

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi langsung kepada informan yang terpilih dan terpercaya maka penyajian data hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Lookshard Barberspace

Lookshard Barberspace merupakan salah satu tempat pangkas rambut di Kota Amuntai yang diresmikan pada tanggal 20 November 2020, berlokasi di Jl. Norman Umar No. 408, Kelurahan Kebun Sari, Kecamatan Amuntai Tengah, Kota Amuntai, Kalimantan Selatan.

Tahun 2020 lalu menjadi tahun yang menantang karena adanya pandemi global *Covid-19*, sektor ekonomi khususnya menjadi yang paling terdampak dari *Covid-19* ini. Dalam hal ini Rezky, Hendra Saputra dan Fajri melihat ada peluang yaitu pada bisnis pangkas rambut atau barbershop, karena belum adanya barbershop yang mengusung konsep studio di Kota Amuntai pada saat itu.

Pada 11 November 2020 lalu Hendra Saputra selaku owner resmi membuka bisnis tempat cukur rambut premium berkonsep studio pertama di Kota Amuntai yang diberi nama Lookshard Barberspace dibawah *Dubs Management* yang juga menaungi “Arah Kota” yaitu kedai kopi dan

“*Pacman Store*” yang menjual pakaian-pakaian merek lokal di Kota Amuntai. Hadirnya Lookshard Barberspace bertujuan untuk mengutamakan kualitas hasil potongan dan suasana tempat yang berbeda, serta edukasi mengenai dunia rambut.

Nama Lookshard Barberspace dipilih dengan filosofi dari asal kata bahasa Inggris yaitu *looking hard* artinya “terlihat keras” karena perjuangan dalam pekerjaan dan berdirinya dimulai pada situasi sulit akibat pandemi *Covid-19*. Kemudian barberspace adalah satuan dari kata barber artinya “tukang cukur” yang memaknai nama pekerjaan mereka dan space yang artinya “ruang” adalah tampilan tempat usaha mereka yang menyediakan space atau ruang dimana antar pelanggan dan hair artist bisa berdiskusi tentang dunia rambut.

Kini Lookshard Barberspace telah sukses menjalankan usahanya berkat strategi promosi dan daya tarik mereka yang menjadikan Lookshard Barberspace lebih berkembang. Dimana pada awal-awal berdiri hanya terdapat tiga sampai enam pelanggan yang datang, kini bahkan bisa mencapai enam sampai dua belas pelanggan per harinya.

Kegiatan pada Lookshard Barberspace ini bukan hanya pada jasa cukur rambut saja, namun banyak kegiatan-kegiatan lainnya. Lookshard Barberspace menyediakan layanan *consultation*, *styling product*, *hairwash*, *conditioner*, *hair tonic*, *eye mask*, *hair coloring*, dan *hair braidstyle*. Selain itu juga menjual produk untuk styling rambut seperti

hairpowder, clay, pomade, shaving gel, dan beard oil yang beberapa diantaranya bekerjasama dengan merek produk ternama di Indonesia.

2. Visi dan Misi Lookshard Barberspace

Visi

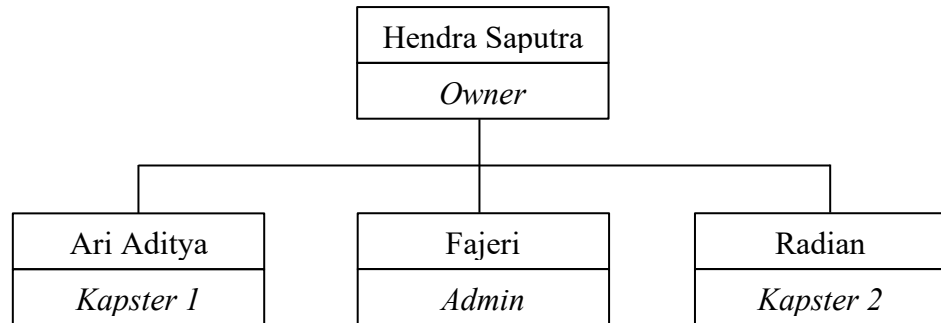
1. Menjadikan Lookshard Barberspace bisnis cukur rambut yang memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
2. Menjadikan Lookshard Barberspace unggul dalam kualitas hasil potongan.

Misi

1. Menjaga kenyamanan pelanggan dengan menciptakan suasana nyaman dengan mengangkat karakter *vibe* yang *homies*.
2. Menjamin kualitas hasil potongan yang bagus, presisi dan menyeluruh.
3. Memberikan edukasi dengan pengetahuan dan wawasan mengenai dunia rambut kepada pelanggan.
4. Melayani konsumen dengan mengutamakan profesionalitas, keramahan dan kebersihan.
5. Menciptakan barbershop dengan konsep hair studio dengan berfokus kepada detail, edukasi dan hasil potongan rambut yang lebih baik.
6. Memajukan industri cukur rambut di Kota Amuntai sebagai pelengkap yang belum ada dan pengembang bagi yang sudah ada.

3. Struktur Organisasi Lookshard Barberspace

Tabel 1. 3 Struktur Organisasi Lookshard Barberspace



Sumber: Penelitian, 2022.

4. Deskripsi Tugas dan Wewenang Pekerjaan di Lookshard Barberspace

Terdapat tugas dan wewenang terhadap setiap orang yang bekerja di lingkungan Lookshard Barberspace, yaitu:

a. Owner

- 1) Melaksanakan perencanaan, pemeriksaan, persetujuan, pencairan dan pengawasan terhadap karyawan dan pelanggan Lookshard Barberspace.
- 2) Menerima laporan hasil monitoring dan evaluasi terhadap kinerja karyawan Lookshard Barberspace.
- 3) Memastikan kegiatan operasional Lookshard Barberspace berjalan sesuai ketentuan.
- 4) Menetapkan strategi untuk mencapai visi dan misi Lookshard Barberspace.

- 5) Bertindak sebagai perwakilan Lookshard Barberspace dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
 - 6) Bertanggung jawab atas semua kegiatan operasional Lookshard Barberspace.
- b. Admin
- 1) Menerima dan melayani telepon dan menelpon seluruh kegiatan keperluan yang berhubungan dengan Lookshard Barberspace.
 - 2) Mengatur dan menyiapkan jadwal kapster dan reservasi pelanggan Lookshard Barberspace.
 - 3) Mengelola sosial media, keuangan dan melaksanakan promosi dan *photography* Lookshard Barberspace.
 - 4) Menyusun dan menayangkan sajian berita (*news release, press release*), dan foto-foto aktivitas di Lookshard Barberspace.
 - 5) Mengelola, mengembangkan dan menjaga serta meningkatkan pangsa pasar Lookshard Barberspace.
 - 6) Melayani pembayaran dan pembelian produk Lookshard Barberspace.
- c. Kapster
- 1) Menjaga nama baik dan kepercayaan pelanggan Lookshard Barberspace.
 - 2) Melayani konsultasi dan edukasi perihal rambut yang sesuai ke pelanggan Lookshard Barberspace.

- 3) Menyiapkan alat dan produk pelayanan sesuai permintaan pelanggan Lookshard Barberspace.
- 4) Melaksanakan kegiatan pelayanan, *styling product*, *hairwash*, *conditioner*, *hair tonic*, *eye mask*, *hair coloring*, dan *hair braidstyle* ke pelanggan Lookshard Barberspace.
- 5) Bertanggung jawab terhadap hasil potongan, komplain dan pelayanan kepada pelanggan Lookshard Barberspace.
- 6) Ramah dan komunikatif terhadap pelanggan Lookshard Barberspace.

5. Daftar Harga Menu Layanan dan Produk di Lookshard Barberspace

Tabel 1. 4 Daftar Harga Menu Layanan di Lookshard Barberspace

| No | Menu | Layanan | Harga |
|----|---------|---|------------|
| 1 | Basic | <i>Hair Cut, Hair Styling Product</i> | Rp. 25.000 |
| 2 | Regular | <i>Hair Cut, Hair Wash, Collagen Eye Mask, Hair Styling Product</i> | Rp. 30.000 |
| 3 | Premium | <i>Hair Cut, Hair Wash, Collagen Eye Mask, Tonic, Hair Styling Product, Conditioner</i> | Rp. 40.000 |

Sumber: Penelitian, 2022.

Tabel 1. 5 Daftar Harga Produk di Lookshard Barberspace

| No | Nama | Deskripsi | Harga |
|----|-----------------------------|--|-------------|
| 1 | Death Pomade Pop Waterbased | Death Pomade Pop Waterbased. <i>Strong Hold, Grape Berry, Waterbased</i> , 120g. Untuk kalian yang ingin berdandan <i>clean look</i> atau <i>slick</i> atau rambut rapi yang mengkilap. | Rp. 60.000 |
| 2 | Hairnerds Powder | Hairnerds Powder berfungsi untuk <i>styling</i> rambut, mengatur rambut menjadi lebih bervolume, bertexture dan tidak lengket saat dipakai. Cocok untuk kalian yang sering bepergian menggunakan helm atau aktifitas <i>outdoor</i> yang berkeringat, karena rambut akan tetap kering dan tidak lepek sehingga masih mudah untuk ditata ulang. | Rp. 100.000 |
| 3 | Hellyeah Fibre Grip No. 26 | Hellyeah Fibre Grip No. 26 salah satu produk <i>made in</i> Bandung yang menjadi revolusi dari produk tatanan rambut yang berbasis silica bubuk. | Rp. 160.000 |

| | | | |
|---|-----------------|--|-------------|
| | | <p>Jenis produk ini dapat diaplikasikan secara langsung dengan ditaburkan ke rambut dan membentuk gaya seketika tanpa kilau, terlihat natural, dan dapat dipakai di dalam maupun di luar ruangan. <i>Hold: 2/5, Shine: 0/5.</i></p> <p>Dengan wangi khas air yang segar di <i>mix</i> dengan sedikit wangi buah dan flora menambah kesegaran sepanjang hari.</p> | |
| 4 | Minoxidil | <p>Minoxidil, penumbuh rambut dan brewok. Krim penumbuh jenggot menjadi salah satu produk grooming yang paling populer untuk kaum pria.</p> <p>Nama Minoxidil dilekatkan dengan merek Kirkland dari Amerika sehingga semakin dikenal sebagai produk premium dari brand ini.</p> <p>Kandungan Minoxidil itu sendiri hanya 5%.</p> | Rp. 135.000 |
| 5 | Morpheus Powder | <p>Morpheus Powder (<i>Styling and Volumizing Hair Powder</i>) adalah</p> | Rp. 75.0000 |

| | | | |
|---|--|---|-------------|
| | | <p>produk yang mudah dipakai untuk menciptakan gaya rambut natural dan sempurna dengan tingkat kekuatan yang tinggi. Hair powder yang sangat halus dan ringan akan menambah volume rambut sehingga rambut terlihat lebih penuh dan tebal setelah ditaburkan dan ditata ke rambut.</p> <p>Keutamaan: Menambah volume rambut, mudah diaplikasikan, mudah dicuci, tingkat kekuatan dan ketahanan tinggi, tahan sepanjang hari, <i>natural look</i></p> | |
| 6 | <p>Puppets deluxe hair powder art Super dust 20g</p> | <p>Puppets deluxe hair powder art Super dust 20g merupakan produk berjenis powder, produk yang mudah dipakai untuk menciptakan gaya rambut natural dan sempurna dengan tingkat kekuatan yang tinggi. Teksture <i>SUPERDUST</i> tidak meninggalkan residu terhadap kulit kepala.</p> <p>Keutamaan: Menambah volume</p> | Rp. 195.000 |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>rambut, mudah diaplikasikan, mudah dicuci, <i>NO RESIDU, with aloe vera.</i></p> <p>Manfaat tidak diragukan untuk kesehatan rambut, tingkat kekuatan dan ketahanan tinggi, tahan sepanjang masa selama terbebas dari air, <i>natural look.</i></p> | |
|--|--|---|--|

Sumber: Penelitian, 2022.

6. Deskripsi Hasil Wawancara

Data yang disajikan pada bagian ini adalah data hasil wawancara dengan pemilik (*owner*) Lookshard Barberspace di Kota Amuntai yang menjadi informan dengan dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, data yang disajikan berberntuk uraian atau narasi.

Identitas Informan

Nama : Hendra Saputra

Jabatan : Pemilik (*owner*)

Alamat : Komp. Wanda Mubarak Blok. 006 No. 038 Kec. Haur Gading Kota Amuntai

Nomor Telepon : 6281255646409

Pemilik memaparkan bahwa promosi yang dilakukan Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnisnya di Kota Amuntai adalah memilih media sosial *instagram* dan *whatsapp* sebagai media berpromosi.

Pemilihan media sosial *instagram* karena dinilai merupakan media promosi yang gratis atau tidak dipungut biaya, sehingga dapat meminimalisir pengeluaran dana dalam bagian promosi. Selain itu media sosial *instagram* sudah hampir digunakan oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia khususnya bagi target konsumen Lookshard Barberspace. Kemudian *whatsapp* sebagai media komunikasi tanya-jawab dengan pelanggan dan sebagai layanan untuk reservasi.

Lookshard Barberspace mengidentifikasi audiens dengan sasaran penjualan 6 (enam) sampai 12 (dua belas) kepala setiap harinya dan unruk target konsumen yaitu pria dewasa, baik mahasiswa atau para pekerja usia sekitar 18 sampai 27 tahun yang dituntut untuk berpenampilan rapi dan menarik terutama pada wilayah Kota Amuntai.

Dalam kegiatan promosi Lookshard Barberspace melakukan dengan cara memposting atau *update* seluruh kegiatan, mulai dari informasi-informasi lokasi, buka dan tutupnya, daftar harga menu dan produk dan kontak layanan tanya-jawab dan *reservasi*. Selain itu Lookshard Barberspace juga melakukan *update* kegiatan cara kerja dan hasil akhir setelah potong rambut, sehingga mempengaruhi pelanggan lain yang memiliki permasalahan dan bentuk kepala atau tekstur rambut yang sama tertarik untuk datang ke Lookshard Barberspace. Kemudian Lookshard Barberspace juga memposting konten-konten mengenai edukasi rambut di *instagram* yang secara tidak langsung mengingatkan

dan mengajak pelanggan untuk tertarik mengunjungi Lookshard Barberspace.

Selain itu yang menjadi daya tarik Lookshard Barberspace dalam promosi mereka adalah layanan konsultasi dan edukasi mengenai dunia rambut oleh kapster kepada pelanggan. Serta layanan pendukung lainnya seperti *reservasi*, *Wi-Fi gratis*, *space child* dan tempat *full AC*. Terlebih dengan mengadakan diskon potongan harga di hari-hari atau peringatan tertentu, seperti diskon 15% spesial hari kemerdekaan dalam memperingati 17 agustus kemerdekaan Indonesia. Kemudian disuguhkan melalui postingan dengan bentuk foto maupun video singkat terhadap para pengikut di *instagram*.

Lookshard Barberspace memanfaatkan pelanggan yang datang agar memposting hasil sebelum dan sesudah potong rambut ke *instagram* sebagai bagian dari teknik khusus dalam promosi mereka. Hal tersebut memudahkan Lookshard Barberspace untuk mencari model promosi atau *endorser* tanpa harus keluar biaya sedikitpun. Kegiatan seperti itu bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang kemungkinan memiliki permasalahan atau bentuk rambut yang sama, sehingga akan tertarik dengan hasil layanan dari Lookshard Barberspace. Kegiatan promosi seperti itu akan terus mereka lakukan dalam jangka panjang dan tidak menutup kemungkinan akan berubah sewaktu-waktu, sehingga dapat menambah ketertarikan kepada masyarakat yang belum tahu dengan Lookshard Barberspace.

Menurut pemilik promosi yang mereka lakukan dengan memanfaatkan media sosial tersebut berhasil menarik minat masyarakat. Ketertarikan tersebut berhasil karena memanfaatkan promosi mengenai informasi dan edukasi terhadap jasa yang mereka tawarkan. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang datang dari yang awalnya hanya tiga sampai enam kepala per hari, kini naik signifikan dari enam sampai dua belas kepala per harinya.

Kegiatan promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace yang dijalankan tidak menampilkan sesuatu konten atau informasi yang sensitif, vulgar, penghinaan terhadap siapapun atau rasisme yang berarti tidak bertentangan dengan nilai-nilai kesusilaan. Lookshard Barberspace selalu memberikan konten atau informasi yang bernilai positif dengan tampilan gambar yang bersifat edukasi atau bermanfaat. Aktivitas promosi tersebut dilaksanakan secara sehat dengan tidak menyinggung atau menjelekkan pihak manapun.

Lookshard Barberspace menjalankan aktivitas promosi dan daya tarik tersebut murni apa adanya sesuai dengan yang mereka tawarkan dengan tidak menambah atau melebihi lebihkan sesuatu yang tidak ada. Dalam hal ini Lookshard Barberspace hanya menampilkan aktivitas di dalam tempat dan konten edukasi terhadap gaya rambut atau produk sesuai bentuk kepala dan tekstur rambut. Sehingga tidak melakukan pemaksaan seperti harus tertarik, membeli atau datang ke Lookshard Barberspace

dalam aktivitas promosi yang tujuannya memperoleh daya tarik pelanggan.

Selain itu Lookshard Barberspace memberikan jaminan bahwa yang didapat oleh pelanggan nantinya akan sesuai dengan promosi yang ditampilkan. Dalam hal pemilik menegaskan bahwa akan sangat bersedia bertanggungjawab apabila terdapat kesalahan atau tidak sesuai dalam penyampaian informasi atau promosi yang mereka tawarkankan dengan yang didapatkan pelanggan nantinya pada Lookshard Barberspace.

Dalam menyampaikan informasi-informasi pada promosi yang ditampilkan Lookshard Barberspace menyampaikan dengan jujur atau tidak berbohong serta tidak menutupi kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Karenanya Lookshard Barberspace sangat memperhatikan kebenaran dan ketepatan informasi-informasi yang ditayangkan dengan hati-hati.

Kendala utama yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis di Kota Amuntai adalah seringnya mendapati karyawan yang resign sebelum kontrak kerja berakhir. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang kosong dan butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru yang memenuhi kriteria yang diinginkan.

Selain itu Lookshard Barberspace juga terkendala kurangnya pelanggan pada akhir tahun 2020 akibat dampak Covid-19, sehingga tidak

sesuai harapan dalam memenuhi target pelanggan pada tahun 2020 tersebut.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Upaya Pengembangan Teknik Promosi dan Daya Tarik Lookshard Barberspace Ditinjau Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam

Pengembangan bisnis *barbershop* di Kota Amuntai agar menjadi bisnis yang terdepan harus didasari pada upaya yang terus menerus dan secara menyeluruh dari Lookshard Barberspace agar bisnis dapat berkembang dan siap menghadapi tantangan pasar. Diperlukan teknik promosi dan daya tarik dari Lookshard Barberspace sebagai salah satu *barbershop* yang bersaing di Kota Amuntai untuk memperoleh dan memperbanyak target pasar.

Upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik yang dilakukan Lookshard Barberspace sebagai salah satu bisnis *barbershop* yang tersedia di Kota Amuntai dilakukan dengan perencanaan media sosial *instagram* dan *whatsapp* sebagai media untuk promosi. Pemilihan media sosial *instagram* karena dinilai merupakan media promosi yang gratis atau tidak dipungut biaya, sehingga dapat meminimalisir pengeluaran dana dalam bagian promosi. Selain itu media sosial *instagram* sudah hampir digunakan oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia khususnya bagi target konsumen Lookshard Barberspace. Kemudian *whatsapp* sebagai media komunikasi tanya-jawab dengan pelanggan dan sebagai layanan

untuk reservasi. Hal tersebut disampaikan oleh pemilik (*owner*) dari Lookshard Barberspace yang menyatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Dalam upaya mengembangkan bisnis Lookshard Barberspace melakukan promosi dan daya tariknya melalui media sosial instagram dan whatsapp sebagai platform penghubung antara pelanggan dan admin untuk bertanya dan melakukan reservasi ke Lookshard Barberspace.” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Lookshard Barberspace mengidentifikasi audiens dengan sasaran penjualan 6 (enam) sampai 12 (dua belas) kepala setiap harinya dan untuk target konsumen yaitu pria dewasa, baik mahasiswa atau para pekerja usia sekitar 18 sampai 27 tahun yang dituntut untuk berpenampilan rapi dan menarik terutama pada wilayah Kota Amuntai. Hal ini disebutkan dengan pemaparan yang disampaikan oleh pemilik (*owner*) dari Lookshard Barberspace yang menyatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Untuk cakupan pasar Lookshard Barberspace utamanya menargetkan untuk pria dewasa, baik mahasiswa atau para pekerja usia sekitar 18 sampai 27 tahun, yang dituntut untuk berpenampilan rapi dan menarik dan untuk target penjualan yaitu 6 (enam) sampai 12 (dua belas) kepala per harinya” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Lookshard Barberspace yaitu pada tahap pertama menentukan media sosial *instagram* sebagai media untuk melakukan promosi. Kemudian pada tahap kedua menentukan target konsumen yaitu pria dewasa usia 18 (delapan belas) sampai 27 (dua puluh tujuh) tahun dan

dalam menargetkan sasaran penjualan mulai dari 6 (enam) sampai 12 (dua belas) kepala setiap harinya.

Hal tersebut senada dengan penjelasan Angipora (2002) mengenai langkah awal dalam menentukan sasaran promosi yang digunakan sebagai target pasar dalam sebuah produk atau jasa yang dijalankan yaitu terhadap sasaran penjualan dan target konsumen. Dengan menetapkan sasaran penjualan yang jelas maka diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar yang akan dijangkau. Kemudian dengan menetapkan target konsumen yang jelas maka perusahaan dapat menentukan dengan tepat apa yang ingin disampaikan, di mana dan siapa yang menyampaikan.

Adapun jumlah pelanggan dan target kunjungan Lookshard Barberspace tahun 2020 sampai 2021 sebagai berikut:

Tabel 1. 6 Jumlah dan Target Kunjungan Lookshard Barberspace

| No | Tahun | Jumlah Pelanggan | Target Pelanggan |
|----|-------|------------------|------------------|
| 1 | 2020 | 240 | 300 |
| 2 | 2021 | 1244 | 1000 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan pada tahun 2020 hanya 240 pelanggan, sehingga tidak mancapai target dari Lookshard Barberspace. Namun pada tahun 2020 mendapat peningkatan jumlah

dengan mendapat 1244 pelanggan, sehingga melebihi target Lookshard Barberspace yang hanya menargetkan 1000 pelanggan.

Kegiatan promosi dilakukan Lookshard Barberspace dengan cara memposting atau *update* ke media sosial instagram tentang seluruh kegiatan, mulai dari informasi-informasi lokasi, buka dan tutupnya, daftar harga menu dan produk dan kontak layanan tanya-jawab dan *reservasi*. Selain itu Lookshard Barberspace juga melakukan *update* kegiatan cara kerja dan hasil akhir setelah potong rambut, sehingga mempengaruhi pelanggan lain yang memiliki permasalahan dan bentuk kepala atau tekstur rambut yang sama tertarik untuk datang ke Lookshard Barberspace. Kemudian Lookshard Barberspace juga memposting konten-konten mengenai edukasi rambut di *instagram* yang secara tidak langsung mengingatkan dan mengajak pelanggan untuk tertarik mengunjungi Lookshard Barberspace. Hal ini disebutkan dengan pemaparan yang disampaikan oleh pemilik (*owner*) dari Lookshard Barberspace yang menyatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Kegiatan promosi yang dijalankan Lookshard Barberspace di instagram berupa update mengenai informasi-informasi buka dan tutupnya, hasil sebelum dan sesudah cukur, menu layanan yang tersedia, harga produk. Ditambah adanya kontak whatsapp dan lokasi tempat yang ditaruh pada halaman profil instagram Lookshard Barberspace pelanggan jadi bisa tanya-tanya atau langsung reservasi ke kita” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Pemaparan diatas diperkuat dengan berbagai postingan yang rutin diterbitkan Lookshard Barberspace pada media sosial *instagram* mereka

dengan nama akun *lookshard.barberspace* yang rutin memposting informasi-informasi mengenai buka dan tutupnya, hasil sebelum dan sesudah potongan rambut, layanan yang tersedia, harga menu, harga produk serta postingan edukasi rambut dan rekomendasi produk. Komunikasi seperti itu bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai layanan dan produk yang ditawarkan dalam sebuah perusahaan, sehingga pelanggan dapat memahami mengenai Lookshard Barberspace dengan jelas.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa tercapainya tujuan promosi oleh Lookshard Barberspace yaitu menginformasikan ke pelanggan tentang informasi-informasi lokasi, buka dan tutupnya, daftar harga menu dan produk dan kontak layanan tanya-jawab dan *reservasi*. Kemudian mempengaruhi dan membujuk melalui *update* hasil akhir ke *instagram*, sehingga mempengaruhi dan membujuk pelanggan yang memiliki permasalahan dan bentuk atau tekstur rambut yang sama tertarik mendatangi Lookshard Barberspace. Tujuan promosi terakhir yaitu mengingatkan melalui konten-konten menarik yang mengajak para pelanggan untuk memperhatikan rambut yang disuguhkan melalui postingan foto atau video di *instagram*.

Seperti yang telah disampaikan dalam Angipora (2002) mengenai tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan sebuah perusahaan adalah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan.

Lookshard Barberspace memanfaatkan pelanggan yang datang agar memposting hasil sebelum dan sesudah potong rambut ke *instagram* sebagai bagian dari teknik khusus dalam promosi mereka. Hal tersebut memudahkan Lookshard Barberspace untuk mencari model promosi atau *endorser* tanpa harus keluar biaya sedikitpun. Kegiatan seperti itu bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang kemungkinan memiliki permasalahan atau bentuk rambut yang sama, sehingga akan tertarik dengan hasil layanan dari Lookshard Barberspace. Hal ini diperkuat dengan pemaparan yang disampaikan oleh pemilik (*owner*) dari Lookshard Barberspace yang menyatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Dalam melakukan promosi kami memanfaatkan pelanggan yang datang untuk minta izin sebelum dan hasil sesudahnya kami posting di instagram yang memudahkan kami juga untuk mencari model promosi tanpa harus keluar biaya sedikitpun dan terkadang mereka sendiri juga yang foto di depan cermin kemudian mention akun instagram Lookshard Barberspace, yang secara tidak langsung mempromosikan layanan Lookshard Barberspace juga karena kemungkinan beberapa orang melihat ada permasalahan atau bentuk rambut yang sama tertarik dengan hasil layanan kami” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Kegiatan promosi seperti itu akan terus Lookshard Barberspace lakukan dalam jangka panjang dan tidak menutup kemungkinan akan berubah sewaktu-waktu, sehingga dapat menambah ketertarikan kepada masyarakat yang belum tahu dengan Lookshard Barberspace. Hal ini diperkuat dengan pemaparan yang disampaikan oleh pemilik (*owner*) dari

Lookshard Barberspace yang menyatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Kegiatan promosi seperti itu akan terus kami lakukan dalam jangka panjang dan kemungkinan akan berimprovisasi sewaktu-waktu” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa dalam menjalankan kegiatan promosi Lookshard Barberspace melakukan teknik *direct marketing* (penjualan langsung) yaitu dengan komunikasi langsung dengan pelanggan melalui promosi di *instagram* dan *whatsapp* sebagai layanan tanya-jawab dan layanan reservasi ke pelanggan. Selain itu teknik yang digunakan Lookshard Barberspace adalah *sales promotion* (promosi penjualan) dengan diskon yang dibuat pada perayaan hari-hari tertentu.

Sebagaimana menurut Bukhari (2014) mengenai beberapa teknik promosi yang dapat dilakukan adalah *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan perorangan), *public relation* (publitas), *sales promotion* (promosi penjualan) dan *direct marketing* (pemasaran langsung). Dalam hal ini Lookshard Barberspace hanya memakai *direct marketing* (penjualan langsung) dan *sales promotion* (promosi penjualan) sebagai teknik yang dilakukan dalam promosi yang dijalankan.

Daya tarik promosi diperoleh Lookshard Barberspace karena memanfaatkan media sosial *instagram* melalui konten-konten menarik dan informatif di *instagram*. Dengan menekankan terhadap informasi layanan serta manfaat dan kegunaan produk yang dijual. Dengan konten-konten

yang diupload lewat *instagram* Lookshard Barberspace menjadi mudah berkomunikasi lewat kolom komentar yang disediakan *instagram* dengan menanggapi komentar *followers*.

Selain itu dalam upaya daya tarik promosinya Lookshard Barberspace sering mengadakan diskon potongan harga di hari-hari atau peringatan tertentu, seperti diskon 15% spesial hari kemerdekaan dalam memperingati 17 Agustus kemerdekaan Indonesia. Kemudian disuguhkan melalui postingan dengan bentuk foto maupun video singkat terhadap para pengikut di *instagram*. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Diskon menarik di hari-hari tertentu yang menambah ketertarikan pelanggan kepada Lookshard Barberspace” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace memanfaatkan daya tarik informational dalam kegiatan promosinya melalui informasi-informasi mengenai menu dengan *treatment* yang didapat, layanan konsultasi dan edukasi, layanan pendukung seperti tempat *free wi-fi*, *space child*, konten-konten seperti gaya rambut yang sesuai untuk bentuk kepala dan tekstur rambut serta produk-produk rekomendasi. Selain itu yang terdapat pada konsep daya tarik, Lookshard Barberspace memanfaatkan *similarity* (persamaan) melalui *update* hasil akhir ke *instagram*, sehingga mempengaruhi dan

membujuk pelanggan yang memiliki permasalahan dan bentuk atau tekstur rambut yang sama tertarik datang ke Lookshard Barberspace.

Hal tersebut sesuai dengan Jhonson., *et al* (2007) mengenai daya tarik informational atau rasional yang berfokus pada kebutuhan praktis dan fungsional oleh konsumen akan sebuah produk atau jasa yang menekankan terhadap ciri-ciri pada sebuah produk atau jasa dan manfaat atau alasan dalam menggunakan atau memiliki merek tertentu.

Selain itu Kertamukti (2015) menyampaikan konsep umum daya tarik dari tiga ide yang saling berhubungan yaitu persamaan (*similarity*), pengenalan (*familiarity*) dan penyukaan (*liking*). Dalam hal ini salah satunya persamaan (*similarity*) dipakai dalam daya tarik promosi oleh Lookshard Barberspace melalui *update* hasil akhir ke *instagram*, sehingga mempengaruhi dan membujuk pelanggan yang memiliki permasalahan dan bentuk atau tekstur rambut yang sama tertarik datang. Persamaan (*similarity*) merupakan sudut pandang masyarakat terhadap kesamaan yang dimiliki dengan seorang *endorser*. Kemiripan yang dimaksud berupa gaya hidup, kepribadian dan masalah yang mereka hadapi sebagaimana ditampilkan dalam aktivitas promosi.

Keterkaitan etika bisnis Islam sangat berhubungan dalam seluruh kegiatan bisnis sehingga bagaimana kegiatan bisnis harus sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan pada konsep tauhid yang memadukan keseluruhan dari aspek-aspek kehidupan muslim yang salah satunya terhadap kegiatan promosi dan daya tarik oleh sebuah perusahaan. Sehingga dalam aktivitasnya seorang pebisnis muslim tidak boleh mengarah kepada tindakan yang tidak disukai Allah SWT atau bertentangan dengan nilai-nilai kesusilaan seperti menampilkan sesuatu yang vulgar, penghinaan atau rasisme.

Kegiatan promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace yang dijalankan tidak menampilkan sesuatu konten atau informasi yang sensitif, vulgar, penghinaan terhadap siapapun atau rasisme yang berarti tidak bertentangan dengan nilai-nilai kesusilaan. Lookshard Barberspace selalu memberikan konten atau informasi yang bernilai positif dengan tampilan gambar yang bersifat edukasi atau bermanfaat. Aktivitas promosi tersebut dilaksanakan secara sehat dengan tidak menyinggung atau menjelekkan pihak manapun. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Tidak pernah menampilkan konten atau informasi yang sensitif, vulgar, penghinaan terhadap siapapun atau rasisme. Lookshard Barberspace selalu memberikan konten atau informasi yang bernilai positif dengan tampilan gambar yang bersifat edukasi atau bermanfaat. Aktivitas promosi tersebut dilaksanakan secara sehat dengan tidak menyinggung atau menjelekkan pihak manapun” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Rabu 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace menjalankan prinsip kesatuan (*tauhid/unity*) yang

pemaknaannya sesuai dengan etika bisnis Islam menurut Muslich Muhammad (2004) dengan tidak menampilkan sesuatu konten atau informasi yang sensitif, vulgar, penghinaan terhadap siapapun atau rasisme yang berarti tidak bertentangan dengan nilai-nilai kesusilaan dan tindakan yang tidak disukai Allah SWT.

2. Keseimbangan (Adil/*Equilibrium*)

Berbuat adil dalam aktivitas bisnis sangat diharuskan dan melarang berbuat curang dalam Islam. Allah SWT memerintahkan untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan melarang berbuat curang seperti mengurangi takaran dan timbangan. Dalam aktivitas promosi dimaknai dengan melakukan promosi apa adanya dengan tidak menambah atau melebih-lebihkan sesuatu yang tidak ada dan menampilkan sesuatu yang bernilai positif. Dalam Al-Qur'an disebutkan pada surah Al-Maidah (5) ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ
عَلَىٰ ءَآلَا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ إِنَّ اللّٰهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*” (Kementrian Agama RI, 2022).

Lookshard Barberspace menjalankan aktivitas promosi dan daya tarik tersebut murni apa adanya sesuai dengan yang mereka

tawarkan dengan tidak menambah atau melebihi lebihkan sesuatu yang tidak ada. Dalam hal ini Lookshard Barberspace hanya menampilkan aktivitas di dalam tempat dan konten edukasi terhadap gaya rambut atau produk sesuai bentuk kepala dan tekstur rambut. Sehingga tidak melakukan pemaksaan seperti harus tertarik, membeli atau datang ke Lookshard Barberspace dalam aktivitas promosi yang tujuannya memperoleh daya tarik pelanggan. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Dalam aktivitas promosi dan daya tarik tersebut murni apa adanya sesuai dengan yang ditawarkan dengan tidak menambah atau melebihi lebihkan sesuatu yang tidak ada. Lookshard Barberspace hanya menampilkan aktivitas di dalam tempat dan konten-konten edukasi terhadap gaya rambut atau produk sesuai bentuk kepala dan tekstur rambut” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Rabu 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace menjalankan prinsip keseimbangan (*adil/equilibrium*) yang pemaknaannya sesuai dengan etika bisnis Islam menurut Muslich Muhammad (2004) dengan melakukan promosi apa adanya dan tidak menambah atau melebihi lebihkan sesuatu yang tidak ada serta memberikan tampilan konten atau informasi-informasi yang bernilai positif.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan adalah bagian penting dalam etika bisnis islam, namun kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan kolektif. Tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang mendorong untuk

berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimiliki. Kebebasan manusia dalam membuat janji harus dipenuhi baik yang dibuat sendiri maupun dengan yang disebut kebebasan eksistensial dari unsur rohani. Pemaksaan dalam hal ini adalah aktivitas promosi tidak boleh memaksa agar mendapat ketertarikan pelanggan dan menepati janji promosi atau informasi yang dibuat sebagaimana dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah (5) ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَاتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ
غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya” (Kementerian Agama RI, 2022).

Lookshard Barberspace memberikan jaminan bahwa yang didapat oleh pelanggan nantinya akan sesuai dengan promosi yang ditampilkan. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Lookshard Barberspace memberi jaminan bahwa yang didapat oleh pelanggan nantinya akan sesuai dengan promosi yang ditampilkan” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Rabu 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace menjalankan prinsip kehendak bebas (*keseimbangan/free*

will) yang pemaknaannya sesuai dengan etika bisnis Islam menurut Muslich Muhammad (2004) dengan menepati janji yang dibuat dalam kegiatan promosi.

4. Tanggungjawab (*Amanah/Responsibility*)

Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, seseorang perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis, prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Karena ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh seseorang dengan bertanggungjawab terhadap semua yang dilakukannya.

Dalam hal ini pemilik menegaskan bahwa akan sangat bersedia bertanggungjawab apabila terdapat kesalahan atau tidak sesuai dalam penyampaian informasi atau promosi yang mereka tawarkan dengan yang didapatkan pelanggan nantinya pada Lookshard Barberspace. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Lookshard Barberspace akan sangat bersedia bertanggungjawab apabila terdapat kesalahan atau tidak sesuai dalam penyampaian informasi atau promosi yang mereka tawarkan dengan yang didapatkan pelanggan nantinya” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Rabu 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace menjalankan prinsip etika bisnis yaitu tanggungjawab (*amanah/responsibility*) yang pemaknaannya sesuai dalam Islam menurut Muslich Muhammad (2004) dengan bertanggung jawab

terhadap kesalahan yang akan terjadi apabila terdapat sesuatu yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang dipromosikan.

5. Kebenaran dan Kejujuran (*Shiddiq/Honesty*)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad atau transaksi. Proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih keuntungan. Sebagaimana Al-Qur'an surah Al-Ahzab (33) ayat 70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar*” (Kementrian Agama RI, 2022).

Dalam menyampaikan informasi-informasi pada promosi yang ditampilkan Lookshard Barberspace menyampaikan dengan jujur atau tidak berbohong serta tidak menutup nutupi kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Karenanya Lookshard Barberspace sangat memperhatikan kebenaran dan ketepatan informasi-informasi yang ditayangkan dengan hati-hati. Hal tersebut disampaikan pemilik (*owner*) dalam petikan wawancara sebagai berikut:

“Lookshard Barberspace menyampaikan dengan jujur atau tidak berbohong serta tidak menutup nutupi kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Tidaka pernah sekalipun juga memberikan promosi atau informasi yang palsu. Serta memperhatikan kebenaran dan ketepatan informasi-informasi yang ditayangkan dengan hati-hati”. (Wawancara dengan Hendra Saputra, Rabu 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Lookshard Barberspace menjalankan prinsip kebenaran dan kejujuran (*shiddiq/honesty*) yang pemaknaannya sesuai dengan etika bisnis Islam menurut Muslich Muhammad (2004) dengan menyampaikan semua informasi yang jujur dan benar dan tidak menyampaikan informasi yang palsu dalam promosi. Kemudian memperhatikan kebenaran dan ketepatan informasi agar sesuai dengan yang disampaikan dalam informasi tersebut.

2. Kendala yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis

Kendala utama yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis di Kota Amuntai adalah seringnya mendapati karyawan yang resign sebelum kontrak kerja berakhir. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang kosong dan butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru yang memenuhi kriteria yang diinginkan. Hal tersebut diperkuat oleh pemaparan pemilik (*owner*) Lookshard Barberspace sebagai berikut:

“Kendala yang dialami adalah seringnya mendapati karyawan yang tidak menginginkan bekerja dalam jangka panjang. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang kosong tersebut. Kemudian butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru yang memenuhi kriteria yang diinginkan Lookshard Barberspace” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Dari pemaparan diatas kendala yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis ialah *internal constraints* atau kendala pada sumber-sumber internal yaitu sumber daya manusia atau tenaga kerja akibat mendapati karyawan yang tidak menginginkan bekerja dalam jangka panjang. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang kosong ketika karyawan berhenti dan butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru yang memenuhi kriteria yang diinginkan.

Hal tersebut sesuai menurut Atkinson., *et al.* (1997) bahwa *internal constraint* yaitu kendala yang dapat berupa kemampuan faktor input produksi seperti bahan baku, tenaga kerja dan jam mesin. Dalam hal ini Lookshard Barberspace terkendala pada sumber daya manusia atau tenaga kerja akibat mendapati karyawan yang tidak menginginkan bekerja dalam jangka panjang. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang kosong ketika karyawan berhenti dan butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru yang memenuhi kriteria yang diinginkan.

Lookshard Barberspace dalam hal ini hanya melakukan perjanjian kerja secara lisan antara pemilik (*owner*) dengan para pekerja atau karyawan, namun belum menerapkan sistem kontrak kerja atau perjanjian kerja tertulis yang mengikat. Sehingga mengakibatkan terhambatnya kinerja yang lebih tinggi bagi Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis. Melihat pentingnya kontrak dalam setiap

perusahaan maka perlu hadir penanganan oleh pemilik (*owner*) sebagai pemegang dan pengambil kebijakan manajemen Lookshard Barberspace.

Selain itu Lookshard Barberspace juga terkendala kurangnya pelanggan pada akhir tahun 2020 akibat dampak Covid-19, sehingga tidak sesuai harapan dalam memenuhi target pelanggan. Hal tersebut diperkuat oleh pemaparan pemilik (*owner*) Lookshard Barberspace sebagai berikut:

“Serta kurangnya pelanggan pada akhir tahun 2020 akibat dampak Covid-19, sehingga tidak sesuai target pelanggan” (Wawancara dengan Hendra Saputra, Senin 19 September 2022).

Berdasarkan pemaparan di atas *Covid-19* menjadi *external constraint* atau kendala eksternal yang faktor-faktor yang terjadi bagi Lookshard Barberspace pada akhir tahun 2020. Kendala tersebut terjadi karena adanya perubahan perilaku dan keterbatasan aktivitas oleh masyarakat. Akibatnya terjadi penurunan permintaan yang dirasakan bagi Lookshard Barberspace sebagai pelaku bisnis.

Hal tersebut sesuai menurut Hansen dan Mowen (1997) bahwa *external constraint* adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya permintaan pasar atau kuantitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Dalam hal ini Lookshard Barberspace terkena dampak akibat *Covid-19* karena adanya perubahan perilaku dan keterbatasan aktivitas oleh masyarakat. Akibatnya terjadi penurunan permintaan yang dirasakan bagi Lookshard Barberspace sebagai pelaku bisnis.