
ANALISIS PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN KAPASITAS PRODUKSI PADA USAHA TYFLORIST.ID DI KOTA BATAM

Oleh

Febby Huang¹, Jenny Lim², Thomas Eddison³, Winson Tan⁴, Kevin Salim⁵

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

E-mail: ¹FebbyHuang@gmail.com

Article History:

Received: 15-08-2022

Revised: 20-08-2022

Accepted: 01-09-2022

Keywords:

UMKM, Kapasitas Produksi,
Jasa, Revisi

Abstract: Tyflorist.id merupakan salah satu UMKM sektor jasa di Batam yang bergerak secara online, Tyflorist.id memiliki produk berupa bouquet. UMKM Tyflorist.id beberapa kali mengalami kegagalan memenuhi permintaan pelanggan permasalahan ini memerlukan solusi yang tepat untuk meminimalisir pengeluaran. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis cara kerja UMKM untuk menemukan solusi yang tepat, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Tyflorist.id mengalami kegagalan dalam memenuhi permintaan pelanggan karena ada nya perubahan keinginan secara dadakan, untuk mengantisipasi hal ini Tyflorist.id memberikan sekali revisi dalam suatu produk..

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini, perkembangan dalam sebuah industri merupakan hal yang sering dijumpai hal ini dikarenakan adanya peningkatan persaingan yang ada di dunia industri. Dalam hal ini dunia industri dituntut untuk meningkatkan efisiensinya masing-masing salah satunya yaitu efisiensi waktu, menghasilkan produk-produk yang berkualitas, mampu menyelesaikan produk tepat ada waktu yang telah disepakati. Oleh karena itu, diperlukan nya perencanaan kapasitas produksi yang baik.

Tyflorist.id merupakan salah satu UMKM sektor Jasa yang bergerak secara online. Tyflorist.id merupakan jasa pembuatan bouquet seperti flower bouquet, money bouquet, snack bouquet, dan lainnya. Tyflorist.id menarik pelanggan dengan cara meng-iklankan katalog produknya di Instagram dan tidak lupa untuk selalu meng-update feed Instagram sesuai dengan theme event yang sedang berlangsung seperti kelulusan, valentine, mothers and fathers day, dan acara-acara lainnya.

Setelah itu pelanggan akan menghubungi pemilik UMKM untuk bernegosiasi menyesuaikan vibe bouquet dengan event yang sedang berlangsung dan memastikan spesifikasi orderan yang diinginkan customer seperti warna, jenis bunga, model wrapping, isi perintilan, dan hal lainnya. Tyflorist.id akan berusaha semaksimal mungkin mengikuti maupun mendekati spesifikasi yang telah diberikan pelanggan, setelah nya akan dipastikan mengenai penentuan tanggal penyelesaian produk, merapikan format order, dan negosiasi harga hingga pelunasan pembayaran.

Tyflorist.id selalu meng-update raw material yang out of stock serta memberikan solusi sebagai pertimbangan, 24 jam sebelum due date Tyflorist.id akan mengirimkan hasil

akhir berupa foto dan video bouquet apabila pelanggan belum puas dengan hasil akhir maka diperbolehkan revisi sekali, Tyflorist.id akan berusaha untuk menyesuaikan hasil akhir dengan revisian dari pelanggan.

Jasa pengantaran yang mengantarkan produk juga merupakan orang yang dapat dipercaya dan apabila produk yang diantarkan memiliki nominal yang besar maka Tyflorist.id akan turun langsung kelapangan untuk mengantarkan bouquet sehingga bouquet passti aman sampai ke pelanggan.

Setelah pelanggan menerima produk, diharapkan pelanggan dapat memberikan feedback maupun saran sehingga Tyflorist.id dapat berkembang lebih pesat dan selalu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dalam bisnis jasa merupakan hal yang sangat penting karena jasa merupakan hal yang tidak dapat bertahan lama atau yang biasa kita sebut perishable dan juga variabilitas pada kapasitas jasa juga berbagai macam karena tiap pelanggan memiliki keinginan yang berbeda, karena hal itu UMKM sektor jasa haruslah dapat mengelolah dengan baik sehingga permintaan jasa tetap lancar.

UMKM sektor jasa juga haruslah selalu mengefektifkan kapasitas nya karena UMKM sekarang sudah lah beragam hal ini dilakukan sehingga UMKM ini dapat bersaing dengan para pesaing lainnya.

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diberlakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi mengenai bagaimana usaha Tyflorist.id mengelola permintaan dan kapasitas produksi dalam usaha mereka.
2. Menganalisis permasalahan apa yang sedang dialami oleh Tyflorist.id dan memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari diberlakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan mengenai pengelolaan permintaan dan kapasitas produksi dalam suatu usaha.
2. Usaha Tyflorist.id dapat mengatasi permasalahan mereka dengan baik melalui solusi yang telah diberikan

LANDASAN TEORI

2.1 Kelebihan Permintaan (Excess Demand)

Suatu permintaan didasari oleh adanya perkiraan dari pembeli mengenai nilai pada suatu barang maupun jasa. Menurut (Elvira, 2015) permintaan diartikan sebagai adanya hubungan antara jumlah barang maupun jasa yang diminta pada suatu pasar dalam periode tertentu dengan tingkat harga yang tertentu juga. Permintaan menggambarkan keinginan yang dibutuhkan konsumen. Namun adanya kelebihan permintaan dapat mengakibatkan terjadinya kenaikan harga pada suatu produk maupun jasa. Terjadinya kelebihan permintaan atau *excess demand* disebabkan oleh adanya peningkatan jumlah permintaan namun jumlah penawaran berkurang yang menyebabkan harga dibawah harga keseimbangan. Harga keseimbangan dapat diartikan sebagai terjadinya keseimbangan pada jumlah penjualan dengan jumlah permintaan. Kelebihan permintaan atau *excess demand* terjadi saat jumlah permintaan tidak sesuai atau melebihi jumlah penawarannya sehingga

terjadinya ketidakseimbangan pasar. Namun ketika harga naik, jumlah produksi oleh pemasok akan meningkat, tetapi jumlah permintaan dari pembeli akan kembali menurun karena harga akan dianggap terlalu mahal dan hal ini akan berlanjut hingga pasar kembali mendapat keseimbangan baru. Faktor terjadinya kelebihan permintaan atau *excess demand* antara lain :

1. Meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat
2. Permintaan stagnan namun penyediaan berkurang
3. Pengurangan terhadap pajak
4. Pengendalian harga dari pemerintahan

2.2 Kelebihan Kapasitas (Excess Capacity)

Kapasitas secara umum dimaksud dengan kemampuan yang dimiliki. (Rani, 2019) mengatakan bahwa kapasitas merupakan tingkat kemampuan produksi perusahaan pada suatu barang maupun jasa dengan dukungan fasilitas yang tersedia berupa tenaga kerja dan peralatan, dan biasanya dinyatakan dalam jumlah output pada suatu periode yang dapat dihasilkan. *Excess capacity* atau kelebihan kapasitas sendiri terjadi dikarenakan pemanfaatan kapasitas produksi tidak secara penuh dalam mencapai skala efisien minimum. Skala output dalam produksi lebih rendah daripada yang telah direncanakan karena jumlah permintaan suatu produk maupun jasa kurang dari jumlah produk yang berpotensi dalam pasar. Kelebihan kapasitas atau *excess capacity* menggambarkan ketika suatu bisnis menghasilkan produk atau layanan yang melebihi permintaan pasar. Hal ini dapat menjadi indikator pertumbuhan bisnis yang sehat, meskipun sebagian perusahaan lebih memilih untuk memenuhi permintaan pasar daripada melebihinya. Kelebihan kapasitas dapat bermanfaat bagi konsumen dengan memaksa perusahaan untuk menjual produk maupun jasa dengan harga lebih rendah. Namun kelebihan kapasitas atau *excess capacity* dapat membatasi dan menimbulkan hambatan perusahaan dalam memperoleh laba. Mengidentifikasi kelebihan kapasitas atau *excess capacity* dapat membantu menciptakan strategi untuk mengurangi kapasitas dan menjual kelebihan produk maupun jasa. Jika sebuah perusahaan mengalami kelebihan kapasitas dan memutuskan untuk menjual kelebihan produk dengan biaya yang setara dengan produksi, perusahaan dapat memulihkan keuangan yang telah digunakan dalam memproduksi. Hal ini dapat memungkinkan perusahaan dalam merancang strategi pemasaran dan penjualan baru untuk mencegah kelebihan kapasitas di masa yang akan mendatang. Beberapa hal yang menyebabkan terjadinya kelebihan kapasitas atau *excess capacity* antara lain :

1. Berinvestasi berlebihan dalam produksi
2. *Human error* atau kesalahan manusia dalam memprediksi kapasitas produksi dan kesalahpahaman penawaran dan permintaan
3. Pengalokasian sumber daya dan dana yang tidak efektif
4. Serta banyaknya pesaing yang menjual produk maupun jasa yang serupa

2.3 Fluktuasi Permintaan (Fluctuation Demand) pada Jasa

Fluktuasi dikatakan sebagai ketidakpastian. Suatu perubahan variabel tertentu berupa kenaikan harga akibat pengaruh permintaan dan penawaran yang umumnya terjadi karena mekanisme pasar. Menurut (Hanafi et al., 2022) bahwa dalam pengelolaan suatu perusahaan terhadap fluktuasi permintaan tidak mudah. Harus memiliki faktor yang mempengaruhi. fluktuasi adalah perubahan keadaan yang naik turun yang mana permintaan dari konsumen beragam tergantung pada berbagai hal.

2.4 Pengelolaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi berkaitan dengan jumlah produksi yang berada pada perusahaan pada periode tertentu. Menurut (Hadinata et al., 2021) Perusahaan diwajibkan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan menggunakan metode pengelolaan kapasitas produksi dengan tujuan agar dapat memenuhi permintaan dengan tepat waktu. Persyaratan modal ditentukan pada kapasitas produksi sehingga mempengaruhi sebagian besar biaya. Kapasitas produksi menggunakan fasilitas produksi yang ada dalam menentukan jumlah permintaan yang harus dipenuhi. Kapasitas produksi juga terdiri dari beberapa komponen dan jenis diantaranya;

1. Facilities, merupakan sarana yang tersedia;
2. Equipment, merupakan perlengkapan yang dibutuhkan dalam menghasilkan suatu produk atau jasa;
3. Labor, terdiri dari berbagai orang dengan peran yang berbeda-beda dalam proses berlangsungnya kegiatan ekonomi;
4. Infrastructure, pembangunan yang membantu dalam mempermudah proses kapasitas produksi.

Jenis kapasitas produksi, diantaranya;

1. Kapasitas Desain, yang mana suatu perusahaan mengharapkan suatu pencapaian dengan keterbatasan operasional yang ada saat ini;
2. Kapasitas Efektif, yang mana suatu perusahaan diperkirakan akan mencapai dengan keterbatasan operasional yang ada saat ini;
3. Kapasitas Efisien yang mana suatu perusahaan dengan jumlah persentase desain kapasitas yang sudah tercapai.

2.5 Pola Permintaan

Pola permintaan adalah analisa mengenai data-data permintaan konsumen untuk mengukur dan mengetahui permintaan dalam suatu periode jangka waktu tertentu. Pola permintaan berbagai macam dimulai dari yang stabil yang memungkinkan kemudahan untuk diramalkan namun juga terdapat yang fluktuatif ataupun ketidakpastian sehingga sulit diramalkan dan tidak akurat. (Romaita et al., 2019) menyatakan bahwa penggunaan metode yang benar untuk menganalisa data *time series* sangat bergantung pada pola data yang akan digunakan. Berikut terdapat 3 jenis pola dalam pola permintaan berupa;

1. Pola tren, yang menunjukkan pergerakan permintaan dengan bentuk pergerakan naik dan turun yang terlihat secara bertahap dalam periode yang panjang. Pola ini yang merupakan pola paling mudah dalam mendeteksi perilaku permintaan serta menjadi permulaan dalam mengembangkan peramalan.
2. Pola siklus merupakan jenis pola yang menunjukkan bentuk pergerakan permintaan naik dan turun secara berulang dalam jangka panjang yang biasanya lebih dari 1 tahun.
3. Pola musiman merupakan pola permintaan yang bergerak secara bebas serta dapat muncul secara periodik dalam jangka pendek dan dapat terjadi secara berulang sesuai kondisi musiman saat itu.

2.6 Pengelolaan Permintaan

Pengelolaan permintaan merupakan upaya dalam membuat permintaan lebih mudah di penuhi oleh rantai pasok dengan meyakinkan bahwa permintaan konsumen dipenuhi

dengan mudah dan efisien. Adapun metode yang bisa digunakan dalam memengaruhi pola permintaan dengan sebagai berikut;

1. *Promosi*, merupakan kegiatan mengkomunikasikan manfaat dari suatu produk atau jasa dalam menarik konsumen untuk membeli (Kevin & Carsana, 2020). Promosi bisa dilakukan kegiatan promosi baik melalui iklan, media cetak ataupun elektronik;
2. *Pricing*, menurut (Nasution, 2019) memiliki peranan yang penting dalam memberikan pengaruh kepada konsumen agar membeli produk maupun jasa, sehingga membantu keberhasilan dalam pemasaran produk maupun jasa;
3. *Shelf management*, dapat diartikan sebagai posisi atau cara penempatan yang dapat berpengaruh pada penjualan;
4. *Deal structure*, merupakan kesepakatan dalam menjual beli produk maupun jasa.

2.7 Sistem Reservasi

Sistem reservasi merupakan pelayanan terhadap produk dan jasa dengan cara dapat di *Booking* terlebih dahulu sehingga membantu mempermudah dalam mengatur kapasitas sesuai dengan permintaan dan lebih mengefisienkan waktu. Menurut (Wirapraja et al., 2020) reservasi dapat diartikan sebagai proses kesepakatan pemesanan suatu produk atau jasa namun belum dilakukan transaksi jual dan beli antaran konsumen dan penyedia produk atau jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Pengelolaan Permintaan dan Kapasitas Produksi pada UMKM Tyflorist. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan melaksanakan penelitian secara mendalam mengenai suatu hal atau individu berupa subyek penelitian yang bersifat deskriptif dapat disebut sebagai metode penelitian kualitatif. Pengamatan secara mendalam mengenai pengalaman individu, hal yang menjadi topik penelitian, dan interaksi sosial dengan subyek penelitian melalui metode wawancara, observasi, bahan tertulis, ataupun metode lain yang dapat dilakukan bersifat rinci untuk mencapai hasil pengamatan yang diinginkan. Wawancara merupakan metode yang dilakukan dengan narasumber oleh pelaksana wawancara dengan tujuan memperoleh sebuah informasi, berita, ataupun laporan data lainnya. Teknik ini dilakukan dengan harapan agar memperoleh sebuah pemahaman terhadap narasumber mengenai pengalaman atau informasi yang dimiliki. Bentuk akhir dari wawancara pada umumnya adalah informasi-informasi penting yang akan menjadi hasil laporan yang merupakan tujuan utama. Berdasarkan data yang dikumpulkan dengan cara kualitatif, telah dilakukan metode analisa secara kualitatif. Analisa konten berupa artikel terdahulu dan pengolahan data wawancara. Data wawancara akan diolah menjadi jabaran tanggapan dari pihak UMKM dan referensi bagi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan proses wawancara dengan pemilik Tyflorist.id, hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut : pola permintaan, pengelolaan permintaan, dan kapasitas produksi.

4.1 Excess Capacity

Selama 1 tahun terakhir, masa pandemi corona menyebabkan banyak usaha mengalami kerugian yang cukup signifikan tidak terkecuali Tyflorist.id dikarenakan sebagian

besar masyarakat memilih untuk tinggal di rumah dan mematuhi protocol Kesehatan. Cara yang dilakukan Tyflorist.id untuk menarik perhatian pembeli adalah dengan memberikan promo diskon berupa voucher dan mempromosikan foto – foto maupun video di media sosial agar dapat dikenal luas oleh masyarakat.

4.2 Productive Capacity

1. Facilities

Fasilitas yang disediakan oleh Tyflorist.id adalah ruangan yang nyaman dan ber AC supaya konsumen dapat memilih berbagai tipe bunga yang ingin dipilih.

2. Equipment

Dalam hal peralatan Tyflorist.id selalu memberika peralatan – peralatan yang inovatif dan kreatif untuk membuat bunga dan Tyflorist.id selalu menyiapkan beberapa peralatan cadangan jika sesuatu yang tidak diinginkan terjadi seperti kekurangan stok.

3. Labor

Dalam membuat bunga, rata – rata karyawan Tyflorist.id membutuhkan waktu sekitar 1 hari – 1 minggu tergantung tipe Bunga yang dipilih oleh konsumen.

4.3 Managing Capacity

1. Media Sosial

Pihak Tyflorist.id memiliki akun media sosial di Instagram, facebook maupun media sosial lainnya. Cara Tyflorist.id mengelola media sosialnya adalah dengan secara rutin mengupload berbagai design bunga yang berinovatif sehingga dapat dilirik oleh berbagai kalangan masyarakat.

4.4 Paterns of Demands

1. Pay Days

Peningkatan jumlah konsumen dapat terjadi pada saat gaji maupun hari – hari tertentu seperti fathers day, mothers day, dan valentine dimana hari tersebut menimbulkan keinginan besar masyarakat membelikan Bunga untuk orang terdekatnya.

2. School Hours / Holidays

Jumlah konsumen juga kadang mengalami peningkatan dimana mahasiswa maupun anak – anak sekolah yang sedang libur, dimana hal ini memicu sebagian besar mahasiswa maupun anak – anak untuk membeli produk dari Tyflorist.id

3. Public / Religious Hours

Terjadinya peningkatan jumlah konsumen pada hari – hari libur imlek, lebaran atau natal yang menyebabkan sebagian besar masyarakat memberikan bunga kepada orang – orang terdekatnya.

4.5 Managing Demands

Usaha Tyflorist.id dalam mengelola kapasitas produksi menggunakan metode take no action yang dimana Tyflorist.id hanya membuat bunga yang dipilih oleh konsumen itu. System antrian online pada Tyflorist masi belum optimal dikarenakan waktu yg dibutuhkan untuk membuat bunga tergantung dengan tipe yang dipilih oleh konsumen.

KESIMPULAN

Tyflorist.id merupakan salah satu UMKM sektor Jasa yang bergerak secara online. Tyflorist.id merupakan jasa pembuatan bouquet seperti flower bouquet, money bouquet, snack bouquet, dan lainnya. Tyflorist.id menarik pelanggan dengan cara meng-iklankan

katalog produknya di Instagram dan tidak lupa untuk selalu meng-update feed instagram sesuai dengan theme event yang sedang berlangsung seperti kelulusan, valentine, mothers and fathers day, dan acara-acara lainnya.

Tyflorist.id selalu meng-update raw material yang out of stock serta memberikan solusi sebagai pertimbangan, 24 jam sebelum due date Tyflorist.id akan mengirimkan hasil akhir berupa foto dan video bouquet apabila pelanggan belum puas dengan hasil akhir maka diperbolehkan revisi sekali, Tyflorist.id akan berusaha untuk menyesuaikan hasil akhir dengan revisian dari pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan melaksanakan penelitian secara mendalam mengenai suatu hal atau individu berupa subyek penelitian yang bersifat deskriptif dapat disebut sebagai metode penelitian kualitatif. Pengamatan secara mendalam mengenai pengalaman individu, hal yang menjadi topik penelitian, dan interaksi sosial dengan subyek penelitian melalui metode wawancara, observasi, bahan tertulis, ataupun metode lain yang dapat dilakukan bersifat rinci untuk mencapai hasil pengamatan yang diinginkan.

Pada bagian managing capacity, dimana merupakan strategi untuk menjelaskan sumber daya yang dibutuhkan dalam berbagai proyek, pihak Tyflorist.id menyediakan media sosial pada Instagram dan juga Facebook dan secara rutin mengupload hasil kerja para karyawan baik di story maupun feed.

Untuk pattern of demand, yang merupakan analisa mengenai data-data permintaan dan customer untuk mengetahui permintaan dalam jangka waktu tertentu, ada dari segi pay days dimana terjadinya peningkatan jumlah konsumen pada saat hari gaji yang dimana hal tersebut menimbulkan keinginan untuk berbelanja bagi sebagian besar masyarakat. Kemudian ada segi school hours/holidays dimana adanya peningkatan jumlah konsumen anak-anak sekolah atau mahasiswa karena menjalankan hari libur. Kemudian ada juga public/religious holidays dimana peningkatan jumlah konsumen terjadi karena hari libur seperti libur imlek, natal dan lebaran.

Kemudian ada managing demand, dimana merupakan teknik yang digunakan untuk mengelola permintaan pada produk dan jasa dan didalamnya. Usaha Tyflorist dalam mengelola kapasitas produksi mereka menggunakan metode take no action dan pada hal inventorying demand until capacity becomes available, sistem antrian offline yang dimiliki Tyflorist.id masih belum optimal.

SARAN

Adapun saran – saran yang dapat kami sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Umkm dapat menerima permintaan apa bila memperbanyak orang yang melakukan kerja setidaknya 2 atau 3 orang agar bisa memenuhi kuota yang di capai.
2. Umkm bisa merencanakan jadwal – jadwal induk produksi agar dapat menjadwalkan pesanan konsumen dengan tepat waktu
3. Umkm harusnya memperbanyak bahan baku sesuai dengan permintaan konsumen yang terus naik sehingga dapat memproduksi bunga yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Elvira, R. (2015). Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). Jurnal Islamika, 15(1), 47–60.

- [2] Hadinata, R., Salmia, L. A., & Priyasmanu, T. (2021). Perencanaan Kapasitas Produksi Menggunakan Metode Rough Cut Capacity Planning (RCCP) Pada Home Industri Loca Nusa. *Jurnal Valtech*, 4(1), 21–28.
- [3] Hanafi, M., Amrozi, Y., & Syafrizal, M. N. (2022). MANAGING DEMAND FLUCTUATIONS IN THE SUPPLY CHAIN WITH SOCIAL MEDIA. 923–929.
- [4] Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3, No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.
- [5] Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* : 59, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- [6] Rani, A. M. (2019). Meningkatkan Kapasitas Produksi dengan Capacity Planning (Studi pada PT XYZ) PENDAHULUAN Latar Belakang Permintaan produk fesyen seperti pakaian , aksesoris , tas , topi , maupun sandal. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis : Performa* Vol . 16 , No . 1 Maret 2019, 16(1), 39–49.
- [7] Romaita, D., Bachtiar, F. A., & Furqon, M. T. (2019). Perbandingan Metode Exponential Smoothing Untuk Peramalan Penjualan Produk Olahan Daging Ayam Kampung (Studi Kasus : Ayam Goreng Mama Arka). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK)* Universitas Brawijaya, 3(11), 10387. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/6682>
- [8] Wirapraja, A., Tandio, Y., & Iswati, I. (2020). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keputusan Reservasi. *Jurnal EKSEKUTIF*, 17(1), 84–107.