MUJAHADAH
JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN
Volume 1 Nomor 9 Oktober 2026
P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

Analisa Pemasaran Dan Bisnis Jasa Tukang Cukur Ben Rapih Barbershop di Kelurahan Lodaya Kecamatan Randudongkal

Difa Agus Pudiyat, Ainun Qomaruz Zaman
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Putera Bangsa Tegal
diipppaaaa11@gmail.com, *ainunqomaruzzaman04@gmail.com*

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa, khususnya usaha barbershop, mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan dan perawatan diri. Kondisi tersebut mendorong setiap pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Ben Rapih Barbershop yang berlokasi di Kelurahan Lodaya, Kecamatan Randudongkal merupakan salah satu usaha jasa pangkas rambut yang terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan analisis mengenai strategi pemasaran dan kondisi bisnis yang diterapkan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan usaha tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Ben Rapih Barbershop, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha, serta merumuskan strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan, serta dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, serta didukung dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ben Rapih Barbershop telah menerapkan strategi pemasaran melalui pelayanan yang ramah, kualitas hasil potong rambut yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, penetapan harga yang kompetitif, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kekuatan utama usaha terletak pada kualitas pelayanan, keterampilan tukang cukur, hubungan baik dengan pelanggan, dan lokasi usaha yang mudah dijangkau. Sementara itu, kelemahan yang masih dihadapi meliputi keterbatasan fasilitas pendukung, aktivitas promosi digital yang belum optimal, serta keterbatasan sumber daya dalam mengembangkan layanan. Peluang usaha cukup besar karena meningkatnya kebutuhan masyarakat

terhadap layanan perawatan rambut dan gaya hidup modern, sedangkan ancaman berasal dari bertambahnya jumlah barbershop baru, perubahan tren gaya rambut, dan persaingan harga. Berdasarkan hasil penelitian, Ben Rapih Barbershop disarankan untuk meningkatkan strategi pemasaran digital, memperkuat identitas merek, menambah fasilitas yang mendukung kenyamanan pelanggan, serta melakukan inovasi layanan agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis jasa barbershop.

Katakunci : *Analisis pemasaran, Bisnis jasa, Barbershop, dan Strategi pemasaran*

ABSTRACT

The service industry, particularly the barbershop business, has experienced significant growth in line with increasing public awareness of the importance of personal appearance and self-care. This condition encourages business owners to implement appropriate marketing strategies in order to compete effectively and maintain business sustainability. Ben Rapih Barbershop, located in Lodaya Village, Randudongkal District, is one of the hair-cutting service businesses that continues to strive to improve service quality and customer satisfaction amid increasingly competitive business competition. Therefore, an analysis of the marketing strategies and business conditions implemented by the business is necessary to identify the factors influencing its development. This study aims to analyze the marketing strategies implemented by Ben Rapih Barbershop, identify internal and external factors affecting business development, and formulate business strategies that can be implemented to improve competitiveness. This research employs a descriptive method with a qualitative approach. Data were collected through observation, interviews with the business owner, employees, and customers, as well as documentation. The data obtained were analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing, supported by a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the business. The results indicate that Ben Rapih Barbershop has implemented marketing strategies through friendly customer service, haircut quality that meets customers' needs, competitive pricing, word-of-mouth promotion, and the use of social media as a promotional tool. The main strengths of the business lie in its service quality, barbers' skills, good relationships with customers, and an easily accessible business location. Meanwhile, the weaknesses faced by the business include limited supporting facilities, suboptimal digital promotional activities, and limited resources for service development. The business has considerable opportunities due to the increasing demand for hair-care services and modern lifestyles, while threats arise from the growing number of new barbershops, changing hairstyle trends, and price competition. Based on the findings, Ben Rapih Barbershop is

advised to strengthen its digital marketing strategies, enhance its brand identity, add facilities that support customer comfort, and innovate its services in order to increase customer loyalty and maintain a competitive advantage amid the increasingly competitive barbershop service industry.

Keywords : *: Marketing Analysis, Service Business, Barbershop and Marketing Strategy*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan, kebersihan, dan perawatan diri menjadikan usaha jasa tukang cukur atau barbershop sebagai salah satu bidang usaha yang memiliki prospek cukup menjanjikan. Barbershop saat ini tidak lagi dipandang sebagai tempat untuk memotong rambut semata, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, khususnya kaum pria. Kondisi tersebut mendorong semakin banyak pelaku usaha membuka bisnis serupa sehingga tingkat persaingan menjadi semakin tinggi. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman pemuda tentang analisis pasar dan strategi pemasaran. Kebanyakan pemuda belum memiliki keterampilan memadai untuk mengenali tren pasar, memahami kebutuhan pelanggan, dan merancang strategi pemasaran yang efektif. (Ali Mada et al., 2025)

Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam bisnis jasa, keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kegiatan promosi, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, lokasi usaha, fasilitas, hubungan dengan pelanggan, serta kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlangsungan suatu usaha jasa.

Ben Rapih Barbershop yang berlokasi di Kelurahan Lodaya, Kecamatan Randudongkal merupakan salah satu usaha jasa tukang cukur yang telah melayani masyarakat sekitar. Di tengah berkembangnya jumlah barbershop dan perubahan perilaku konsumen, Ben Rapih Barbershop dituntut untuk mampu mempertahankan eksistensi usahanya melalui pelayanan yang berkualitas dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, pemanfaatan media sosial, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), serta pelayanan yang ramah menjadi aspek yang turut memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih tempat potong rambut.

MUJAHADAH
JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN
Volume 1 Nomor 9 Oktober 2026
P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx
.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa tidak semua usaha barbershop mampu berkembang secara berkelanjutan. Sebagian usaha mengalami penurunan jumlah pelanggan akibat kurang optimalnya strategi pemasaran, rendahnya inovasi pelayanan, serta ketidakmampuan menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, usaha yang mampu memberikan pengalaman pelayanan yang baik cenderung memperoleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam praktik serta bagaimana pengelolaan bisnis dilakukan agar mampu mempertahankan daya saing usaha.

Berdasarkan hasil kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai barbershop lebih banyak berfokus pada pengaruh bauran pemasaran, kualitas pelayanan, atau kepuasan pelanggan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang mengkaji secara mendalam mengenai praktik pemasaran dan pengelolaan bisnis jasa melalui pendekatan kualitatif, khususnya pada usaha barbershop skala lokal di Kecamatan Randudongkal, masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menjadi alasan penting dilakukannya penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Usaha ini bertujuan untuk mengembangkan usaha berdasarkan trend potong pria (Barbershop). Dengan berawal dari membuka salon yang melayani wanita dan pria, juga dengan berjalannya waktu dan perkembangan tren, kebanyakan para pria malu masuk ke salon-salon yang biasa karena takut di bilang feminim, maklum juga di salon tersebut kebanyakan pengunjungnya perempuan.Secara umum, usaha potong rambut ini untuk melayani konsumen, khususnya Pria yang memiliki keinginan untuk tampil rapi dan punya hasrat imitasi kepada idolanya (Hidayah Riyan et al., 2023)

Barbershop merupakan tempat pangkas rambut untuk pria semua usia dengan segala fasilitasnya untuk memanjakan pelanggan dengan kenyamanan, kemampuan teknik dan ketrampilan pangkas rambut model rambut pria yang cepat sekali berubah, mengikuti trend terbaru menyesuaikan model rambut yang popular (Heriana Tutik et al., 2026)

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh Ben Rapih Barbershop, faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan bisnis jasa, serta upaya yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik usaha sebagai bahan evaluasi dalam mengembangkan strategi

pemasaran yang lebih efektif, sekaligus menjadi referensi bagi pelaku usaha jasa sejenis dan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai pemasaran dan bisnis jasa.

B. METODE

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai kondisi pemasaran dan bisnis jasa Barbershop Ben Rapih yang berlokasi di Jl. Kalimas, Mijen, Desa Lodaya, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353

Pendekatan penelitian juga menggunakan analisis SWOT yang meliputi Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan serta perkembangan usaha Barbershop Ben Rapih. Sementara itu, analisis bauran pemasaran 7P digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa yang diterapkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan di lingkungan sekitar.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Barbershop Ben Rapih yang berlokasi di Desa Lodaya, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Barbershop Ben Rapih merupakan usaha jasa yang melayani kebutuhan perawatan rambut pria dan memiliki konsumen dari masyarakat sekitar Desa Lodaya dan wilayah sekitarnya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2026.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui pemilik atau pengelola Barbershop Ben Rapih, kapster atau tenaga pemotong rambut, serta pelanggan yang menggunakan jasa barbershop. Data primer digunakan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran, proses pelayanan, kondisi operasional, penetapan harga, tingkat kepuasan pelanggan, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung yang relevan dengan penelitian. Data tersebut meliputi dokumen internal usaha, seperti catatan keuangan dan transaksi bulanan, data demografi Desa Lodaya, serta berbagai literatur dan referensi yang berkaitan dengan pemasaran jasa, bisnis barbershop, dan strategi pengembangan usaha.

MUJAHADAH
JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN
Volume 1 Nomor 9 Oktober 2026
P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx
.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pemilik atau pengelola Barbershop Ben Rapih untuk memperoleh informasi mengenai strategi bisnis, biaya operasional, penetapan harga, kegiatan promosi, serta perkembangan usaha. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pelanggan dengan menggunakan teknik accidental sampling untuk memperoleh informasi mengenai tingkat kepuasan terhadap pelayanan dan efektivitas kegiatan promosi. Jumlah pelanggan yang menjadi informan dalam penelitian ini berkisar antara 10–15 orang.

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi dan aktivitas usaha. Observasi meliputi pengamatan terhadap kenyamanan dan fasilitas tempat usaha, proses pelayanan yang dilakukan oleh kapster, jumlah serta aktivitas pelanggan, kondisi lingkungan usaha, dan persaingan dengan usaha sejenis di sekitar wilayah Randudongkal. Observasi dilakukan untuk memperoleh data faktual yang dapat mendukung hasil wawancara.

Selanjutnya, dokumentasi digunakan sebagai teknik pendukung dalam proses pengumpulan data. Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar fasilitas fisik tempat usaha, materi promosi seperti banner dan media sosial, serta mencatat data yang berkaitan dengan pemasukan dan pengeluaran usaha sesuai dengan data yang dapat diakses selama penelitian. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai bukti pendukung terhadap hasil observasi dan wawancara.



MUJAHADAH
JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN
Volume 1 Nomor 9 Oktober 2026
P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx
.

Dokumentasi Saat Pelaksanaann Pemotongan Rambut

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Tahapan analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, analisis SWOT dan bauran pemasaran 7P, serta penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian, terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran, kondisi operasional, pelayanan, dan perkembangan bisnis Barbershop Ben Rapih. Selanjutnya, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha. Faktor internal dianalisis melalui Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan). Kekuatan yang dapat dianalisis antara lain keterampilan dan pengalaman kapster serta harga jasa yang terjangkau, sedangkan kelemahannya dapat berupa keterbatasan area parkir dan pemanfaatan promosi digital yang belum maksimal. Faktor eksternal dianalisis melalui Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman). Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain perkembangan tren gaya rambut pria dan tingginya minat masyarakat usia muda terhadap layanan barbershop, sedangkan ancaman yang dihadapi berupa munculnya pesaing baru dan persaingan dengan pangkas rambut tradisional di wilayah sekitar.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi pemasaran dan bisnis Barbershop Ben Rapih serta merumuskan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, mempertahankan pelanggan, mengembangkan kegiatan pemasaran, meningkatkan daya saing, dan mendukung peningkatan omzet usaha secara berkelanjutan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Usaha

Company profile (profile perusahaan) adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profile perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman (Muhammad Cuba Re Klara , 2025). Ben Rapih Barbershop merupakan usaha jasa yang berlokasi di Desa Lodaya, Kecamatan Randudongkal. Usaha ini menyediakan berbagai layanan perawatan rambut pria, meliputi pemotongan rambut standar, styling, hair wash, serta perawatan jenggot dan kumis. Lokasi usaha yang berada di kawasan pemukiman cukup padat dan berada di jalur lokal Randudongkal memberikan keuntungan dalam menjangkau konsumen dari berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor pendukung dalam perkembangan

usaha karena lokasi yang mudah dijangkau dapat meningkatkan peluang kunjungan pelanggan

2. Hasil Analisis Bauran Pemasaran Jasa (7P)

Berdasarkan hasil analisis bauran pemasaran jasa dengan menggunakan konsep 7P yang meliputi Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence, diketahui bahwa Ben Rapih Barbershop telah menerapkan berbagai aspek pemasaran dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pada aspek Product (Produk), layanan utama yang ditawarkan meliputi potong rambut standar, cukur jenggot dan kumis, cuci rambut, serta penggunaan produk styling seperti pomade dan wax. Konsistensi kualitas hasil potongan rambut menjadi salah satu keunggulan utama yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada aspek Price (Harga), penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat di sekitar lokasi usaha. Harga layanan yang ditawarkan relatif terjangkau, yaitu berkisar antara Rp15.000 hingga Rp25.000 untuk pelanggan dewasa. Harga tersebut cukup kompetitif apabila dibandingkan dengan pangkas rambut tradisional maupun barbershop sejenis yang berada di wilayah Randudongkal. Pada aspek Place (Lokasi), Ben Rapih Barbershop memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di Jalan Utama Desa Lodaya sehingga mudah diakses oleh masyarakat sekitar. Namun, salah satu kendala yang masih dihadapi adalah keterbatasan kapasitas tempat parkir, khususnya untuk kendaraan roda empat. Meskipun demikian, lokasi yang mudah dijangkau tetap menjadi salah satu faktor pendukung bagi keberlangsungan usaha. Pada aspek Promotion (Promosi), kegiatan promosi masih lebih banyak mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut atau word-of-mouth serta papan nama yang terdapat di depan tempat usaha. Ben Rapih Barbershop sebenarnya telah memiliki media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, tetapi pemanfaatannya belum dilakukan secara optimal dan belum dikelola secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat peluang untuk meningkatkan jangkauan pemasaran melalui media digital.

Pada aspek People (Sumber Daya Manusia), kapster memiliki keterampilan teknik pemotongan rambut yang cukup baik serta mampu memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif. Kemampuan kapster dalam memahami dan menyesuaikan gaya rambut dengan permintaan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan mempertahankan pelanggan. Pada aspek Process (Proses), sistem pelayanan yang diterapkan masih menggunakan sistem antrean langsung berdasarkan prinsip first-come, first-served. Waktu pengerjaan rata-rata berkisar antara 20–30 menit untuk setiap pelanggan. Sistem tersebut relatif sederhana dan mudah diterapkan, tetapi pada waktu-waktu tertentu,

terutama pada akhir pekan atau jam sibuk, dapat menyebabkan terjadinya penumpukan antrean. Pada aspek Physical Evidence (Bukti Fisik), Ben Rapih Barbershop menerapkan konsep interior modern dan minimalis. Fasilitas yang tersedia meliputi pendingin ruangan atau AC, cermin berukuran lebar, kursi cukur standar barbershop, serta ruang tunggu yang bersih dan nyaman. Kondisi fisik tersebut memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menerima pelayanan.

3. Hasil Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Ben Rapih Barbershop memiliki beberapa kekuatan internal yang dapat mendukung perkembangan usaha. Kekuatan tersebut meliputi tarif layanan yang terjangkau, lokasi yang strategis di Desa Lodaya, serta kondisi tempat yang bersih dan dilengkapi fasilitas pendingin ruangan. Sementara itu, peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan antara lain perkembangan tren gaya rambut pria serta tingginya jumlah penduduk usia muda di wilayah Randudongkal. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi Strengths-Opportunities (SO) yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan perkembangan tren gaya rambut terkini dengan meningkatkan promosi melalui media sosial untuk menarik konsumen, khususnya dari kalangan remaja dan dewasa muda.

Di sisi lain, Ben Rapih Barbershop masih memiliki beberapa kelemahan, terutama dalam hal pemanfaatan promosi digital yang belum maksimal serta belum tersedianya sistem pemesanan atau booking secara online. Selain itu, usaha ini menghadapi ancaman berupa meningkatnya persaingan dari barbershop baru maupun pangkas rambut tradisional di sekitar wilayah usaha. Oleh karena itu, strategi Weaknesses-Threats (WT) yang dapat dilakukan adalah mengoptimalkan penggunaan media sosial, menyediakan layanan reservasi melalui WhatsApp, serta meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program penghargaan atau reward bagi pelanggan yang melakukan kunjungan secara berulang.

4. Kegiatan Pemasaran

Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas pemasaran dalam suatu perusahaan, diperlukan kemampuan manajerial para staf pemasar, dalam mempertanggung jawabkan atas keseluruhan program dan kebijakan yang ditempuh, sehingga setiap program dan kebijakan yang dilaksanakan berjalan dengan baik, sesuai dengan tujuannya. Manajemen Pemasaran merupakan proses perencanaan, konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi, gagasan barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi. Hal ini bertumpu pada ketepatan analisis dari suatu kebutuhan, keinginan, persepsi dan pemilihan

pasar yang ditujukan sebagai dasar untuk desain produk, harga, komunikasi dan distribusi secara efektif (Syafarin Mokoginta Moch Nasir, 2019).

Strategi ketiga adalah program retensi pelanggan melalui program loyalitas. Salah satu bentuk program yang dapat diterapkan adalah pemberian layanan gratis setelah pelanggan melakukan beberapa kali kunjungan, misalnya gratis satu kali potong rambut setelah lima kali kunjungan. Program tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan lama, serta mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan terhadap Ben Rapih Barbershop di Desa Lodaya dan sekitarnya. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa Ben Rapih Barbershop memiliki potensi yang cukup baik untuk mengembangkan usahanya. Keunggulan berupa harga yang terjangkau, lokasi strategis, kualitas pelayanan, serta fasilitas yang nyaman dapat menjadi modal utama dalam menghadapi persaingan. Namun, peningkatan pemanfaatan pemasaran digital, pengembangan sistem reservasi, dan penerapan program loyalitas pelanggan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar daya saing dan keberlangsungan usaha dapat semakin meningkat.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemasaran dan bisnis jasa Ben Rapih Barbershop di Desa Lodaya, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang, dapat disimpulkan bahwa Ben Rapih Barbershop telah menerapkan strategi pemasaran jasa melalui bauran pemasaran 7P yang meliputi Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. Pada aspek Product, Ben Rapih Barbershop menyediakan berbagai layanan, seperti potong rambut standar, styling, cuci rambut, serta perawatan jenggot dan kumis. Kualitas hasil potongan yang cukup konsisten menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan. Pada aspek Price, harga layanan yang ditawarkan relatif terjangkau dan kompetitif bagi masyarakat sekitar. Dari aspek Place, lokasi usaha cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat Desa Lodaya dan wilayah sekitarnya, meskipun masih terdapat keterbatasan pada kapasitas area parkir. Pada aspek Promotion, kegiatan pemasaran masih didominasi oleh promosi dari mulut ke mulut, papan nama usaha, serta pemanfaatan media sosial yang belum dilakukan secara maksimal dan konsisten. Sementara itu, aspek People didukung oleh kapster yang memiliki keterampilan dalam memotong rambut serta mampu memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif. Pada aspek Process, pelayanan dilakukan dengan sistem antrean langsung dengan waktu pengerjaan rata-rata sekitar 20–30 menit, sedangkan aspek Physical Evidence didukung oleh kondisi tempat yang bersih dan nyaman serta fasilitas seperti AC, cermin berukuran lebar, kursi cukur, dan ruang tunggu.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Ben Rapih Barbershop

memiliki kekuatan internal berupa harga layanan yang terjangkau, lokasi yang strategis, kualitas pelayanan, keterampilan kapster, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta fasilitas yang cukup nyaman. Kekuatan tersebut menjadi modal penting bagi usaha dalam mempertahankan pelanggan dan menghadapi persaingan. Adapun kelemahan yang masih perlu diperbaiki meliputi pemanfaatan media sosial yang belum optimal, belum tersedianya sistem reservasi atau booking secara online, keterbatasan area parkir, serta keterbatasan fasilitas dan sumber daya dalam mengembangkan variasi layanan. Dari sisi eksternal, Ben Rapih Barbershop memiliki peluang yang cukup besar seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa perawatan rambut, berkembangnya tren gaya rambut pria, serta tingginya minat masyarakat usia muda terhadap layanan barbershop. Namun, usaha juga menghadapi ancaman berupa bertambahnya jumlah barbershop baru, persaingan dengan pangkas rambut tradisional, persaingan harga, serta perubahan tren gaya rambut yang berlangsung secara dinamis.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan perkembangan bisnis Ben Rapih Barbershop adalah dengan mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial secara lebih aktif, konsisten, dan menarik. Konten promosi dapat berupa informasi mengenai layanan dan harga, hasil potongan rambut sebelum dan sesudah pelayanan, tren gaya rambut terbaru, serta informasi mengenai promo tertentu. Selain itu, pencantuman lokasi usaha pada Google Maps dan pemanfaatan WhatsApp sebagai sarana komunikasi sekaligus reservasi dapat mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi dan menentukan waktu kunjungan. Pengelola juga perlu memperkuat identitas dan citra usaha melalui peningkatan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat, serta melakukan inovasi terhadap jenis layanan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan tren konsumen.

Upaya mempertahankan pelanggan juga menjadi bagian penting dalam pengembangan bisnis Ben Rapih Barbershop. Program loyalitas atau reward dapat diterapkan sebagai bentuk penghargaan kepada pelanggan yang melakukan kunjungan secara berulang. Strategi tersebut dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, serta mendorong pelanggan untuk merekomendasikan usaha kepada orang lain melalui word-of-mouth. Evaluasi terhadap harga, kualitas pelayanan, fasilitas, kinerja kapster, dan perkembangan tren gaya rambut juga perlu dilakukan secara berkala agar strategi bisnis yang diterapkan tetap sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan.

Secara keseluruhan, Ben Rapih Barbershop memiliki prospek pengembangan usaha yang cukup baik karena didukung oleh harga yang kompetitif, lokasi yang mudah dijangkau, kualitas pelayanan, keterampilan

kapster, fasilitas yang cukup nyaman, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Meskipun demikian, keberlangsungan dan peningkatan daya saing usaha sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam menyesuaikan strategi pemasaran dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan persaingan bisnis. Oleh karena itu, penguatan pemasaran digital, pengembangan sistem reservasi, peningkatan fasilitas, inovasi layanan, dan penerapan program loyalitas pelanggan perlu dilakukan secara berkelanjutan. Dengan penerapan strategi tersebut, Ben Rapih Barbershop diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

Ali Mada, Syahban et al. (2025). PELUANG BISNIS BARBERSHOP UNTUK PEMUDA DI KOTA PAREPARE MELALUI ANALISIS PASAR DAN STRATEGI PEMASARAN. *Jurnal Teknologi dan Aplikasi Berbasis Edukasi dan Civitas*, Volume(1), No. 2.

Hidayah, Riyan et al. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Sangiran Barbershop Untuk Keberlanjutan Bisnis. SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK 2023, Halaman 536 – 542.

Heriana Tutik et al. (2026). MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI DESA MELALUI BARBERSHOP KARANG TARUNA BERBASIS KOMUNITAS , *JURNAL ABDI INSANI*, Volume 13 Nomor 1.

Muhammad Cuba Re Klara. (2025). Perancangan Video Company Profile Sebagai Sarana Promosi Serta Informasi Untuk Meningkatkan Ketertarikan Masyarakat Terhadap Jasa Layanan Potong Rambut Di Dapper Barbershop. *PENDEKAR: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, Vol.3, No.2

Syafarin Mokoginta Moch Nasir. 2019). ANALISA PEMASARAN JASA TUKANG CUKUR PADA BARBER SHOP SULTAN DI KELURAHAN MOLINOW KECAMATAN KOTAMOBAGU BARAT. *JIUTSU,* Volume 7 Nomor 1.