
STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA CAPTAIN BARBERSHOP DI CABANG MULYOSARI SURABAYA

Ayub Evan Santoso

Universitas Widya Kartika Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana perilaku konsumen dalam menggunakan jasa Captain Barbershop di Cabang Mulyosari Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi. Metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan jasa Captain Barbershop di Cabang Mulyosari Surabaya didasarkan pada habitat, dan prinsip ekonomi yang pasti dijalankan oleh setiap orang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan usaha yang minimal. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang didapat, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut: Captain Barbershop Mulyosari Surabaya, diharapkan agar dapat selalu konsisten memberikan pelatihan bagi calon tukang potong rambut, Captain Barbershop Mulyosari Surabaya dapat menerapkan sistem booking *online*, selalu memunculkan inovasi yang dapat mempermudah dan memanjakan pelayanan dan kualitas jasa bagi konsumen, *service* selalu update mengikuti kebutuhan konsumen, memposting promosi yang dapat menarik konsumen, memberikan promosi khusus mahasiswa saat potong rambut di siang hari, dan menyediakan semua alat pembayaran digital.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Habitat, Prinsip Ekonomi, Kualitas Jasa, Keuntungan Maksimal, Usaha Minimal

Abstract

This study aims to describe how consumer behavior in using the services of Captain Barbershop at the Mulyosari Branch Surabaya. The sample used in this study amounted to 5 people using a sampling technique that is non-probability sampling using purposive sampling method. The analytical method used in this research is qualitative. Data collection techniques used are in-depth interviews and observation. The data analysis method uses data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. The results show that consumer behavior in using the services of Captain Barbershop at the Mulyosari Branch Surabaya is based on habitat, and economic principles that must be carried out by everyone to get maximum profit with minimal effort. Based on the results of the analysis and the conclusions obtained, the authors provide the following suggestions: Captain Barbershop Mulyosari Surabaya, it is hoped that they can always consistently provide training for prospective barbers, Captain Barbershop Mulyosari Surabaya can implement an online booking system, always bringing up innovative innovations. can simplify and pamper service and service quality for consumers, service is always updated following consumer needs, post promotions that can attract consumers, provide special promotions for students when cutting hair during the day, and provide all digital payment tools.

Keywords: Consumer Behavior, Habits, Economic Principles, Service Quality, Maximum Profits, Minimum Effort

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menuntut setiap orang untuk meningkatkan penampilan di dalam dirinya. Penampilan adalah hal yang penting dan vital di era modern. Dimana menjadi kesan pertama terhadap individu kepada individu lainnya. Melalui penampilan dapat menggambarkan atau mencerminkan pribadi seseorang tersebut, sehingga setiap orang berusaha menampilkan yang terbaik.

Barbershop merupakan salahsatu perusahaan jasa yang dibutuhkan oleh sebagian besar para pria menengah ke atas untuk memotong dan merapikan rambutnya. Sebagai pria, pastinya kita menyadari bahwa penampilan fisik adalah *first impression* atau hal awal yang akan menjadi penilaian orang lain. Tidak hanya mengenai *outfit*, rambut mempunyai peran penting dalam penampilan, bahkan seperti wanita lazimnya, rambut juga merupakan mahkota bagi para pria. Tanpa rambut yang tertata rapi yang sesuai dengan bentuk wajah, semua yang ada di tubuh juga kurang tampak sempurna. Karena gaya rambut merupakan cerminan diri orang tersebut. Contohnya, seperti pengusaha atau pemilik perusahaan besar pasti memperhatikan kerapian rambutnya, maka setidaknya setiap 1 bulan ia akan pergi memakai jasa barbershop untuk memotong rambutnya. Hal itu dilakukannya agar selalu tampil rapi dan meyakinkan apabila bertemu dengan *klien atau partner*.

Para pria lebih memilih barbershop untuk potong rambut di barbershop daripada di pinggir jalan dikarenakan tukang cukur di *barbershop* yang disebut *barberman* atau kapster ini tidak hanya sekadar ahli memotong rambut. Seorang *barberman* sangat memahami tentang jenis rambut, bentuk wajah dan juga tren rambut yang sedang *hype*. *Barberman* melakukan latihan atau prosedur yang berbeda dari tukang cukur biasa. *Barberman* harus memiliki keahlian spesifik untuk mencukur rambut bahkan dalam hal mencukur cambang dan kumis.

faktoryangmembedakan *barberman* berbeda dengan tukang cukur biasa yang salah satunya adalah peralatan yang lebih lengkap dan canggih. Alat yang digunakan oleh *barberman* untuk memotong rambut juga berbeda dengan tukang cukur biasa, yakni menggunakan *clipper* yang memiliki beberapa ukuran yang dibutuhkan dalam memotong segala jenis model rambut pria. Selain itu, dalam mencukur rambut pria, tidak hanya gunting rambut biasa yang dibutuhkan, tetapi banyak peralatan khusus lainnya seperti *razor electric*, pisau cukur serta *cream* cukur. Yang dimana peralatan-peralatan tersebut hanya bisa kita temui di *barbershop*. Ketiga, layanan yang diberikan barbershop juga berbeda dengan tukang cukur rambut biasa. Selain mencukur, di *barbershop* juga menyediakan layanan hair removal wajah, yang dimana merupakan layanan wajib. Bahkan, *barbershop* juga meletakkan handuk hangat sebagai bantalan leher untuk anda bersantai. Layanan yang diberikan setelah potong rambut adalah pijat bahu, kepala dan punggung yang akan membantu menenangkan. Keempat, kebersihan tempat juga menjadi faktor penentu untuk orang datang untuk potong rambut, dan sebagian besar *barbershop* telah memastikannya. Di *barbershop*, bisa dipastikan akan ada suasana dan aura yang sangat *gentleman*. Aroma interior yang maskulin, foto atau gambar yang dipajang serta aroma resep perawatan rambut akan benar-benar membuat kita merasa berada di tempat yang tepat. Selain itu, *barbershop* juga dapat dipastikan memiliki AC dan koneksi internet yang cepat. Kenyamanan yang ditawarkan oleh *barbershop* pada umumnya juga menciptakan keakraban antara pelanggan dengan *barberman* untuk saling bertukar informasi mengenai *men's grooming*.

Captain Barbershop memiliki prinsip untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan berkualitas tinggi seperti perlengkapan sanitasi, fasilitas nyaman, dan tukang cukur ahli dan berpengalaman. Usaha pangkas rambut di bawah PT Captain Asia ini berdiri pada 2015 dan pada tahun 2021 ini memiliki 60 Outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dan di Surabaya, mereka telah memiliki 3 cabang yakni di jalan G-walk, Klampis, dan Mulyosari. Captain Barbershop melakukan tindakan pencegahan demi pengurangan

risiko tertular penyakit kulit kepada pelanggan yakni dengan menerapkan protokol kesehatan seperti pemeriksaan suhu, wajib memakai masker, social distancing dan cuci tangan. Captain Barbershop juga menerapkan prosedur protokol kesehatan seperti pembersihan general sanitizer, penggunaan klip sekali pakai kepada tiap pelanggan, penggunaan masker serta pelindung wajah untuk kapster.

Captain Barbershop Cabang Mulyosari di Surabaya merupakan barbershop paling baru di area mulyosari, yang resmi dibuka pada tanggal 16 Agustus 2019. Pada Area mulyosari ada 3 barbershop pendahulu Captain Barbershop ini, yaitu Gentleman (2017), dan Cutbox (2015). Captain Barbershop Mulyosari Surabaya merupakan objek peneliti yang digunakan pada tema penelitian ini. pemilihan objek dipengaruhi oleh lokasi peneliti dengan lokasi objek sehingga sangat tahu kondisi di lapangan karena dapat melakukan observasi secara berkala untuk mendapatkan data yang kompleks.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan baik di luar dan dalam Captain Barbershop Mulyosari secara berkala dan intens dalam tahun 2021, menunjukkan bahwa Captain barbershop selalu paling ramai di antara barbershop lainnya di area Mulyosari meskipun paling baru.

Tampilan luar bangunan adalah pandangan pertama konsumen dalam menilai kualitas dari barbershop tersebut karena mencerminkan ciri khas mereka. Bangunan Captain Barbershop Mulyosari paling menarik perhatian di areanya karena merupakan barbershop paling elegan dan mewah menunjukkan profesionalitas dan keesklusifan.

Ketertarikan peneliti di perkuat rasa penasaran akan perilaku konsumen dikarenakan banyak kerabat peneliti yang memilih Captain Barbershop tersebut sebagai tempat cukur rambut mereka sampai saat ini. Mereka memiliki kondisi keuangan yang berbeda-beda mulai dari kelas menengah ke bawah hingga ke atas sehingga cukup memperkuat bukti bahwa harga bukan alasan utama konsumen menggunakan jasa Captain Barbershop Mulyosari.

Studi Perilaku konsumen Dalam Menggunakan Jasa Captain Barbershop Surabaya Di Cabang Mulyosari dipilih sebagai tema untuk penelitian pada kesempatan kali ini. Adapun metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode Kualitatif, karena tema menekankan pada sebuah proses dan bukan hasil, tema bersifat induktif yakni berdasarkan tema di lapangan, baik data atau fakta yang tampak.

Tujuan dan alasan peneliti mengangkat judul ini untuk tema penelitian kali ini, yakni peneliti ingin menggambarkan bagaimana perilaku konsumen dalam menggunakan jasa Captain Barbershop Surabaya di Cabang Mulyosari. Sehingga dengan penelitian ini akan diperoleh suatu kesimpulan, dan peneliti dapat memberikan kesimpulan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada fenomena tema ini. Dengan demikian, maka peneliti dapat memberikan suatu solusi kepada Captain Barbershop Surabaya yang bergerak dibidang industri jasa terkait dengan kesimpulan dari penelitian tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah yang berguna untuk memperoleh data dengan maksud dan manfaat tertentu. Cara ilmiah didefinisikan sebagai kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2018:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian memiliki tujuan untuk memahami masalah sosial melalui peneliti akan menyusun gambaran yang kompleks, menganalisa dan mensistesis hasil penelitian berdasarkan fakta dilapangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung yang diperoleh dari sumber utama, sementara itu data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan atau tersedia

untuk peneliti dari pihak lain. (Sugiyono (2017;193). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa Captain Barbershop Surabaya.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2012) wawancara mendalam dalam implementasinya lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah menggali informasi permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak informan wawancara diminta pendapat. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara untuk memudahkan dan memfokuskan pertanyaan yang akan diajukan. Setelah melakukan analisa mengenai memori kolektif arsitektural maka dilakukan pembahasan pedoman wawancara. Wawancara mendalam kepada responden yang jawabannya akan dijadikan gambaran dan kesimpulan mengenai perilaku konsumen aktif yang menggunakan jasa Captain Barbershop Surabaya di Cabang Mulyosari. Menurut Sugiyono (2017,203) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati situasi dan kondisi objek penelitian agar dapat diolah menjadi suatu data. Untuk metode dokumentasi, menurut Sugiyono (2017) dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berbentuk artikel, foto, serta karya monumental oleh seseorang. Hasil wawancara akan lebih terbukti kredibilitasnya jika didukung dengan dokumen-dokumen, dan menambah informasi untuk penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai bukti otentik yang absah mengenai keadaan yang terjadi di Captain Barbershop Surabaya di Cabang Mulyosari.

Populasi penelitian ini meliputi semua konsumen yang pernah menggunakan jasa Captain Barbershop Surabaya dalam waktu minimal satu bulan sekali dalam tahun 2021.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan yakni teknik non-probability sampling.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna aktif jasa Captain Barbershop Cabang Mulyosari Surabaya tahun 2021. Sampel yang dipilih berdasarkan kriteria dari *purposive sampling*. Maka didapatkan sampel sebesar 5 orang yang sesuai dengan kriteria tersebut,

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti akan menguraikan hasil wawancara yang telah di peroleh berdasarkan unsur 5w dan 1h yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa Captain Barbershop di Cabang Mulyosari Surabaya, yang antara lain adalah:

ALASAN MENGGUNAKAN JASA CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Kualitas jasa yakni tukang potong rambut yang profesional dan mengerti model dan jenis rambut. serta fasilitas kursi sofa, ruangan AC, cemilan dan minuman, toilet yang bersih dan bagus, di berikan lebih baik dibandingkan barbershop lain yang hanya sekedar tempat biasa dan tukang potong rambut yang kurang mengerti model sehingga hasil kurang maksimal.

SERVICE YANG DI PILIH DI CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Service Gentleman Grooming merupakan *service* yang sudah sesuai dengan kebutuhan narasumber karena sudah mendapatkan keramas dan pijat wajah serta kepala. Hal ini menggambarkan, bahwa manusia merupakan makhluk ekonomi yang dimana mengeluarkan sedikit mungkin untuk mendapatkan hasil yang sebanyak mungkin.

ALASAN KEPUTUSAN PEMILIHAN *SERVICE*

Harga yang ditawarkan paling sesuai yang didapatkan dan sesuai kebutuhan serta secara keseluruhan memuaskan. Di harga 60 ribu rupiah, pelanggan sudah mendapatkan potong rambut, keramas, pijat kepala dan wajah, kompres handuk hangat di wajah, handuk bantalan leher beraroma herbal untuk menyegarkan tubuh, pengeringan rambut, dan terakhir diberikan vitamin rambut serta jika ingin di model lebih baik lagi atau langsung berpergian maka bisa minta menggunakan pomade untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

ALASAN BERALIH KE CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Adapun alasan narasumber beralih dari tempat mereka potong rambut sebelumnya ke Captain Barbershop Mulyosari mencakup tiga faktor, yakni harga, kualitas jasa, dan fasilitas.

SUMBER INFORMASI MENGENAI CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Adapun Sumber Informasi Mengenai Captain Barbershop Mulyosari mereka dapatkan dari 2 macam sumber yakni teman dan media sosial.

KEBIASAAN PENGGUNAAN JASA CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Dari segi kebiasaan waktu menggunakan jasa Captain Barbershop Mulyosari, narasumber memilih di siang hari karena merupakan mahasiswa aktif yang ada kegiatan kelas di pagi hari, di siang hari cukup banyak waktu luang, dan malam hari digunakan untuk berpergian atau beristirahat.

KESAN MENGGUNAKAN JASA CAPTAIN BARBERSHOP MULYOSARI

Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa mereka merasa puas dengan kualitas jasa, hasil, dan fasilitas yang ada. Harga yang sesuai dengan hasil dan fasilitas yang di dapat, hal yang merupakan pertimbangan terbesar oleh mahasiswa yang membuat Captain Barbershop Mulyosari terpilih menjadi tempat potong rambut narasumber. Captain Barbershop Mulyosari berhasil memberikan hasil yang sesuai dengan ekspektasi narasumber sehingga mereka merasa puas karena mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan: Berdasarkan data wawancara yang diperoleh dari 5 orang narasumber, peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa perilaku konsumen dalam memilih Captain Barbershop Mulyosari dengan alasan sebagai berikut:

1. Captain Barbershop Mulyosari memiliki kualitas jasa yang baik yakni menggunakan tukang potong rambut profesional yang mengerti model dan jenis rambut.
2. Fasilitas yang disediakan untuk mengunggu giliran berupa ruang tunggu ber AC dan sofa, cemilan dan minuman, dan toilet yang bersih dan bagus membuat konsumen merasa nyaman dan dimanjakan.
3. Keunggulan inovasi, meja untuk potong rambut memiliki fitur saluran air dan shower untuk keramas dan kursi yang dapat di putar 360 derajat yang bisa ditidurkan.
4. Semua narasumber, memilih *service* Gentleman Grooming karena harga dan fasilitas sesuai kebutuhan.
5. Captain Barbershop Mulyosari mensterilkan alat yang digunakan untuk potong rambut yang di cuci dengan cairan khusus dan dikeringkan lalu disemprot menggunakan antiseptik serta kep penutup badan yang hanya sekali pakai sehingga membuat konsumen merasa aman dan nyaman.

6. Captain barbershop menggunakan media sosial (instagram) sebagai pengiklanan produk yang dimana menyesuaikan dengan target pasar yakni konsumen di era digital.
7. Ketertarikan konsumen saat pertama kali ingin mencoba *service* Captain Barbershop Mulyosari dikarenakan menunjukkan hasil potongan rambut yang bagus di sosial media dan ada promo bayar suka suka.
8. Konsumen memilih siang hari untuk potong rambut, karena status mahasiswa yang memiliki waktu fleksibel setelah kuliah sehingga tidak terburu-buru.
9. Captain barbershop menyediakan alat pembayaran digital, menyesuaikan konsumen di era digital yang menyukai hal praktis dan mudah.

Bagi Pemilik Usaha

- a). Captain Barbershop Mulyosari Surabaya, diharapkan agar dapat selalu konsisten memberikan pelatihan bagi calon calon tukang potong rambut mereka agar terlatih dan menjadi profesional kedepannya sehingga kualitas jasa yang di dapat konsumen konsisten yang terbaik. Hal ini juga berdampak positif bagi reputasi Captain Barbershop Mulyosari Surabaya ke depannya.
- b). Fasilitas yang diberikan saat menunggu giliran sudah baik dan memuaskan, alangkah baiknya jika Captain Barbershop Mulyosari Surabaya dapat menerapkan sistem booking *online* yang diharapkan agar ruang menunggu tidak menjadi padat dan konsumen dapat datang sesuai jam giliran.
- c). Selalu memunculkan inovasi yang dapat mempermudah dan memanjakan pelayanan dan kualitas jasa bagi konsumen. Baik dalam sarana dan prasarana atau pelayanan.
- d). Diharapkan *service* selalu update mengikuti kebutuhan konsumen agar mereka merasa Captain Barbershop Mulyosari Surabaya paling mengerti konsumen.
- e). Untuk peralatan yang digunakan sudah steril dan membuat konsumen merasa aman dan nyaman, hal ini diharapkan selalu konsisten dilakukan oleh semua *Capster* kepada semua konsumen.
- f). Menggunakan Sosial Media menjadi konten pemasaran, Captain Barbershop Mulyosari Surabaya dapat memposting hasil potongan rambut yang dapat menjadi cerminan kualitas jasa dan inspirasi model potongan rambut bagi konsumen.
- g). Memposting promosi yang dapat menarik konsumen untuk mencoba potong rambut di Captain Barbershop Mulyosari Surabaya beserta dengan testimoni hasil potongan rambut.
- h). Memberikan promosi khusus mahasiswa saat potong rambut di siang hari (jam tertentu) dengan menunjukkan Kartu Identitas Pelajar atau Mahasiswa, hal ini dapat menarik calon konsumen baru.
- i). Menyediakan semua alat pembayaran digital, baik yang belum ada maupun yang akan datang, karena setiap konsumen memiliki alat pembayaran yang beragam karena biasanya ada promo tertentu.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengenai saran yang perlu disampaikan bagi rekan peneliti berikutnya yang ingin meneliti tentang “Studi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Captain Barbershop Di Cabang Mulyosari Surabaya” adalah:

Rekan peneliti berikutnya diharapkan untuk mempelajari dari berbagai sumber referensi yang bertautan dengan “Studi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Captain Barbershop Di Cabang Mulyosari Surabaya” agar hasil penelitian berikutnya dapat lebih lengkap dan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulmalik, G., (2017). Perancangan Aplikasi Pencari Barbershop Yang Juga Dapat Membantu Memilih Model Rambut, Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ardiansa, Werdyan Indra. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen REAL 7 Barbershop Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Firmansyah, Farid. (2019). Manajemen Kualitas Jasa: peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- Karam, Asaad Ali. (2015). *Researchers conducted a study entitled an Analysis Study of Improving Brand Awareness and Its Impact on Consumer Behavior Via Media in North Cyprus*.
- Manullang. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Priansa, Donni Juni. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Rahma, Nur Mevianti. (2020). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Muslim Dalam Menggunakan Jasa Salon Syariah.
- Sulistiyono (2015). Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik Vynil di Yogyakarta.
- Suyoto, Sandu. Dan Shodik, Ali, M. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.