Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 6
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

ANALISIS STRATEGIS IMPLEMENTASI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM BARBER SHOP KNOCKCUT SUBANG

[1] Mutqi Sopiawadi, [2] Zalfa Naifah, [3]Nurhaliza Putri Mentari
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sutaatmadja

Email : zalfakedua@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Barber Shop KnockCut Subang yang telah beroperasi selama dua tahun. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan tetap dan baru, serta dianalisis menggunakan teknik deskriptif dan korelasional untuk mengetahui hubungan antara dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dengan tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan Barber Shop KnockCut Subang berada pada kategori baik dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi reliability dan responsiveness menjadi faktor utama yang paling mempengaruhi kepuasan, sedangkan tangibles dan empathy memberikan kontribusi tambahan dalam membangun pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Temuan ini menjadi dasar bagi UMKM untuk terus meningkatkan standar pelayanan dan strategi manajemen pelanggan agar dapat mempertahankan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, UMKM, Barber Shop, Strategi pelayan.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of service quality and its influence on customer satisfaction at the KnockCut Subang Barber Shop MSME, which has been operating for two years. Service quality is one of the main factors in maintaining customer loyalty and improving business reputation. This study uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires distributed to regular and new customers, and analyzed using descriptive and correlational techniques to determine the relationship between service quality dimensions such as tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy with customer satisfaction levels. The results show that overall service quality at KnockCut Subang Barber Shop is in the good category and has a positive effect on customer satisfaction. The dimensions of reliability and responsiveness are the main factors that most influence satisfaction, while tangibles and empathy provide additional contributions in building a pleasant customer experience. These findings serve as a basis for MSMEs to continue improving service standards and customer management strategies in order to maintain sustainable business growth.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction, MSMEs, Barber Shop, Service strategy.

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 517
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

PENDAHULUAN

Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu faktor utama dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelanggan saat ini tidak hanya menilai produk atau jasa yang diberikan, tetapi juga pengalaman layanan secara keseluruhan yang diterima selama interaksi dengan penyedia jasa. UMKM Barber Shop KnockCut Subang sebagai salah satu usaha yang telah beroperasi selama dua tahun menghadapi persaingan yang semakin ketat, di mana kualitas pelayanan menjadi faktor penentu keberhasilan usaha. Tingginya harapan pelanggan terhadap standar pelayanan menuntut pengelola untuk memahami dan menerapkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan. Pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan, tetapi juga memperkuat citra dan reputasi bisnis di mata masyarakat. Oleh karena itu, analisis strategi implementasi kualitas pelayanan menjadi hal penting untuk memastikan keberlanjutan UMKM di era persaingan modern.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator kunci dalam menilai efektivitas kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga menciptakan efek positif bagi pertumbuhan bisnis. Di UMKM Barber Shop KnockCut Subang, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kecepatan layanan, keterampilan barber, kebersihan tempat, serta sikap ramah dari staf. Pemahaman terhadap dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy menjadi dasar dalam merancang strategi peningkatan layanan. Penelitian ini memfokuskan diri pada hubungan antara implementasi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, dengan harapan dapat memberikan masukan praktis bagi pengelola bisnis. Dengan analisis yang tepat, UMKM dapat mengetahui aspek layanan mana yang perlu diperkuat dan dikembangkan lebih lanjut.

Persaingan di industri barber shop semakin meningkat dengan munculnya berbagai usaha sejenis yang menawarkan layanan serupa. Konsumen memiliki pilihan yang luas, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu pembeda yang signifikan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. UMKM Barber Shop KnockCut Subang harus mampu memberikan pengalaman layanan yang unggul untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Hal ini menuntut pengelola untuk melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap proses pelayanan. Strategi pelayanan yang baik tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga interaksi personal yang membuat pelanggan merasa dihargai. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi instrumen strategis dalam mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Seiring perkembangan UMKM, pengelolaan kualitas pelayanan menghadapi tantangan tersendiri, terutama dalam hal keterbatasan sumber daya dan modal. UMKM biasanya memiliki tim yang relatif kecil, sehingga setiap anggota harus mampu mengoptimalkan kinerjanya dalam memberikan pelayanan. Penerapan standar kualitas yang konsisten menjadi penting agar setiap pelanggan menerima pengalaman layanan yang serupa dan memuaskan. Dalam konteks KnockCut Subang, pelatihan staf, pengelolaan antrian, dan kebersihan lingkungan usaha menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan. Selain itu, pengumpulan umpan balik dari pelanggan menjadi cara efektif untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi mereka terhadap layanan. Hal ini memungkinkan pengelola melakukan penyesuaian strategi secara tepat waktu.

Dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy memberikan kerangka kerja dalam menilai efektivitas layanan. Tangibles berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Reliability menekankan konsistensi layanan yang diberikan sesuai janji dan standar yang ditetapkan. Responsiveness berkaitan dengan kecepatan dan kesigapan staf dalam melayani kebutuhan pelanggan. Assurance mencerminkan kemampuan, pengetahuan, dan sikap profesional

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

staf dalam memberikan layanan yang meyakinkan. Empathy menekankan perhatian personal terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan.

Implementasi kualitas pelayanan yang efektif membutuhkan perencanaan strategis yang matang. Strategi ini harus menyesuaikan dengan karakteristik pelanggan, lokasi usaha, dan kapasitas operasional yang dimiliki. Pada KnockCut Subang, strategi pelayanan meliputi pengaturan jadwal barber, penyediaan layanan tambahan, serta penggunaan media sosial untuk komunikasi dengan pelanggan. Evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan menjadi bagian dari proses strategis untuk mengidentifikasi kelemahan dan peluang peningkatan layanan. Selain itu, inovasi layanan dapat menjadi faktor diferensiasi yang membuat usaha lebih kompetitif di pasar. Penerapan strategi yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari aspek layanan langsung, tetapi juga dari pengalaman keseluruhan selama berinteraksi dengan usaha. Faktor psikologis seperti persepsi kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan terhadap staf barber turut menentukan tingkat kepuasan. Dalam konteks KnockCut Subang, pelanggan menilai layanan mulai dari proses pemesanan, penyambutan, hingga kualitas potongan rambut dan komunikasi yang ramah. Pengelola perlu memperhatikan setiap titik interaksi tersebut agar pelanggan merasa puas secara menyeluruh. Kepuasan yang tinggi akan mendorong pelanggan untuk kembali, memberikan testimoni positif, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, analisis kepuasan pelanggan menjadi komponen penting dalam perencanaan strategi layanan.

UMKM Barber Shop KnockCut Subang sebagai usaha yang telah berjalan dua tahun menghadapi peluang dan tantangan dalam mempertahankan pertumbuhan. Peningkatan kualitas layanan menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing dan membangun basis pelanggan yang loyal. Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan stabilitas usaha. Penerapan strategi layanan yang tepat juga dapat membantu staf dalam melaksanakan tugas secara efisien dan profesional. Studi ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi pengelola untuk merumuskan kebijakan layanan yang lebih efektif.

Selain itu, UMKM perlu menyadari bahwa kepuasan pelanggan bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh tren, ekspektasi, dan pengalaman sebelumnya. Oleh karena itu, pengumpulan data dan analisis secara kontinu menjadi penting untuk mengetahui perubahan persepsi pelanggan. Dalam praktiknya, ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau monitoring media sosial. Data yang diperoleh memungkinkan pengelola menyesuaikan strategi pelayanan agar tetap relevan dan kompetitif. Penelitian ini berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan serta evaluasi strategi implementasi kualitas pelayanan yang telah diterapkan. Temuan tersebut akan membantu UMKM Barber Shop KnockCut Subang untuk meningkatkan efektivitas operasional dan pengalaman pelanggan.

Pada akhirnya, keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan layanan secara strategis. Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi instrumen penting untuk memastikan usaha tetap berkembang dan dapat bersaing di pasar lokal. Strategi yang tepat tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. UMKM Barber Shop KnockCut Subang dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai panduan dalam memperkuat kualitas layanan dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan pendekatan yang sistematis, pengelola dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan serta merancang inovasi yang

ISSN 2988-3059
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

relevan. Hal ini menjadi fondasi bagi pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan bisnis di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami implementasi kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Barber Shop KnockCut Subang. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan pandangan pelanggan serta pengelola terkait layanan yang diberikan, sehingga dapat memperoleh gambaran yang mendalam dan kontekstual. Fokus penelitian terletak pada interaksi antara staf barber dan pelanggan, strategi pelayanan yang diterapkan, serta pengalaman pelanggan dalam menerima layanan. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan tetap dan baru yang aktif menggunakan layanan KnockCut Subang selama dua tahun terakhir, serta pihak pengelola UMKM sebagai informan kunci.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan kepada beberapa pelanggan terpilih untuk menggali pengalaman mereka terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan harapan yang belum terpenuhi, serta kepada pengelola untuk memperoleh informasi mengenai strategi pelayanan dan kendala yang dihadapi. Observasi partisipatif dilakukan dengan cara peneliti hadir langsung di lokasi usaha untuk mengamati proses pelayanan, interaksi staf dengan pelanggan, kebersihan, fasilitas, dan aspek operasional lain yang memengaruhi pengalaman pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap data yang bersifat subjektif dan konteks nyata dari pelayanan di UMKM.

Analisis data dilakukan secara tematik, yaitu mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan pola, tema, dan isu penting yang muncul dari hasil wawancara dan observasi. Setiap tema dikaitkan dengan dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, untuk memahami pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti juga melakukan triangulasi data dengan membandingkan informasi dari pelanggan dan pengelola untuk meningkatkan validitas temuan. Hasil analisis kualitatif ini diharapkan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai implementasi strategi pelayanan di KnockCut Subang dan menjadi dasar rekomendasi bagi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di KnockCut Subang secara umum diterapkan dengan baik dan disambut positif oleh pelanggan. Berdasarkan wawancara, mayoritas pelanggan menilai layanan barber shop ini memuaskan karena staf yang profesional dan ramah. Selain itu, fasilitas seperti kursi, alat cukur, dan kebersihan ruangan menjadi faktor pendukung yang meningkatkan kenyamanan pelanggan. Beberapa pelanggan juga menekankan bahwa suasana yang bersih dan rapi membuat mereka merasa nyaman untuk kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* menjadi salah satu elemen yang paling terlihat dan memengaruhi persepsi pertama pelanggan. Observasi juga mendukung hal ini, di mana alat-alat selalu dalam kondisi bersih dan staf selalu berpakaian rapi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas **Vol. 7 No. 6**
ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 1. Tampak Dalam KnockCut Subang

Dimensi reliability atau konsistensi layanan juga menjadi aspek yang menonjol. Pelanggan menyatakan bahwa hasil potongan rambut selalu sesuai dengan permintaan dan standar yang dijanjikan. Beberapa pelanggan lama menekankan bahwa mereka jarang mengalami kesalahan atau ketidaksesuaian layanan, sehingga menumbuhkan rasa percaya terhadap barber shop ini. Observasi peneliti menunjukkan bahwa setiap barber melakukan pekerjaan sesuai SOP yang telah diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa KnockCut Subang berhasil menjaga konsistensi layanan meskipun jumlah pelanggan berbeda setiap harinya. Konsistensi ini berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Responsiveness atau kecepatan dan kesigapan pelayanan juga menjadi tema penting. Dari wawancara, beberapa pelanggan menyebutkan bahwa staf cepat menanggapi permintaan dan pertanyaan. Misalnya, pelanggan yang ingin menambahkan layanan cuci rambut atau trimming tambahan selalu dilayani tanpa harus menunggu lama. Observasi memperlihatkan bahwa staf sigap dalam menghadapi situasi ramai, dengan pembagian tugas yang jelas sehingga tidak ada pelanggan yang merasa diabaikan. Responsiveness ini turut memperkuat kepuasan pelanggan dan memperlihatkan efektivitas manajemen internal.

Aspek assurance atau jaminan layanan menunjukkan bahwa staf memiliki kemampuan dan kepercayaan diri yang tinggi. Pelanggan merasa yakin dengan keterampilan barber, terutama dalam memberikan saran terkait model rambut yang sesuai dengan bentuk wajah atau tren terkini. Beberapa pelanggan bahkan menyatakan bahwa mereka memilih KnockCut karena mereka merasa aman dan percaya terhadap kemampuan barber. Observasi peneliti menunjukkan bahwa barber juga memberikan penjelasan yang jelas sebelum melakukan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di aspek assurance sangat mendukung kepuasan pelanggan. Empathy atau perhatian personal terhadap pelanggan juga menjadi elemen yang diapresiasi. Pelanggan menilai staf peduli terhadap kebutuhan dan preferensi mereka, misalnya menanyakan kenyamanan selama proses potong rambut atau menawarkan minuman. Wawancara menunjukkan bahwa pengalaman ini membuat pelanggan merasa dihargai. Observasi juga menegaskan bahwa interaksi personal ini konsisten diterapkan oleh seluruh staf. Empathy menjadi faktor yang membedakan KnockCut dari barber shop lain yang kurang memperhatikan hubungan personal dengan pelanggan.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Table 1 Analisis SWOT

Analisis SWOT KnockCut Subang	Aspek	Keterangan
Strengths (Kekuatan)	Reliability / Konsistensi Layanan	Hasil potongan rambut selalu sesuai standar; jarang terjadi kesalahan; SOP diterapkan dengan baik; membangun loyalitas pelanggan.
	Responsiveness / Kecepatan Pelayanan	Staf sigap menanggapi permintaan tambahan; pembagian tugas jelas saat ramai; meningkatkan kepuasan pelanggan.
	Assurance / Jaminan Layanan	Barber kompeten dan percaya diri; mampu memberi saran model rambut sesuai tren dan bentuk wajah; pelanggan merasa aman dan percaya.
	Empathy / Perhatian Personal	Staf peduli terhadap kenyamanan pelanggan; interaksi personal konsisten diterapkan; membedakan KnockCut dari kompetitor.
	SDM & Kepercayaan Pelanggan	Barber terampil dan profesional; membangun kepercayaan tinggi dari pelanggan lama.
Weaknesses (Kelemahan)	Jumlah Barber Terbatas	Saat jam ramai, keterbatasan jumlah barber dapat menimbulkan antrean atau penurunan pelayanan.
	Ruang Tunggu Relatif Sempit	Kapasitas ruang tunggu terbatas, berpotensi membuat pelanggan kurang nyaman.
	Promosi Digital Belum Maksimal	Pemasaran online dan media sosial belum optimal, berpotensi membatasi jangkauan pelanggan baru.
Opportunities (Peluang)	Pertumbuhan Pasar Lokal	Potensi meningkatkan jumlah pelanggan di Subang dan sekitarnya.
	Tren Perawatan Pribadi & Grooming	Kesadaran masyarakat akan perawatan rambut meningkat, membuka peluang layanan tambahan.
	Digital Marketing & Promosi Online	Memanfaatkan media sosial, promo digital, dan platform booking online untuk menarik pelanggan baru.
Threats (Ancaman)	Kompetitor Lokal	Barber shop lain dengan layanan serupa dapat menarik pelanggan.
	Perubahan Preferensi Pelanggan	Pelanggan bisa berpindah ke salon/barber shop yang menawarkan layanan lebih modern atau harga lebih murah.
	Faktor Eksternal	Perubahan ekonomi atau situasi pandemi dapat menurunkan frekuensi kunjungan.

Berdasarkan kelanjutan analisis kualitas pelayanan tersebut, peneliti kemudian melakukan analisis SWOT untuk merumuskan strategi peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Barber Shop KnockCut Subang. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan), serta faktor eksternal berupa Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa kekuatan utama KnockCut terletak pada kualitas SDM barber yang kompeten, keramahan layanan, konsistensi pelayanan, serta kepercayaan pelanggan yang tinggi. Sementara itu, kelemahan yang ditemukan antara lain keterbatasan jumlah barber saat jam ramai, ruang tunggu yang relatif sempit, serta promosi digital yang belum maksimal. Analisis ini menjadi dasar untuk perhitungan IFAS dan EFAS

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

sebagai pendekatan kuantitatif dalam menentukan posisi strategis usaha.

Table 2 IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kompetensi dan keterampilan barber	0,2	4	0,8
Keramahan dan empati staf	0,15	4	0,6
Konsistensi kualitas pelayanan	0,15	3	0,45
Kepercayaan pelanggan	0,1	4	0,4
Total Kekuatan			2,25
Kelemahan			
Keterbatasan SDM saat jam sibuk	0,15	2	0,3
Fasilitas ruang tunggu	0,15	2	0,3
Promosi digital	0,1	2	0,2
Total Kelemahan			0,8
Total Skor IFAS			3,05

Tabel 3 EFAS (External Factor Analysis Summary)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Meningkatnya tren perawatan diri pria / barber shop modern	0,25	4	1
Loyalitas pelanggan lokal	0,2	3	0,6
Penggunaan media sosial sebagai promosi	0,15	3	0,45
Total Peluang			2,05
Ancaman			
Meningkatnya jumlah barber shop pesaing di Subang	0,2	2	0,4
Persaingan harga	0,1	2	0,2
Perubahan selera konsumen yang cepat	0,1	2	0,2
Total Ancaman			0,8
Total Skor EFAS			2,85

Pada analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary), masing-masing faktor internal diberi bobot dan rating. Kekuatan pertama, yaitu kompetensi dan keterampilan barber, diberi bobot 0,20 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0,80. Kekuatan kedua berupa keramahan dan empati staf memiliki bobot 0,15 dengan rating 4 sehingga skor sebesar 0,60. Konsistensi kualitas pelayanan memiliki bobot 0,15 dengan rating 3, menghasilkan skor 0,45. Kepercayaan pelanggan sebagai kekuatan utama memiliki bobot 0,10 dengan rating 4 dan skor 0,40. Total skor kekuatan adalah 2,25. Sementara itu, kelemahan berupa keterbatasan SDM saat jam sibuk diberi bobot 0,15

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

dengan rating 2 sehingga skor 0,30. Kelemahan fasilitas ruang tunggu memiliki bobot 0,15 dengan rating 2 dan skor 0,30. Kelemahan promosi digital diberi bobot 0,10 dengan rating 2 sehingga skor 0,20. Total skor kelemahan adalah 0,80. Dengan demikian, total skor IFAS adalah 3,05, yang menunjukkan kondisi internal KnockCut tergolong kuat.

Selanjutnya, pada analisis EFAS (External Factor Analysis Summary), peluang utama yang dimiliki KnockCut adalah meningkatnya tren perawatan diri pria, khususnya barber shop modern. Faktor ini diberi bobot 0,25 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 1,00. Peluang kedua berupa loyalitas pelanggan lokal memiliki bobot 0,20 dengan rating 3 dan skor 0,60. Peluang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memiliki bobot 0,15 dengan rating 3 dan skor 0,45. Total skor peluang adalah 2,05. Adapun ancaman yang dihadapi antara lain meningkatnya jumlah barber shop pesaing di wilayah Subang dengan bobot 0,20 dan rating 2 sehingga skor 0,40. Ancaman persaingan harga memiliki bobot 0,10 dengan rating 2 dan skor 0,20. Ancaman perubahan selera konsumen yang cepat diberi bobot 0,10 dengan rating 2 sehingga skor 0,20. Total skor ancaman adalah 0,80. Dengan demikian, total skor EFAS adalah 2,85, yang menunjukkan bahwa peluang eksternal masih lebih besar dibandingkan ancaman.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS tersebut, posisi strategis KnockCut Subang berada pada kuadran I (Strategi SO) dalam matriks SWOT, yaitu kondisi di mana kekuatan internal yang dimiliki mampu dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal secara maksimal. Strategi SO yang dapat diterapkan antara lain mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan barber secara berkala, memanfaatkan empati dan assurance sebagai keunggulan kompetitif, serta memperkuat branding KnockCut sebagai barber shop yang profesional dan terpercaya. Strategi ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh aspek jaminan layanan dan perhatian personal.

Selain strategi SO, KnockCut juga dapat menerapkan strategi WO, yaitu memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan. Contohnya, dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi, KnockCut dapat meningkatkan jumlah pelanggan sekaligus mengatur sistem reservasi online guna mengurangi antrean saat jam sibuk. Penambahan fasilitas sederhana seperti kursi tunggu yang lebih nyaman juga dapat dilakukan secara bertahap dengan memanfaatkan peningkatan pendapatan dari loyalitas pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk menjaga kepuasan pelanggan tanpa mengorbankan kualitas layanan yang telah menjadi ciri khas KnockCut.

Analisis SWOT dan perhitungan IFAS–EFAS menunjukkan bahwa implementasi kualitas pelayanan pada UMKM Barber Shop KnockCut Subang telah berjalan secara efektif dan strategis. Kekuatan pada aspek assurance dan empathy terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan posisi strategis yang kuat, KnockCut memiliki peluang besar untuk terus berkembang di tengah persaingan industri barber shop. Oleh karena itu, konsistensi pelayanan, peningkatan kapasitas SDM, serta pemanfaatan teknologi dan promosi digital menjadi rekomendasi utama agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

Analisis juga menemukan bahwa strategi pelayanan KnockCut Subang melibatkan pendekatan fleksibel terhadap pelanggan. Misalnya, mereka menerima reservasi via media sosial dan menyesuaikan jadwal saat ada pelanggan dengan kebutuhan khusus. Hal ini memudahkan pelanggan dan meningkatkan persepsi positif terhadap layanan. Staf juga diberi kebebasan untuk memberikan saran kreatif sesuai permintaan pelanggan, sehingga pelayanan terasa lebih personal. Pendekatan fleksibel ini membuat pelanggan merasa diperhatikan dan menjadi faktor penting dalam kepuasan mereka.

Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa kebersihan dan kenyamanan tempat merupakan faktor utama mereka kembali ke KnockCut. Wawancara menunjukkan bahwa lingkungan yang bersih, musik yang menyenangkan, serta ventilasi yang baik membuat pengalaman potong rambut lebih menyenangkan. Observasi juga mengonfirmasi bahwa perawatan kebersihan dilakukan

secara rutin setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa tangibles bukan hanya soal alat atau staf, tetapi juga lingkungan fisik yang mendukung kenyamanan pelanggan.



Gambar 2. Tampak Luar KnockCut Subang

Namun, hasil wawancara juga menunjukkan adanya beberapa kendala minor dalam layanan, seperti waktu tunggu saat jam sibuk atau jumlah barber yang terbatas pada hari tertentu. Pelanggan menyadari kendala ini, tetapi menilai staf tetap sigap dan profesional dalam menanganinya. Observasi memperlihatkan bahwa manajemen telah menerapkan sistem antrian dan pembagian tugas untuk meminimalkan gangguan. Meskipun demikian, isu ini menjadi area yang masih bisa ditingkatkan agar kepuasan pelanggan lebih optimal.

Secara keseluruhan, pelanggan menyatakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan KnockCut Subang. Faktor-faktor seperti konsistensi, kecepatan pelayanan, kemampuan barber, perhatian personal, dan lingkungan fisik yang nyaman berkontribusi besar pada pengalaman positif pelanggan. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya kembali untuk layanan, tetapi juga merekomendasikan KnockCut kepada teman dan keluarga. Hal ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan sebagai strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi kualitas pelayanan di KnockCut Subang berjalan efektif. Pengelola berhasil mengintegrasikan semua dimensi kualitas layanan dengan praktik sehari-hari, sehingga tercipta pengalaman pelanggan yang menyeluruh. Meskipun terdapat kendala minor, strategi pelayanan yang diterapkan mampu menjaga kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. Penelitian ini memberikan bukti bahwa fokus pada kualitas pelayanan bukan hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mendukung pertumbuhan UMKM di sektor jasa barber shop.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan di KnockCut Subang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Setiap dimensi kualitas layanan yang diterapkan saling mendukung, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten. Dimensi tangibles, berupa fasilitas fisik dan kebersihan, menjadi faktor awal yang membentuk persepsi pelanggan terhadap profesionalisme usaha. Lingkungan yang bersih, alat yang terawat, dan staf yang rapi memberikan kesan pertama yang baik. Hal ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan yang menyebutkan bahwa tangibles dapat memengaruhi persepsi pelanggan secara langsung. Dengan kata lain, penampilan fisik dan kondisi fasilitas menjadi bagian penting dari strategi pelayanan.

Reliability atau konsistensi layanan terbukti menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan pelanggan. Ketika pelanggan merasa hasil layanan selalu sesuai dengan harapan, mereka cenderung kembali dan merekomendasikan usaha tersebut. Temuan ini mendukung

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

konsep bahwa konsistensi pelayanan adalah fondasi untuk loyalitas pelanggan. KnockCut Subang berhasil menjaga konsistensi ini melalui standar operasional dan pelatihan staf. Konsistensi layanan juga menjadi indikator profesionalisme dan kualitas manajemen internal UMKM. Pelanggan yang mendapatkan layanan yang dapat diandalkan merasa puas dan percaya terhadap kemampuan usaha.

Responsiveness memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat. Kecepatan dan kesigapan staf dalam menangani permintaan tambahan atau pertanyaan pelanggan meningkatkan kepuasan. Responsiveness juga menunjukkan efektivitas koordinasi antar staf dalam situasi ramai. Pelanggan menilai pelayanan yang cepat dan responsif sebagai tanda perhatian dan kepedulian. Hal ini membuktikan bahwa strategi pelayanan yang menekankan ketangkasan staf menjadi salah satu kunci keberhasilan KnockCut. Responsiveness juga menjadi pembeda dari pesaing yang lambat menanggapi permintaan pelanggan.

Assurance atau jaminan pelayanan membantu menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan terhadap kualitas barber. Staf yang terampil, profesional, dan komunikatif membuat pelanggan merasa aman. Mereka dapat memberikan saran yang tepat dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan percaya diri. Hal ini menunjukkan bahwa kepastian layanan bukan hanya soal teknis, tetapi juga komunikasi interpersonal. Assurance menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan merasa nyaman dan loyal. Dalam konteks UMKM, kemampuan staf untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan merupakan strategi penting untuk mempertahankan pangsa pasar.

Empathy menjadi aspek yang paling menonjol dalam menciptakan hubungan personal yang positif dengan pelanggan. Staf yang memperhatikan kebutuhan individu, menawarkan kenyamanan, dan menanggapi preferensi pelanggan membuat pengalaman layanan lebih personal. Wawancara menunjukkan bahwa interaksi empatik membuat pelanggan merasa dihargai dan dihormati. Empathy juga menjadi faktor pembeda dari barber shop lain yang cenderung mekanis dalam melayani. Strategi pelayanan yang menekankan perhatian personal terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori layanan yang menekankan pentingnya perhatian terhadap kebutuhan unik pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi fleksibilitas dalam pelayanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan. KnockCut menerima reservasi melalui media sosial, menyesuaikan jadwal, dan memberikan layanan tambahan sesuai kebutuhan. Pendekatan ini membuat pelanggan merasa diperhatikan dan memudahkan pengalaman mereka. Strategi fleksibilitas menjadi elemen penting bagi UMKM dengan keterbatasan staf dan sumber daya. Dengan menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan pelanggan, KnockCut berhasil meningkatkan pengalaman pelanggan. Fleksibilitas ini menunjukkan adaptasi UMKM terhadap ekspektasi pelanggan yang dinamis.

Kebersihan dan kenyamanan lingkungan menjadi faktor penting dalam pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Penelitian dan observasi menunjukkan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kondisi fisik tempat, musik, dan ventilasi. Lingkungan yang nyaman membuat mereka merasa santai dan puas selama layanan berlangsung. Aspek ini menunjukkan bahwa tangibles bukan hanya alat atau staf, tetapi keseluruhan pengalaman fisik yang dirasakan pelanggan. Perhatian pada kebersihan dan kenyamanan merupakan strategi pelayanan yang efektif dalam membangun citra positif. UMKM yang konsisten menjaga kebersihan dan kenyamanan dapat mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Meskipun hasil layanan secara keseluruhan memuaskan, kendala minor seperti waktu tunggu saat jam sibuk tetap ada. Pelanggan menyadari keterbatasan jumlah barber, tetapi menilai manajemen tetap sigap dalam mengatur antrian. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan harus terus disesuaikan dengan kapasitas operasional. Penanganan kendala secara proaktif menjadi bagian dari strategi mempertahankan kepuasan pelanggan. UMKM perlu mengoptimalkan sumber daya untuk mengurangi potensi ketidakpuasan. Kendala minor ini menunjukkan bahwa kualitas layanan selalu dapat ditingkatkan melalui evaluasi berkelanjutan.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan di KnockCut Subang tinggi dan dipengaruhi oleh semua dimensi kualitas pelayanan. Konsistensi, kecepatan, kemampuan staf, perhatian personal, dan kenyamanan lingkungan saling mendukung dalam membentuk pengalaman positif. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya kembali, tetapi juga merekomendasikan layanan kepada orang lain. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan strategi efektif dalam membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator keberhasilan implementasi strategi pelayanan UMKM. Dengan mempertahankan standar layanan, KnockCut dapat meningkatkan pertumbuhan dan stabilitas usaha.

Pengelola KnockCut menunjukkan kesadaran akan pentingnya strategi pelayanan untuk mempertahankan pelanggan. Mereka secara aktif memantau pengalaman pelanggan dan menyesuaikan pendekatan sesuai kebutuhan. Strategi yang diterapkan mencerminkan pemahaman tentang pentingnya konsistensi, kecepatan, keterampilan, dan empati. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi strategi tidak bersifat kebetulan, tetapi terencana dan sistematis. Strategi pelayanan yang terstruktur membantu UMKM menjaga kualitas layanan meskipun terjadi pertumbuhan pelanggan. Kesadaran strategis ini menjadi fondasi bagi pengembangan layanan di masa depan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa interaksi antar dimensi kualitas pelayanan saling memengaruhi. Misalnya, kecepatan pelayanan (responsiveness) akan lebih efektif jika didukung oleh kemampuan staf (assurance) dan perhatian personal (empathy). Kebersihan dan fasilitas yang baik (tangibles) memperkuat persepsi pelanggan terhadap konsistensi layanan (reliability). Pendekatan holistik terhadap kualitas pelayanan memastikan pelanggan merasakan pengalaman yang menyeluruh. Hal ini menegaskan bahwa strategi pelayanan yang terintegrasi lebih efektif dibanding pendekatan parsial. UMKM yang memahami hubungan antar dimensi dapat merancang layanan yang lebih optimal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis kualitatif terhadap UMKM Barber Shop KnockCut Subang, dapat disimpulkan bahwa implementasi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara bersamaan membentuk pengalaman layanan yang menyeluruh, sehingga pelanggan merasa puas, loyal, dan terdorong untuk merekomendasikan layanan. Strategi pelayanan yang fleksibel, perhatian personal, serta lingkungan fisik yang nyaman menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Meskipun terdapat kendala minor seperti waktu tunggu pada jam sibuk, pengelola telah menerapkan mekanisme efektif untuk meminimalkan dampaknya. Penelitian ini menegaskan bahwa fokus pada kualitas pelayanan merupakan strategi krusial bagi UMKM dalam mempertahankan pertumbuhan, meningkatkan reputasi, dan menciptakan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Nuraeni, A., Gazali, A., & Ariawan, J. (2024). *Kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Captain Barbershop Area Kelapa Gading Jakarta Utara*. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi.

Ruswandi, J. A., Irsandi, I., Puji Sakti, T., & Asfarani, S. (2025). *The impact of service quality and satisfaction on customer loyalty at AFZL Barber Shop*. Journal of Business and Halal Industry, 2(3), 1–10.

Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(1), 23–32.

Bu'ulolo, M., & Riki, R. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Alsasumo Batam*. Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis, 3(4), 99–113.

Giwa, O., & Ramadhani, S. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pangkas OK Tanjungusta Helvetia Medan*. Jurnal Psychomutiara.

Dikki, Z. C., Kusnedi, R., & Elsty, K. (2024). *Strategy for improving customer satisfaction towards service quality perception and brand image in the culinary industry*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan.

Suranto, S., Marimin, A., Kusuma, I. L., & Pratiwi, D. N. (2024). *Evaluation of service quality to increase customer satisfaction at UMKM restaurant YOI*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR).

Uzhma, N. A., Sulaiman, E., & Sumardi, B. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Barber Shop D'Rio di Bandung*. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 12(3), 71–80.

Putri, E. P., Santoso, B., & Reskiputri, T. D. (2024). Pelayanan, harga, dan trust dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora.

Sari, D. S. (2025). The influence of service quality on customer satisfaction in SMEs – In Samosir. International Journal of Management, Economic and Accounting.

Anonymus. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Crew Cuts Studio Barbershop Maumere. Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa.

Fauzi, A. F., & Purnomo, Y. J. (2023). The influence of service quality and customer value on customer satisfaction. Research Horizon.

Khairunisa, A. N., Giyartiningrum, E., & Suji'ah, U. (2025). Pengaruh customer satisfaction dan service quality terhadap minat repurchase pada klinik kecantikan di Yogyakarta. Journal Competency of Business, 8(2), 59–72.

Muslih Dwi, P., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(1), 23–32.

Ghazali, H., & Putra, A. (2022). Analisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di UMKM jasa barber shop di Bandung. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(2), 45–58.