

STUDI LITERATUR MENGENAI PENGARUH TARIF PANGKAS TERHADAP PELAYANAN SERTA KEPUASAN PELANGGAN BARBERSHOP

Ifffa Nurhayati¹, Anik Maghfiroh², Zahra Ahlia Syaima³, Zipora Aprilian⁴, Intan Vira Wahyuti⁵

Pendidikan Tata Kecantikan, Universitas Negeri Semarang

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 2025

Revised Juni 2025

Accepted Juni 2025

Available online Juni 2025

Email:

zahraahliasyaima@students.unnes.ac.id



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh tarif pangkas terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan *barbershop* melalui studi literatur. Dalam layanan jasa pribadi, tarif tidak hanya mencerminkan nilai ekonomi, tetapi juga memengaruhi persepsi pelanggan. Hasil kajian menunjukkan tarif yang sesuai dengan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas, sementara tarif tinggi tanpa kualitas memadai dapat menurunkan kepercayaan pelanggan. Analisis diberlakukan pada beberapa *barbershop* di beberapa wilayah, yaitu aspek harga, *brand image*, kualitas pelayanan. Kesimpulan menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah aspek pokok dalam kepuasan pelanggan, dan tarif harus ditentukan secara strategis agar sebanding dengan nilai pelayanan.

Kata Kunci: Tarif Pangkas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study summarizes the impact of haircut prices on customer satisfaction and service quality in barbershops through literature review. In personal services, price not only conveys economic value but also shapes customers' attitudes. Outcomes show that prices aligned with service quality enhances satisfaction and loyalty, while high prices without quality lower customer trust. The research covers several barbershops in areas, focusing on price, brand name, quality of service (SERVQUAL model), and loyalty. The research concludes that the quality of service is a significant driver of customer satisfaction, and price should be strategically set to match service value.

Keyword: Haircut Pricing, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini bukan hanya memberikan perubahan pada bidang teknologi dan ekonomi saja, kemajuan teknologi juga memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap gaya hidup. Salah satu contohnya adalah meningkatkan kesadaran laki-laki dalam menjaga penampilan diri dan menjaga penampilan rambut merupakan bukti nyata bahwa laki-laki mulai memperhatikan penampilan diri. Meningkatnya kesadaran akan kerapuhan rambut ini juga berdampak pada meningkatnya pengunjung *barbershop*, selain meningkatnya kesadaran terhadap penampilan, tarif menjadi suatu hal yang diperhatikan oleh masyarakat, kenyamanan selama pengerjaan, dan hasil yang diberikan.

Menurut (Abadi, 2022) harga merupakan salah satu faktor dalam pengambilan keputusan konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan harga sebagai indikator dari sebuah layanan yang mereka dapatkan. (Koirul Huda et al., n.d.) menyebutkan bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor salah satunya adalah harga. *Barbershop* harus sangat mempertimbangkan dalam hal penetapan harga, maka penetapan harga pada bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk bisa mewujudkan kepuasan pelanggan.

Pada sebuah kasus terdapat beberapa layanan pangkas rambut memiliki tarif yang sangat tinggi namun tidak seimbang dengan kualitas pelayanan yang memadai. Ketidaksiesuaian tarif dengan pelayanan yang diterima dapat menimbulkan ketidakpuasan, kekecewaan, dan bahkan dapat mengurangi rasa kepercayaan pelanggan terhadap tempat pangkas rambut tersebut.

Masalah ini dapat menimbulkan persepsi bahwa tarif yang tinggi tidak menjamin akan mendapatkan pelayanan yang baik.

Dari uraian latar belakang tersebut, artikel ini memiliki tujuan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu yang membahas pengaruh tarif pangkas terhadap pelayanan serta kepuasan pelanggan. Penulis berharap dengan adanya artikel ini dapat memberikan pemahaman lebih terhadap keseimbangan antara tarif dan kualitas pelayanan.

KAJIAN TEORI

Tarif Pangkas dalam Konteks Layanan Jasa Pribadi

Tarif adalah sejumlah uang yang ditawarkan atau sejumlah pengorbanan yang diperlukan konsumen untuk memperoleh suatu produk yang diinginkannya dari produsen, Suharno dan Yudi Sutarto (dalam Lestari, 2017:13) menjelaskan bahwa tarif pangkas merupakan rangkaian layanan jasa yang melibatkan proses potong rambut, perawatan kepala/wajah, serta pendekatan personal yang membentuk pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Dalam era sekarang, tarif pangkas tidak hanya menekankan hasil dari potongan rambut, tetapi juga pengalaman keseluruhan mulai dari interaksi dengan barber, kebersihan, suasana tempat, hingga alat yang digunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa tarif adalah tolak ukur nilai dari barang atau jasa yang telah disepakati dan diberikan produsen sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen (Journal & Economic, 2024).

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang dirasakan oleh pelanggan dibandingkan dengan harapan mereka. Banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat berbelanja barang ataupun menggunakan suatu jasa. Ketika akan memasuki sebuah toko atau tempat penyedia jasa, seorang konsumen akan melakukan pertimbangan sendiri sebelum memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan jasa di tempat tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga mempunyai kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan memegang peran penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, supaya mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh para pelanggan. Apabila kualitas pelayanan buruk pelanggan akan merasa tidak puas terhadap kualitas atau pelayanan kemungkinan pelanggan akan menceritakan kepada orang-orang sebagai keluhan atas ketidakpuasan. Kualitas layanan berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk ataupun untuk melakukan pembelian ulang (Umaina et al., 2024).

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai evaluasi terakhir terhadap suatu layanan berdasarkan apakah layanan tersebut memenuhi atau melampaui harapan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan evaluasi yang dirasakan pelanggan sebelum menggunakan produk atau jasa dan sesudah menggunakan produk atau jasa tersebut apakah sesuai atau tidak dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut.

Indikator dari variabel Kepuasan Pelanggan menurut (Belakang, 2022), yaitu:

- Perasaan puas pelanggan terhadap keseluruhan hasil dari pelayanan potong rambut.
- Kesesuaian layanan dengan ekspektasi pelanggan.
- Minat untuk berkunjung kembali.
- Kesediaan merekomendasikan jasa pada teman atau kerabat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.. Menurut Denzin & Lincoln (dalam Anggito & Setiawan, 2018) penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah untuk menafsirkan fenomena yang telah terjadi. Penelitian kualitatif eksploratif adalah jenis penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan secara menyeluruh dari berbagai sumber yang berbeda melalui analisis dokumen. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data, dimana menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Analisis data dimulai dengan proses menelaah seluruh data yang didapat dari berbagai sumber selama penelitian (Wati et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kajian ini, telah meninjau dari beberapa jurnal guna memberi pemahaman tentang pengaruh tarif pangkas terhadap pelayanan serta kepuasan pelanggan di sejumlah *barbershop*. Beberapa jurnal memberikan perspektif berbeda berdasarkan lokasi dan fokus penelitian masing-masing. Penekanan pada aspek seperti harga, brand image, kualitas pelayanan, serta loyalitas pelanggan membantu memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan antara tarif pangkas dengan tingkat kepuasan dari pelanggan.

Berikut adalah ringkasan dari hasil pembahasan dalam bentuk tabel untuk memudahkan analisis perbandingan antar *barbershop*:

<i>Barbershop</i>	Aspek yang Diteliti	Hasil
<i>Keep Handsome Barbershop</i> , Cipayung Depok	Harga	Tarif barber berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tarif yang sesuai dengan kualitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
	Kualitas Pelayanan	Pelanggan memberikan penilaian terhadap kebersihan, keramahan kecepatan sebagai faktor penting. Kandang dalam aspek tersebut dapat mengurangi kepuasan.
Wish Hairstudio, Kediri	Harga	Tarif yang mahal memiliki pengaruh yang signifikan. Harga dianggap mahal oleh pelanggan meski disertai kualitas pelayanan seperti konsultasi gaya rambut.
	Brand Image	<i>Brand image</i> memberikan dampak positif terhadap kepuasan jika layanannya dianggap unik dibandingkan kompetitor lain.
<i>Axel Barbershop</i> , Jambi	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan seperti fasilitas tambahan dan kebersihan tempat memengaruhi pelanggan untuk kembali lagi.

	Harga	Tarif yang kompetitif mendukung adanya peningkatan pada pengunjung meskipun memiliki layanan serupa dengan <i>barbershop</i> lain.
Cukur Yuk <i>Barbershop</i> , Karawang	Model SERVQUAL	Dimensi seperti <i>tangibles</i> , <i>responsiveness</i> , <i>reliability</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.
	Tarif	Peningkatan loyalitas pelanggan bisa dipengaruhi oleh tarif yang sesuai dengan kualitas layanan, sedangkan tarif tinggi tanpa memiliki kualitas yang memadai dapat menurunkan kepuasan pelanggan
Kang Cukur <i>Barbershop</i> , Tangerang	Kualitas pelayanan	Kualitas dalam pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan indikator seperti keahlian dan empati yang masih perlu ditingkatkan
	Harga	Harga bersaing dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, namun tetap perlu melakukan evaluasi untuk memastikan harga terjangkau dan mempertahankan manfaat.

KESIMPULAN

Dari analisis berbagai jurnal, dapat disimpulkan bahwa harga potong rambut berpengaruh besar terhadap pelayanan dan kepuasan konsumen di sejumlah *barbershop*. Namun, harga yang ditetapkan tidak dapat dipisahkan dari elemen lain seperti mutu pelayanan, citra merek, dan kesetiaan pelanggan.

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga yang bersaing dan jujur bisa meningkatkan kepuasan konsumen, terutama jika biaya tersebut sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Di sisi lain, harga yang dianggap terlalu mahal tanpa adanya peningkatan dalam kualitas layanan dapat menurunkan kepuasan dan mendorong pelanggan untuk berpindah ke pesaing.

2. Kualitas Pelayanan sebagai Faktor Penentu Utama

Kualitas layanan merupakan aspek krusial dalam membangun kepuasan pelanggan. Elemen seperti keandalan, responsif, empati, jaminan, dan fasilitas fisik memiliki peranan penting. *Barbershop* yang mampu menyajikan layanan berkualitas tinggi lebih mungkin untuk menjaga dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.

3. Citra Merek dan Kesetiaan Pelanggan

Citra merek yang baik bisa memperkuat keterkaitan antara harga dan kepuasan konsumen. Pelanggan cenderung lebih setia terhadap *barbershop* yang memberikan pengalaman berbeda, meskipun dengan tarif yang lebih tinggi, asalkan kualitas dan nilai yang didapat sesuai dengan harapan mereka.

4. Dinamika Persaingan

Dalam konteks persaingan yang sengit, *barbershop* harus merancang strategi inovatif baik dalam penetapan harga maupun peningkatan servis. Penyesuaian tarif dengan permintaan pasar dan penciptaan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan adalah kunci untuk keberlangsungan bisnis.

Dengan memahami keterkaitan antara harga, layanan, dan kepuasan pelanggan, pelaku usaha dapat mengoptimalkan strategi mereka untuk meningkatkan daya saing sembari menjaga



loyalitas konsumen. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk meneliti faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam dunia *barbershop*.

DAFTAR PUSTAKA

Abadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 13(1), 24-34. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>.

Belakang, L. (2022). *PELANGGAN NEXTGROW BARBERSHOP DI DESA PANDEAN*. 7, 75-80.
Journal, S., & Economic, O. (2024). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN dan TARIF TERHADAP KEPUASAN Oleh: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sulawesi Tenggara Abstrak Kata Kunci: kualitas layanan dan tarif, kepuasan pelanggan. Abstract Pada saat ini perkembangan tekno*. 5, 348-355.

Koirul Huda, Y., Sardanto, R., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*.

Umaina et al., 2024. (2024). Vol. 6 No.2 Edisi 3 Januari 2024 <http://jurnal.ensiklopediaku.org>
Ensiklopedia of Journal. *Ensiklopedia of Journal*, 6(2), 76-82.

Wati, V. T., Norhabiba, F., & Sadono, T. P. (2021). Strategi Marketing Public Relations Business to Business CV. Hakai Technology Industries dalam Menjaring Konsumen di Pulau Jawa. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 50. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.55471>