

Analisis Strategi Bubble Laundry dalam Perencanaan Kapasitas Produksi Guna Memenuhi Permintaan Pelanggan

Stephanie¹, Shevia², Nadiya Nur Arafah³, Mutiara Kamilatunnaimah⁴
Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam
2041350.stephanie@uib.edu*

Received 13 Agustus 2022 | Revised 30 Agustus 2022 | Accepted 30 September 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Pelaku bisnis dapat menggunakan berbagai strategi untuk memastikan bahwa usaha mereka berkembang dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, Bubble Laundry selalu berusaha menerapkan strategi baru yang unik untuk mencapai tujuan bisnisnya agar pelanggan dapat setia dan tidak berpindah hati. Mengingat bahwa pemasaran, permintaan dan produksi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha. Pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dari UMKM Bubble Laundry harus dilaksanakan dengan tepat. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil analisa diperoleh bahwa Bubble Laundry terus mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang stabil. Manajemen permintaan Bubble Laundry menerapkan pendekatan *interventionist approach, promotion, pricing, shelf management, dan deal structure*. Untuk mencapai keseimbangan antara *demand* terhadap kapasitas produksi (*productive capacity*), Bubble Laundry perlu memahami beberapa hal seperti *physical facilities designed to contain consumens; physical facilities designed for storing or processing goods; physical equipment used to process people, possessions, or information; labor; infrastructures*. Sistem reservasi Bubble Laundry: sistem antrian, opsi pencucian “express”, *importance of customer*, layanan antar jemput, dan menyediakan fasilitas yang nyaman.

Keywords: Permintaan; Pengelolaan; Kapasitas Produksi; *Laundry*

Abstract

Businesses can use a variety of strategies to ensure that their business thrives in a highly competitive environment. Facing increasingly fierce competition, Bubble Laundry always tries to implement new unique strategies to achieve its business goals so that customers can be loyal and not change hearts. Given that marketing, demand and production greatly affect the continuity of a business. The management of demand and production capacity of MSMEs Bubble Laundry must be carried out appropriately. The method used is qualitative with a descriptive approach. The results of the analysis obtained that Bubble Laundry continues to experience a stable increase in the number of visitors. Bubble Laundry's demand management applies an interventionist approach, promotion, pricing, shelf management, and deal structure. To achieve a balance between demand and productive capacity, Bubble Laundry needs to understand several things such as physical facilities designed to contain consumens; physical facilities designed for storing or processing goods; physical equipment used to process people, possessions, or information; labor; infrastructures. Bubble Laundry reservation system: queuing system, "express" washing option, importance of customer, shuttle service, and providing convenient facilities.

Keywords: Demand; Management; Production Capacity; *Laundry*

PENDAHULUAN

Seperti yang kita ketahui, kondisi dunia komersial mengalami perkembangan yang sangat cepat dan selalu berevolusi dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertambahnya jumlah pengusaha atau pelaku usaha baru seiring berjalannya waktu. Dengan persaingan komersial yang ketat saat ini, pemilik bisnis harus terus berusaha untuk mempertahankan operasi mereka dan bersaing untuk mencapai tujuan masing-masing. Para pebisnis biasanya harus dapat memprediksi pertumbuhan permintaan yang akan terus meningkat dan mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan yang kemungkinan akan dihadapi.

Pelaku bisnis dapat menggunakan berbagai strategi untuk memastikan bahwa usaha mereka berkembang dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Sebuah usaha dapat dikatakan berhasil apabila ia telah menciptakan sebuah inovasi penjualan, berupa produk ataupun layanan jasa. Selain itu, keberhasilan sebuah usaha juga dapat dilihat melalui hasil pemasarannya yang unggul. Pemasaran merupakan salah satu bidang fungsional yang keikutsertaannya sangat berperan penting dalam kehidupan bisnis (Permata, 2012).

Setiap pebisnis bertanggung jawab atas kegiatan bisnis inti, terutama dalam bidang pemasaran untuk menjaga usaha agar tetap berjalan. Pemilik usaha biasanya memiliki tujuan yang mencakup berbagai topik untuk mencapai keberhasilan, seperti memaksimalkan keuntungan, mendukung tujuan perusahaan sehingga dapat terus berkembang secara dinamis, serta mencapai *volume* penjualan tertentu. Sama juga halnya dengan UMKM Bubble Laundry yang ingin mencapai tujuan sehingga bisnisnya dapat berjalan lancar.

Bubble Laundry merupakan sebuah UMKM yang berdiri pada 1 Juni 2022 di Kota Batam, yang bergerak di bidang jasa cuci-mencuci. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, Bubble Laundry selalu berusaha menerapkan strategi baru yang unik untuk mencapai tujuan bisnisnya dan agar para pelanggan dapat setia dan tidak berpindah hati. Untuk mengatasi persaingan saat ini, metode dan prosedur pemasaran yang dilaksanakan harus seefisien mungkin. Seluruh pelaku bisnis terutama pemilik UMKM, perlu waspada ketika menetapkan bauran pemasaran yang digunakan karena persaingan. Terlebih lagi untuk pelaku bisnis UMKM yang menawarkan jasa laundry, karena industri laundry sudah semakin meluas dengan jumlah pesaingnya pun tidak dapat dikatakan sedikit. Oleh karena itu, pelaku usaha harus dapat memuaskan pelanggan, misalnya dengan menciptakan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, senantiasa memperhatikan permintaan dan kebutuhan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan (Harizal, 2014).

Pertumbuhan dan persaingan di dunia UMKM berdampak signifikan terhadap struktur permintaan masyarakat terhadap jasa yang ditawarkan. Akibatnya, para pelaku bisnis harus lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan mampu memberi nilai tambah pada jasa yang mereka tawarkan. Dengan kata lain, sebuah usaha yang bersifat akomodatif dan dapat memahami selera masing-masing konsumen akan lebih mungkin untuk mengalahkan persaingan. Sebuah UMKM yang memiliki desain atau rencana pemasaran yang tepat untuk setiap jasa yang dihasilkannya merupakan salah satu aspek keberhasilan dalam memenangkan persaingan.

Permintaan adalah jumlah jasa yang diminta di pasaran pada tingkat pendapatan, periode waktu, dan tingkat harga tertentu (Habib & Risnawati, 2017). Selain harga barang itu sendiri, terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, termasuk selera dan persepsi konsumen, pendapatan, harga barang serupa, kondisi cuaca, jumlah pembeli di pasar, pendapatan di masa depan dan faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, Bubble Laundry perlu mengontrol kapasitas produksinya agar menyesuaikan dengan jumlah permintaannya di bidang *laundry*.

Maka dari itu, Bubble Laundry perlu menerapkan strategi untuk memantau, menilai, dan juga merencanakan permintaan layanan ketika berhadapan dengan kebutuhan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengetahui fluktuasi dari permintaan pelanggan terhadap jasa laundry di Kota Batam sehingga Bubble Laundry juga dapat menyiapkan diri dalam menghadapi berbagai tantangan. Pola konsumsi

masyarakat terhadap jasa laundry yang selalu mengalami perubahan secara signifikan dari waktu ke waktu, baik dari segi kuantitas, kualitas, maupun keragaman juga menjadi faktor penentu (Wardana, 2018).

Pemasaran jasa adalah suatu kegiatan sepatutnya yang harus disajikan oleh pembuat kepada pembeli berbentuk jasa yang tidak bisa dilihat, di dengar, dirasakan atau disentuh, tetapi manfaatnya dapat dirasakan oleh pembeli (Khamainy, 2022). Pemasaran jasa juga berarti sebagai suatu proses yang meliputi perancangan, pelaksanaan, promosi, penetapan harga tentang produk jasa. Terdapat beberapa karakteristik yang mencerminkan pemasaran jasa, diantaranya yaitu: 1) Tidak Berwujud (*Intangibility*), Jasa memiliki sifat tidak dapat dilihat, tidak memiliki wujud, tidak dapat dirasakan sebelum melakukan transaksi pembelian. Oleh karena itu, jasa berbeda dengan produk fisik yang dapat dilihat, disentuh, dirasakan bahkan sebelum melakukan kegiatan transaksi pembelian; 2) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*). Maksud dari tidak dapat dipisahkan adalah bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, seperti apakah sumber itu sebuah mesin atau orang, apakah sumber itu hadir atau tidak. Produk fisik setelah umumnya melewati tahapan produksi, distribusi, hingga dikonsumsi kemudian. Jasa biasanya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus oleh konsumen (Fatihudin & Firmansyah, 2019); 3) Berubah-Ubah (*Variability*). Jasa memiliki banyak bentuk dan jenisnya, sehingga dapat berubah-ubah tergantung pada siapa, kapan, dan dimana disajikannya jasa itu.; 4) Mudah Lenyap (*Perishability*). Daya tahan suatu jasa dapat terancam apabila tingkat permintaan juga sering berfluktuasi. Jasa tidak dapat disimpan, jadi jika tingkat permintaan turun, maka jasa juga akan turut turun.

Perusahaan jasa bisa mengalami fluktuasi permintaan yang berakibat buruk pada ketidakseimbangan kapasitas produksi (*productive capacity*). Fluktuasi permintaan adalah kondisi perubahan harga yang disebabkan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Jika tingkat permintaan cenderung naik maka harga juga akan ikut naik, namun jika tingkat permintaan cenderung sedikit maka harga pun juga ikut turun. Fluktuasi permintaan sejatinya merupakan gejala sebab akibat dari permintaan dan penawaran (Wirtz & Lovelock, 2021). Dalam suatu perusahaan jasa, tingkat permintaan akan sangat berpengaruh pada kapasitas produksi pelayanannya (Putri et al., 2020). Terdapat beberapa jenis strategi yang terkait antara permintaan dan kapasitas, diantaranya yaitu: 1) *Level Capacity/Level Strategy*, strategi ini dijalankan dengan menjaga tingkat produksi, tenaga kerja, hingga output tetap konstan; 2) *Chase Strategy/Chase Demand*, strategi ini fokus pada menyesuaikan kapasitas dengan tingkat permintaan yang ada pada periode tersebut (Shurrab, 2022); 3) *Mixed Strategy*, strategi ini adalah kombinasi dari *level capacity* dan *chase demand*. Strategi ini menggabungkan tingkat permintaan dengan tingkat kapasitas produksi.

Kapasitas adalah tingkat kesanggupan suatu perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa yang diberi fasilitas penunjang seperti peralatan dan tenaga kerja, hingga dapat menghasilkan suatu *output* dalam periode tertentu (Rani, 2019). Kapasitas produksi juga memiliki keterkaitan terhadap tingkat permintaan yang dapat berpengaruh pada perusahaan jasa. Maka dari itu, suatu perusahaan jasa yang memiliki kapasitas produksi dapat mengalami kejadian berikut: 1) Kelebihan permintaan, terlalu banyak permintaan relatif terhadap kapasitas maksimum. dan 2) Permintaan melebihi kapasitas optimal, yang bisa mengakibatkan kualitas layanan dianggap telah memburuk (Shurrab, 2022); 3) Kapasitas optimal, staf tidak terlalu banyak bekerja dan pelanggan menerima layanan yang baik; dan 4) Kelebihan kapasitas, terlalu banyak kapasitas relatif terhadap permintaan

Merupakan sebuah tantangan yang besar bagi perusahaan jasa untuk menyeimbangkan antara permintaan dan kapasitas produksi. Jasa memiliki sifat tidak dapat dilihat dan disimpan, sehingga diperlukan strategi yang ekstra agar perusahaan dapat lebih *sustain* ke depannya (Vogel & Stolletz, 2021). Salah satu hal yang menjadi perhatian lebih dari perusahaan jasa adalah permintaan dan kapasitas produksinya. Jika tingkat permintaan lebih kecil dari kapasitas perusahaan, maka ada beberapa pos produksi yang tidak bekerja atau menganggur.

Kapasitas dapat disesuaikan dengan tingkat penjualan yang sedang berfluktuasi pada saat itu. Jika terjadi kelebihan kapasitas maka sudah pasti proses operasional produksi tidak efisien karena terdapat beberapa pos produksi yang sering menganggur (Sugiatna, 2021). Untuk menyeimbangkan permintaan dan kapasitas, perusahaan dapat melakukan cara berikut: 1) Mengelola kapasitas; 2) Jangan mengambil tindakan dan biarkan permintaan menemukan levelnya sendiri; 3) Kurangi permintaan di periode puncak; 4) Meningkatkan permintaan ketika ada kelebihan kapasitas; dan 5) Permintaan inventaris menggunakan sistem tunggu & antrian, dan reservasi.

Sistem reservasi adalah proses yang berkaitan dengan kedatangan *customer* ke suatu tempat pelayanan jasa dengan maksud untuk menggunakan jasa itu. Sistem reservasi dapat terbentuk akibat tingkat permintaan yang melebihi kapasitas pelayanan yang ada. Perencanaan kapasitas memiliki hubungan dengan sistem reservasi/antrian ini. *Customer* dapat berfluktuasi kapan saja dan hal ini tergantung pada sistem reservasi/antrian yang membuat waktu pelayanan masing-masing *customer* bervariasi. Jika perusahaan tidak mampu mengendalikan permintaan dan sistem reservasi, maka hal ini juga akan berpengaruh pada kapasitas produksi.

Mengingat bahwa pemasaran, permintaan dan produksi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha, maka pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dari UMKM Bubble Laundry harus dilaksanakan dengan tepat. Uraian yang telah dijabarkan diatas, membawa penulis untuk mengambil judul “Analisis Strategi Bubble Laundry dalam Perencanaan Kapasitas Produksi Guna Memenuhi Permintaan Pelanggan”. Penulis akan menganalisis pola permintaan jasa dari Bubble Laundry, cara Bubble Laundry mengelola permintaan tersebut, kapasitas produksi yang diimplementasi, serta sistem reservasi yang digunakan Bubble Laundry.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif atau mendeskripsi hasil data yang telah diperoleh dengan bentuk analisa. Adapun sumber data yang digunakan dalam mencari informasi mengenai data-data UMKM Bubble Laundry adalah data primer yang didapatkan melalui wawancara. Penelitian ini juga mengambil data sekunder yang diperoleh melalui hasil studi kepustakaan dengan membaca artikel, skripsi dan jurnal-jurnal yang terkait.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi lingkungan dan metode *interview*. Adapun teknik analisis data yang digunakan meliputi: reduksi data dan penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pola Permintaan Bubble Laundry

Data pelanggan Bubble Laundry seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah pelanggan Bubble Laundry 1 Juni s.d. 6 Juli 2022

| Tanggal | | Jumlah Pengunjung yang menggunakan jasa | Total |
|-----------|-----------|---|-------|
| 1/6/2022 | 6/6/2022 | 31 | 195 |
| 7/6/2022 | 12/6/2022 | 29 | |
| 13/6/2022 | 18/6/2022 | 42 | |
| 19/6/2022 | 24/6/2022 | 46 | |
| 25/6/2022 | 30/6/2022 | 47 | |
| 1/7/2022 | 6/7/2022 | 46 | |

(Sumber: Data Diolah)

Berdasarkan tabel yang telah diuraikan di atas, perhitungan jumlah pelanggan dilakukan per 6 hari dengan rata-rata pelanggan 5-10 orang dalam sehari. Jika dijumlahkan, maka dalam satu bulan awal

Bubble Laundry dibuka (bulan Juni), terdapat total 195 pelanggan. Dan sisanya adalah pelanggan awal bulan Juli dengan jumlah sebanyak 46 orang yang dihitung mulai dari tanggal 1 hingga 7.



Gambar 5: Grafik Jumlah Pelanggan Bubble Laundry 1 Juni – 6 Juli 2022 (Sumber: Data Diolah)

Dalam bentuk grafik, bisa dilihat bahwa kapasitas permintaan Bubble Laundry perlahan-lahan mengalami peningkatan, walaupun pada akhirnya ia mengalami sedikit penurunan yang tidak terlalu signifikan. Maka dari itu untuk bulan-bulan selanjutnya, dapat kita analisis bahwa permintaan dari Bubble Laundry ini akan terus bertambah seiring berjalannya waktu dan pastinya akan mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena lokasi Bubble Laundry yang sangat strategis yaitu berada di deretan ruko yang bersebelahan dengan Universitas Internasional Batam. Dengan pengamatan lingkungan sekitar yang dekat dengan salah satu universitas, maka dapat kita simpulkan bahwa lokasi Bubble Laundry ini tentunya berdekatan dengan daerah kos-kosan mahasiswa. Oleh karena itu, tingkat permintaan dari Bubble Laundry dapat diperkirakan akan terus mengalami peningkatan.

Kemudian, alasan lain yang memperkuat asumsi bahwa permintaan Bubble Laundry akan semakin meningkat adalah karena tidak lama lagi Universitas Internasional Batam akan mengadakan sesi perkuliahan tatap muka secara luring, dimana otomatis para mahasiswa yang berada di luar Batam akan hadir dan menempati daerah kos-kosan mahasiswa di sekitar Taman Kota. Tidak sedikit mahasiswa yang membutuhkan jasa laundry ini untuk mencuci pakaian mereka. Bubble Laundry sudah sangat tepat dalam pemilihan lokasinya karena dengan membuka jasa laundry di daerah kos-kosan mahasiswa, maka permintaan dan profit juga akan semakin naik.

Untuk jasa laundry ini juga terdapat *peak season*-nya, dimana permintaan akan mengalami peningkatan yang sangat signifikan (*high demand*). Salah satu contohnya pada saat berdekatan dengan perayaan hari-hari besar seperti Imlek, Idul Fitri, Natal, dan hari besar lainnya karena sebagian besar keluarga ingin mencuci baju-baju barunya beserta gorden, tikar, dan lain-lain. Tidak lupa pula pada saat berdekatan *weekend* atau bahkan *weekend* sendiri, orang yang membutuhkan jasa laundry akan lebih banyak. Alasannya karena kebanyakan para pelanggan Bubble Laundry akan mengantar ataupun memesan jasa antar jemput pakaian saat hari Jumat ataupun Sabtu, kemudian akan diambil pada hari Minggu.

Selain itu peningkatan dan penurunan permintaan yang digambarkan melalui grafik juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan *level* permintaan Bubble Laundry, yaitu: 1) *Weather* / cuaca, pada saat cuaca sedang hujan, pastinya *demand* akan naik dikarenakan para masyarakat yang ingin menjemur pakaiannya namun kondisi cuaca sedang dalam keadaan tidak mendukung; 2) *Health problems* / masalah Kesehatan, para pelanggan yang menggunakan jasa laundry berkemungkinan mempunyai permasalahan kulit akibat deterjen yang digunakan. Terdapat

beberapa orang dengan kulit sensitif yang mungkin tidak dapat menggunakan deterjen secara sembarangan. Jika pelanggan banyak yang kulitnya tidak cocok dengan deterjen laundry ataupun *softener* yang digunakan Bubble Laundry, maka demand akan menurun. Begitu pula sebaliknya, jika pelanggan banyak yang cocok dan tidak terjadi permasalahan apapun ketika menggunakan baju dari deterjen laundry ataupun *softener* yang digunakan Bubble Laundry, maka demand akan meningkat; 3) *Accidents / fires / crime*, terdapat beberapa faktor eksternal yang akan berpengaruh terhadap naik dan turunnya *level demand* dari Bubble Laundry, seperti: adanya pemadaman lampu oleh PLN yang membuat seluruh alat elektronik (mesin cuci, *dryer*, setrika) yang tidak dapat digunakan ataupun terjadinya kebakaran gedung yang dapat membuat *demand* Bubble menurun.

Market Segmentation Bubble Laundry

Berikut ini uraian dari beberapa jenis segmentasi pasar Bubble Laundry, yang berkaitan dengan fluktuasi naik dan turunnya permintaan masyarakat.

1. Segmentasi Geografis : Bubble Laundry memilih kota Batam tepatnya di daerah Taman Kota untuk menjalankan bisnisnya, dikarenakan lokasi berdirinya bisnis ini dekat dengan Universitas Internasional Batam sehingga diperkirakan akan mudah dijalankan usahanya jika dilihat dari geografis tersebut. Selain itu, di daerah Taman Kota ini juga terdapat banyak sekali kos-kosan mahasiswa dimana pastinya banyak mahasiswa yang ingin mencuci baju namun tidak terdapat mesin cuci ataupun lingkungan kosannya tidak mendukung untuk menjemur pakaian.
2. Segmentasi Demografis : yaitu pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, agama, ras, kelas sosial, dan lain-lain. Bubble Laundry menargetkan usia 16-50 tahun dengan pendapatan 2,5 – 6 juta perbulannya hal ini dapat ditafsirkan karena lokasi dan kelas sosial di daerah Batam itu sendiri. Untuk jenis kelamin, baik pria maupun wanita dapat menggunakan jasa dari Bubble Laundry ini.
3. Segmentasi Psikografi : segmentasi ini dilakukan dengan mengelompokkan berdasarkan gaya hidup atau pola kepribadiannya. Bubble Laundry menargetkan kalangan yang memiliki pola kehidupan yang serba cepat dan teratur. Selain itu juga pastinya terdapat *customer* yang ingin mencuci dan merapikan pakaian namun tidak memiliki waktu luang. Oleh karena itu, Bubble Laundry hadir untuk membantunya dengan sentuhan gaya millennial.
4. **Segmentasi Perilaku** : Bubble Laundry menargetkan kaum mahasiswa atau millennial, dimana generasi milenial ini adalah generasi yang menginginkan hal-hal instan dan praktis. Karena pastinya terdapat orang-orang dimana ia ingin mencuci selimut, gorden, ataupun kain lainnya yang berukuran besar namun tidak ingin menyusahkannya.

Analisis Pengelolaan Permintaan Bubble Laundry

Sebagai UMKM yang baru berdiri di bulan Juni 2022 lalu, Bubble Laundry terus berupaya untuk meningkatkan jumlah permintaan. Dalam sesi wawancara dan paparan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Bubble Laundry terus mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang stabil. Dalam menghadapi berbagai situasi kapasitas terhadap permintaan, terutama pada saat permintaan sedang melonjak, Bubble Laundry menerapkan pendekatan berupa *interventionist approach* dalam manajemen permintaannya. Pendekatan ini dilakukan dengan merekrut karyawan *seasonal* untuk membantu Bubble Laundry dalam memenuhi jumlah permintaan yang meningkat. Namun tentu saja, Bubble Laundry akan menyambut tingginya permintaan sebagai peluang untuk mengembangkan usaha. Oleh karena itu, Bubble Laundry harus memaksimalkan *demand management*-nya agar memungkinkan untuk melayani lebih banyak pelanggan pada tingkat kapasitas yang sama dengan cara promosi (*Promotion*), memberikan tawaran langganan (*pricing*), *shelf management* dan *deal structure* (kebijakan pembelian untuk memudahkan konsumen dalam merubah produk)

Analisis Kapasitas Produksi Bubble Laundry

Sebagai UMKM yang bergerak di bidang jasa, sudah menjadi tantangan tersendiri bagi Bubble Laundry karena jasa bersifat *intangible* yang artinya tidak berwujud, tidak terlihat dan tidak dapat disimpan untuk dijual kemudian. Bubble Laundry harus bekerja ekstra ketika terjadi fluktuasi permintaan yang cepat. Hal inilah yang menjadi salah satu titik penentu keberhasilan Bubble Laundry karena mereka harus berupaya mengerahkan sumber daya, tenaga kerja, peralatan dan fasilitas secara bersama agar produktivitas dapat terbentuk tanpa mengurangi kualitas jasa yang dihasilkan sehingga tidak mengurangi kepuasan pelanggan.

Untuk mencapai keseimbangan antara demand terhadap kapasitas produksi (*productive capacity*), Bubble Laundry perlu memahami beberapa hal dibawah ini, yaitu

1. *Physical facilities designed to contain consumens*


Secara keseluruhan, outlet Bubble Laundry sudah dibangun dengan kesan yang cukup baik ketika dipandang, terutama dengan spanduk besar yang bertuliskan “start from 4k”. Karena teknik marketingnya ini, maka pasti akan memunculkan rasa penasaran calon pelanggan. Perasaan yang diberikan oleh Bubble Laundry ketika mengunjungi outletnya adalah perasaan ramah dan wangi seperti khas laundry pada umumnya.

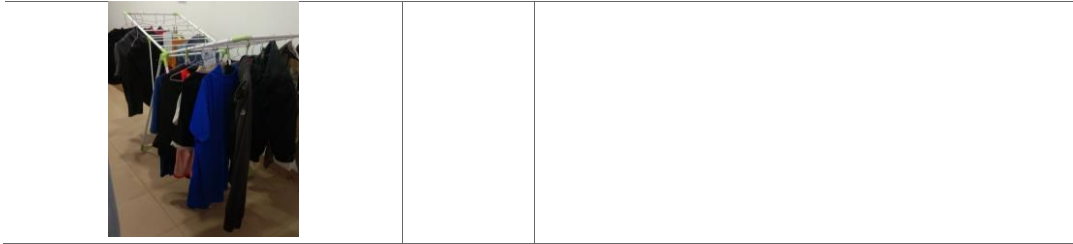
2. *Physical facilities designed for storing or processing goods*

Outlet yang Bubble dirikan di Jalan Taman Kota Mas juga merupakan tempat yang digunakan untuk kantor dan lokasi pengerjaan jasa laundry, termasuk memproses permintaan, berupa mencuci, mengeringkan, menyetrika hingga pengemasan. Aktivitas ini juga didukung dengan adanya 3 mesin cuci, 1 setrika biasa, 1 setrika uap dan 1 mesin *dryer*. Selain itu Bubble Laundry juga memiliki rak sebagai tempat penyimpanan laundry yang telah selesai dan siap untuk diambil oleh *customer*. Berikut tabel peralatan yang digunakan oleh Bubble Laundry.

Tabel 1. Peralatan yang Mendukung Proses Operasional Bubble Laundry

| Peralatan | Jumlah | Keterangan |
|---|--------|--|
| <p>Timbangan</p>  | 1 | Dapat mengukur hingga maksimal 40 kg dengan berat minimal 200 gram. Dengan begitu, Bubble Laundry dapat langsung menghitung total harga yang akan dikenakan berdasarkan jumlah berat yang ditimbang dengan <i>unit price</i> per kg diset Rp 7.000,-/kg. |
| <p>Mesin Cuci</p>  | 3 | 2 diantara 3 mesin cuci yang dimiliki Bubble Laundry dapat mencuci hingga maksimal 14 kg, dan 1 diantaranya dapat mencuci dengan maksimal 8 kg. |
| <p><i>Dryer</i></p> | 1 | <i>Dryer</i> dapat memuat pakaian dengan berat maksimal 7kg. Dengan <i>dryer</i> ini, Bubble laundry dapat memilih opsi <i>extra dry</i> , <i>cupboard dry</i> , <i>iron dry</i> dengan pilihan waktu pengeringan 20, 30, 40, 50, atau 60 menit. |

| | | |
|---|--------------|---|
|  | | |
| <p>Setrika + Tempat Setrika</p>  | <p>1 set</p> | <p>Bubble Laundry memiliki 1 setrika biasa dan tempat setrikaan, ditambah dengan 1 setrika uap untuk merapikan pakaian sebelum dikemas kepada pelanggan.</p> |
| <p>Rak susun</p>  | <p>1</p> | <p>Rak susun yang berisi 15 slot ini digunakan oleh Bubble Laundry untuk meletakkan sabun, <i>hanger</i>, kantong plastik dan lain sebagainya.</p> |
| <p>Rak susun baju</p>  | <p>1</p> | <p>Rak susun yang diletakkan dibagian depan ini digunakan untuk meletakkan pakaian biasa dengan 36 slot, sprei dan selimut dengan 6 slot rak dan tempat meletakkan pakaian yang tidak boleh kusut, seperti jas sebanyak 1 slot.</p> |
| <p>Keranjang baju kotor</p>  | <p>15</p> | <p>Keranjang ini digunakan untuk mengeluarkan pakaian kotor dari plastik pelanggan untuk diproses nantinya. Cucian setiap <i>customer</i> akan dibedakan dalam setiap keranjang dengan diberikan nota.</p> |
| <p>Gantungan sprei</p>  | <p>3</p> | <p>Bubble Laundry memiliki 3 gantungan sprei berdiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya</p> |
| <p>Stand jemuran baju</p> | <p>2</p> | <p>Bubble Laundry memiliki 2 gantungan baju berdiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya</p> |



Sumber: Pengolahan Data (2022)

3. *Physical equipment used to process people, possessions, or information*

Bubble Laundry memiliki *list* harga yang ditempelkan dengan ukuran besar di depan *outlet* sehingga *customer* yang datang dapat melihat-lihat *list* harga dan layanan apa saja yang ditawarkan oleh Bubble Laundry guna memperoleh informasi sebagai pilihan bagi *customer*. Selain itu, Bubble Laundry juga memasang spanduk kecil berisi tawaran promosi yang diberikan.

4. *Labor*

Pada tahapan ini, *customer* sudah mulai menggunakan jasa dari Bubble Laundry. Bubble Laundry menerapkan *low contact service* karena laundry termasuk jasa yang tidak memerlukan banyak kontak dengan *customer* nya. Menanggapi hal tersebut, Bubble Laundry sudah menyediakan nomor HP yang dapat pelanggan hubungi, misalnya untuk membuat janji penjemputan, memperoleh informasi dan menanyakan status pakaian mereka dengan Bubble Laundry.

5. *Infrastructures*

Bubble Laundry telah memiliki desain fasilitas fisik yang mendukung bagi konsumen dan tenaga kerja. Hal ini didukung dengan adanya *outlet* fisik tempat *customer* dapat berkunjung secara langsung untuk menggunakan jasa dari Bubble Laundry.

Sistem Reservasi yang Digunakan Bubble Laundry

Dalam lingkungan persaingan yang tinggi, antrian yang lama dapat mengarah pada peluang bisnis yang mudah hilang. Bagi banyak orang, mengantri adalah sebuah hal yang memakan waktu dan ada harganya (*cost of waiting*). Menanggapi hal ini, Bubble Laundry menerapkan sistem reservasi berupa:

1. *Sistem Antrian*

Adapun jenis sistem antrian yang diterapkan oleh UMKM Bubble Laundry, yaitu sistem antrian jalur ganda. Sistem antrian tahap berganda ini digunakan oleh Bubble Laundry dengan disiplin antrian '*first come first served*' dimana artinya *customer* yang hadir terlebih dahulu, akan dilayani duluan sesuai dengan urutan antriannya.

2. *Opsi pencucian "Express"*

Tidak semua orang sesuai dengan ketentuan Bubble Laundry dalam menerapkan waktu 2 hari dalam memproses pakaian *customer*. Terdapat beberapa pelanggan yang justru ingin pakaiannya selesai dengan waktu cepat. Bubble laundry tentu saja tidak ingin kehilangan *customer* hanya karena *customer* tersebut ingin didahulukan. Menanggapi hal tersebut, Bubble Laundry menerapkan opsi cucian "Express" dengan jangka waktu pencucian hanya selama 5 jam namun dikenakan harga 2 kali lipat dari harga reguler.

3. *Importance of Customer*

Jika *customer* tersebut sering atau loyal dalam menggunakan jasa Bubble Laundry, maka ia akan diprioritaskan demi menjaga ekspektasi pelanggan. Bubble Laundry akan memperoleh *benefit* dari *trickle down effect*, dimana artinya pelanggan yang puas dan senang akan memberitahu kerabat atau temannya tentang pelayanan baik yang diterima dari pengalaman pribadinya. Namun hal ini tidak berarti Bubble akan mengabaikan pelanggan lainnya karena mereka tetap harus memberikan kesan dan memenuhi ekspektasi pelanggan dengan baik pula.

4. Layanan antar jemput

Bubble Laundry juga menyediakan layanan antar jemput sebagai sistem reservasinya. Dengan begitu, *customer* tidak perlu datang ke outlet hanya untuk mengantarkan pakaian mereka. *Customer* dapat menghubungi Bubble via Whatsapp dengan membuat janji satu hari sebelum jadwal pengambilan. Dengan waktu yang sudah disetujui, maka karyawan Bubble akan menghubungi *customer* untuk melakukan penjemputan.

5. Fasilitas yang nyaman

Kedatangan terjadi pada waktu yang sangat bervariasi, demikian pula dengan waktu pelayanan. Ketika antrian di *outlet* panjang, maka Bubble harus membuat pelanggan nyaman selagi menunggu. Dalam hal ini, Bubble Laundry telah menyiapkan tempat duduk bagi pelanggan, tabel *pricelist* agar *customer* dapat mengisi waktu dengan melihat-lihat layanan dan promo yang diberikan oleh Bubble Laundry.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data melalui grafik dan tabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah kapasitas permintaan Bubble Laundry perlahan-lahan mengalami peningkatan dan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor penentu seperti lokasi pendirian, *peak-season*, kondisi cuaca, dan lain-lain. Untuk teknik pengelolaan permintaan, Bubble Laundry sendiri menerapkan pendekatan berupa *interventionist approach* dengan merekrut karyawan *seasonal* untuk membantunya memenuhi jumlah permintaan yang meningkat. Selain itu, Bubble Laundry juga berupaya untuk menjaga angka permintaan agar tidak mengalami penurunan dengan menerapkan beberapa *positioning strategy*: mengadakan promosi, menawarkan harga rendah, *shelf-management*, serta mengadakan layanan antar jemput.

Kemudian, untuk mencapai keseimbangan antara *demand* terhadap kapasitas produksi (*productive capacity*), Bubble Laundry mengutamakan fasilitas yang nyaman, peralatan yang memadai, tenaga kerja yang ahli, serta infrastruktur yang lengkap. Fluktuasi kapasitas produksi Bubble Laundry per harinya juga berjalan dengan baik dan cukup stabil. Bagi *customer* yang merasa tidak nyaman dalam pengantrian, Bubble Laundry menghadirkan beberapa sistem seperti adanya opsi pencucian “Express”, layanan antar jemput via Whatsapp, serta tempat tunggu yang nyaman.

Dari data yang telah dianalisis, maka jumlah permintaan dan kapasitas produksi Bubble Laundry sendiri sudah dikatakan cukup baik, namun perlu ditingkatkan lagi agar Bubble Laundry tidak kalah bersaing dengan laundry lainnya. Bubble Laundry masih membutuhkan beberapa strategi tambahan dengan tujuan untuk memaksimalkan pengelolaan permintaan pelanggan dan kapasitas produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., (March).
- Habib, A., & Risnawati, R. (2017). *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor di Kota Medan*.
- Harizal, B. (2014). *Analisis Minat Konsumen Mengingat pada Wisma 81 Pekanbaru di Tinjau dari Process, People dan Physical Evidence*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hutahaean, D. V. (2019). *Perencanaan Persediaan Bahan Kimia Menggunakan Metode Material Requirement Planning Di Cv Benaya Maju Jaya Laundry* (Universitas Komputer Indonesia). Universitas Komputer Indonesia. Retrieved from <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1091>
- Khamainy, A. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Persepsi Kualitas STBA JIA Bekasi. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 48–57. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.103>
- Permata, D. A. (2012). *Audit Manajemen Pemasaran pada Taman Sari Madiun* (Universitas Negeri Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved from

- <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/7751%0A>
- Putri, D. G., Sari, Sa., Siahaan, E. Y., Agata, F., Setyawan, N. A., & Putri, N. R. F. (2020). Analisis Perencanaan Agregat untuk Meminimumkan Biaya Produksi di Konveksi Dominique. *Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada*, 24–29.
- Rani, A. M. (2019). Meningkatkan Kapasitas Produksi dengan Capacity Planning (Studi pada PT XYZ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis : Performa Vol . 16 , No . 1 Maret 2019, 16(1)*, 39–49.
- Shurrah, H. (2022). *Balancing Demand and Supply in Complex Manufacturing Operations: Tactical-Level Planning Processes*. CHALMERS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY.
- Sugiatna, A. (2021). Analisis Perencanaan Kapasitas Produksi Dengan Menggunakan Metoda Rought Cut Capacity Planning Pendekatan Cpod Di Pt. Xyz. *Sistemik : Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 9(02), 28–32. <https://doi.org/10.53580/sistemik.v9i02.61>
- Vogel, J., & Stolletz, R. (2021). Anticipation of Future Demand Changes in Capacity Planning: The Inverse Capacity Boost. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3882550>
- Wardana, D. (2018). *Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Permintaan Telur Ayam Bermerek* (Universitas Muhammadiyah Malang). Universitas Muhammadiyah Malang. Retrieved from <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/43826>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Balancing Demand and Capacity. *Services Marketing*, (October 2021), 302–327. https://doi.org/10.1142/9781944659806_0009