

## SDM Development Strategy of Doa Sepuh Barbershop Business

Rindi Apridianti<sup>1\*</sup>, Sabrina Shela Fatimah Zahra<sup>2</sup>, Dwi Epty Hidayaty<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan, Karawang

**Corresponding Author:** Rindi Apridianti

[mn21.rindiapridianti@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.rindiapridianti@mhs.ubpkarawang.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Business,  
Barbershop, Develop

*Received :* 19 April

*Revised :* 23 May

*Accepted:* 26 June

©2023 Apridianti, Zahra,  
Hidayaty: This is an open-  
access article distributed  
under the terms of the  
[Creative Commons Atribusi  
4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) are one of the most important parts of the Indonesian economy. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) play an important role in the Indonesian economy because they can create jobs and provide results that benefit society. UMKM can operate three types of businesses to generate profits: manufacturing, trading and service businesses. The diversity of UMKM naturally creates complex business competition, with all competing industries/enterprises engaging in various competitive actions and competitive responses. The barbering business is a promising business today, especially for someone with good skills. Everyone needs a haircut, one of the things that must be considered is hair.

## Strategi Pengembangan SDM Usaha Barbershop Doa Sepuh

Rindi Apridianti<sup>1\*</sup>, Sabrina Shela Fatimah Zahra<sup>2</sup>, Dwi Epty Hidayaty<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan, Karawang

**Corresponding Author:** Rindi Apridianti

[mn21.rindiapridianti@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.rindiapridianti@mhs.ubpkarawang.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Bisnis,  
Barbershop,  
Mengembangkan

*Received :* 19 April

*Revised :* 23 Mei

*Accepted:* 26 Juni

©2023 Apridianti, Zahra, Hidayaty: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah salah satu bagian terpenting dari perekonomian Indonesia. Usaha kecil dan menengah (UKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menciptakan lapangan kerja dan memberikan hasil yang bermanfaat bagi masyarakat. UKM dapat mengoperasikan tiga jenis bisnis untuk menghasilkan keuntungan: bisnis manufaktur, perdagangan, dan jasa. Keanekaragaman UKM tentu menimbulkan persaingan bisnis yang kompleks, dengan semua industri/perusahaan yang bersaing terlibat dalam berbagai tindakan kompetitif dan tanggapan kompetitif. Bisnis barber adalah bisnis yang menjanjikan saat ini, terutama bagi seseorang dengan keterampilan yang baik. Setiap orang membutuhkan penampilan yang rapi, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah rambut.

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) secara historis merupakan penyumbang terbesar kegiatan ekonomi domestik, terutama lapangan kerja, dan karena itu dianggap sebagai sumber pendapatan rumah tangga. UKM Indonesia juga berperan strategis dalam membangun perekonomian nasional melalui ekspor nonmigas, khususnya di bidang manufaktur. Hal ini konsisten dengan hasil dari negara-negara Asia Timur dan Selatan seperti Korea Selatan, Taiwan, Hong Kong dan Singapura, yang menunjukkan kasus paling sukses dalam mengembangkan UKM yang mendukung perdagangan langsung dan mengikuti strategi berorientasi ekspor. Pengalaman dari negara-negara tersebut menunjukkan bahwa UKM dapat bersaing secara efektif di dua wilayah pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri (Tambunan, 2009).

## TINJAUAN PUSTAKA

Meskipun berperan sentral dalam perekonomian nasional, UKM masih belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi Indonesia dan dianggap sebagai penyebab utama lambatnya pemulihan ekonomi Indonesia dibandingkan negara-negara Asia lainnya (Tambunan, 2009). Hal ini disebabkan keterbatasan usaha kecil dan menengah dalam manajemen teknologi, akses permodalan dan aspek manajemen yang lemah, keterampilan manajemen yang rendah, keterampilan pengambilan keputusan yang lemah, sumber daya manusia yang rendah, perusahaan yang terlalu kecil, kurangnya pengalaman dan keuangan yang lemah. . kontrol (Scarborough). dan Zimmerer, 2008). Hambatan dan kendala yang dihadapi UKM mengakibatkan rendahnya produktivitas (Hitt et al., 2001) dan banyaknya kegagalan usaha (Riyanti, 2003).

Kepemimpinan berbasis sumber daya, karena dengan kepemimpinan tersebut perusahaan dapat menciptakan kompetensi khusus (Grant, 1997; Mosakowski, 1993) dan menawarkan keputusan strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Grant, 1997; Barney 1991). Mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan secara intrinsik terkait dengan Resource Based View (RBV), yang memandu manajemen bisnis untuk mengidentifikasi, mengelola, dan mengembangkan sumber daya strategis untuk mencapai kinerja yang optimal (Barney, 1995).

Sebagai kota penghasil banyak generasi muda yang kreatif, Karawang mendukung terciptanya teknopolis. Salah satu industri yang sedang berkembang di Kota Karawang adalah industri jasa yaitu tata rambut. Perusahaan ini termasuk dalam kategori usaha mikro dengan potensi besar karena bukan hanya kebutuhan konsumen tetapi juga cara hidup dan bukan kegiatan musiman (Radit, 2016).

Perusahaan jasa tersebut banyak terdapat di kota Karawang, dekat

dengan sekolah, kampus dan tempat tinggal siswa, yang karena nilai strategisnya menawarkan peluang keuntungan besar bagi operator mana pun. Dari semua usaha yang ada, penulis melakukan penelitian pada Barbershop Doa Sepuh di kota Karawang.

## **METODOLOGI**

### **Metode yang digunakan**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian observasional deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk membuat gambaran atau deskripsi yang objektif tentang suatu keadaan (Setiadi, 2013:64). Sedangkan penelitian observasi dilakukan dengan mengamati atau mengukur berbagai variabel subjek penelitian (Alatas, 2004). Metode penelitian deskriptif observasional adalah penelitian dengan cara menggambarkan suatu keadaan atau masalah yang diselidiki melalui pengamatan di tempat.

- **Waktu dan tempat kegiatan kunjungan**

Kegiatan ini dilakukan pada bulan maret tanggal 27 Maret 2023 yang lokasinya di Bubulak RT 009 RW 009 Kel.Tanjungpura Kec. Karawang Barat Kab.Karawang

- **Target/sasaran**

Jasa ini khusus ditujukan untuk kaum pria yang ingin tampil menarik. Pelanggan utama bisnis ini adalah anak-anak, pelajar, remaja, pria dewasa, bapak-bapak dan kakek-kakek.

- **Subjek**

Subjek dari kegiatan ini adalah pemilik Barbershop

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Prosedur kegiatan kunjungan**

Dimulai dengan melakukan persiapan sebelum kunjungan, seperti membuat jadwal dan action plan. Observasi dan wawancara akan dilakukan selama kunjungan untuk memahami praktik SDM yang diterapkan oleh salon rambut Parturi. Di akhir kunjungan, ada evaluasi pasca yang mengevaluasi hasil kunjungan dan membuat rekomendasi untuk meningkatkan praktik pribadi di tukang cukur.

### **Teknik Analisis Data**

Penulis menganalisis data dengan menggunakan teknik yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992). Miles dan Huberman mengusulkan bahwa ada tiga jalur analisis dalam data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penggambaran inferno.

Reduksi data adalah proses selektif yang berfokus pada penyederhanaan dan transformasi data mentah yang dihasilkan dari catatan tertulis di tempat. Penulis mereduksi data dengan memilih data secara ketat, membuat deskripsi singkat dan menyesuaikannya ke dalam pola yang lebih besar. Menyajikan informasi adalah kegiatan yang melibatkan penyusunan seperangkat informasi yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Bentuk penyajian informasi dapat berupa teks naratif, matriks, grafik atau diagram. Menarik kesimpulan sebagai penulis menyelesaikan penelitiannya tentang hasil pengumpulan data, mencatat keteraturan pola dalam catatan teoritis.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan SDM Barbershop. Untuk mengembangkan SDM para pegawai, perlu adanya pelatihan khusus dari pihak manajemen agar para pegawai dapat meningkatkan kinerjanya sehingga produktivitas kerja meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui SDM Pegawai, produktivitas pegawai, hubungan antara pengembangan pegawai dengan produktivitas pegawai Barbershop.

Saran untuk menarik minat beli konsumen, produsen perlu lebih gencar dalam promosi untuk meyakinkan masyarakat bahwa Barbershop adalah Barbershop terbaik di Kota Karawang dengan mengoptimalkan media sosial dan aktif mengikuti trend Barbershop

### **PENELITIAN LANJUTAN**

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari peneliti sendiri. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan artikel, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abdul, Rivai & Prawironegoro. 2015. Manajemen Strategis. Mitra

Ambar, Teguh dan Rosidah. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Manurung, Mandala, 2001, Teori Ekonomi Makro, Lembaga Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Mathis, Robert L dan Jackson John H.. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat.

Miller, D., and Friesen, P. H., 1993, Strategy Making and Environment: The Third Link, Strategy Management, Journal, 4, 221-235.