

Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada Usaha Pangkas Rambut Cemerlang

Implementation of Digital Marketing Strategy Through Social Media in Cemerlang Barbershop Business

Golan Hasan^{1*}

Universitas Internasional Batam

Erika Erika²

Universitas Internasional Batam

Korespondensi Penulis: sugarerika85@gmail.com²

Article History:

Received: 30 November 2023

Accepted: 22 Desember 2023

Published: 28 Februari 2024

Keywords: *Cemerlang barbershop, social media marketing, instagram, tiktok*

Abstract: *Cemerlang Barbershop is one of the hair barber businesses in Batam City. The problem at Cemerlang Barbershop is that there is a decrease in the number of visitors and the names of partners are not yet widely known, so the focus and aim of this service is to help Cemerlang Barbershop's problems through creating social media accounts in the form of Instagram and Tiktok as well as making business cards. The methods used are interview and observation methods. The results obtained are that promotions carried out on social media have proven to be helpful in making the name Cemerlang Barbershop better known and making it easier to reach the desired consumers. Then the business cards created also increased brand awareness and increased the number of visitors from previously 10 visitors coming to 20 visitors. So it can be concluded that this service activity was successful in helping the problems experienced by Cemerlang Barbershop partners.*

Abstrak

Pangkas Rambut Cemerlang merupakan salah satu usaha pangkas rambut di Kota Batam. Permasalahan yang ada pada Pangkas Rambut Cemerlang yaitu adanya penurunan jumlah pengunjung dan nama mitra yang belum dikenal luas sehingga fokus dan tujuan pengabdian ini yaitu untuk membantu permasalahan Pangkas Rambut Cemerlang melalui pembuatan akun media sosial berupa Instagram dan Tiktok serta pembuatan kartu nama. Metode yang digunakan yakni metode wawancara dan observasi. Hasil yang didapat yaitu bahwa promosi yang dilakukan di media sosial terbukti membantu dalam membuat nama Pangkas Rambut Cemerlang menjadi lebih dikenal dan memudahkan dalam menjangkau konsumen yang diinginkan. Kemudian kartu nama bisnis yang dibuat juga meningkatkan *brand awareness* serta adanya peningkatan jumlah pengunjung yang mana sebelumnya 10 pengunjung yang datang menjadi 20 pengunjung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil membantu permasalahan yang dialami mitra Pangkas Rambut Cemerlang.

Kata Kunci: Pangkas rambut cemerlang, pemasaran media sosial, instagram, tiktok.

PENDAHULUAN

Pangkas Rambut Cemerlang merupakan salah satu usaha pangkas rambut di Kota Batam yang berlokasi di Komplek Sarana Wisata blok A-B No. 07 Lubuk Baja. Pangkas Rambut Cemerlang sudah berdiri dari sejak tahun 2003 hingga sekarang oleh Man Sarman selaku *owner*/pemilik usaha. Di Pangkas Rambut Cemerlang tidak menerima potongan rambut untuk

* Golan Hasan, sugarerika85@gmail.com

wanita dan hanya untuk pria saja. Pangkas Rambut Cemerlang menawarkan jasa potongan rambut mulai untuk anak-anak, remaja hingga dewasa dengan harga terjangkau mulai dari Rp 25.000 – Rp 35.000. Selama menjalankan usaha ini, Pak Man dibantu oleh 3 karyawan yaitu Desryanto, Armen dan Mukni. Pangkas Rambut Cemerlang buka setiap hari dan mulai beroperasi dari jam 10 pagi sampai tutup jam setengah 10 malam. Omset penjualan pada Pangkas Rambut Cemerlang per bulan kurang lebih sekitar 10 juta. Aktivitas kegiatan operasional di Pangkas Rambut Cemerlang yakni melayani dan melakukan jasa potong rambut terhadap *customer*. Pilihan model potongan rambut juga beragam mulai dari potongan rambut cepak, *undercut*, *spiky*, mohak, *skaitop*/petak, ukir hingga semir rambut dengan harga Rp 100.000. *Customer* juga dapat melakukan *request* terkait potongan atau gaya rambut yang diinginkan ataupun melihat contoh pada katalog. *customer* di Pangkas Rambut Cemerlang ini tidak hanya dari warga Batam saja tapi banyak juga dari warga Singapore. Kondisi mitra saat ini dari segi kinerja dan operasional semua sudah cukup baik namun sayangnya terkait strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan masih sangat kurang dimana saat ini hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut saja (WoM) dan belum mempunyai akun media sosial sehingga dapat disimpulkan bahwa mitra Pangkas Rambut Cemerlang belum pernah melakukan pemasaran secara digital dan masih bersifat tradisional.

Permasalahan pada mitra Pangkas Rambut Cemerlang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu pandemi COVID 19. Seperti yang diketahui bahwa pandemi telah mempengaruhi banyak aspek terutama aspek ekonomi dan sektor UMKM/ bisnis diprediksi menjadi salah satu sektor yang mengalami penurunan drastis. Dampak pandemi menyebabkan pasokan tenaga kerja berkurang, penurunan daya beli masyarakat yang luas, di tambah adanya peraturan *social distancing* menyebabkan penurunan pendapatan, kebangkrutan bahkan sampai memilih untuk menutup usaha (Kurniasih, 2020). Kemenkop UKM mengungkapkan bahwa terdapat sekira nya 37.000 UMKM yang melaporkan terkait dampak serius yang diakibatkan oleh situasi pandemi ini. Dampak-dampak tersebut diantaranya yaitu adanya penurunan penjualan sekitar 56 persen, permasalahan terkait aspek biaya 22 persen, permasalahan distribusi barang 15 persen dan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah 4 persen (Erdawati & Desda, 2021). Ditambah dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dibuat pemerintah menyebabkan kemampuan masyarakat dalam melakukan aktivitas menjadi terbatas baik dari aspek sosial, pendidikan, ekonomi, budaya, kesehatan, dan lainnya. Larangan ini secara langsung berdampak pada sejumlah besar individu yang bekerja di perekonomian informal di Indonesia, termasuk pedagang kaki lima, pedagang pasar, pekerja konstruksi, dan ojek *online*. Pandemi ini berdampak tidak hanya pada sektor yang tidak

terorganisir tetapi juga pada sektor manufaktur, penerbangan, pariwisata, UMKM, dan industri manufaktur (Hernikawati, 2022) Menurut sumber *victorynews*, sektor kecil seperti *barbershop*/ usaha pangkas rambut menjadi salah satu sektor yang cukup terdampak akibat pandemi COVID 19. Hal tersebut dikarenakan jasa pangkas rambut merupakan layanan jasa yang mengharuskan untuk bertatap muka atau berinteraksi langsung dengan konsumen. Sehingga dengan adanya kebijakan *social distancing* dan ketakutan akan penularan virus corona menyebabkan konsumen enggan untuk memangkas rambut di *barbershop*. Hal tersebut tentunya dirasakan langsung oleh usaha Pangkas Rambut Cemerlang dimana akibat dari pandemi ini menyebabkan mitra mengalami permasalahan yaitu menurunnya pendapatan penjualan dikarenakan tidak adanya pengunjung yang datang karena kebijakan *social distancing*. Selain itu, Pangkas Rambut Cemerlang tidak gencar dalam melakukan promosi dan masih mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut saja (WoM) sehingga nama mitra belum dikenal luas oleh masyarakat Kota Batam. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu untuk membantu usaha Pangkas Rambut Cemerlang dalam meningkatkan penjualan yang sebelumnya sempat menurun akibat pandemi COVID19, kemudian membantu mengembangkan strategi pemasaran dan promosi kearah digital melalui pembuatan akun media sosial Instagram dan Tiktok, serta pembuatan kartu nama bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* pada mitra Pangkas Rambut Cemerlang.

METODE

Adapun dalam kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mengatasi permasalahan mitra Pangkas Rambut Cemerlang yang berlokasi di Komplek Sarana Wisata blok A-B No. 07 Lubuk Baja. Pengumpulan data dilakukan guna untuk mengumpulkan informasi penting sehingga proses kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan baik. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu melalui 2 metode yakni wawancara dan observasi. Salah satu metode pengumpulan data yang paling populer untuk penelitian kualitatif adalah wawancara. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh berbagai informasi dari responden dalam berbagai latar dan keadaan (Yusra et al., 2021). Teknik wawancara yang dilakukan yaitu teknik wawancara terstruktur dimana mengajukan beberapa pertanyaan terstruktur yang telah disiapkan sebelumnya kepada partisipan (Rahmah & Sitorus, 2022). Dalam hal ini, penulis menanyakan beberapa pertanyaan terstruktur terkait Pangkas Rambut Cemerlang dengan narasumber yaitu Pak Man selaku *owner*. Kemudian metode observasi yaitu metode observasi yang digunakan melibatkan penginderaan langsung atau pengamatan terhadap suatu benda,

keadaan, aktivitas, atau perilaku (Yusra et al., 2021). Kegiatan observasi dilakukan dengan melihat seluruh proses kegiatan yang ada pada Pangkas Rambut Cemerlang. Pada proses pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelatihan yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rincian dari tahapan proses kegiatan PKM pada Pangkas Rambut Cemerlang

No	Tahapan kegiatan yang dilakukan	Proses yang dilakukan
1	Tahap Persiapan	Melakukan kunjungan mitra serta dilakukan observasi dan wawancara.
2	Tahap Pelaksanaan	Pembuatan akun media sosial instagram dan Tiktok serta kartu nama bisnis Pangkas Rambut Cemerlang.
3	Tahap Pelatihan	Memberikan pelatihan terkait pemasaran media sosial yang mana dimulai dari pembuatan akun, cara memposting konten hingga berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya

HASIL

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menggunakan objek yakni mitra Pangkas Rambut Cemerlang yang berlokasi di Komplek Sarana Wisata blok A-B No. 07 Lubuk Baja. PKM ini dimulai dari 1 November 2023 -18 Desember 2023 yang mana pada proses kegiatan meliputi tahapan sebagai berikut:

a) Tahap Persiapan

Pada tahap ini yang dilakukan pertama yaitu menemukan tempat kerja praktek sebagai objek implementasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dimulai dari penulis mengobservasi UMKM atau pemilik usaha di Kota Batam dengan melakukan kunjungan lapangan secara langsung. Kemudian setelah didapati tempat kerja praktek yang sesuai yakni Pangkas Rambut Cemerlang, selanjutnya penulis melakukan wawancara terhadap pemilik mitra yakni Pak Man dan meminta persetujuan beliau untuk dapat mengizinkannya terlibat dalam usaha mitra ini. Pak Man pun lalu memberikan izin dan menyetujui laporan kerja aktual penulis tentang bisnisnya, dan bersedia memberikan data yang diperlukan untuk Menyusun laporan ini. Adapun hasil yang diperoleh dari wawancara yaitu adanya permasalahan yang dialami mitra yakni jumlah pengunjung yang relatif sedikit karena promosi yang dilakukan masih mengandalkan mulut ke mulut saja dan masih kurangnya pemahaman terkait pemasaran melalui media sosial.



Gambar 1. Wawancara kepada Pak Man selaku *owner* Pangkas Rambut Cemerlang

b) Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap dimulainya implementasi kegiatan pengabdian pada Pangkas Rambut Cemerlang dimana setelah penulis mengetahui permasalahan mitra, maka selanjutnya luaran yang dirancang penulis pada Pangkas Rambut Cemerlang terbagi menjadi 3 poin utama yaitu:

1. Pembuatan akun media sosial Instagram Pangkas Rambut Cemerlang dan melakukan promosi melalui konten yang menarik.
2. Pembuatan akun media sosial Tiktok Pangkas Rambut Cemerlang dan melakukan promosi melalui konten yang menarik.
3. Pembuatan kartu nama bisnis Pangkas Rambut Cemerlang.



Gambar 2. Akun media sosial Instagram Pangkas Rambut Cemerlang

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari adanya perkembangan teknologi internet. Manfaat dari penggunaan media sosial oleh masyarakat dimulai dari untuk pencarian informasi, kepentingan bisnis, hiburan dan kegiatan lainnya. Menurut temuan BEKRAF, media

sosial menjadi media periklanan yang paling banyak di gunakan oleh pelaku bisnis. Era pemasaran digital kian semakin meningkat pesat karena banyaknya pengguna *smartphone* dan sebagian besar pelaku usaha melakukan promosi melalui media sosial (Jaelani & Apid Hapid Maksum, 2022). Berdasarkan data dari *We Are Social 2023*, Instagram menjadi urutan kedua sebagai *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah Whatsapp dengan presentase 86,5%. Instagram sendiri merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto ataupun video, penggunaan filter digital, dan membagikannya ke seluruh layanan jejaring sosial. Melalui media sosial Instagram, para pelaku bisnis dapat lebih mudah untuk menjangkau konsumen melalui konten unggahan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat mendorong minat pembelian konsumen. Adapun proses pembuatan akun media sosial Instagram yakni sebagai berikut:

1. Mengunduh aplikasi Instagram yang mana menjadi salah satu *platform* media sosial yang digunakan pada kegiatan implementasi ini.
2. Klik “daftar” untuk membuat akun baru dan masukkan alamat email atau nomor telepon yang valid serta tidak lupa membuat kata sandi yang kuat.
3. Melengkapi informasi profil dan akun Instagram telah siap untuk digunakan.
4. Melakukan promosi dengan mengunggah postingan atau konten yang menarik dan kreatif

Hasil yang diperoleh dari promosi melalui media sosial Instagram sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu membuat nama Pangkas Rambut Cemerlang sekarang menjadi lebih dikenal luas tidak hanya wilayah kota Batam saja tapi juga di luar kota maupun negara asing. Hal ini dibuktikan dengan hasil *engagement* dimana akun Instagram Pangkas Rambut Cemerlang telah menjangkau lebih dari 100 akun/pengguna yakni sebanyak 303 akun. Tidak hanya itu selama rutin dilakukannya promosi dengan mengunggah konten Pangkas Rambut Cemerlang yang menarik dan kreatif, Tingkat *followers* juga semakin meningkat begitu juga *likes* yang dimana hasil luaran dapat dilihat pada gambar 2. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran media sosial menjadi pemasaran yang tepat terutama di zaman yang serba digital dan teknologi pada pemilik usaha/ UMKM khususnya pada Pangkas Rambut Cemerlang.



Gambar 3. Akun media sosial Tiktok Pangkas Rambut Cemerlang

Selanjutnya yaitu aplikasi Tiktok dimana berdasarkan data *We Are Social* 2023 berada di urutan ke 4 sebagai *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan presentase 70,8%. Tiktok saat ini menjadi aplikasi yang banyak digemari karena memberikan fitur-fitur yang menarik. Melalui aplikasi Tiktok, pengguna dapat berbagi konten yang bervariasi dan kreatif mulai dari *video challenge*, *dance*, *lipsync*, lagu dan yang lainnya. Karena itu, banyak dari para pelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut untuk menjadikan Tiktok sebagai sarana promosi dimana keuntungannya yaitu tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi ataupun tenaga yang banyak, dapat dilakukan dengan waktu yang singkat, caranya yang mudah karena cukup dengan memposting konten ataupun iklan yang menarik dan lebih mudah untuk menjangkau konsumen (Dewa & Safitri, 2021). Dalam pembuatan akun Instagram dan Tiktok Pangkas Rambut Cemerlang, nantinya akan diisi oleh postingan-postingan berupa foto hasil jadi pemangkasan rambut terhadap *customer*, video proses pemotongan rambut terhadap *customer* dan konten edukasi yang menarik lainnya. Tidak lupa juga sebelum memposting, dilakukan pengambilan foto yang bagus serta pemilihan foto terbaik agar dapat menarik perhatian pengguna lain untuk mengunjungi laman media sosial Pangkas Rambut Cemerlang. Adapun proses pembuatan akun media sosial Tiktok yakni sebagai berikut:

1. Mengunduh aplikasi Tiktok sebagai salah satu *platform* media sosial yang digunakan pada kegiatan implementasi ini.
2. Klik “daftar” untuk membuat akun baru dan masukkan alamat email atau nomor telepon yang valid serta tidak lupa membuat kata sandi yang kuat.
3. Melengkapi informasi profil dan akun Tiktok telah siap untuk digunakan.
4. Melakukan promosi dengan mengunggah postingan atau konten yang menarik dan kreatif.

Hasil yang diperoleh dari promosi melalui media sosial Tiktok hampir sama dengan Instagram yakni membuat nama Pangkas Rambut Cemerlang sekaligus memudahkan dalam menjangkau konsumen yang ditargetkan ataupun berinteraksi dengan pengguna lainnya. Kemudahan yang ada pada Tiktok dan Instagram sangat membantu dalam pemasaran Pangkas Rambut Cemerlang. Hal ini dibuktikan dengan hasil *engagement* dimana akun Tiktok Pangkas Rambut Cemerlang telah menjangkau lebih dari 100 akun/pengguna yakni sebanyak 1.145 akun dimana lebih besar dari Instagram. Tidak hanya itu, selama rutin dilakukannya promosi dengan mengunggah konten Pangkas Rambut Cemerlang yang menarik dan kreatif, Tingkat *followers* dan interaksi terhadap konten juga meningkat dimana hasil luaran dapat dilihat pada gambar 3. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran media sosial menjadi pemasaran yang tepat terutama di zaman yang serba digital dan teknologi pada pemilik usaha/ UMKM khususnya pada Pangkas Rambut Cemerlang.



Gambar 4. Kartu Nama Bisnis Pangkas Rambut Cemerlang

Terakhir yaitu kartu nama bisnis atau yang disingkat kartu nama yakni kartu yang berisi identitas singkat pribadi/individu, badan perusahaan ataupun UMKM. Kartu nama sendiri tidak hanya berfungsi sebagai media memperkenalkan diri saja tetapi juga sebagai media *branding* ataupun promosi. Dengan adanya kartu nama bisnis, suatu merek akan lebih mudah untuk dikenali dan diingat. Terlebih, tampilan visual yang terdapat dalam kartu nama juga bisa meningkatkan *brand awareness* dan bisa memberikan kesan yang lebih profesional di mata

customer maupun mitra bisnis. Adapun proses pembuatan kartu nama bisnis Pangkas Rambut Cemerlang yakni sebagai berikut:

1. Melakukan perancangan terlebih dahulu terkait desain apa yang cocok untuk kartu nama bisnis mitra dan informasi penting apa saja yang akan dimasukkan.
2. Mendownload dan menggunakan aplikasi Canva untuk edit desain kartu nama bisnis.
3. Memilih desain yang diinginkan dan penulis disini tentunya memilih desain dengan kategori kartu nama.
4. Melakukan proses edit yang mana sebelumnya penulis sudah melakukan perancangan terlebih dahulu.
5. Mengunduh dan menyimpan editan yang sudah jadi dalam bentuk PNG.
6. Print hasil desain kartu nama bisnis yang sudah jadi dimana sebelumnya penulis meminta pendapat atau persetujuan terlebih dahulu kepada *owner* terkait hasil desain nya dan *owner* pun menyukai dan menyetujui desain.
7. Menyerahkan hasil implementasi yaitu kartu nama bisnis kepada Pak Man selaku *owner*/ pemilik Pangkas Rambut Cemerlang.

Hasil yang diperoleh dari pembuatan kartu nama bisnis sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu dapat menanamkan *brand awareness* pada benak konsumen yang dimana hal ini dapat memberikan dampak positif pada Pangkas Rambut Cemerlang. Tidak hanya itu, adanya kartu nama bisnis juga memberikan kesan profesional terhadap Pangkas Rambut Cemerlang sehingga dapat menarik perhatian pengunjung ataupun konsumen yang datang.



Gambar 5. penyerahan kartu nama bisnis kepada *owner* (A) dokumentasi pembagian kartu nama bisnis kepada customer Pangkas Rambut Cemerlang (B)

c) Tahap pelatihan

Pada tahap pelatihan ini dilakukan pengajaran kepada *owner* Pangkas Rambut Cemerlang yaitu Pak Man terkait pemasaran digital melalui media sosial khususnya pada *platform* Instagram dan Tiktok. Pembelajaran dimulai dari cara membuat akun, memposting konten hingga cara berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini yaitu membuat *owner* Pangkas Rambut Cemerlang yaitu Pak Man yang sebelumnya tidak tahu dan tidak paham terkait pemasaran digital melalui media sekarang menjadi lebih paham sehingga kedepannya Pak Man dapat mengontrol dengan baik akun Instagram dan Tiktok yang sudah penulis buat dan tentunya berguna untuk pemasaran Pangkas Rambut Cemerlang.



Gambar 6. Memberikan pelatihan terkait cara pemasaran media sosial di Instagram dan Tiktok

KESIMPULAN

Pangkas Rambut Cemerlang merupakan salah satu usaha pangkas rambut di Kota Batam yang berlokasi di Komplek Sarana Wisata blok A-B No. 07 Lubuk Baja. Pangkas Rambut Cemerlang sudah berdiri dari sejak tahun 2003 hingga sekarang oleh Pak Man Sarman selaku *owner*/pemilik usaha. Namun dalam menjalankan usahanya, strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan masih sangat kurang dimana hanya mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut saja (WoM). Karena itulah nama Pangkas Rambut Cemerlang masih belum banyak dikenal oleh masyarakat khususnya di Kota Batam dan jumlah pengunjung yang relatif sedikit. Karena itu dilakukan kegiatan pengabdian ini dengan tujuan untuk membantu Pangkas Rambut Cemerlang dengan menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial serta pembuatan kartu nama bisnis agar promosi dapat berkembang dan nama mitra menjadi lebih dikenal sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai dari 1 November 2023 sampai 18 Desember 2023. Bentuk

luaran berupa akun media sosial instagram dan Tiktok serta pembuatan kartu nama bisnis Pangkas Rambut Cemerlang. Kemudian hasil yang didapati setelah dilakukan kegiatan ini yaitu melalui pembuatan akun media sosial instagram dan Tiktok, konten yang diunggah mampu dan telah menjangkau lebih dari 100 akun/pengguna media sosial lainnya dimana pada instagram berhasil menjangkau 303 akun dan Tiktok berhasil menjangkau 1.175 akun. hasil tingkat *engagement* juga cukup baik dimana adanya peningkatan dari segi *followers* dan *likes* dalam setiap postingan. Hal ini memberikan dampak pada Pangkas Rambut Cemerlang dimana nama mitra dapat dikenal luas tidak hanya wilayah Kota Batam saja tapi juga dari luar kota maupun negara asing. Tidak hanya itu, dengan promosi melalui media sosial juga memudahkan Pangkas Rambut Cemerlang dalam menjangkau konsumen yang diinginkan. Kemudian kartu nama bisnis yang telah dibuat juga memberikan dampak positif yaitu menumbuhkan *brand awareness* Pangkas Rambut Cemerlang di benak konsumen dan juga terdapat kenaikan jumlah pengunjung dimana biasanya sehari 10 pengunjung dan setelah dilakukan kegiatan pengabdian ini, sehari bisa mendapat 20 pengunjung sehingga dapat disimpulkan bahwa implementasi ini berhasil mengatasi permasalahan yang di alami mitra. Saran dan harapan untuk Pangkas Rambut Cemerlang khususnya kepada Pak Man selaku *owner* yaitu kedepannya agar dapat lebih gencar dan aktif lagi dalam mempromosikan usahanya di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada *owner* Pangkas Rambut Cemerlang yaitu Pak Man karena telah bersedia dan mengizinkan usahanya untuk dijadikan sebagai objek pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini. Tidak lupa juga kepada dosen pembimbing yaitu Pak Golan karena sudah membantu dalam membimbing setiap proses dimulai dari awal kegiatan pengabdian hingga hingga pembuatan artikel.

DAFTAR REFERENSI

- Administrator. 2021. "Usaha Barbershop Sangat Merasakan Dampak Pandemi - Victory News." Usaha Barbershop Sangat Merasakan Dampak Pandemi - Victory News. October 11, 2021. <https://www.victorynews.id/nasional/pr-3312288828/usaha-barbershop-sangat-merasakan-dampak-pandemi>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.

- Erdawati, and M M Desda. 2021. "Pandemi COVID-19 Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Pasaman Barat." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* 2, no. 1 (March). <https://doi.org/10.37150/jimat.v2i1.1173>.
- Hernikawati, Dewi. 2022. "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang." *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa* 3, no. 1 (December): 9–17.
- Jaelani, Ahmad. 2022. "Analisis Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Baka Sport)." *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research)*, July (July). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6830304>.
- Panca Kurniasih, Erni. 2020. "Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Penurunan Kesejahteraan Masyarakat Kota Pontianak." *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 277–289.
- Maula Zakiya Rahmah, Ade, and Onny Fitriana Sitorus. 2022. "Efek Penerapan *Online Food Delivery* Pada UMKM." *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 24, no. 3: 657–63. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11418>.
- Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino. 2021. "Pengelolaan LKP Pada Masa Pendmik COVID-19." *Journal of Lifelong Learning* 4, no. 1 (June): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.