



PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA UMKM BEST MART DI KOTA BATAM

Andryanto, Cindy Valentina, Rudiyanto, Fitriana Aidnilla Sinambela

Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen,

Universitas Internasional Batam, Indonesia

Abstrak

UMKM Best Mart adalah sebuah toko yang bergerak di usaha perdagangan produk kebutuhan sehari-hari. UMKM ini telah berdiri sejak tahun 2018 yang terletak di Sungai Panas, Kota Batam. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk melakukan analisa pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Best Mart kota Batam. Metode yang digunakan dalam kegiatan analisis adalah metode penelitian deskriptif kualitatif berserta metode wawancara dan observasi secara langsung ke UMKM Best Mart, kemudian data yang diperoleh akan dikembangkan dengan teori yang sudah penulis pelajari di mata kuliah Inovasi Jasa dan Pemasaran. Hasil dan kesimpulan dari analisa adalah sejak Best Mart berdiri pada tahun 2018, mereka pernah mengalami permintaan berlebihan pada tahun 2019, kemudian pada tahun 2020 Best Mart telah mempelajari mengelola keseimbangan antara permintaan dan kapasitas, lalu memasuki tahun 2021 permintaan dan kapasitas Best Mart telah dikelola baik yang dikarenakan telah belajar dari pengalaman sebelumnya. Penulis juga menyarankan Best Mart untuk menggunakan inventory demand using a reservation system. Sistem reservasi yang digunakan oleh Best Mart adalah Instagram dan WhatsApp chat.

Kata Kunci: Best Mart, Pengelolaan, Permintaan, Kapasitas, Reservasi.

PENDAHULUAN

UMKM Best Mart adalah sebuah toko yang bergerak di usaha perdagangan produk kebutuhan sehari-hari. UMKM ini telah berdiri sejak tahun 2018 yang terletak di Sungai Panas, komplek Nusa Jaya Blok A No. 15-16, Kota Batam. Best Mart beroperasi dari Senin-Minggu, jam 08.00 sampai 22.00 WIB dengan tenaga kerja yang berjumlah sekitar 15 orang. *Core product* dari Best Mart adalah barang-barang sembako dengan layanan *supplementary service element* seperti jasa antar barang, membantu pelanggan mengangkat barang masuk ke dalam mobil dan lain sebagainya. Sebuah supermarket yang besar tanpa adanya layanan itu transaksi jual beli UMKM tidak akan bisa lancar maupun berhasil. Misalnya jika seorang konsumen mengunjungi Best Mart untuk belanja sesuatu, kemudian barang yang ingin dicari tidak dapat ditemukan akan menyebabkan terjadinya pembatalan berbelanja di Best Mart. Tetapi sebaliknya, jika adanya layanan karyawan dalam membantu konsumen untuk mencari barang yang ingin dibeli maka ini akan menyebabkan keberhasilan dalam transaksi dan sekaligus kualitas pelayanan dari UMKM juga akan meningkat. Dengan kualitas pelayanan yang baik, akan menarik konsumen baru dan akan membuat pelanggan merasa puas dan tidak menyesal untuk kembali terus berbelanja.

Dengan demikian, dalam penulisan ini penulis akan melakukan analisa pola permintaan, pengelolaan dan kapasitas di Best Mart selama 3 tahun terakhir, kemudian penulis akan menjelaskan teknik pengelolaan dan kapasitas untuk diimplementasikan pada Best Mart dan sistem reservasi yang digunakan.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk melakukan analisa pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi pada UMKM Best Mart kota Batam. Penulis berharap manfaat yang bisa didapatkan dari penulisan artikel ini terhadap Best Mart adalah dapat menjadi sumber informasi yang bisa membantu Best Mart dalam pengelolaan permintaan dan

kapasitas produksi UMKM serta mampu meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mengenai teknik pengelolaan permintaan dan kapasitas terhadap Best Mart yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan seperti kelebihan permintaan maupun kelebihan kapasitas, sehingga dapat meningkatkan produktivitas serta pendapatan yang maksimal pada UMKM Best Mart.

Kelebihan permintaan merupakan tingkat permintaan melebihi kapasitas maksimum yang tersedia, yang menyebabkan beberapa pelanggan ditolak layanan dan bisnis hilang. (Jiang, 2021).

Permintaan melebihi kapasitas optimal tidak ada yang diubah, tetapi kondisi ramai dan pelanggan cenderung mengalami penurunan kualitas pelayanan. Permintaan dan persediaan seimbang pada tingkat kemampuan yang optimal dimana para staf dan fasilitas sibuk tanpa harus bekerja terlalu keras, dan pelanggan menerima pelayanan yang baik tanpa penundaan (Wirtz & Christopher H, 2022).

Kelebihan kapasitas merupakan fenomena dimana surplus kapasitas di sektor industri melampaui permintaan pasar secara tidak rasional, dengan penurunan harga dan keuntungan, yang kemudian dapat menyebabkan kerugian berkelanjutan (Hu *et al.*, 2020).

Dua jenis fluktuasi permintaan yaitu fluktuasi jangka pendek dan jangka panjang. Pada fluktuasi jangka pendek, karena kegiatan ekonomi mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, yang menyebabkan kenaikan harga barang dan jasa namun pertumbuhan normal tidak terjadi yang dimana akan terjadi resesi ekonomi. Contohnya seperti disaat nilai mata uang dollar AS naik, maka otomatis mata uang Rupiah menurun dan hal ini akan menyebabkan terjadinya kenaikan harga barang. Fluktuasi jangka panjang adalah dimana harga menjadi fleksibel dan bias saat menanggapi perubahan pada saat kegiatan penawaran atau permintaan (Kurniati *et al.*, 2019).

Pengelolaan kapasitas produksi merupakan proses dalam menentukan

berapa kapasitas produksi yang perusahaan manufaktur butuhkan untuk dapat memenuhi perubahan permintaan pada setiap produknya. Tujuan utama pengelolaan kapasitas produksi adalah melakukan penjadwalan pada manajemen produksi yang strategis agar dapat menciptakan kapasitas yang efektif. Terdapat dua jenis pengelolaan kapasitas produksi, yaitu (Fathinah, 2019):

- a. Pengelolaan kapasitas jangka pendek
Pengelolaan kapasitas dalam jangka pendek bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu kejadian yang secara serempak terjadi dalam kurun waktu yang terbatas, contohnya ketika konsumen ingin permintaannya dipenuhi dalam waktu yang singkat.
- b. Pengelolaan kapasitas jangka Panjang
Melakukan aktivitas penjadwalan produksi yang diprediksikan akan terjadi di masa depan, contohnya perencanaan produksi dalam skala besar untuk melakukan perayaan pada hari besar.

Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen (Pandapotan *et al.*, 2019). Dalam memahami pola permintaan memungkinkan suatu perusahaan dapat melakukan penjadwalan dalam pekerjaan pemeliharaan yang kurang preventif pada hari-hari yang diantisipasi mendapatkan permintaan yang tinggi yang biasanya akan lebih menguntungkan. Untuk memahami pola permintaan per segmen, penelitian harus dimulai dengan mendapatkan jawaban atas serangkaian pertanyaan penting tentang pola permintaan dan penyebab mendasarnya. (Wirtz & Christopher H, 2022).

Pengelolaan permintaan atau *demand management* merupakan suatu usaha dalam membuat suatu permintaan dapat lebih mudah dipenuhi oleh *supply*

chain (Hörcher *et al.*, 2022). Pengelolaan permintaan ini dapat berupa pengadaan, perkiraan berapa yang ingin diproduksi, hingga mendistribusikan barang atau jasa tersebut. Upaya ini dilakukan agar dapat meyakinkan profil permintaan pelanggan dalam memenuhinya memiliki pola yang mudah dan efisien.

Sistem reservasi secara alternatif dapat digunakan untuk menginventarisasi permintaan. Ketika berbicara mengenai sistem reservasi, orang akan langsung menyebut maskapai penerbangan, hotel, restoran, sewa mobil, bioskop, dan sebagainya (Nazareta *et al.*, 2021).

METODE PENELITIAN

Dalam pelaksanaan analisis terhadap UMKM Best Mart, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif berserta metode wawancara dan observasi secara langsung ke UMKM Best Mart, kemudian data yang diperoleh akan dikembangkan dengan teori yang sudah dibahas. Metode yang penulis gunakan untuk menganalisa UMKM Best Mart adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif. Alasan penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi di UMKM Best Mart. Penelitian kualitatif ini selalu berusaha mengungkap suatu masalah, keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya. Hasil dari penelitian ini diarahkan dan diterapkan pada upaya memberi gambaran secara objektif dan sedetail mungkin tentang berbagai keadaan yang sebenarnya dari obyek studi.

Data yang digunakan dalam analisis terhadap UMKM Best Mart adalah data primer. Data primer merupakan sebuah dokumen atau data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama (Tineges, 2021). Berdasarkan cara memperoleh datanya, penulis memperoleh data secara observasi langsung tanpa mendapatkan data-data dari sumber lain.

Metode pengambilan data yang digunakan oleh penulis yaitu observasi. Observasi adalah sebuah metode

pengumpulan data-data secara kompleks karena metode pengambilan data ini melibatkan berbagai macam faktor dalam pelaksanaannya (Hasanah, 2020). Penulis menggunakan metode observasi dengan kategori *Participant Observation* karena kegiatan analisis ini penulis ikut secara langsung dalam kegiatan proses yang sedang dianalisis. Metode pengambilan data ini sangat cocok untuk melakukan analisis terhadap UMKM Best Mart yang bertujuan untuk analisis pola permintaan, pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi di UMKM selama 3 tahun terakhir.

Teknik analisis data yang penulis gunakan yaitu "Analisis Naratif". Pada analisis naratif ini lebih fokus pada bagaimana teknik pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi yang akan diimplementasikan pada UMKM. Metode penelitian ini digunakan oleh penulis dalam rangka untuk membuat suatu interpretasi tentang pola permintaan yang ditemukan serta sistem reservasi yang digunakan. Dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif naratif ini dalam melakukan analisis secara observasi dan wawancara sangat membantu penulis dalam mendapatkan informasi mengenai pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi di UMKM Best Mart selama 3 tahun terakhir. Pada metode penelitian kualitatif naratif ini juga sangat membantu penulis dalam membuat berbagai perencanaan untuk diimplementasikan pada UMKM Best Mart.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Pola Permintaan, Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi di Best Mart Selama 3 Tahun Terakhir

Diketahui dalam wawancara dan observasi, bahwa cara pemilik UMKM Best Mart melakukan analisa pola permintaan mereka adalah dengan melakukan riset pasar mengenai apa saja permintaan konsumen dari kawasan Sungai Panas, Batam, sebelum UMKM Best Mart akan didirikan. Kemudian pemilik Best Mart

mengetahui bahwa ditempat usaha didirikan terdapat beberapa saingan, dari situ pemilik Best Mart mencari tahu apa saja permintaan konsumen mereka sehingga pemilik Best Mart dapat menerapkan inovasi baru. Hasilnya, pemilik Best Mart mengetahui bahwa di kawasan Best Mart terdapat toko yang hanya menjual barang pecah belah, makanan dan minuman seharga 8 ribu, kemudian toko tersebut tidak menjual barang sembako seperti beras dan *frozen food*, bahan makanan, kosmetik, susu formula. Lokasi Best Mart terletak di Komplek Nusa Jaya, dimana pada komplek ini terdapat banyak rumah tangga yang tinggal di daerah ini. Sehingga pemilik Best Mart merasa bahwa ini akan adanya permintaan yang relatif tinggi, karena rata-rata penduduk kawasan Best Mart maupun ibu rumah tangga akan berbelanja kebutuhan pribadi maupun keluarga mereka dengan kapasitas yang lumayan besar. Dengan ini pemilik Best Mart menyediakan jasa dalam menyediakan barang-barang sembako, alat-alat rumah tangga, yang dibutuhkan oleh rumah tangga maupun kepribadian pada kawasan Sungai Panas.

Selama 3 tahun terakhir, Best Mart dalam mengelola permintaan dan kapasitas pernah mengalami permintaan berlebihan pada tahun 2019. Biasanya mereka akan menyesuaikan antara permintaan dan kapasitas sesuai dengan hari raya besar seperti imlek, idul fitri, natal, tahun baru, karena dihari raya besar ini biasanya permintaan sangat tinggi jika dibandingkan dengan hari biasa. Menjelang kedatangan hari raya besar, Best Mart akan beroperasi sampai pukul 00.00 untuk memenuhi permintaan yang ada, kemudian untuk permintaan layanan pesanan chat juga akan dilayani maksimal oleh Best Mart, begitu juga sikap pelayanan terhadap permintaan pada hari biasa. Setiap akhir bulan menuju awal bulan, UMKM Best Mart akan menambah kapasitas bahan pokok seperti, sampo, bahan sembako, dan lain – lainnya, karena adanya permintaan yang meningkat pada produk tersebut daripada pertengahan bulan. Kemudian pada hari raya besar

seperti imlek, idul fitri, dan natal, UMKM akan menyediakan bahan keperluan sesuai dengan hari raya tersebut. Pada hari raya imlek, UMKM Best Mart akan menyediakan produk minuman kaleng atau botol yang lebih banyak daripada hari biasanya, dan juga menyediakan gantungan khas hari raya imlek serta angpao. Pada hari raya idul fitri, Best Mart biasanya akan menyediakan bahan pangan seperti, kurma, minuman kaleng atau botol, kue kering, dan ketupat instan. Oleh sebabnya hari raya natal juga mendekati dengan tahun baru maka dengan kesempatan ini Best Mart menyediakan berbagai alat dan bahan BBQ, dan berbagai jenis minuman.

Pada bulan Februari 2019 merupakan tahun pertama bagi Best Mart menjual berbagai dekorasi dan aksesoris serta minuman untuk tahun baru imlek seperti gantungan atau tempelan dinding khas imlek, angpao, minuman kaleng dan botol. Hal ini dikarenakan Best Mart baru pertama kali menjual barang-barang tersebut yang sebelumnya diprediksi bahwa permintaan tidak akan melebihi kapasitas, tetapi hasilnya Best Mart pada tahun tersebut mengalami kekurangan kapasitas dalam penjualan tersebut. Tetapi dengan hari ke hari yang berlalu, Best Mart pun selalu berusaha dalam mengelola permintaan dan kapasitas mereka agar tetap seimbang dan meningkatkan pendapatan mereka, sehingga mereka tidak akan mengalami kesalahan yang sudah pernah terjadi.

Pada bulan Maret 2020, Best Mart mengalami peningkatan permintaan dikarenakan adanya Covid-19 masuk ke Indonesia pada bulan tersebut, maka orang-orang yang tinggal disekitar Best Mart mengalami *panic buying* sehingga barang-barang yang di jual oleh Best Mart terutama produk kebutuhan rumah tangga meningkat pesat pada penjualannya, hal ini membuat penghasilan Best Mart juga meningkat dengan pesat. Pada masa pandemi itu, Best Mart pun segera melakukan manajemen perubahan yaitu dengan menerapkan protokol kesehatan agar Best Mart tidak mengalami penurunan

permintaan dan memberikan rasa keamanan dan kenyamanan kepada konsumen yang mengunjungi Best Mart saat berbelanja. Tindakan ini diterapkan agar Best Mart dapat mempertahankan usahanya ditengah masa pandemi. Pada bulan April, Mei, dan Juni 2020, pemerintah menerapkan kebijakan *social distancing* (pembatasan sosial) dan *Work from Home* sebelum *New Normal Life* yang diterapkan pada pertengahan Juni 2020. Dengan kondisi seperti ini cara Best Mart dalam menjaga keseimbangan permintaan dan kapasitas mereka adalah dengan tidak mengurangi kapasitas mereka, karena pada saat *social distancing* dan *work from home* jumlah permintaan akan lebih tinggi yang disebabkan masyarakat pada saat itu tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas di luar rumah, sehingga untuk memenuhi permintaan yang ada, Best Mart pun juga menyediakan layanan pesanan produk melalui *WhatsApp chat* serta memberikan layanan pengantaran dikawasan Sungai Panas dengan free ongkir tanpa batas minimal belanja.

Memasuki tahun 2021, permintaan dan kapasitas Best Mart sudah terkelola dengan baik selama 3,5 tahun berdirinya Best Mart. Dari pengalaman tahun-tahun sebelumnya, Best Mart telah mengetahui permintaan yang ada. Sehingga pada tahun 2021 Best Mart juga bisa dikatakan mengalami inflasi. Pada bulan Februari, Mei dan Desember merupakan periode hari raya bagi masyarakat Indonesia sekaligus menyambut tahun baru 2022 Best Mart sudah bisa menentukan berapa banyak kapasitas yang harus mereka sediakan pada hari raya besar tersebut.

Teknik Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi Untuk Diimplementasikan pada Best Mart

Penulis menyarankan Best Mart untuk menggunakan salah satu dari 4 pendekatan dalam managing demand adalah *inventory demand using a reservation system*. Di zaman era digital ini, transaksi produk tidak lagi hanya dilakukan secara tradisional saja, namun sudah

banyak UMKM yang telah memanfaatkan media online seperti WhatsApp, Instagram, bahkan aplikasi Tik Tok untuk membangun, mempromosi, serta membangkitkan usaha maupun produk mereka. Selain media online dimanfaatkan sebagai sarana promosi suatu usaha atau produk, juga dimanfaatkan sebagai sistem reservasi dalam kegiatan jual beli produk. Dengan menggunakan sistem reservasi pada Best Mart, maka semua permintaan yang ada pada Best Mart akan dapat dilayani secara keseluruhan. Dengan adanya sistem reservasi, maka Best Mart juga dapat analisa pola permintaan yang ada, sehingga Best Mart mampu merencanakan jumlah kuantitas kapasitas yang akan diproduksi agar mencapai keseimbangan dalam pengelolaan permintaan dan kapasitas. Tindakan ini dilakukan agar dapat membentuk suatu perencanaan yang teratur dengan pilihan layanan online dan tatap muka untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Pengelolaan kapasitas merupakan proses dalam menentukan berapa jumlah kuantitas kapasitas yang dibutuhkan untuk memenuhi perubahan permintaan pada setiap produknya. Teknik pengelolaan kapasitas yang dapat diimplementasikan pada Best Mart adalah menyesuaikan kapasitas untuk mencocokkan permintaan. Pengelolaan kapasitas yang dapat dilakukan Best Mart adalah berdasarkan jangka panjang dengan periode 1 tahun yang bertujuan untuk melakukan aktivitas penjadwalan penambahan kapasitas yang diprediksikan akan terjadi di masa depan seperti melakukan perencanaan kapasitas dalam skala besar untuk melakukan perayaan pada hari raya besar antara lain imlek, idul fitri, natal, dan tahun baru. Belajar dari pengalaman sebelumnya Best Mart, bahwa Best Mart pada tahun 2019 pernah mengalami kekurangan kapasitas saat hari raya imlek. Dengan terkumpulnya pengalaman selama 4 tahun Best Mart berdiri, cara yang dapat diterapkan Best Mart untuk mengelola kapasitas mereka adalah dengan melihat jumlah permintaan dan kapasitas tahun sebelumnya agar Best

Mart tidak lagi mengalami kelebihan maupun kekurangan kapasitas pada hari raya besar maupun di hari biasanya. Menjelang hari raya besar, Best Mart harus menambah kapasitas mereka daripada hari biasa agar dapat memenuhi permintaan secara keseluruhan. Kemudian di hari biasa, Best Mart dapat mengelola kapasitas sesuai dengan permintaan yang ada, jika saat suatu produk mulai berkurang, maka Best Mart sudah harus menambahkan kapasitas.

Analisa Pola Permintaan yang ditemukan

Dalam analisa pola permintaan, diketahui permintaan di Best Mart mengalami peningkatan yang signifikan pada periode hari raya besar. Di hari raya besar tersebut, banyak sekali konsumen berbelanja berbagai jenis produk untuk merayakan hari raya mereka, seperti bahan makanan, alat rumah tangga, aneka minuman, bahan-bahan pembuat kue, dan barang lainnya yang dibutuhkan pada hari raya besar tertentu. Kemudian dihari biasa, Best Mart juga mengalami peningkatan permintaan pada saat jam pulang kerja dan weekend untuk berbelanja kebutuhan pribadi maupun keluarga.

Sistem Reservasi yang digunakan

Sistem reservasi yang digunakan oleh Best Mart adalah Instagram dan WhatsApp chat. Melalui media online tersebut, pelanggan maupun calon konsumen Best Mart bisa mendapatkan informasi mengenai produk dan harga yang ditawarkan oleh Best Mart serta calon konsumen maupun pelanggan dapat pesan produk yang ingin dibeli melalui chat. Penggunaan sistem reservasi daring dalam strategi pemasaran digital memberikan peluang penjualan yang lebih besar karena target penjualan dapat mencakup pelanggan potensial dikawasan Sungai Panas. Dengan penggunaan sistem reservasi, Best Mart dapat menghindari ketidakpuasan dari pelanggan dalam menunggu antrian dan memerlukan waktu berkunjung ke Best Mart untuk berbelanja. Tujuan reservasi ini

dilakukan untuk menjadi jaminan bahwa layanan akan tersedia ketika adanya permintaan. Pelanggan yang telah melakukan reservasi dapat segera mendapatkan apa yang mereka inginkan dan dapat menghindari antrian karena sudah dijanjikan layanan pada waktu yang ditentukan. Setelah konsumen melakukan pemesanan produk melalui sistem reservasi dan telah menyelesaikan pembayaran, maka proses Best Mart dalam mengantar produk hanya dibutuhkan waktu sekitar 5-10 menit dalam kawasan Sungai Panas dengan free ongkir tanpa minimal kuantitas belanja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa cara pemilik UMKM Best Mart melakukan analisa pola permintaan mereka adalah dengan melakukan riset pasar mengenai apa saja permintaan konsumen dari kawasan Sungai Panas, Batam, sebelum UMKM Best Mart akan didirikan. Kemudian pemilik Best Mart mengetahui bahwa ditempat usaha didirikan terdapat beberapa saingan, dari situ pemilik Best Mart mencari tahu apa saja permintaan konsumen mereka sehingga pemilik Best Mart dapat menerapkan inovasi baru.

Selama 3 tahun terakhir, Best Mart dalam mengelola permintaan dan kapasitas pernah mengalami permintaan berlebihan pada tahun 2019. Biasanya mereka akan menyesuaikan antara permintaan dan kapasitas sesuai dengan hari raya besar seperti imlek, idul fitri, natal, tahun baru, karena dihari raya besar ini biasanya permintaan sangat tinggi jika dibandingkan dengan hari biasa. Pada bulan April, Mei, dan Juni 2020, pemerintah menerapkan kebijakan *social distancing* (pembatasan sosial) dan *Work from Home* sebelum *New Normal Life* yang diterapkan pada pertengahan Juni 2020. Dengan kondisi seperti ini cara Best Mart dalam menjaga keseimbangan permintaan dan kapasitas mereka adalah dengan tidak mengurangi kapasitas mereka, karena pada saat *social distancing* dan *work from home* jumlah

permintaan akan lebih tinggi yang disebabkan masyarakat pada saat itu tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas di luar rumah, sehingga untuk memenuhi permintaan yang ada, Best Mart pun juga menyediakan layanan pesanan produk melalui *WhatsApp chat* serta memberikan layanan pengantaran dikawasan Sungai Panas dengan free ongkir tanpa batas minimal belanja. Memasuki tahun 2021, permintaan dan kapasitas Best Mart sudah terkelola dengan baik selama 3,5 tahun berdirinya Best Mart. Dari pengalaman tahun-tahun sebelumnya, Best Mart telah mengetahui permintaan yang ada.

Penulis menyarankan Best Mart untuk menggunakan salah satu dari 4 pendekatan dalam *managing demand* adalah *inventory demand using a reservation system*. Di zaman era digital ini, transaksi produk tidak lagi hanya dilakukan secara tradisional saja, namun sudah banyak UMKM yang telah memanfaatkan media online seperti WhatsApp, Instagram, bahkan aplikasi Tik Tok untuk membangun, mempromosi, serta membangkitkan usaha maupun produk mereka.

Sistem reservasi yang digunakan oleh Best Mart adalah Instagram dan WhatsApp chat. Melalui media social tersebut, pelanggan maupun calon konsumen Best Mart bisa mendapatkan informasi mengenai produk dan harga yang ditawarkan oleh Best Mart serta calon konsumen maupun pelanggan dapat pesan produk yang ingin dibeli melalui chat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathinah, A. M. (2019). *Penentuan harga pokok produksi yang dipengaruhi oleh fluktuasi biaya raw material (studi kasus di cv. Conesta utama surabaya)*. UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945.
- Hasanah, H. (2020). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hörcher, D., Singh, R., & Graham, D. J. (2022). Social distancing in public transport:

mobilising new technologies for demand management under the Covid - 19 crisis. *Transportation*, 49(2), 735–764.
<https://doi.org/10.1007/s11116-021-10192-6>

Hu, B., Liu, Z., & Fan, S. (2020). A study of the Mechanism of Government Intervention on Excess Capacity Through the Enterprise Overinvestment in China. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 1(21).

Jiang, Y. (2021). Excess Demand, Differentiated Demand and the Development of Private Education in China: Comparative Analysis Based on Statistics. *International Journal of Social Science and Education Research*, 4(January), 0–8.
<https://doi.org/10.6918/IJOSSER.202101>

Kurniati, C., Maulin, C. Y., Rosmiati, D., Hakiki, D., & Komalawati, D. (2019). SIKLUS BISNIS (KONJUNKTOR), FLUKTUASI PEREKONOMIAN, PERMINTAAN DAN PENAWARAN AGREGATIF, KEBIJAKAN STABILISASI. 105, 1–22.

Nazareta, F., Fitri, I., & Fauziah. (2021). Metode Antrian First In First Out Berbasis Website Pada Sistem Reservasi Gadget. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(4), 1759–1771.

Pandapotan, R., Ringo, S., & Panjaitan, M. (2019). PENERAPAN DATA MINING UNTUK MENGANALISA POLA PERMINTAAN PEMASANGAN CCTV DENGAN MENGGUNAKAN METODE MARKET BASKET ANALYSIS STUDY KASUS CV . MITRA JAYA PERKASA. *Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer*, 3(1), 446–453.
<https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1627>

Tineges, R. (2021). *Data Sekunder Adalah Jenis Data Penelitian yang Wajib Diketahui*. Dqlab.Id. <https://www.dqlab.id/data-sekunder-adalah-jenis-data-penelitian-yang-wajib-diketahui>

Wirtz, J., & Christopher H, L. (2022). *Services marketing: people, technology, strategy* (J. Yulin & L. Ann (eds.); 9th ed.). World Scientific Publishing Co. Inc.