

## Optimalisasi Manajemen Usaha Pada Industri Jasa Penataan Rambut Crown Barbershop

*Optimizing Business Management in the Hair Styling Industry: Crown Barbershop*

Ahmad Taufiqurrahman Asy'ari<sup>1\*</sup>, Abdullah As Shoib<sup>2</sup>,  
Agus Hermawan<sup>3</sup>, Agung Winarno<sup>4</sup>

<sup>1-2</sup> Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang, Malang

<sup>3-4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang, Malang

\* Korespondensi Penulis: [ahmad.taufiqurrahman.2404138@students.um.ac.id](mailto:ahmad.taufiqurrahman.2404138@students.um.ac.id)<sup>1</sup>

### Article History:

Naskah Masuk: 17 September

2025;

Revisi: 18 Oktober 2025;

Diterima: 15 November 2025;

Tersedia: 20 November 2025;

### Keywords:

Competitiveness;

Crown Barbershop;

Finance;

HR;

Marketing;

Service Quality

**Abstract:** Crown Barbershop is an SME engaged in men's hair care and styling services in Cerme, Gresik, which has only been operating since June. This study aims to analyze the strengthening of Crown Barbershop's competitiveness through marketing optimization, service quality improvement, human resource management, and financial system improvement. The research method used is descriptive qualitative through observation and direct interviews with the business owner. The results show that digital marketing based on Instagram and TikTok needs to be optimized with more creative content strategies. In addition, service quality improvement through consistent operational standards also needs to be implemented. In terms of HR, barber skill training is essential to keep up with the latest hairstyle trends. Meanwhile, in the financial aspect, a more structured recording system is needed to ensure business sustainability. This study concludes that the synergy of these four managerial aspects can increase the competitiveness of Crown Barbershop amid increasingly competitive barbershop industry competition.

### Abstrak

Crown Barbershop merupakan UMKM yang bergerak pada jasa perawatan dan penataan rambut pria di Cerme, Gresik, yang baru beroperasi sejak bulan Juni. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan daya saing Crown Barbershop melalui optimalisasi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, pengelolaan sumber daya manusia (SDM), dan perbaikan sistem keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis Instagram dan TikTok perlu dioptimalkan dengan strategi konten yang lebih kreatif. Selain itu, peningkatan kualitas layanan melalui standar operasional yang konsisten juga perlu diterapkan. Dalam aspek SDM, pelatihan keterampilan barber sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan tren gaya rambut. Sementara itu, dalam aspek keuangan diperlukan sistem pencatatan yang lebih terstruktur agar keberlanjutan usaha dapat terjamin. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi empat aspek manajerial tersebut mampu meningkatkan daya saing Crown Barbershop di tengah persaingan industri barbershop yang semakin kompetitif.

**Kata kunci:** Crown Barbershop; Daya Saing; Keuangan; Kualitas Layanan; Pemasaran; SDM

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015–2035, sektor jasa industri memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan industri nasional karena mampu

meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kementerian Perindustrian memproyeksikan kontribusi jasa industri pada tahun 2015–2022 berada pada kisaran 3,35–3,75 persen terhadap PDB nasional, yang menunjukkan bahwa industri jasa menjadi salah satu sektor penting dalam memperkuat perekonomian Indonesia (Kementerian Perindustrian RI, 2024). Peran jasa industri semakin relevan seiring berkembangnya teknologi, digitalisasi, serta tren gaya hidup masyarakat modern. Hal ini menciptakan peluang besar bagi berbagai jenis usaha jasa untuk tumbuh dan berinovasi, termasuk usaha jasa perawatan dan penataan rambut seperti barbershop yang kini menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat, khususnya kalangan pria.

Industri jasa perawatan rambut pria atau barbershop saat ini mengalami perkembangan yang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan dan gaya hidup modern (Kemenkop UKM, 2023). Barbershop tidak hanya memberikan layanan pemotongan rambut, tetapi juga menawarkan pengalaman layanan lengkap seperti cuci rambut, perawatan rambut, hingga styling sesuai tren yang sedang berkembang (Lovelock & Wirtz, 2020). Perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen ini turut mendorong pelaku usaha barbershop untuk terus melakukan inovasi baik dalam teknik pemotongan rambut, penggunaan produk perawatan rambut berkualitas, maupun penyediaan fasilitas pendukung seperti ruang tunggu yang nyaman dan pelayanan yang lebih personal. Selain itu, media sosial turut berperan besar dalam mendorong popularitas berbagai gaya rambut pria modern sehingga konsumen memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap hasil layanan yang mereka terima. Hal tersebut menjadikan barbershop bukan hanya sekadar tempat perawatan, tetapi juga bagian dari gaya hidup yang mampu mencerminkan karakter dan identitas diri penggunanya. Dengan semakin tingginya persaingan di industri ini, barbershop dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan menjaga konsistensi pelayanan demi mempertahankan loyalitas pelanggan serta memperluas pangsa pasar.

Persaingan dalam industri barbershop semakin ketat, terutama di daerah perkotaan dan wilayah yang sedang berkembang seperti Gresik. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menghadirkan nilai tambah yang berbeda dari pesaing agar dapat mempertahankan eksistensi di pasar dan terus meningkatkan jumlah pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Inovasi layanan, kualitas sumber daya manusia, serta strategi pemasaran yang tepat menjadi aspek penting bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing secara efektif dalam industri ini.

Crown Barbershop sebagai usaha baru yang berdiri pada bulan Juni di wilayah Cerme, Gresik, berada pada fase awal perkembangan yang membutuhkan upaya kuat dalam

membangun citra dan kepercayaan konsumen. Walaupun telah menyediakan fasilitas layanan yang cukup lengkap seperti potong rambut, cuci rambut, perawatan rambut, dan keriting rambut, usaha ini masih membutuhkan strategi yang lebih fokus untuk menarik perhatian pelanggan baru dan membangun reputasi usaha di tengah persaingan regional yang semakin ketat (Kotler & Armstrong, 2018). Hal ini sangat penting karena pelanggan cenderung memilih barbershop yang sudah lebih dikenal dan memiliki ulasan positif.

Pemasaran merupakan aspek yang memegang peranan penting dalam memperkenalkan usaha kepada masyarakat dan membentuk *brand awareness*. Crown Barbershop telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau konsumen, namun diperlukan peningkatan dalam kualitas dan konsistensi konten agar mampu menciptakan *engagement* lebih baik, membangun interaksi dua arah, dan memperluas target pasar khususnya kalangan muda yang aktif di media digital (Payne & Frow, 2017). Pemanfaatan strategi promosi seperti diskon, loyalty program, dan kolaborasi juga menjadi faktor pendukung yang dapat meningkatkan daya tarik usaha.

Selain pemasaran, kualitas layanan juga menjadi faktor penentu keberhasilan dalam industri jasa, karena layanan yang diberikan akan langsung memengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan mereka kembali melakukan kunjungan. Keterampilan barber, kenyamanan tempat, keramahan pelayanan, kebersihan fasilitas, serta kecepatan layanan menjadi indikator penting yang harus dijaga secara konsisten (Zeithaml et al., 2018). Pelanggan yang merasa puas akan cenderung memberikan rekomendasi kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan promosi dari mulut ke mulut.

Faktor sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek fundamental lainnya, mengingat barber merupakan ujung tombak yang memberikan layanan secara langsung kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan kompetensi barber perlu dilakukan secara rutin agar dapat mengikuti tren gaya rambut terbaru, teknik pemotongan modern, serta kemampuan komunikasi yang baik dengan pelanggan (Mangkunegara, 2017). SDM yang terampil dan profesional akan menjadi aset penting dalam meningkatkan citra dan kualitas usaha.

Di sisi lain, manajemen keuangan yang baik juga menjadi pilar utama dalam keberlanjutan usaha, terutama pada fase awal operasional yang rentan terhadap risiko bisnis. Sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan akurat berperan penting dalam memastikan kontrol terhadap arus kas, biaya operasional, perencanaan permodalan, hingga pengukuran profitabilitas usaha (Alma, 2018). Tanpa pengelolaan keuangan yang jelas, bisnis dapat mengalami kesulitan dalam berkembang dan mempertahankan operasi jangka panjang.

Dengan mempertimbangkan berbagai tantangan dan peluang tersebut, penelitian ini

dilakukan untuk menggali strategi penguatan daya saing Crown Barbershop dari empat aspek utama dalam manajemen usaha, yaitu aspek pemasaran, kualitas layanan, sumber daya manusia, dan keuangan, sehingga dapat diperoleh rekomendasi yang tepat dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri barbershop yang semakin kompetitif.

Salah satu UMKM yang berkembang di tengah pesatnya industri gaya hidup saat ini adalah Crown Barbershop yang berlokasi di Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Usaha ini berdiri pada bulan Juni 2024 dan bergerak di bidang jasa perawatan dan penataan rambut pria. Berdirinya Crown Barbershop dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat, khususnya kalangan pria muda, akan layanan grooming yang tidak hanya memberikan hasil potongan rambut yang baik, tetapi juga pengalaman layanan yang nyaman dan modern. Meskipun tergolong baru, Crown Barbershop telah menunjukkan perkembangan positif melalui peningkatan jumlah pelanggan dari waktu ke waktu. Pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, terutama TikTok dan Instagram, sebagai sarana mengenalkan layanan dan menarik minat pelanggan secara lebih luas. Crown Barbershop menyediakan berbagai layanan seperti potong rambut, cuci rambut, perawatan rambut, hingga keriting rambut sesuai tren kekinian. Namun, sebagaimana UMKM baru lainnya, Crown Barbershop juga menghadapi tantangan dalam memperkuat strategi pemasaran, meningkatkan kualitas layanan, serta mengelola sumber daya manusia dan keuangan secara lebih profesional agar mampu bertahan dan bersaing di industri barbershop yang semakin kompetitif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha Crown Barbershop dengan meninjau tiga aspek utama, yaitu layanan dan kualitas jasa, pemasaran, serta keuangan. Pada aspek layanan dan kualitas jasa, penelitian ini mengkaji bentuk inovasi layanan yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan ciri khas pelayanan agar mampu bersaing di industri barbershop yang kompetitif. Pada aspek pemasaran, fokus diberikan pada pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram dalam memperluas jangkauan pemasaran dan menarik pelanggan baru di wilayah Cerme dan sekitarnya. Sementara itu, pada aspek keuangan, pembahasan ditujukan untuk melihat bagaimana pengelolaan biaya operasional dan pendapatan dilakukan demi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi Crown Barbershop dalam meningkatkan daya saing, pengembangan usaha, dan optimalisasi kinerja bisnis di sektor jasa barbershop Kabupaten Gresik.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis strategi penguatan daya saing Crown Barbershop melalui aspek pemasaran, kualitas layanan, sumber daya manusia, dan keuangan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi aktual usaha, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan usaha ke depan (Sugiyono, 2020). Penelitian dilakukan pada Crown Barbershop yang berlokasi di Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Kegiatan penelitian dan pendampingan usaha dilaksanakan selama empat bulan, yaitu mulai September hingga Desember 2024. Pendekatan ini melibatkan langsung antara tim pendamping dan pelaku usaha Crown Barbershop untuk memahami permasalahan yang berada di lapangan dan mengimplementasikan solusi yang tepat. Berikut merupakan alur pendampingan pada penelitian:



**Gambar 1.** Alur Penelitian

Diagram ini menggambarkan tahapan-tahapan kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Crown Barber Shop dalam rangka Penguatan Daya Saing Crown Barbershop melalui Optimalisasi Pemasaran, Kualitas Layanan, Pengelolaan SDM, dan Keuangan dalam Industri Jasa Perawatan dan Penataan Rambut Pria

Berikut adalah uraian dari masing-masing tahapan:

### **Observasi Awal (Survei Lokasi Penelitian)**

Tahap Observasi awal pada Crown Barbershop menunjukkan bahwa usaha ini masih memerlukan penguatan dalam beberapa aspek penting. Dari sisi pemasaran, belum ada pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta belum terdaftar di Google Maps sehingga sulit dijangkau pelanggan baru. Program loyalitas seperti kartu member juga belum

tersedia. Pada legalitas dan transaksi, Crown Barbershop belum memiliki NIB dan belum menyediakan pembayaran digital seperti QRIS.

Dalam aspek layanan, belum tersedia produk pendukung seperti pomade, clay, dan hair tonic, serta belum ada garansi layanan bagi pelanggan. Operasional juga belum memiliki SOP dan belum ada pelatihan untuk meningkatkan keterampilan barber. Sistem pencatatan keuangan masih manual dan tidak terdapat mekanisme evaluasi seperti pencatatan keluhan maupun survei kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, Crown Barbershop memiliki potensi untuk berkembang, namun membutuhkan pendampingan dalam pemasaran digital, legalitas usaha, peningkatan kualitas layanan, pengembangan SDM, dan manajemen keuangan agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.



**Gambar 2.** Foto Bersama Saat Observasi

### **Wawancara Pemilik UMKM**

Pada tahap wawancara dengan pemilik Crown Barbershop, digali informasi terkait kondisi usaha, kendala pengelolaan, serta kebutuhan pengembangan bisnis. Wawancara berfokus pada aspek pemasaran, kualitas layanan, SDM, dan manajemen keuangan. Dari wawancara diperoleh kendala utama berupa kurangnya pemanfaatan media digital, belum adanya SOP, minimnya pelatihan bagi barber, dan pencatatan keuangan yang belum tertata. Pemilik juga menyampaikan harapan agar barbershop berkembang lebih profesional, modern, dan mampu bersaing di wilayah Cerme, Gresik. Hasil wawancara ini menjadi dasar penyusunan strategi pendampingan yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.



**Gambar 3.** Saat Melakukan Wawancara

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan pemilik Crown Barbershop, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan usaha. Pada pemasaran, usaha belum memanfaatkan media sosial, belum terdaftar di Google Maps, dan belum memiliki program loyalitas pelanggan. Dari segi legalitas dan transaksi, Crown Barbershop belum memiliki NIB dan belum menyediakan pembayaran digital seperti QRIS. Pada aspek layanan, belum tersedia produk pendukung, belum ada garansi layanan, serta belum dilakukan evaluasi kepuasan pelanggan. Dalam hal SDM, belum tersedia pelatihan dan SOP sehingga kualitas layanan belum konsisten. Sementara itu, pencatatan keuangan masih manual dan kurang terstruktur. Permasalahan ini menunjukkan perlunya penguatan pemasaran digital, peningkatan layanan, pengembangan SDM, dan manajemen keuangan yang lebih profesional agar bisnis mampu bersaing secara berkelanjutan.

### **Penyusunan Pemecahan Masalah**

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, pendampingan Crown Barbershop difokuskan pada empat aspek utama: pemasaran, kualitas layanan, SDM, dan keuangan. Pada pemasaran, dilakukan pembuatan akun Instagram dan TikTok, penyusunan konten promosi, serta pendaftaran lokasi di Google Maps. Legalitas dan transaksi diperkuat melalui pengurusan NIB dan penerapan QRIS. Peningkatan kualitas layanan dilakukan dengan penambahan produk pendukung, pemberian garansi layanan, serta penyusunan SOP. Pada aspek SDM, diberikan pelatihan teknik potong rambut dan pelayanan prima agar barber lebih profesional. Sementara itu, manajemen keuangan diperbaiki dengan pencatatan keuangan terstruktur dan evaluasi layanan melalui survei kepuasan dan keluhan pelanggan. Upaya ini diharapkan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Crown Barbershop.

### **Solusi Pengembangan Usaha**

Solusi pengembangan Crown Barbershop difokuskan pada pemasaran, layanan, SDM, dan keuangan. Pemasaran diperkuat melalui digital marketing (Instagram, TikTok),

pencantuman lokasi di Google Maps, serta program promosi seperti kartu member untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kualitas layanan ditingkatkan dengan penambahan produk pendukung, garansi potong rambut, dan penerapan SOP agar layanan lebih konsisten dan profesional. Pengembangan SDM dilakukan melalui pelatihan teknik dan pelayanan agar barber lebih kompeten dan mengikuti tren. Manajemen keuangan diperbaiki dengan sistem pencatatan yang teratur serta menyediakan QRIS untuk kemudahan transaksi. Dengan langkah-langkah tersebut, Crown Barbershop diharapkan dapat meningkatkan daya saing, kepuasan pelanggan, dan perkembangan usaha secara berkelanjutan.

### **Pembuatan NIB Usaha**

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan langkah penting bagi Crown Barbershop dalam meningkatkan kredibilitas dan legalitas usaha. NIB berfungsi sebagai identitas resmi UMKM yang diakui pemerintah serta menjadi syarat untuk memperoleh akses terhadap berbagai program pembinaan, permodalan, dan fasilitas pendukung lainnya.

### **Peningkatan Keuangan Digital (QRIS)**

Peningkatan keuangan digital melalui QRIS mempermudah transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Sistem ini membuat pembayaran lebih cepat, aman, efisien, serta membantu UMKM mengurangi penggunaan uang tunai dan membuat pengelolaan keuangan lebih terstruktur.

### **Pembuatan Kartu Loyalitas pelanggan (Kartu Member)**

Program kartu loyalitas pelanggan dirancang untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan tetap barbershop. Melalui kartu member ini, pelanggan dapat menikmati berbagai keuntungan seperti potongan harga, prioritas layanan, atau potongan gratis setelah beberapa kali kunjungan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan retensi pelanggan dengan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Selain itu, data dari kartu member juga dapat digunakan untuk menganalisis perilaku pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

### **Menyediakan Produk Pendukung**

Menambahkan penjualan produk penataan rambut seperti pomade, clay, dan hair tonic sebagai bentuk diversifikasi penawaran serta peluang pendapatan tambahan.

### **Penerapan Jaminan Pelayanan Belum Diterapkan**

Diperlukan implementasi layanan garansi revisi potong rambut dalam kurun H+3 untuk membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan.

### **Mendaftarkan Usaha di Google Maps**

Dilakukan pendaftaran dan pengelolaan profil bisnis pada Google Maps lengkap dengan foto, alamat, serta ulasan pelanggan agar lebih mudah ditemukan.

#### **Pembuatan Akun Tiktok dan Instagram serta Pembuatan Konten**

Mengembangkan akun TikTok dan Instagram sebagai media branding, publikasi hasil potong rambut, dan promosi kreatif guna menarik calon pelanggan baru.

#### **Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) Usaha**

Disusun SOP yang mengatur alur pelayanan, kebersihan, serta kualitas hasil potong agar pelayanan konsisten dan sesuai standar barbershop profesional.

#### **Pengembangan Kompetensi SDM**

Diberikan pelatihan teknik potong terkini, pelayanan prima, dan pengetahuan tren gaya rambut untuk meningkatkan keterampilan barber secara berkelanjutan.

#### **Memperbarui Sistem Pembukuan Secara Digital**

Diterapkan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi kas sederhana atau spreadsheet guna meningkatkan ketepatan dan ketertelusuran arus keuangan.

#### **Evaluasi Pelanggan Untuk Memberikan keluhan dan Saran**

Membuat instrumen feedback berupa kuesioner kepuasan pelanggan dan buku keluhan untuk menilai kualitas layanan dan menemukan area perbaikan.

### **3. HASIL**

Berdasarkan pendampingan yang dilakukan pada Crown Barbershop, diperoleh hasil yang signifikan dalam aspek peningkatan pemasaran digital, branding, dan keuangan digital. Adapun hasil utama yang dicapai sebagai berikut:

#### **Pembuatan NIB Usaha**

Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi langkah fundamental dalam peningkatan profesionalitas Crown Barbershop. Dengan adanya legalitas resmi, usaha ini kini terdaftar sebagai UMKM yang diakui pemerintah sehingga memperoleh perlindungan hukum serta peluang akses terhadap pembinaan, pendanaan, dan fasilitas pemberdayaan UMKM. NIB juga memberikan dampak positif berupa peningkatan kepercayaan konsumen karena menunjukkan bahwa usaha dikelola secara lebih serius dan bertanggung jawab. Keberadaan legalitas ini menjadi fondasi penting untuk pembangunan bisnis jangka panjang.



**Gambar 4.** NIB Usaha

### **Implementasi Pembayaran Digital (QRIS)**

Penyediaan fasilitas pembayaran QRIS membuat transaksi menjadi lebih mudah, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini yang cenderung mengutamakan pembayaran non-tunai. Sebelumnya Crown Barbershop hanya menerima pembayaran tunai, sehingga berpotensi menyebabkan kesalahan pencatatan serta membatasi kenyamanan pelanggan. Dengan adanya QRIS, pemilik dapat melakukan pemantauan transaksi secara otomatis dan terdokumentasi dengan baik sehingga sangat membantu dalam kontrol keuangan harian.



**Gambar 5.** Pembayaran Digital QRIS

### **Program Kartu Loyalitas Pelanggan**

Penerapan kartu member menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan frekuensi kunjungan ulang. Pelanggan mendapatkan keuntungan seperti bonus layanan atau potongan harga setelah jumlah kunjungan tertentu. Sistem ini bukan hanya sekadar promosi jangka pendek, tetapi menjadi bentuk penghargaan terhadap pelanggan tetap yang berdampak langsung pada pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.



Gambar 6. Kartu Member

### Penyediaan Produk Pendukung Layanan

Penambahan produk pendukung seperti hair tonic, pomade, dan clay memberikan nilai tambah bagi pelanggan karena mereka dapat memperoleh layanan grooming secara menyeluruh. Produk ini juga memperluas sumber pendapatan usaha, tidak hanya bergantung pada layanan potong rambut saja. Dengan adanya produk retail, Crown Barbershop mulai membangun citra sebagai barbershop modern yang memperhatikan perawatan rambut secara lebih profesional.



Gambar 7. Produk Pendukung Layanan

### Penerapan Garansi Potong Rambut

Layanan garansi yang diberikan bagi pelanggan yang merasa kurang puas terhadap hasil potong rambut merupakan bentuk komitmen terhadap kualitas layanan. Garansi ini memperkuat rasa aman dan kepercayaan pelanggan sehingga dapat mengurangi potensi komplain terbuka yang berdampak buruk pada reputasi usaha. Garansi juga mendorong barber untuk bekerja lebih teliti demi menjaga standar kualitas terbaik.

### Pendaftaran Lokasi Usaha di Google Maps

Dengan tercantumnya Crown Barbershop di Google Maps, pelanggan kini dapat dengan mudah menemukan lokasi, melihat jam operasional, serta membaca ulasan dari pelanggan sebelumnya. Keberadaan di platform ini juga meningkatkan visibilitas usaha karena akan muncul dalam pencarian berbasis lokasi. Ulasan positif yang masuk menjadi sarana

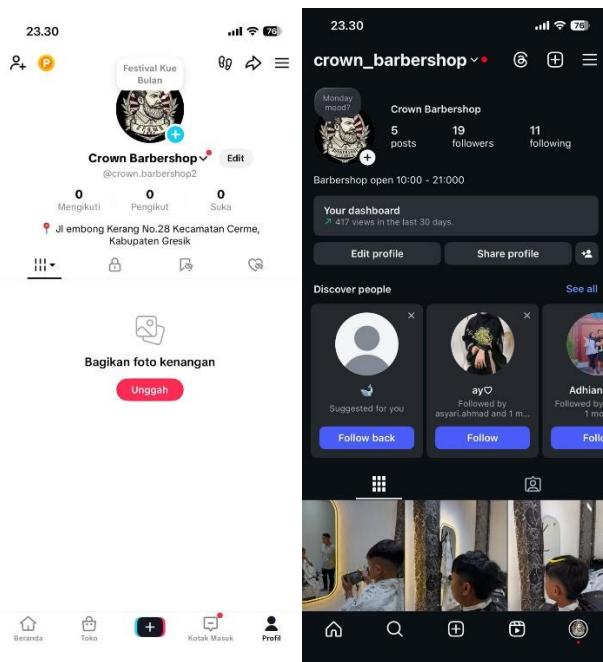
promosi organik yang sangat efektif untuk menarik pelanggan baru.



Gambar 8. Lokasi Usaha Pada Google Maps

### Digital Marketing melalui TikTok & Instagram

Optimalisasi media sosial dilakukan dengan mengunggah hasil potongan rambut, konten edukatif, serta promo layanan. Media sosial menjadi alat pemasaran yang menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang aktif mengikuti tren gaya rambut. Konsistensi konten promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan baru serta memperkuat brand awareness Crown Barbershop.



Gambar 9. Akun Tiktok dan Instagram Yang Telah Di Buat

### Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP)

Sebelumnya tidak ada standar baku yang mengatur pelayanan sehingga kualitas sering berubah-ubah. Standar Operasional Prosedur (SOP) disusun untuk memastikan layanan diberikan secara konsisten, mulai dari penyambutan pelanggan, teknik pemotongan rambut, higienitas peralatan, hingga penataan lingkungan kerja. Dengan SOP, setiap barber memiliki panduan yang jelas sehingga kualitas layanan dapat dikendalikan dan terus dievaluasi. Hal ini

sangat penting untuk menjaga reputasi usaha dalam jangka panjang.



**Gambar 10.** SOP Yang Telah di Buat

### Pelatihan dan Pengembangan SDM

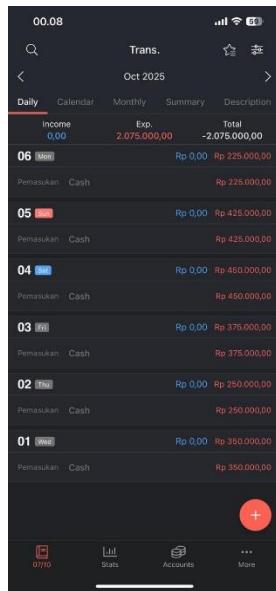
Pelatihan dan Pengembangan SDM dilakukan untuk meningkatkan keterampilan teknik potong rambut serta pemahaman tren rambut terbaru. Selain itu, aspek pelayanan pelanggan juga menjadi fokus agar barber lebih komunikatif dan mampu memberikan rekomendasi yang tepat sesuai keinginan pelanggan. Pengembangan SDM ini berdampak langsung pada peningkatan kualitas layanan yang menjadi daya tarik utama dalam industri barbershop.



**Gambar 11.** Pelatihan Teknik Potong Rambut dan *Coloring*

### Digitalisasi Pembukuan

Sistem pencatatan yang sebelumnya masih manual berpotensi menimbulkan ketidaktepatan dan kesulitan dalam evaluasi finansial. Dengan adanya sistem pembukuan digital, pemilik dapat mengetahui kondisi keuangan secara real-time, mulai dari pendapatan, pengeluaran, hingga profit usaha. Data keuangan yang terstruktur menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat.



Gambar 12. Pembukuan Secara Digital

### Evaluasi Kepuasan Pelanggan

Crown Barbershop kini memiliki sarana untuk menampung masukan pelanggan, baik melalui buku keluhan, form sederhana, maupun ulasan di Google Maps. Evaluasi ini digunakan untuk melakukan perbaikan layanan secara berkelanjutan sehingga usaha dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Data kepuasan pelanggan menjadi dasar pengukuran keberhasilan layanan serta rekomendasi pengembangan bisnis ke depan.



Gambar 12. Kepuasan Pelanggan Melalui Google Review

## 4. KESIMPULAN

Pendampingan pada Crown Barbershop menunjukkan bahwa optimalisasi manajemen usaha melalui penguatan pemasaran digital, peningkatan kualitas layanan, pengembangan kompetensi SDM, serta perbaikan tata kelola keuangan mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan industri barbershop yang semakin ketat. Pemanfaatan media sosial, pendaftaran Google Maps, dan program loyalitas berhasil meningkatkan visibilitas serta hubungan dengan pelanggan. Penerapan SOP, pelatihan barber, dan penyediaan produk

pendukung berdampak positif pada profesionalitas dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, legalitas usaha melalui NIB serta digitalisasi pembayaran dan pencatatan keuangan menjadikan pengelolaan bisnis lebih terstruktur dan akuntabel. Dengan penerapan strategi tersebut secara berkelanjutan, Crown Barbershop memiliki peluang besar untuk berkembang dan mempertahankan eksistensi dalam industri jasa penataan rambut pria.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, laporan dan program pendampingan pada Crown Barbershop ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik Crown Barbershop yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kerja sama selama proses observasi, wawancara, dan pelaksanaan program perbaikan usaha. Penulis juga menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga sehingga laporan ini dapat tersusun secara lebih terarah dan komprehensif. Terima kasih pula kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyediaan data, memberikan pendapat, maupun dukungan selama kegiatan pendampingan berlangsung. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan dan peningkatan daya saing Crown Barbershop serta menjadi referensi bagi UMKM lain dalam mengoptimalkan pengelolaan usaha di tengah persaingan industri jasa yang terus berkembang. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alma, B. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Alfabeta.
- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara,(2017). Manajemen sumber daya manusia perusahaan. Remaja Rosdakarya.
- Assauri, S. (2016). Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi (Edisi pertama). Raja Grafindo Persada.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2020). Business essentials (12th ed.). Pearson.  
<https://doi.org/10.1201/b12111-22>
- Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J., & Bordoloi, S. K. (2014). Service management: Operations, strategy, information technology (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Operations management: Sustainability and supply chain management. Pearson Education Limited.

- Husein, U. (2019). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Rajawali Pers.
- Jochen Wirtz, & Lovelock, C. (2022). Service marketing mix. In Encyclopedia of Tourism Management and Marketing.  
<https://doi.org/10.4337/9781800377486.service.marketing.mix>
- Kemenkop UKM. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024, Agustus). Sektor jasa industri berperan penting ke ekonomi, Kemenperin susun peta jalan. Blog BBSPJI Tekstil.  
<https://bbt.kemenperin.go.id/blog/sektor-jasa-industri-berperan-penting-ke-ekonomi,-kemenperin-susun-peta-jalan>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2016). Human resource management (Ed. 10, Jilid 3). Salemba Empat.
- Mohr, J., Sengupta, S., & Slater, S. (2018). Marketing of high-technology products and innovation (Vol. 399). Pearson Education, Inc.
- Payne, A., & Frow, P. (2017). Strategic customer management: Integrating relationship marketing and CRM. Cambridge University Press.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). Management (15th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). Strategi pemasaran. Andi Offset.
- Wibowo. (2016). Manajemen kinerja (Edisi kelima). Rajagrafindo Persada.
- Zeithaml, V. A. (2013). Service marketing: Integrating customer focus across the firm (6th ed.). McGraw-Hill.