

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASA PADA BARBERSHOP BY PONCO

Agus Susanti

Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang

**Abstrak.** *Babershop by Ponco* merupakan usaha dalam bidang menjual jasa potong rambut. *Babershop by Ponco* berdiri sejak tahun 2003, berada di Perumahan Pondok Raden Patah Blok C I No. 1 – 2 RT. 04 RW. 03 Sayung Demak. Pemiliknya bernama Bapak Ponco Novian Mustoro, S.E., M.M. Persaingan dunia usaha semakin ketat, maka pelaku usaha harus bisa mempertahankan usaha dan dituntut untuk dapat menghadapi persaingan, dengan mengembangkan usaha supaya lebih maju dan lebih besar. Dalam menghadapi persaingan dan mengembangkan usaha dibutuhkan strategi untuk pengembangan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan usaha *Babershop by Ponco*, mendeskripsikan keadaan lingkungan internal (kelebihan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) *Babershop by Ponco*, menganalisis strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha *Babershop by Ponco*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

**Kata kunci :** Kelebihan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

**Abstract.** *Babershop by Ponco is a business in the field of selling hair cut services. Babershop by Ponco was established in 2003, located in Pondok Raden Patah Blok C I No. Housing 1 – 2 RT. 04 Rw. 03 Sayung Demak. The owner is named Mr. Ponco Novian Mustoro, S.E., M.M. The competition in the business world is getting tougher, so business actors must be able to maintain business and be demanded to be able to face competition, by developing businesses to that they are more advanced and bigger. In facing competition and developing a business, a strategy is needed for business development. The purpose of this study is to describe the business management of Babershop by Ponco, describe the state of the internal environment (strengths, weaknesses) and , analyze external (opportunities, threats) Babershop by Ponco, analyze the development strategies that can be applied to the Babershop by Ponco. This reseearch used descriptive qualitative methods. Data collection methods used were interviews, observation and documentation*

**Keywords:** *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

## PENDAHULUAN

Usaha potong rambut atau *babershop* merupakan usaha menjual jasa. Dalam usaha potong rambut dibutuhkan keahlian dalam memotong rambut. Pelaku usaha harus bisa memotong rambut sesuai dengan keinginan konsumen. Pemotong rambut juga harus bisa memberikan rasa nyaman terhadap konsumen. Usaha potong rambut tidak sekedar memotong rambut tetapi harus bisa berinteraksi dengan konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman dan bisa menjadi pelanggan.

Tuntutan penampilan dalam masyarakat semakin berkembang, termasuk potongan rambut. Hal itu memicu munculnya usaha potong rambut. Perkembangan usaha potong rambut semakin pesat, sehingga timbullah persaingan dalam usaha potong rambut. Untuk menghadapi persaingan pelaku usaha potong rambut sebisa mungkin menawarkan berbagai fasilitas yang melebihi para pesaing lainnya. Persaingan yang sering dilakukan pelaku usaha meliputi produk, harga, promosi dan tempat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek *Babershop By Ponco*. *Babershop By Ponco* merupakan usaha potong rambut yang berdiri sejak tahun 2003. Awal berdiri usaha potong rambut berada di Perumahan Pondok Raden Patah Blok C I No. 1-2 RT. 04 RW. 3 Sayung Demak. Berkat ketekunan pemilik usaha, kini *Babershop By Ponco* dapat berkembang dan sudah memiliki 3 cabang. Pertama di Jalan Woltermonginsidi Genuk Raya 1, Kedua di Jalan Woltermonginsidi Genuk Raya 2, Ketiga di Jalan Perintis Kemerdekaan Tembalang. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada *Babershop By Ponco* yang berada di Perumahan Pondok Raden Patah Blok C I No. 1-2 RT. 04 RW. 3 Sayung Demak.

## KAJIAN TEORI

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2009).

Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh (M. Suyanto, 2007).

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga memengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima

tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (Rachmat, 2014).

Manajemen strategis secara umum didefinisikan sebagai suatu proses yang berorientasi masa depan yang memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan hari ini untuk memosisikan diri untuk kesuksesan pada masa mendatang.

Pelaku usaha harus dapat membuat perencanaan strategi usaha yang tepat. Manajemen strategis dilakukan dengan pemantauan terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Salah satu cara menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan yang terbaik (Rangkuti, Freddy. 2014). Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Penyusunan rencana dan strategi membutuhkan analisa di lingkungan perusahaan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di *Babershop by Ponco* di Perumahan Pondok Raden Patah Blok C I No. 1-2 RT. 04 RW. 03 Sayung Demak. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Agustus 2019.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati Moleong, 2010. Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Dalam penelitian ini,

teknik dalam pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan analisis lingkungan internal yang disesuaikan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Sumber primer dalam penelitian ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber

sekunder berupa hasil pengolahan data wawancara tersebut. Dalam menentukan informan untuk wawancara, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti memilih pemilik *Babershop By Ponco* sebagai narasumber utama. Pemilik dari *Babershop By Ponco* adalah Bp. Ponco Novian Mustoro.

## HASIL PENELITIAN

*Babershop by Ponco* merupakan usaha dalam bidang menjual jasa potong rambut. *Babershop by Ponco* berdiri sejak tahun 2003, berada di Perumahan Pondok Raden Patah Blok C I No. 1 – 2 RT. 04 RW. 03 Sayung Demak. Pemiliknya bernama Bapak Ponco Novian Mustoro, S.E., M.M.

Hingga saat ini *Babershop by Ponco* sudah mempunyai tiga cabang. Pada tahun 2008 dibuka cabang pertama berada di Jl. Woltermonginsidi Genuk Raya 1 Semarang. Pada cabang pertama memiliki 1 orang capster. Pada tahun 2011, dibuka cabang kedua berada di Jl. Woltermonginsidi Genuk Raya 2 Semarang. Pada cabang kedua juga memiliki 1 orang capster. Pada tahun 2016, dibukalah cabang yang ketiga, berada di Jl. Perintis Kemerdekaan Tembalang Semarang. Pada cabang ketiga memiliki 2 orang capster. Semua capster sudah memiliki keterampilan memotong rambut. Ini juga merupakan salah satu kekuatan internal bagi *Babershop by Ponco*.

Dari hasil pengamatan lingkungan internal *Babershop By Ponco* ditemukan beberapa kekuatan, tempat parkir luas, sehingga pelanggan tidak perlu susah – susah untuk mencari tempat parkir. Terdapat fasilitas free wi fi, majalah dan koran sehingga saat menunggu pelanggan tidak merasa bosan.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ponco, awal mula didirikan *Babershop by Ponco* berawal dari *hobby dan kesenangan*. Bp ponco mempunyai *hobby* memotong rambut. Modal awal saat mendirikan kurang dari Rp 5.000.000,00, berupa, cermin 2 set, *clipper* 3 set, kursi 2 set, 1 paket gunting, *keep* potong 1 paket, handuk 1 paket, sisir 1 paket, sedangkan tempat milik sendiri dan letaknya juga strategis, yaitu di pinggir jalan raya dan merupakan jalan utama. Di semua cabang, tempat juga milik Bp. Ponco sendiri, hal ini juga merupakan kekuatan internal bagi *Babershop By Ponco*. Dengan berjalannya waktu, *Babershop by Ponco* mulai ada pemasukan dan terlihat hasilnya, sehingga sekarang bukan hanya *hobby* tetapi sudah menjadi tuntutan hidup.

*Babershop by Ponco* dikelola oleh pemilik sendiri, yaitu Bp. Ponco. Omzet setiap hari semakin bertambah. Omzet tiga tahun pertama sekitar 50.000 sampai 75.000 per hari. Setelah 2006 omzet 100.000 per hari. Setelah 2015 menjadi 200.000 sampai 500.000 per hari. Untuk masalah gaji, bapak Ponco selalu berusaha memberikan gaji yang sesuai, agar karyawan merasa betah dan terdorong untuk bekerja lebih baik. Untuk karyawan mendapatkan gaji karyawan harian, bonus, ditambah target mingguan yaitu 1 capster target Rp 5.000.000,00 mendapat bonus 10%.

Menurut keterangan Bapak Ponco kelebihan *Babershop By Ponco* diantaranya semua *capster* atau *barberman* mempunyai keterampilan yang selalu *up date*. Biasanya sekitar 3 bulan atau 6 bulan sekali ada pertemuan komunitas *barberman* untuk saling menginfokan *up date style*. Kisaran waktu potong rambut dan keramas sekitar 10 menit, sehingga waktu menunggu pelanggan tidak terlalu lama. Bapak Ponco tidak hanya mengejar materi, tetapi masih memikirkan lingkungan masyarakat dan sosial, maka beliau memberikan pelayanan potong ditempat, khusus untuk orang sakit dan orang tua yang sudah kesusahan untuk berjalan. Dalam lingkungan masyarakat dan sosial Bapak Ponco juga memberikan potong gratis untuk anak anak panti asuhan, potong gratis ini tidak hanya diberikan pada waktu tertentu, tetapi kapanpun anak panti asuhan diberikan fasilitas potong gratis.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Bapak Ponco pada *Babershop By Ponco*, juga terdapat beberapa kelemahan, diantaranya hari libur tidak pasti sehingga kadang pelanggan komplain. Pada *Babershop By Ponco capster* atau *barberman* libur satu kali dalam satu minggu kecuali Sabtu dan Minggu. Libur dapat dipilih di hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis atau Jumat. Adanya hari libur yang tidak pasti, membuat pelanggan yang sudah terlanjur datang kecewa dan komplain. kurangnya dalam hal pemasaran. Pemasaran yang dilakukan *Babershop by Ponco* dari mulut ke mulut. Meskipun dari mulut ke mulut bisa efektif dan berkembang, tetapi pelanggannya hanya itu – itu saja. Terbatas hanya pada orang – orang yang kenal dan orang – orang yang melewati tempat sekitar.

Dari wawancara dengan Bapak Ponco ada juga kelemahan *Babershop By Ponco* yang lain yaitu hanya menjual jasa potong rambut. Awal berdirinya *Babershop By Ponco* adalah menjual jasa potong rambut, semir rambut dan *creambath*. Setelah dijalani setiap hari ternyata lebih menguntungkan potong rambut, karena apabila semir

dan *creambath* membutuhkan waktu yang lebih lama, badan terasa lebih capek dan pemasukan juga lebih banyak dari potong rambut. Dengan pertimbangan waktu, maka *Babershop by Ponco* hanya menjual jasa potong rambut saja, sehingga kebanyakan pelanggannya adalah pria.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ponco tentang peluang dari lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh *Babershop By Ponco* adalah tempat Babershop By Ponco berada di kawasan masyarakat yang mempunyai pola pikir yang maju, sehingga pelanggan yang datang tidak hanya karena memotong rambut, tetapi untuk *hair style* juga. Untuk tarif di *Babershop By Ponco* sangat bersaing, yaitu Rp. 5.000 untuk potong rambut, jika memakai vitamin ditambah 5.000, jika sekalian keramas ditambah 10.000. Kemampuan bapak Ponco dalam mencari tempat usaha yang strategis merupakan salah satu peluang yang baik untuk memperluas usaha. Pelayanan yang baik, juga menambah citra yang baik dari pelanggan.

Analisis lingkungan eksternal menunjukkan adanya ancaman ancaman dari luar, diantaranya tingkat persaingan yang ketat, banyak bermunculan bisnis usaha jasa yang sejenis dan lebih lengkap, misalnya usaha potong rambut, yang dilengkapi dengan pewarnaan dan *creambath*. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Ponco, pengelolaan (manajemen) di *Barbershop By Ponco* dikelola oleh Bapak Ponco dibantu oleh istri. Menurut beliau dikelola sendiri akan lebih aman. Semua kebijakan dan peraturan juga dibuat oleh Bapak Ponco, sehingga akan lebih fleksibel, hal ini dilakukan supaya *capster* atau *barberman* merasa nyaman bekerja di *Babershop By Ponco*.

Bapak Mandon merupakan salah satu *capster* atau *barberman* dari *Barbershop By Ponco* yang bekerja sejak tahun 2008 yang berada di Perumahan Pondok Raden Patah. Dari wawancara dengan Bapak Mandon terdapat beberapa kelebihan dari *Barbershop By Ponco*, diantaranya tersedianya tempat parkir yang luas, sehingga untuk pelanggan tidak perlu susah – susah untuk mencari tempat parkir. Dengan tempat parkir yang luas, juga tidak mengganggu lingkungan masyarakat sekitar *Barbershop By Ponco*. Selain tempat parkir yang luas, juga tidak dipungut biaya parkir, atau parkir gratis.

Sedangkan kelemahan dari *Barbershop By Ponco* menurut wawancara dengan Bapak Mandon. Diantaranya ada pelanggan yang merokok di ruangan, sehingga

ruangan. Sedangkan untuk peluang dari *Barbershop By Ponco* bisa lebih berkembang karena berada di tengah – tengah masyarakat yang berpola pikir modern, sehingga selalu memperhatikan *hair style*.

Untuk ancaman yang ada di lingkungan yang bisa mempengaruhi *Barbershop By Ponco* adalah banyaknya pesaing usaha potong rambut lain, yang berada di sekitar Perumahan Pondok Raden Patah.

Bapak Agus, merupakan *capster dan barberman* dari *Barbershop By Ponco* yang sudah bekerja sejak tahun 2015 dan dipercaya untuk menjadi capster di cabang yaitu di Jalan Woltermonginsidi Genuk Raya 1. Dari hasil wawancara dengan Bapak Agus kekuatan yang dimiliki antara lain adanya fasilitas *free wi fi*, sehingga pelanggan yang antri tidak merasa bosan saat menunggu antrian, selain itu juga telah disediakan buku bacaan berupa majalah dan koran. Tempat parkir juga luas, gratis dan aman, sehingga para pelanggan tidak repot untuk parkir dan tidak was – was untuk meninggalkan kendaraan di tempat parkir.

Sedangkan kelemahan dari *Barbershop By Ponco* kebanyakan pelanggannya pria, karena hanya menyediakan jasa potong rambut dan keramas saja.

Untuk peluang dari *Barbershop By Ponco* adalah berada di lingkungan masyarakat modern, sehingga pelanggan yang datang tidak hanya karena rambutnya panjang dan perlu dirapikan saja, tetapi karena model rambut yang mengikuti trend.

Ancaman yang ada di lingkungan menurut Bapak Agus banyaknya saingan potong rambut yang menyediakan jasa tidak hanya potong rambut dan memberikan fasilitas yang lebih.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Adi, salah satu *capster* atau *barberman* di *Barbershop By Ponco* yang bekerja sejak tahun 2014 menjadi capster atau barberman di cabang JL. Woltermonginsidi Genuk Raya 2, terdapat beberapa kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki *Barbershop By Ponco*. Lokasi yang strategis merupakan salah satu kekuatan yaitu berada di jalan utama tetapi bukan di jalan raya, sehingga banyak dilalui orang – orang. *Barbershop By Ponco* bersedia datang ke rumah khusus untuk orang tua dan orang yang sakit dan juga memberikan potong gratis untuk anak-anak panti asuhan., sama seperti yang telah disampaikan Bp Ponco.

Untuk kelemahannya, *Barbershop By Ponco* kurang lengkap dalam ragam usahanya, hanya potong rambut dan creambath saja, padahal di era sekarang ini yang diperlukan tidak hanya masalah kerapian tetapi juga masalah model.

Sedangkan peluangnya adalah, dengan adanya program potong gratis untuk anak – anak panti asuhan dan bisa membeaikan pelayanan potong rambut ke rumah untuk orang sakit dan orang tua sehingga banyak masyarakat bersimpati, dan mejadi pelanggan di *Barbershop By Ponco*.

Ancaman yang dihadapi menurut Bapak Adi dalam wawancara tersebut adalah banyaknya saingan dengan ragam pelayanan yang lebih lengkap. Bapak Ujang merupakan salah satu *capster* atau *barberman* juga yang sudah mulai bekerja sejak tahun 2012. Dari wawancara dengan Bapak Ujang ada kelebihan, sama seperti pada pusat dan cabang – cabang lain, yaitu, tempat parkir luas, gratis, memberikan fasilitas *free wi fi*. Kelebihan lainnya yaitu *capster* dan *barberman* sabar dan dapat menyesuaikan pelanggan.

Untuk kelemahannya, sama dengan yang telah disampaikan dalam wawancara dengan *capster* cabang lain, yaitu hanya memberikan pelayanan poting rambut dan keramas saja. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ujang peluang *Barbershop By Ponco* berlokasi dikawasan padat penduduk, sehingga kemungkinan untuk mendapatkan pelanggan lebih besar. Sedangkan ancamannya adalah adanya pesaing dari *Barbershop* lain.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ponco sebagai pemilik, Bapak Mandon sebagai *capster* dan *barberman* di Perumahan Pondok Raden Patah, Bapak Agus sebagai *capster* dan *barberman* di Jl. Woltermonginsidi Genuk Raya 1, Bapak Adi sebagai *capster* dan *barberman* di Jl. Woltermonginsidi Genuk Raya 2, serta Bapak Ujang sebagai *capster* dan *barberman* di Jl. Perintis Kemerdekaan Tembalang, berikut ini adalah tabel matriks SWOT dan beberapa strategi alternatif yang sesuai dan dapat digunakan pada *Babershop By Ponco*.





a. Strategi SO *Strength - Opportunity*

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk meraih peluang – peluang yang ada lingkungan external. Strategi SO dalam penelitian ini adalah:

Memberikan program khusus untuk pelanggan, misalnya potong 5 kali bonus 1 kali. Atau membuat kartu member, jika pelanggan mempunyai kartu member diberikan diskon khusus.

Memotong rambut sesuai permintaan pelanggan merupakan salah satu strategi untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

Memberikan pelatihan kepada capster supaya selalu update. Capster diberikan pelatihan khusus mengenai teknik maupun model – model rambut terbaru.

b. Strategi WO *Weakness – Opportunity*

Strategi WO merupakan strategi yang bertujuan untuk memperkecil kelemahan – kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang – peluang eksternal. Strategi WO dalam penelitian ini adalah:

Meningkatkan strategi pemasaran. Misalnya memasarkan melalui online. *Barbershop By Ponco* saat ini melakukan promosi dari mulut ke mulut. Promosi dari mulut ke mulut terbatas pada orang – orang yang kita jumpai saja, sedangkan untuk lebih mengembangkan usaha, bisa dilakukan melalui online. Dengan promosi online, semua pengguna internet bisa mengetahui tentang usaha kita. Sehingga jangkauan pelanggan akan lebih luas.

Menambah ragam pelayanan. Untuk saat ini *Barbershop By Ponco* hanya menjual jasa potong rambut dan sebagian besar pelanggannya adalah pria. Untuk strategi pengembangan dapat dilakukan dengan menambah ragam pelayanan, misalnya pewarnaan dan creambath, sehingga pelangganpun tidak hanya terbatas laki – laki.

c. Strategi ST *Strength – Threat*

Strategi ST merupakan strategi yang bertujuan untuk menghindari atau mengurangi atau meminimalisir ancaman dengan memanfaatkan kekuatan internal. Strategi ST dalam penelitian ini adalah:

Menambah fasilitas untuk pelanggan, misalnya wi fi gratis televisi atau musik, supaya saat menunggu antrian atau menunggu potong rambut pelanggan tidak bosan dan betah,

Menambah promo agar pelanggan lebih tertarik. Misalnya memberikan discount khusus untuk pelanggan, memberikan promo 5 kali potong gratis 1 kali.

d. Strategi WT Weakness and Threat:

Strategi WT Weakness and Threat merupakan strategi untuk memperbaiki kelemahan yang ada untuk meminimalisir ancaman. Strategi ini merupakan strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan.

Menambah fasilitas untuk pelanggan. Misalnya menyediakan ruang tunggu yang nyaman, memberikan wi fi gratis, musik, televisi dan AC.

Mengembangkan sistem pemasaran. Menambah sistem pemasaran online, maupun sebar brosur, supaya lebih banyak masyarakat yang mengetahui usaha babershop By Ponco.

Menambah loyalitas kepada pelanggan. Misalnya memberikan ucapan selamat saat Ulang Tahun ataupun saat hari raya, sehingga pelanggan merasa diperhatikan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengelolaan usaha *Babershop by Ponco* sudah cukup baik. Pengelolaan keuangan dan penggajian yang baik. Sehingga usaha lancar dan karyawan karyawan merasa betah, sehingga jarang mengalami masalah operasional.
2. a. Kondisi lingkungan internal *Babershop By Ponco* adalah:
  - Kekuatan (*Strenght*): Semua capster sudah memiliki keterampilan memotong rambut, jadwal buka yang panjang, letaknya strategis.
  - Kelemahan (*Weakness*): kurangnya dalam hal pemasaran, hanya menjual jasa potong rambut, kebanyakan pelanggannya adalah pria,
- b. Kondisi lingkungan eksternal *Babershop By Ponco* adalah:

Peluang (*Opportunities*): belum banyak *babershop* di sekitar *Babershop By Ponco*, kemampuan dalam mencari tempat usaha yang strategis

Ancaman (*Threats*): Persaingan yang ketat, Banyak bermunculan bisnis potong rambut online

3. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha *Babershop by Ponco* adalah:

a. Strategi SO *Strength - Opportunity*

Memberikan program khusus untuk pelanggan, menjaga kepercayaan pelanggan memberikan pelatihan kepada capster supaya selalu update

b. Strategi WO *Weakness – Opportunity*

Meningkatkan strategi pemasaran, menambah ragam pelayanan.

c. Strategi ST *Strength – Threat*

Menambah fasilitas untuk pelanggan, menambah promo.

d. Strategi WT *Weakness and Threat*:

Menambah fasilitas untuk pelanggan, mengembangkan sistem pemasaran, menambah loyalitas kepada pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

Alam syamsul. 2017. *Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis SWOT Pada Jaxs Babershop Di Kota Makassar*. Jurnal Ilmiah Karimah STIEAMKOP Makassar Vol. 2 No. 3 Jul-Sep 2017.

AY Lubis. *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id>bitstream, pdf, h. 9.

Luis et al, 2016. *Nutritional Assessment: Predictive Variables At Hospital Admission Related With Length Of Stay*. *Annals Of Nutrion And Metabolism*.

Moleong. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suyanto. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.