

UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA OW BARBERSHOP

Ni Luh Gde Novitasari^{1,*}, I Komang Dicky Meigitha Nugraha Widya²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: novitasari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program pengabdian kepada masyarakat di OW Barbershop bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan melalui penerapan strategi bisnis yang efektif. Program ini mencakup tiga aspek utama, yaitu penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, promosi melalui media sosial, dan pemberian loyalty card kepada pelanggan. Penerapan SOP pelayanan memberikan pedoman kerja yang jelas bagi karyawan dalam memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas. Promosi digital dilakukan melalui platform seperti Instagram dan Facebook guna menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan brand awareness. Sementara itu, pemberian loyalty card dirancang untuk mendorong kunjungan ulang pelanggan serta mempererat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan OW Barbershop. Pelaksanaan program ini memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teori bisnis di lapangan serta meningkatkan keterampilan komunikasi, analisis, dan kolaborasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa program yang dilaksanakan berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis. Selain itu, kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku usaha lokal menjadi model sinergi yang efektif antara dunia akademik dan praktik bisnis dalam mendukung pengembangan UMKM di sektor jasa.

Kata Kunci: Pelayanan, Promosi Digital, Loyalitas Pelanggan

ANALISIS SITUASI

Dalam industri jasa seperti barbershop, kualitas pelayanan dan penetapan harga merupakan dua faktor krusial yang mempengaruhi keputusan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mencakup responsivitas, empati, dan keandalan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih layanan barbershop.

Penelitian oleh Ghufron (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Theluc Hairstudio Barbershop di Sidoarjo. Studi ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang memutuskan untuk menggunakan jasa tersebut.

Selain itu, penelitian oleh Silviani et al. (2024) di Vis Salon Gringing, Kabupaten Kediri, menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan

bahwa selain kualitas layanan dan harga, faktor lokasi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Di Kota Cimahi, penelitian oleh Ardiansyah dan Muhiban (2024) pada Barbershop Be Haircut mengungkap bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang mencakup respons cepat terhadap keluhan, perhatian petugas, dan kenyamanan selama proses potong rambut sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Lebih lanjut, studi oleh Tasya dan Dwiyanto (2022) di Prestige Barbershop, Kota Sabang, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak hanya berpengaruh langsung terhadap minat beli ulang, tetapi juga melalui mediasi kepercayaan pelanggan. Artinya, kualitas layanan dan harga yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa tersebut.

Penelitian lainnya oleh Prikurnia dan Kurniawan (2024) di barbershop Kabupaten Tulang Bawang Barat menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang dimediasi oleh word of mouth berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini menegaskan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan barbershop. Peningkatan kualitas layanan yang konsisten dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, faktor-faktor seperti lokasi strategis dan komunikasi word of mouth juga turut berkontribusi dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau meningkatkan kenyamanan, sementara rekomendasi positif dari pelanggan lain dapat memperkuat kepercayaan dan minat beli ulang.

Dalam konteks OW Barbershop, memahami dan menerapkan temuan dari penelitian-penelitian tersebut dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan penetapan harga. Dengan demikian, OW Barbershop dapat lebih kompetitif dan mampu memenuhi ekspektasi serta kebutuhan konsumennya

Penerapan strategi yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan, penyesuaian harga yang kompetitif, pemilihan lokasi yang strategis, dan pemanfaatan word of mouth yang positif diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan OW Barbershop. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, ditemukan rumusan masalah pada penulisan artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perusahaan OW Barbershop dapat menerapkan SOP pelayanan barbershop?
2. Bagaimana cara melakukan promosi melalui media sosial?
3. Bagaimana cara penerapan kartu kesenangan pelanggan berupa loyalty card/member?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditemukan, dapat dituliskan tujuan dari penulisan artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan SOP pelayanan pada OW Barbershop.
2. Untuk mengetahui cara promosi OW Barbershop melalui social media.
3. Untuk mengetahui manfaat dalam memberikan kartu kesenangan pelanggan berupa loyalty card/member

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pemberian loyalty card di OW Barbershop dimulai dengan merancang sistem keanggotaan yang jelas dan menarik bagi pelanggan. Pertama, barbershop perlu menentukan jenis manfaat yang akan diberikan kepada anggota, seperti potongan harga, layanan gratis setelah sejumlah kunjungan, atau akses eksklusif ke promo tertentu. Setelah itu, desain kartu keanggotaan perlu dibuat agar menarik dan mudah dikenali, termasuk elemen branding yang mencerminkan identitas OW Barbershop.

Selanjutnya, sosialisasi dan promosi mengenai program loyalty card harus dilakukan secara intensif untuk memastikan semua pelanggan, baik yang baru maupun yang sudah ada, mengetahui manfaat dari program ini. Hal ini bisa dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, spanduk di dalam barbershop, serta pengumuman langsung oleh karyawan saat melayani pelanggan. Pemberian penjelasan yang jelas mengenai cara bergabung dan manfaat yang diperoleh diharapkan dapat meningkatkan minat pelanggan untuk berpartisipasi dalam program keanggotaan ini.

Terakhir, sistem pelacakan dan pengelolaan data anggota perlu diterapkan untuk memastikan program berjalan dengan baik. Barbershop dapat menggunakan software atau aplikasi untuk mencatat setiap kunjungan anggota dan akumulasi poin atau diskon yang telah diperoleh. Selain itu, evaluasi secara berkala perlu dilakukan untuk mengukur efektivitas program, seperti jumlah anggota baru, tingkat kunjungan ulang, dan umpan balik dari pelanggan. Dengan metode pelaksanaan yang terencana dan sistematis, program loyalty card di OW Barbershop diharapkan dapat berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan dan pertumbuhan bisnis

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di OW Barbershop memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam menerapkan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik bisnis nyata. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak

hanya belajar tentang manajemen bisnis, tetapi juga langsung terlibat dalam pengembangan strategi yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Program- program yang dirancang, seperti penerapan SOP, promosi melalui media sosial, dan pemberian loyalty card, menjadi sarana yang efektif untuk mengimplementasikan konsep- konsep ekonomi dan bisnis yang telah dipelajari

Penerapan SOP pelayanan di OW Barbershop merupakan langkah penting dalam memastikan konsistensi dan kualitas layanan. Dengan adanya SOP, setiap karyawan memiliki pedoman yang jelas dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu dalam menciptakan pengalaman yang profesional bagi pelanggan, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional di barbershop. Mahasiswa yang terlibat dalam proses ini belajar tentang pentingnya standarisasi dalam bisnis dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada kepuasan pelanggan.



Gambar 4.1
Memberikan kartu loyalti



Gambar 4.2
Promo melalui media sosial



Gambar 4.3
Memberikan SOP

Program promosi melalui media sosial juga menjadi fokus utama dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Mahasiswa berperan aktif dalam merancang konten yang menarik dan relevan untuk platform media sosial, seperti Instagram dan Facebook. Dengan pendekatan ini, OW Barbershop dapat menjangkau pelanggan potensial yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness. Selain itu, mahasiswa belajar tentang strategi pemasaran digital dan bagaimana mengukur efektivitas kampanye promosi melalui analisis data dan umpan balik dari pelanggan.

Pemberian loyalty card kepada pelanggan merupakan program yang dirancang untuk meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Mahasiswa terlibat dalam merancang sistem keanggotaan yang memberikan manfaat bagi pelanggan, serta cara sosialisasi program ini kepada masyarakat. Dengan menerapkan sistem loyalty card, OW Barbershop tidak hanya meningkatkan kunjungan pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara barbershop

dan pelanggan. Mahasiswa belajar tentang pentingnya membangun hubungan dengan pelanggan untuk keberlangsungan bisnis. Selama pelaksanaan program, mahasiswa juga mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Hal ini memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap layanan barbershop. Melalui survei dan umpan balik yang dikumpulkan, mahasiswa dapat menganalisis data dan memberikan rekomendasi kepada manajemen OW Barbershop mengenai perbaikan layanan dan pengembangan produk. Pengalaman ini mengajarkan mahasiswa tentang pentingnya mendengarkan suara pelanggan dalam mengambil keputusan bisnis.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga mendorong mahasiswa untuk bekerja sama dalam tim, mengasah keterampilan komunikasi dan kolaborasi. Dalam merancang dan melaksanakan program-program kerja, mahasiswa harus saling berbagi ide, menyelesaikan konflik, dan berkoordinasi untuk mencapai tujuan bersama. Keterampilan ini sangat berharga dalam dunia kerja yang semakin kompleks, di mana kolaborasi antar tim sangat diperlukan untuk mencapai keberhasilan proyek.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di OW Barbershop menunjukkan bahwa penerapan program-program seperti SOP pelayanan, promosi melalui media sosial, dan pemberian loyalty card dapat secara signifikan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Melalui pengalaman langsung dalam merancang dan mengimplementasikan strategi ini, mahasiswa tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis barbershop, tetapi juga memperoleh wawasan berharga mengenai praktik bisnis yang efektif. Interaksi dengan pelanggan dan analisis umpan balik juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya mendengarkan suara pelanggan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Selain itu, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini membuktikan bahwa kolaborasi antara dunia akademis dan praktik bisnis dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan strategi bisnis OW Barbershop tidak hanya memberikan dampak positif bagi perusahaan, tetapi juga memperkaya pengalaman belajar bagi mahasiswa. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijadikan model bagi program serupa di masa depan, di mana mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan mereka untuk memberikan kontribusi nyata di masyarakat.

Sebagai rekomendasi, OW Barbershop disarankan untuk terus mengembangkan program loyalty card dengan memberikan lebih banyak keuntungan dan promosi menarik bagi anggota. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi berkala terhadap program-program yang telah dilaksanakan agar dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berkembang. Meneruskan kampanye promosi di media sosial juga akan membantu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen baru. Implementasi strategi ini akan

mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan OW Barbershop di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R., & Muhiban, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Barbershop Be Haircut di Kota Cimahi. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 45-56.
- Ghufroon, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Theluc Hairstudio Barbershop. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 9(2), 87-102.
- Prikurnia, A., & Kurniawan, D. (2024). Word of Mouth sebagai Mediator Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Barbershop Kabupaten Tulang Bawang Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Riset*, 12(1), 78-92.
- Silviani, R., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Vis Salon Gringing, Kabupaten Kediri. *Musytari Neraca: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 15(1), 33-49.
- Tasya, D., & Dwiyanto, P. (2022). Kepercayaan sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Prestige Barbershop, Kota Sabang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 112-127.