

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM MIKY SALON

Cristina Tan¹, Jessica Valeria², Jacky³, Louis Hernandez⁴, Bendi Safero⁵

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

E-mail: 2041340.cristina@uib.edu¹, 2041354.jessica@uib.edu², 2041364.jacky@uib.edu³,
2041361.louis@uib.edu⁴, 2041360.bendi@uib.edu⁵

Info Artikel	Abstrak
Article History: Received: 20 Aug 2022 Revised: 29 Aug 2022 Accepted: 08 Sept 2022	<i>Permintaan merupakan kegiatan pembeli dalam memilih berbagai jenis dan jumlah jasa dan barang pada pasar yang dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan. Kelebihan permintaan terjadi ketika permintaan melebihi jumlah yang ditawarkan, sedangkan kelebihan kapasitas terjadi dimana perusahaan memproduksi pada skala output yang lebih rendah daripada yang dirancang, maka itu perlu taktik dalam mengelola kapasitas dan permintaan.</i> <i>Peramalan dalam operasi jasa sangat penting karena memberikan masukan dan informasi yang berharga dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi hasil yang akan terjadi melalui strategi, misalnya melalui desain jasa, strategi penetapan harga, promosi, dan lain-lain.</i>
Keywords: Permintaan, Kapasitas Produksi, UMKM	

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penulisan

Kunci dari keberhasilan sebuah usaha adalah manajemen yang mengelola usaha tersebut. Manajemen untuk mengatur dan mengelola serta memikirkan cara agar usaha yang dijalankan dapat menghasilkan keuntungan (Kraus et al., 2021). Manajemen dibutuhkan tidak hanya pada perusahaan besar tetapi juga dibutuhkan pada bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Batam merupakan kota yang sebagian besar penduduknya merupakan perantau yang berasal dari luar daerah. Untuk bertahan hidup di kota yang tergolong besar ini, sebagian besar perantau membuka usaha kecil-kecilan untuk menghasilkan pendapatan. Basis perantau dan membuka usaha tentunya minim tentang manajemen pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi. Penulis bersama tim melakukan misi pengabdian kepada masyarakat dengan membantu UMKM terkait dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada usaha yang bergerak dibidang jasa.

Pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi penting bagi pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi merupakan tantangan tersendiri bagi manajer ataupun pemilik usaha (dalam UMKM) dalam mengelola dan menyesuaikan jumlah kapasitas yang ditawarkan dengan jumlah permintaan konsumen selama operasional usaha dengan kondisi yang terus berubah-ubah (Anista & Widiyastuti,

2016). Penulis bersama tim menganalisis usaha dengan mengenal lebih dalam mengenai UMKM yang menjadi objek penelitian serta memberikan penilaian dan saran serta masukan mengenai manajemen permintaan dan kapasitas produksi UMKM. UMKM yang menjadi objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Miky Salon yang beroperasi di kota Batam.

Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan artikel pengabdian kepada masyarakat terbagi menjadi beberapa tujuan, antara lain, yaitu:

- a. Menyelesaikan ujian tengah semester pendek jurusan Manajemen di Universitas Internasional Batam.
- b. Mempelajari dan mendalami pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi
- c. Mengetahui penerapan pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi secara langsung pada UMKM Miky Salon.
- d. Memenuhi misi pengabdian kepada masyarakat yang merupakan program dari Universitas Internasional Batam.

Manfaat Penulisan

Manfaat yang dapat diambil dari penulisan artikel pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat topik pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi yaitu, sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Manfaat utama yang dapat diperoleh penulis ialah terpenuhinya syarat ujian tengah semester pendek mata kuliah inovasi jasa dan pemasaran di Universitas Internasional Batam. Manfaat lainnya yang dapat diperoleh penulis adalah penulis dapat mempelajari lebih dalam dan mengetahui bagaimana penerapan pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM.

- b. Bagi Pemilik UMKM

Manfaat yang diterima oleh pihak pemilik UMKM ialah adanya masukan dan edukasi mengenai pentingnya manajemen bisnis dengan mengelola permintaan dan kapasitas produksi pada usaha yang dijalankan.

- c. Bagi Pembaca

Pembaca artikel pengabdian kepada masyarakat ini dapat memperoleh manfaat di antaranya sebagai bahan edukasi serta referensi yang dapat digunakan untuk penelitian yang mengangkat topik serupa dengan artikel ini.

LANDASAN TEORI

Teori Permintaan

Permintaan merupakan kegiatan pembeli dalam memilih berbagai jenis dan jumlah jasa dan barang pada pasar di berbagai kemungkinan harga. Permintaan barang atau jasa di pengaruhi langsung oleh harga yang ditawarkan menurut analisa ekonomi. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. (Sukirno,2013)

Jika seseorang mengatakan permintaan, maka yang di maksud adalah permintaan yang disertai daya beli terhadap suatu benda. Permintaan ini biasa dinyatakan dengan suatu

kurva permintaan.² Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap suatu barang dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah) barang yang diminta. Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga dapat berubah-ubah sepanjang waktu. Perubahan tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan perekonomian dan pengaruh lainnya. Dengan demikian harga suatu barang dapat berbeda-beda pada jangka waktu tertentu.

Kuantitas barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada jangka waktu tertentu disebut sebagai permintaan. Menurut Wijaya permintaan menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama suatu periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Winardi permintaan merupakan jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada saat tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Definisi lain mengatakan permintaan dalam terminologi ekonomi adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga (Mujiyanto, 2011).

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu, atau sesuatu yang diinginkan oleh seseorang untuk dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (Grandys, 2007). Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.

Kelebihan Permintaan

Kelebihan permintaan dan penawaran adalah salah satu konsep penting harus dipahami agar tidak bingung ketika membahas bagaimana terjadinya perubahan keseimbangan pasar. Kelebihan permintaan dan penawaran akan membawa konsekuensi pada perubahan harga dan kuantitas barang sehingga perubahan keseimbangan pasar akan terjadi. Agar memahami konsep kelebihan penawaran dan permintaan ini, teman-teman harus terlebih dahulu memahami konsep-konsep dasar pada teori permintaan dan penawaran barang serta memahami bagaimana konsep harga keseimbangan / keseimbangan pasar.

Kelebihan permintaan adalah kondisi dimana jumlah permintaan lebih besar dibandingkan jumlah penawaran pada tingkat harga saat ini. Karena jumlah permintaan lebih besar maka kondisi yang terjadi yaitu kekurangan barang. Barang yang ingin dijual oleh perusahaan pada kondisi ini lebih sedikit dibandingkan jumlah barang yang ingin dibeli oleh konsumen. Kelebihan permintaan (*excess demand*) terjadi ketika jumlah yang diminta melebihi jumlah yang ditawarkan. Dalam situasi ini, harga pasar berada di bawah harga keseimbangan. Dan, ketika mekanisme bekerja, harga akan naik menuju keseimbangan barunya.

Kelebihan Kapasitas

Kelebihan kapasitas (*excess capacity*) adalah di mana kapasitas produksi tidak dimanfaatkan sepenuhnya untuk mencapai skala efisien minimum. Dengan kata lain, perusahaan memproduksi pada skala output yang lebih rendah daripada yang dirancang. Tidak hanya perusahaan tetapi istilah ini juga dapat dikaitkan dengan industri dan ekonomi. Disebut juga dengan *excess capacity* atau kapasitas berlebih. Anda dapat menghitung

kelebihan kapasitas dari perbedaan positif antara output potensial dan output aktual. Output potensial adalah output tertinggi yang dapat dicapai tanpa meningkatkan biaya rata-rata.

Mengelola Kapasitas dan Permintaan

Kapasitas yang ada didalam perusahaan perlu untuk dikelola sehingga perusahaan mampu mendapat keuntungan yang maksimal. Menurut Heizer, dkk (2015), ada beberapa taktik untuk menyesuaikan kapasitas dan permintaan yang ada. Untuk menyesuaikan kapasitas antara lain :

- a. Mengubah staf yang ada (menambah atau mengurangi jumlah karyawan atau gajian kerja)
- b. Menyesuaikan peralatan (termasuk membeli mesin tambahan, menjual atau menyewakan peralatan yang ada)
- c. Memperbaiki proses untuk meningkatkan hasil produksi
- d. Menambah fleksibilitas proses untuk memenuhi perubahan pilihan produk dengan lebih baik.
- e. Menutup fasilitas produk

Peramalan Dalam Operasi Jasa

Peramalan banyak manfaatnya bagi setiap perusahaan, karena memberikan masukan dan informasi yang berharga bagi proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Peramalan menunjukkan perkiraan yang akan terjadi pada suatu keadaan tertentu.

Perencanaan menggunakan ramalan tersebut untuk membantu para pengambil keputusan dalam memilih alternatif Tindakan terbaik. Dengan kata lain, peramalan berusaha memperkirakan apa yang akan terjadi, sedangkan perencanaan merupakan upaya para perngambil keputusan untuk mempengaruhi hasil yang akan terjasdi melalui berbagai strategi, misalnya melalui desain jasa, strategi penetapan harga, promosi, dan lain-lain.

Peramalan memainkan peranan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan adanya karakteristik unik pada perusahaan jasa, yaitu:

- a. **Permintaan Jasa Sangat Fluktuatif**
Fluktuasi permintaan jasa banyak dipengaruhi oleh kebudayaan dan kebiasaan masyarakat. Misalnya, orang biasa berangkat kerjadan sekolah antara pukul 06.30-08.00 Pada jam tersebut pernnintaan akan jasa angkutan akan sangat besar, sementara pada waktu lain (misalnya pukul 22.00-04.00) permintaannya rendah
- b. **Sifat Jasa Tidak Berwujud**
Karakteristik ini menyebabkan jasa tidak dapat disimpan untuk keperluan konsumsi di waktu mendatang, sehingga perusahaan jasa sulit melakukan penyesuaian mendadak terhadap lonjakan permintaan. Oleh karena itu dibutuhkan peramalan yang akurat terhadap pola permintaan pelanggan.
- c. **Jasa Diproduksi dan Dikonsumsi Secara Simultan (Bersamaan Waktunya)**
Semakin besar kebutuhan akan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam operasi jasa, maka semakin besar pula variabilitas kualitas jasa dan permintaan jasa. Akibatnya ada periode sibuk (pelanggan sampai harus menunggu lama) dan adapula periode di mana banyak dijumpai kapasitas menganggur. Melalui peramalan diharapkan kapasitas jasa yang terbatas dapat dioptimalkan untuk memenuhi

permintaan pelanggan.

Proses Peramalan Jasa

Proses peramalan jasa terdiri atas berbagai langkah, sebagai berikut:

- a. Penentuan Tujuan Peramalan
Tujuan peramalan tergantung pada kebutuhan informasi para manajer. Dalam langkah ini ditentukan berbagai hal, seperti variable yang akan diestimasi, pengguna ramalan, alasan dibutuhkannya peramalan, biaya peramalan, jangka waktu peramalan, derajat ketepatan peramalan, dan saat melakukan peramalan
- b. Penyusunan Model
Langkah berikutnya adalah menyusun atau mengembangkan suatu model, yang merupakan penyajian secara lebih sederhana sistem atau aspek yang akan diramal (misalnya permintaan akan jasa). Suatu model seringkali membantu dalam memisahkan pengaruh factor-faktor internal dan eksternal.
Faktor internal adalah faktor yang dapat dikendalikan secara langsung oleh pihak manajemen misalnya biaya promosi, kualitas produk, harga jual (termasuk diskon), garansi, dan saluran distribusi. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang di luar kendali manajemen, seperti tingkat inflasi, tingkat pendapatan masyarakat (konsumen), tingkat pengangguran, perilaku pesaing, dan perubahan kebijakan pemerintah. Pemilihan model yang tepat merupakan aspek yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi validitas (kesahihan) dari reliabilitas (kehandalan) peramalan. Model yang sebaiknya dipilih adalah model yang dapat menggambarkan secara realistis perilaku variable-variabel yang diramalkan. Misalnya perusahaan meramalkan permintaan yang perilakunya bersifat linear, maka model yang dipilih bisa trend linier atau regresi linear.
- c. Pengujian Model
Agar dapat memberikan hasil yang memuaskan, model yang dipilih perlu diuji terlebih dahulu sebelum diterapkan. Dengan demikian akurasi, validitas, dan reliabilitasnya dapat ditentukan. Pengujian ini dilakukan dengan cara meramalkan nilai pada periode sekarang di mana nilai-nilai data historis yang aktual telah diketahui.

Pengertian Hair Studio and Make Up (Salon)

Salon menurut Nelly Hakim (2001:169) adalah sarana pelayanan umum untuk kesehatan kulit, rambut dan tubuh dengan perawatan secara manual, preparatif, aparatif dan dekoratif yang moderen maupun tradisional, tanpa tindakan operasi (bedah). Selain itu, sebuah salon kecantikan atau salon kecantikan (atau kadangkala toko kecantikan) adalah sebuah usaha yang berhubungan dengan perawatan kosmetik untuk pria dan wanita. Variasi lain dari jenis ini termasuk usaha salon rambut dan spa. Disini terdapat perbedaan antara salon kecantikan dan salon rambut dan meskipun banyak usaha kecil yang menawarkan banyak set perawatan; salon kecantikan menyediakan layanan umum yang berkaitan dengan kesehatan kulit, wajah estetika, perawatan kaki, aromaterapi, bahkan meditasi, terapi oksigen, mandi lumpur, dan tak terhitung layanan lainnya. (www.wikipedia.org, Salon, Oktober 2008)

METODE PENELITIAN

Metode atau prosedur yang dilaksanakan

Dalam pelaksanaan analisis terhadap UMKM Salon, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif beserta metode wawancara dan observasi secara langsung ke UMKM salon tersebut dan data – data tersebut akan diperoleh dan dikembangkan dengan teori yang diperoleh akan dikembangkan dengan teori yang sudah di cantumkan. Metode ini merupakan salah satu metode yang akan digunakan dalam membuat penelitian dengan pengumpulan berbagai data yang diperlukan secara lengkap. Prosedur kualitatif merupakan suatu penelitian yang dapat menghasilkan suatu data deskriptif yang berupa kata-kata yang tertulis dari hasil yang telah di amati atau survei. Alasan UMKM salon kami menggunakan metode pendekatan kualitatif adalah karena metode tersebut dapat mendeskripsikan pengelolaan permintaan di UMKM salon tersebut.

Data yang digunakan

Data yang digunakan dalam menganalisis UMKM salon tersebut adalah data primer. Data primer merupakan sebuah data yang biasanya diperoleh secara langsung dari sumber utama. Berdasarkan cara memperoleh datanya, penulis dapat memperoleh data-data tersebut secara observasi langsung tanpa mendapatkan data-data dari sumber lain.

Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang digunakan untuk UMKM salon tersebut adalah metode observasi. Metode observasi merupakan sebuah metode yang dapat mengumpulkan data-data secara kompleks. Metode Observasi ini juga terbagi menjadi dua kategori yaitu participant observation dan non-participant observation.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang kami gunakan untuk UMKM salon ini adalah analisis data naratif. Analisis data naratif merupakan sebuah paradigm dengan mengumpulkan deskripsi peristiwa atau kejadian dan kemudia menyusunya menjadi cerita dengan menggunakan alur cerita. Teknik pengelolaan permintaan yang akan di implementasikan pada UMKM salon tersebut. Dengan menggunakan teknik analisis data naratif ini dalam melakukan analisis UMKM salon ini sangat membantu kami dalam mendapatkan informasi mengenai UMKM Salon tersebut.

HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Hasil Analisa Pola Permintaan

Menurut Ahman (2009:89), “Permintaan diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang diminta (mampu dibeli) seseorang atau individu dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga”. Dalam permintaan tentu saja ada pola yang terlaksana pada suatu bisnis atau usaha.

Pola permintaan adalah susunan jasa yang mencakup jenis dan jumlah perawatan rambut rata- rata per hari yang umum digunakan pembeli pada jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil penelitian frekuensi permintaan perawatan rambut di salon oleh Miky Salon yaitu 130-260 orang dalam waktu sebulan.

Salon setiap bulan membeli bahan perawatan seperti sampo, conditioner, vitamin dan cream perawatan lainnya. Hal ini didasari dengan alasan bahwa setiap bulannya terkadang salon kehabisan bahan disaat pelanggan ramai setiap hari nya. Bahan yang dibeli juga

merupakan bahan utama dalam perawatan rambut di salon Miky. Jumlah permintaan bahan dalam perawatan sebanyak 4-6 juta per bulan dengan rata-rata pelanggan 7,8-15,6 juta per bulan. Bahan yang digunakan oleh salon menggunakan berbagai jenis serta varian. Hal ini didasari dengan beberapa pelanggan yang akan mencari merk atau jenis yang diinginkan sehingga salon dapat selalu menyediakannya untuk pelanggan. Tentu saja merk ataupun jenis yang dipilih merupakan bahan dengan kualitas yang bagus dan aman.

Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi

Kapasitas merupakan sesuatu hal yang terbatas. Dan permintaan sendiri merupakan sesuatu hal yang tidak terbatas dan akan selalu bertambah. Untuk itu kita harus bisa melakukan pengelolaan yang baik akan supply dan demand tersebut.

Dalam tujuan menyesuaikan kapasitas dan permintaan yang ada, Miky Salon melakukan beberapa hal diantaranya,

a. Menambah karyawan

Hal ini dilakukan saat hari libur panjang atau ketika salon dalam masa promo dengan tujuan agar karyawan lain tidak berat dalam tugasnya serta menjaga kinerja serta citra salon agar tetap dapat diandalkan pelanggan.

b. Mengeluarkan peralatan cadangan

Hal ini dilakukan saat salon mengalami kenaikan pelanggan yang menyebabkan dibutuhkan kinerja dari karyawan serta alat yang semakin banyak.

c. Perubahan proses

Perubahan ini menyangkut cara kerja dari perawatan yang disediakan. Salon senantiasa terus belajar dan mengembangkan inovasi agar hasil yang diperoleh dengan kualitas bagus namun dapat dikerjakan dengan cepat dan nyaman

Teknik pada pengelolaan permintaan kapasitas produk diatas dilakukan berdasarkan menurut Heizer, dkk (2015).

Sistem Reservasi

Menurut O'Brien (2003, p.8), sistem adalah kumpulan elemen yang saling berinteraksi membentuk suatu tujuan. Sedangkan informasi adalah data yang telah diproses menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penggunaannya (McLeod, 2001, p.12).

Sistem reservasi yang digunakan pada Miky salon adalah dengan dua cara.

1. Offline

Pelanggan yang datang ke salon akan langsung dilayani oleh resepsionis salon. Setelah itu resepsionis akan menanyakan nama dan juga kebutuhan apa yang diperlukan. Jika pelanggan sudah menjelaskan semuanya, resepsionis akan mencatat keperluan pelanggan ke dalam note layanan yang akan diberikan kepada karyawan yang akan melayani pelanggan tersebut. Jika ada permintaan khusus dari pelanggan, akan disertakan ke dalam note layanan tersebut.

Saat pelanggan dilayani, karyawan akan melayani sebaik-baiknya hingga pelanggan benar-benar merasa puas akan pelayanan salon. Setelah selesai, pelanggan akan langsung ke resepsionis untuk melakukan pembayaran. Pada saat akan membayar, pelanggan akan ditanyai apakah ada tambahan atau tidak, dalam hal ini resepsionis menawarkan barang yang dijual oleh salon, seperti vitamin rambut, dll. Jika pelanggan berminat, maka akan ditambahkan kedalam daftar

struk pembayaran yang akan dicetak. Setelah selesai semuanya, maka resepsionis akan mencetak struk pembayaran rangkap 2, satu untuk pelanggan dan satu lagi untuk disimpan resepsionis, dan pelanggan akan membayar sesuai dengan nominal yang tertera dalam struk.

2. Online

Pelanggan menghubungi kontak yang tertera di sosial media atau google pencarian perihal salon. Saat sudah menghubungi, pelanggan dapat memilih berbagai layanan yang ingin dilakukan. Setelah itu, pelanggan harus membayar DP sebesar 30% dari total pembayaran. Pembayaran dilakukan dengan transfer melalui rekening ataupun online cash lainnya. Apabila pelanggan membatalkan pemesanan, uang DP yang telah dibayarkan tidak dapat dikembalikan.

Saat datang ke salon, pelanggan dapat langsung menuju ke bagian resepsionis. Bagian resepsionis mengkonfirmasi ulang perawatan yang akan dilakukan pelanggan. Setelah selesai, pelanggan langsung dilayani oleh karyawan salon. Setelah pelayanan sudah dilakukan, resepsionis akan mengecek ulang transaksi yang telah dilakukan dan menghitung sisa pembayaran yang harus dibayarkan oleh pelanggan, kemudian resepsionis akan mencetak struk pembayaran rangkap 2, satu untuk pelanggan dan satu lagi untuk disimpan resepsionis, dan pelanggan akan membayar sesuai dengan nominal yang tertera dalam struk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Permintaan merupakan kegiatan pembeli dalam memilih berbagai jenis dan jumlah jasa dan barang pada pasar yang dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan. Kelebihan permintaan terjadi ketika permintaan melebihi jumlah yang ditawarkan, sedangkan kelebihan kapasitas terjadi dimana perusahaan memproduksi pada skala output yang lebih rendah daripada yang dirancang, maka itu perlu taktik dalam mengelola kapasitas dan permintaan.

Peramalan dalam operasi jasa sangat penting karena memberikan masukan dan informasi yang berharga dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi hasil yang akan terjadi melalui strategi, misalnya melalui desain jasa, strategi penetapan harga, promosi, dan lain-lain.

Salon adalah sarana pelayanan umum untuk kesehatan kulit, rambut dan tubuh tanpa operasi bedah. Dalam menganalisa umkm salon ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif beserta metode wawancara dan observasi sehingga otomatis kami menggunakan data yang bersifat primer dengan teknik analisis data naratif.

Dari metode tersebut, penulis berhasil menjabarkan hasil analisa pola permintaan salon, serta strategi Miky Salon dalam mengelola permintaan dan kapasitas produksi serta sistem reservasi yang digunakan Miky Salon.

Saran

Dari UMKM Miky Salon, sarannya adalah sebagai berikut

a. Penambahan karyawan

Karena susahnyanya dalam merekrut karyawan yang hanya mau bekerja di libur panjang.

Jadi UMKM Miky Salon hanya merekrut karyawan yang kerja tidak tetap. Oleh karena itu, maka pihak salon tidak bisa memastikan keahlian pekerja dalam bekerja dibidang salon. Sarannya adalah mencari karyawan tetap yang berminat belajar di bidang salon dan siap menerima untuk bekerja di hari libur yang panjang.

b. Mengeluarkan peralatan cadangan

Mengeluarkan peralatan cadangan di saat usaha di saat hari libur atau usaha sedang bagus akan menyebabkan bertambahnya aset yang tidak terpakai dan modal. Ditambahnya alat cadangan tersebut jarang dipakai oleh karyawan, jadinya karyawan tersebut belum terbiasa dipakai dan bisa memperlambat kinerjanya.

Sarannya adalah jadikan alat cadangan menjadi alat tetap agar karyawan terbiasa memakainya dan juga membantu karyawan mahir dalam menggunakan alat tersebut.

c. Perubahan proses

Merubah proses untuk meningkatkan minat pelanggan adalah sangat bagus. Tetapi Salon merupakan usaha jasa yang sudah bisa menentukan proses kerja. Karena terus merubah proses dan belum menemukan strategi yang baik dalam melayani pelanggan sehingga berpengaruh dalam kenyamanan pelanggan yang biasa datang 2-4 kali tapi terjadinya perubahan proses yang membuat pelanggan kurang nyaman karena tidak sesuai dengan kesan pada saat pertama kali datang.

Sarannya adalah menetapkan strategi dan proses untuk kenyamanan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anista, T., & Widiyastuti, T. (2016). Analisis pengelolaan persediaan bahan baku untuk meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan konsumen pada UD Nanda Putri Srengat Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 92–103.
- [2] <https://cerdasco.com/kapasitas-berlebih/>
- [3] <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2057/3/BAB%20II.pdf>
- [4] [https://eprints.umm.ac.id/82661/3/BAB II KAJIAN PUSTAKA%5B1%5D.pdf](https://eprints.umm.ac.id/82661/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUSTAKA%205B1%205D.pdf)
- [5] Kotler, Philip & Keller, 2016, *Marketing Management*, 15 Edition, Pearson Education, Inc
- [6] Kraus, S., Mahto, R. V., & Walsh, S. T. (2021). The importance of literature reviews in small business and entrepreneurship research. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–12. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1955128>
- [7] Raharja, Sam'un J., 2016, *Formulation of Strategic Planning Base on Environment: Studies in Five Organizations*, Vol. 1, no.3, pp 207-219, diakses pada tanggal 20 Juni 2020, <https://download.portalgaruda.org/article.php?article=477122&val=9189&title=PENYUSUNAN%20PERENCANAAN%20STRATEGIK%20BERBASIS%20LINGKUNGAN:%20%20STUDI%20PADA%20LIMA%20ORGANISAS>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN