doi.org/10.3390/logistics5010003>
- [14] Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific.