

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PELANGGAN PADA JELEK BARBERSHOP DI KLATEN



LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata I Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

MUHAMMAD NUR AZKA

20.12.0076

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2023

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PELANGGAN PADA JELEK BARBERSHOP DI KLATEN

Disusun oleh

MUHAMMAD NUR AZKA

20.12.0076

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Laporan Kuliah Kerja
Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk dapat menempuh mata kuliah Tugas
Akhir Program Studi Manajemen

Surakarta, ... April 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Drs. Christiawan Hendratmoko M. Si.
NIDN : 0004036901



Tri Ratna Pomakatsih, S.E., M.B.A
NIDN : 0610119201

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PELANGGAN PADA JELEK BARBERSHOP DI KLATEN

Disusun oleh

MUHAMMAD NUR AZKA

20.12.0076

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Laporan Kuliah Kerja
Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk dapat menempuh mata kuliah Tugas
Akhir Program Studi Manajemen

Surakarta, ... April 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Kepala Program Studi Manajemen

Drs.Christiawan Hendratmoko M. Si.

NIDN : 0004036901

Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,M.B.A

NIDN : 0610119201

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LAPORAN KULIAH KERJA USAHA.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN.....	3
C. POKOK MASALAH.....	7
D. PEMBAHASAN.....	9
E. KESIMPULAN DAN SARAN.....	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pelanggan tahun 2023	5
Tabel 2. Harga paket	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Struktur organisasi	2
Gambar 2.Akun Instagram Jelek Barbershop	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Logbook

Lampiran 2. Presensi Kegiatan

Lampiran 3. Dokumentasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberi petunjuk serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Kuliah Kerja Usaha di tempat UMKM Jelek Barbershop.

Laporan ini dibuat untuk memenuhi sebagian syarat Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Selain itu laporan ini juga bertujuan untuk menambah wawasan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Kuliah Kerja Usaha ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto S.E., M.M., M.H. selaku Ketua STIE Surakarta
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E MBA selaku Kepala Program Studi Manajemen STIE Surakarta
3. Bapak Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si selaku Pembimbing Kuliah Kerja Usaha
4. Mardanis Budi selaku Owner UMKM Jelek Barbershop
5. Teman-teman dan semua pihak yang selalu mensuport

Sukoharjo, April 2023



Muhammad Nur Azka

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PELANGGAN
PADA JELEK BARBERSHOP DI KLATEN

A. LATAR BELAKANG

UMKM bernama Jelek Barbershop yang berada di Jl. Pakis – Daleman No.1, Area Sawah, Teloyo, kec. Wonosari, Kabupaten Klaten ini berdiri sejak September 2021 didirikan oleh Mardanis Budi. Umkm Jelek Barbershop ini dikategorikan menengah kebawah melayani jasa pangkas rambut dan pijat kepala hanya untuk laki-laki. Selain pangkas rambut, Barbershop ini juga melayani pewarnaan rambut highlight dan bleaching, Barbershop ini melayani pelanggan setiap hari mulai pukul 12.00 – 22.00 WIB.

Seiring berkembangnya zaman, taraf hidup masyarakat saat ini pun semakin meningkat yang mengakibatkan gaya hidup masyarakat juga ikut semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan, khususnya kaum pria baik dewasa maupun remaja yang tidak ingin kalah dengan kaum wanita. Namun penyedia jasa pangkas rambut khusus untuk laki-laki atau biasa disebut barbershop sekarang ini sangatlah banyak dan persaingan juga semakin ketat. Terdapat beberapa cara untuk mengatasi persaingan ini yaitu pihak barbershop harus menerapkan strategi pemasaran jasa yang dapat menarik minat pelanggan

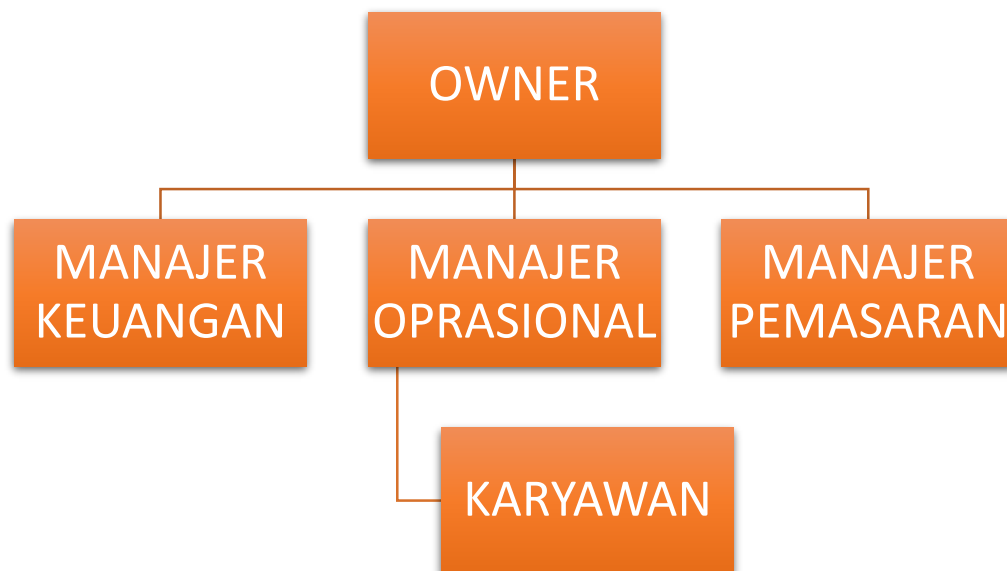
UMKM bernama Jelek Barbershop ini sebenarnya pelayanan yang diberikan sudah bagus dan hasilnya pun cukup memuaskan tapi yang menjadi masalah yaitu masih sedikit sekali pelanggannya, hanya masyarakat sekitar yang tau barbershop ini dan hingga sampai saat ini belum cukup terkenal di kalangan luas.

Barbershop yang ada saat ini memiliki keterbatasan pelanggan sehingga Barbershop ini membutuhkan pengembangan bisnis dengan cara menyusun strategi pemasaran. Konsep pemasaran ini memiliki 4 elemen utama yang dikenal dengan istilah konsep marketing 4P yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*.

B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN

1. BIDANG KERJA

Owner Jelek Barbershop dari awal berdiri mengurus usahanya sendirian dan selama penulis melakukan Kuliah Kerja Usaha (KKU) di UMKM Jelek Barbershop ditempatkan pada bagian Marketing supaya diharap bisa menambah jumlah pelanggan dan membantu meningkatkan usaha.



Gambar 1. Struktur organisasi jelek barbershop

a. Owner

Owner artinya adalah pemilik. Namun, dalam dunia bisnis, seseorang dapat disebut sebagai owner apabila ia adalah pemilik dari usaha tersebut. Oleh sebab itu, owner juga sering dijuluki sebagai bos besar yang tugasnya adalah untuk memastikan bisnis dapat berjalan dengan lancar.

Owner bertanggung jawab untuk semua hal yang terjadi di perusahaan atau bisnisnya, baik itu keberhasilan maupun kegagalan. Tanggung jawab seorang owner tidak hanya sebatas pada aspek finansial saja, akan tetapi juga termasuk aspek hukum, manajemen, dan strategi bisnis.

b. Manajer Keuangan

Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.

c. Manajer Operasional

Manajemen operasional memiliki peran efektif dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Manajemen operasional memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana dengan terus memantau semua kerja dalam perusahaan.

d. Manajer Pemasaran

Tugas manajer pemasaran ialah bertanggung jawab terhadap hal-hal yang direncanakan atau tidak direncanakan. Hal yang direncanakan bisa mencakup video atau iklan cetak, keterlibatan berbicara di depan umum, dukungan dan literatur media cetak. Sementara hal-hal yang tidak direncanakan bisa terjadi ketika salah satu perwakilan perusahaan salah bicara di depan umum, sehingga perlu pengendalian tindakan dengan segera, atau ketika perusahaan diserang oleh kekuatan dari luar.

e. Karyawan

Dalam bidang ini karyawan biasa diganti nama dengan istilah kapster yaitu seseorang yang melaksanakan / melayani jasa pangkas rambut, *hair colour* dan lain-lainya.

2. KEGIATAN

Selama menjalankan Kuliah Kerja Usaha kurang lebih 2 bulan, penulis diberi libur sekali dalam seminggu yaitu hari Selasa. Kegiatan yang dilakukan antara lain sebagai berikut :

a. Memasang papan nama / *sign board*

Pada minggu pertama Kuliah Kerja Usaha penulis melakukan kegiatan pemasangan papan usaha Jelek Barbershop tujuan pemasangan ini agar semua orang tau tempat tersebut digunakan untuk usaha dibidang potong rambut.

b. Penataan tempat / *Layout*

Owner Jelek Barbershop meminta perubahan penataan tempat supaya lebih nyaman dan efektif dalam melayani pelanggan, juga diharap ada tampilan baru bertujuan untuk pelanggan agar tidak bosan.

c. Pembuatan paket harga

Penulis memberi ide dan saran kepada owner Jelek Baebeshop dengan membuat paket harga dengan tujuan agar pelanggan tertarik.

Paket 1 yaitu pangkas rambut dengan harga Rp.10000 (sepuluh ribu), Paket 2 yaitu pangkas rambut dan keramas dengan harga Rp.15000 (Limabelas ribu), Paket 3 yaitu pangks rambut, keramas dan pijat dengan harga Rp.20000 (Duapuluh ribu).

d. Pembuatan akun sosial media

Penulis memberi ide dan saran kepada owner Jelek Barbershop untuk membuat akun sosial media dengan tujuan supaya mempermudah promosi, dengan persetujuan dan pertimbangan dari owner pembuatan akun Instagram dan Facebook telah terealisasi



Gambar 2. Akun Instagram Jelek Barbershop

e. Pembuatan konten video

penulis membantu owner jelek barbershop membuat video pendek dengan konsep saat oprasional pelayanan dan hasil akhir yang sesuai permintaan pelanggan. Pembuatan video ini tidak mudah karena tidak semua pelanggan mengizinkan dirinya dijadikan konten.

f. Promosi menggunakan sosial media

Setelah pembuatan konten video selesai, penulis melakukan promosi dengan menggunakan akun Instagram yang telah dibuat, selain Instagram penulis juga mempromosikan jasa pangkas rambut di whatsapp.

C. POKOK MASALAH

Selama melakukan Kuliah Kerja Usaha pada Jelek Barbershop, penulis mengamati masalah yang ada yaitu pelanggan yang datang masih sedikit. Berikut data pelanggan jelek barbershop tahun 2023

Tabel.1.Pelanggan tahun 2023

Bulan	Pelanggan
Januari	141
Februari	127
Maret	138

Dari tabel.1 terlihat bahwa pelanggan jelek barbershop mengalami naik turun. Menurut penulis beranggapan bahwa penyebab masalah ini adalah kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran. Masalah yang dialami pada barbershop kurang di perhatikan dan sering diabaikan, hal ini membuat jelek barbershop tertinggal jauh dari peasaing-pesaing lainnya.

Jelek Barbershop yang berada di Klaten ini menawarkan berbagai jasa yaitu pangkas rambut, hair colouring/pewarnaan rambut dan head message (pijat kepala). Namun pelanggan tidak tahu bahwa jelek barbershop melayani jasa tersebut, pelanggan mengira jelek barbershop hanya melayani jasa pangkas rambut saja.

Lokasi usaha ini sebenarnya sudah ada di pinggir jalan raya tetapi sekilas masih belum terlihat karena papan nama usaha kecil dan sudah sedikit rusak. Hal ini menjadi masalah membuat tempat barbershop tidak dilirik orang-orang.

Harga yang ditawarkan oleh barbershop ini cukup murah dengan pangkas rambut hanya Rp.10000 tapi orang yang belum pernah datang ke tempat barbershop ini akan mengira mahal karena biasanya harga jasa di barbershop lain minimal Rp.20000.

Promosi yang dilakukan oleh barbershop ini kurang diperhatikan sehingga mengakibatkan minimnya pengetahuan pelanggan terhadap jelek barbershop. Jelek Barbershop selama ini melakukan promosi hanya lewat whatsapp dan sejauh ini owner jelek barbershop hanya berharap dan menunggu pelanggan datang dengan sendirinya, padahal tanpa disadari kurangnya pemasaran menjadi factor terbesar datangnya pelanggan

D. PEMBAHASAN

Barbershop didesain untuk laki-laki dengan nuansa maskulin yang amat kental, mulai dari desain interior yang bertema pria, sumber daya manusia atau tukang cukur yang juga pria dan hanya melayani pengunjung pria. Barbershop merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion.

Di mata pelanggan, mereka selalu menginginkan hasil yang maksimal dan kepuasan dalam menggunakan jasa. Kepuasan pelanggan tersebut harus dijadikan acuan utama dalam persaingan dengan jasa barbershop lain. Jika merasa puas maka pelanggan tersebut pasti akan kembali untuk mendapatkan jasa itu yang dirasa sangat memuaskan. Perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk menarik perhatian pelanggan. Pelanggan merupakan segalanya atau sering disebut sebagai “raja”. Hal ini mengartikan bahwa perusahaan menggantungkan diri terhadap pelanggan.

Dalam dunia bisnis keberadaan pelanggan sangatlah penting untuk diperhatikan. Namun pihak pemasar tidak mungkin untuk mendapatkan semua pelanggan dan menuruti apa saja yang dibutuhkan pelanggan. Dengan kondisi tersebut pihak pemasar di setiap perusahaan harus selalu berusaha untuk dapat bertahan, berkembang dan bahkan mampu bersaing dengan cara selalu menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Pemasaran yang dilakukan diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan.

Penulis merancang pelaksanaan strategi pemasaran jasa yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebelum menerapkan strategi pemasaran jasa, harus meninjau kondisi lingkungan pasar dan kondisi perkembangan pasar di daerah tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran jasa yang diterapkan dapat tergambar dengan jelas dan tetap terarah ke tujuan barbershop tersebut. Keberhasilan barbershop dalam memasarkan jasa-jasanya sangat bergantung pada

kiat-kiat dan strategi pemasaran jasa yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran jasa yang tepat.

Penulis memberi saran terhadap masalah yang ada di Jelek Barbershop dengan menerapkan strategi pemasaran 4P (*Place, Product, Price, Promotion*).

1. Place (Tempat)

Lokasi usaha ini sebenarnya sudah ada di pinggir jalan raya tetapi sekilas masih belum terlihat karena papan nama usaha kecil dan sudah sedikit rusak. Hal ini menjadi masalah membuat tempat barbershop tidak dilirik orang-orang. Solusi yang diberikan yaitu pemasangan sign board/papan usaha “Jelek Barbershop” tujuan pemasangan ini agar semua orang tau tempat tersebut digunakan untuk usaha dibidang pangkas rambut.

2. Product (jasa yang diberikan)

Agar pelanggan tau jasa apa saja yang dijual, sebaiknya pihak barbershop membuat daftar layanan dan jam kerja, dengan ini membuat pelanggan mengerti dan tidak bingung.

3. Price (Harga)

Penulis memberi ide dan saran kepada owner Jelek Baebeshop dengan membuat paket harga dengan tujuan agar pelanggan tertarik.

Tabel.2.Harga paket

Paket 1 Pangkas rambut	Rp.10000
Paket 2 Pangkas rambut, keramas	Rp.15000
Paket 3 Pangkas rambut, keramas, <i>head massege</i>	Rp.20000
Paket 4 Pangkas rambut, keramas, <i>hair colour</i> , <i>head message</i>	Rp.75000

4. Promotion (promosi)

Di era digital ini sebaiknya harus diikuti dan dimanfaatkan supaya tidak tertinggal dari pesaing – pesaing lain. Maka dari itu penulis memberi saran untuk melakukan promosi menggunakan digital salah satunya memanfaatkan sosial media. Pengguna Instagram di Indonesia saat ini mencapai 106,72 juta, oleh karena itu Jelek Barbershop harus mencoba menggunakan Instagram buat promosi dengan membuat konten video.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

- a. Owner jelek barbershop selama ini tidak sadar akan pentingnya pemasaran dan selama ini masalah tersebut terlalu diabaikan sehingga nama umkm jelek barbershop kurang diketahui oleh masyarakat atau kalangan luas.
- b. Dalam dunia usaha pelanggan sangat penting untuk diperhatikan, jika ingin menarik perhatian pelanggan harus menggunakan strategi pemasaran.
- c. Kepuasan pelanggan harus dijadikan acuan utama dalam persaingan dengan jasa barbershop lain.

2. SARAN

- a. Untuk mengatasi masalah-masalah yang dialami sebaiknya Jelek Barbershop mencoba menerapkan strategi pemasaran dengan konsep 4P (*Price, Place, Promotion, Product*)
- b. Jelek barbershop harus selalu konsisten dalam hal menerapkan promosi yang berinovatif salah satunya dengan menggunakan sosial media supaya pelanggan terus meningkat dan nama umkm jelek barbershop tersebar luas.
- c. Fasilitas pada Jelek Barbershop sebaiknya ditambah wifi supaya pelanggan ketika menunggu tidak merasa bosan.

Lampiran 1. Logbook Aktivitas

Nama Mahasiswa : Muhammad Nur Azka

Nama UMKM : Jelek Barbershop

Alamat UMKM : Jl. Pakis-Daleman No.1, Area sawah. Teloyo, Kec. Wonosari,
Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 574473

WAKTU	KEGIATAN
Minggu Ke-1	1. Pengenalan lingkungan usaha 2. Pemberian jobdesk dari owner (marketing)
Minggu Ke-2	1. Analisis masalah (pelanggan sedikit) 2. Memasang <i>sign board</i> / papan nama usaha
Minggu Ke-3	1. Merubah <i>layout</i> /penataan tempat usaha 2. Membuat paket harga diskon
Minggu Ke-4	1. Pembuatan akun sosial media 2. Membuat konten video
Minggu Ke-5	1. Melakukan promosi lewat sosmed 2. Membuat konten video
Minggu Ke-6	1. Pemasangan kipas angin 2. Melakukan promosi lewat sosmed
Minggu Ke-7	1. Melakukan promosi di lapangan 2. Melakukan promosi di whatsapp
Minggu Ke-8	1. Membuat konten video 2. Melakukan promosi lewat sosmed



Lampiran 3. Dokumentasi



Yuk gaes pengen tambah keren merapat ke
jelek barbershop





