

BAB II

GAMBARAN UMUM ARFA BARBERSHOP

A. Profil Arfa Barbershop

Berbeda dengan pangkas rambut pria tradisional yang biasanya kita jumpai di pinggir jalan dengan hanya menggunakan cermin yang digantung pada sebatang pohon dan seorang pencukur rambut, *barbershop* memberikan fasilitas lebih. Pelanggan akan mendapatkan kenyamanan tempat ber-AC dengan tambahan pelayanan seperti *grooming*, *creambath*, hingga sesi pijat dengan model potongan rambut yang lebih kekinian. Di Yogyakarta sendiri telah banyak tersebar beberapa tempat *barbershop* salah satunya yaitu Arfa *Barbershop*.

Arfa *Barbershop* sendiri telah tersebar di beberapa kota, pada tahun 2016 Arfa *barbershop* berjumlah 70 gerai dengan 13 gerai ROI, 19 gerai Semarang, 23 gerai Yogyakarta, dan 15 gerai Solo. Dengan kantor utama yang beralamat di Ruko Kajor No. 19C, Jl. Godean KM 4, Yogyakarta 55182. Arfa sendiri dinaungi oleh PT. Arfa Sukses Mulia (ASM) yang dimiliki oleh Muhammad Arief Fatoni dan beroperasi sejak tahun 2007. Sejak awal dibuka Arfa *barbershop* telah berganti nama sebanyak dua kali.

Pada tahun pertamanya arfa hadir dengan nama KLIK *barbershop* lalu berganti di tahun kedua yaitu tahun 2008 dengan nama SATRIA *barbershop*, kemudian pada tahun 2010 resmi berganti nama menjadi Arfa *barbershop* yang merupakan akronim dari nama Muhammad Arief Fatoni *founder* dari

Arfa *Barbershop*. Tidak hanya nama yang berganti namun arfa barbershop pun melakukan *re-branding* dengan mengganti konsep hingga penggantian logo arfa.

Gambar 2. 1 Logo ARFA Barbershop Sebelum Re-Branding



(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

Gambar 2. 2 Logo ARFA Barbershop setelah Re- Branding



TRULY MANLY

(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

Penggantian logo ini dilakukan sejalan dengan *re-branding* yang dimulai pada tahun 2017, dimana PT. Arfa Sukses Mulia mulai menerapkan konsep *spiritual company*. Penggabungan huruf r (*right*) dan f (*fight*) pada logo memberikan arti dedikasi Arfa *Barbershop* dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan setia Arfa *Barbershop*. Perubahan konsep ini merupakan bentuk komitmen PT.ASM untuk menggapai bisnis yang berkah dengan menerapkan jam sholat tepat pada waktunya dan diwajibkan bagi yang laki-laki untuk melakukan ibadah sholat di masjid.

PT. Arfa Sukses Mulia selaku pengelola Arfa *Barbershop* juga melakukan edukasi dan mengarahkan mitra untuk melakukan penyesuaian terkait perubahan tersebut, diantaranya dengan menyediakan ruang ibadah dan meniadakan *treatment* yang bersifat haram (*coloring* hitam) dan makruh (*hair tattoo*). Arfa *Barbershop* mulai beroperasi setiap hari senin hingga minggu dengan jam operasi mulai pukul 9:00WIB – 21:00WIB. Fasilitas yang nyaman dihadirkan oleh Arfa *Barbershop* dengan menggunakan pendingin ruangan disetiap gerai, kursi hidrolik dan peralatan pangkas rambut berkualitas baik. Selain memangkas rambut, terdapat beberapa pelayanan lain yang dapat dinikmati oleh pelanggan Arfa *Barbershop*.

Seperti pemberian vitamin rambut yang digunakan untuk memelihara kesehatan dan keindahan rambut, lalu *shaving* yaitu merapihkan atau membersihkan kumis dan janggut, kemudian pijatan lembut di kepala. Selain itu Arfa *Barbershop* menerima pelayanan pewarnaan rambut, *hairmask*, *hairlost treatment* dan *highlight* yang merupakan teknik pewarnaan rambut

pada helai-helai rambut tertentu secara acak untuk memberikan dimensi pada rambut. Pengetahuan tenaga pemangkas rambut yang *up to date* mengenai model rambut yang sedang digemari pun menjadi kelebihan *Arfa Barbershop* dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya.

Selain pelayanan langsung di tempat, kini *Arfa Barbershop* juga melakukan inovasi dengan memberikan pelayanan potong rambut panggilan yang disebut dengan *Arfa Go*. Dengan konsep konsumen dapat kapan saja dan dimana saja melakukan potong rambut dengan kualitas *barbershop* tanpa harus mendatangi langsung gerai *Arfa Barbershop*. Bercukur jadi dapat dilakukan di rumah, bahkan di kantor sekalipun, *barberman* dapat dihubungi dan mendatangi konsumen secara langsung.

Gambar 2. 3 Logo pelayanan Arfa-GO



(Sumber: *Arfa Barbershop* dokumen)

Dalam melakukan perkembangan bisnis, *Arfa Barbershop* pun membuka kesempatan untuk berkerjasama dengan menjalin kemitraan dengan masyarakat umum, Melalui kemitraan ini *Arfa Barbershop*

menjangkau pasar yang lebih luas dengan gerai-gerai yang tersebar di beberapa wilayah selain kota Yogyakarta. Beberapa langkah yang dilakukan untuk menjadi mitra Arfa *Barbershop* antara lain :

Gambar 2. 4 Proses Kemitraan



(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

- a. **Komunikasi Awal** : yaitu calon mitra berkunjung ke kantor Arfa *Barbershop* untuk memperoleh penjelasan dan pemahaman tentang bisnis Barbershop dan teknis kemitraan secara mendetail.
- b. **Administrasi Awal** : Calon mitra sepakat dengan poin-poin perjanjian untuk selanjutnya melengkapi formulir pengajuan gerai baru, serta Deposit biaya survei lokasi.
- c. **MOU (*Memorandum Of Understanding*)** : Penandatanganan MOU pembukaan gerai baru dan melakukan pembayaran sewa merek serta pembayaran *down payment* (uang muka) pembukaan gerai baru.

- d. Persiapan Gerai** : Pelatihan calon *Barberman* dan calon *Representative Owner* serta persiapan renovasi/*setting* gerai, kemudian pengurusan izin usaha dan reklame, dan persiapan *soft opening* gerai.
- e. Rekening Gerai** : Pembuatan rekening gerai meliputi kelengkapan internet *banking* dan token.
- f. Opening Gerai Baru** : Peresmian gerai setelah syarat administrasi telah terpenuhi.
- g. Monitoring** : Pemantauan secara berkala dari pusat selama 3 bulan pertama.

PT. ASM merupakan perusahaan yang menaungi Arfa *Barbershop* melakukan beberapa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk para karyawannya antara lain program pemberian beasiswa pendidikan kepada anak atau saudara *barberman*, selain itu juga pemberian beasiswa bagi karyawan yang tertarik melanjutkan jenjang pendidikan perkuliahan. Kemudian adanya program *benchmarking* dengan memfasilitasi karyawan untuk melakukan *benchmarking* ke luar negeri seperti Singapore dan Malaysia guna meningkatkan kompetisi karyawan.

Lalu program ketiga ialah pemberian kesempatan untuk melakukan ibadah Umrah bagi karyawannya setiap tahunnya secara bergiliran. Program CSR terakhir yang diberikan oleh PT. ASM kepada lingkungan eksternal ialah memberikan dukungan terhadap disabilitas dengan mempercayakan karyawan penyandang disabilitas untuk mengelola divisi penyediaan alat dan bahan pendukung operasional, serta memberikan dukungan berupa peralatan

komputer kepada Pondok Programmer Jogja, sebuah komunitas IT yang membina siswa difabel. Dilihat dari program- program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT.ASM ini sejalan dengan konsep perusahaan yaitu *spiritual company*.

B. Visi dan Misi

Visi

- Menjadi perusahaan yang mengedepankan kesuksesan mulia yang memberi pengaruh positif dan menjadi inspirasi bagi masyarakat luas dalam bidang *barbershop* di Indonesia

Misi

- Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreativitas, inovasi dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia
- Mengutamakan mutu dan pelayanan demi keluasan pelanggan
- Membangun koordinasi kemitraan yang erat dengan seluruh stakeholder untuk mencapai keuntungan bersama secara maksimal
- Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

C. Lokasi Kantor Arfa *Barbershop*

Ruko Kajor No. 19C. Jl. Godean KM 4, Nogotirto, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55182

D. Target Pasar Arfa *Barbershop*

Target pasar Arfa *barbershop* yaitu pria berumur 20-50 tahun karena kelompok usia tersebut diasumsikan telah memiliki pekerjaan. Sasaran

utamanya adalah pria pekerja kantor, yang dianggap diperlukan untuk selalu berpenampilan rapih dan menarik serta bersih. Potongan rambut yang rapih adalah hal penting yang harus diperhatikan dalam perihal penampilan. Namun pada umumnya Arfa *barbershop* juga melayani potong rambut untuk anak laki-laki.

E. Daftar Pelayanan dan Harga

Seperti pada tempat jasa potong rambut pria lain dengan konsep *barbershop* ada beberapa pelayanan yang dapat dilakukan *barberman* Arfa Barbershop, antara lain :

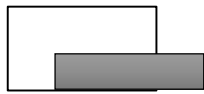
Tabel 2. 1 Daftar harga potong rambut

1.	Potong	Rp. 20.000
2.	Vitamin	Rp. 3.000
3.	Shaving	Rp. 8.000
4.	Creambath	Rp. 40.000
5.	Massage	Rp. 30.000
6.	Coloring	Rp. 55.000
7.	Hairloss Treatment	Rp. 55.000
8.	Gundul Botak	Rp. 30.000
9.	Cuci Rambut	Rp. 6.000
10.	Hair Mask	Rp. 30.000
11.	Bleching	Rp. 20.000

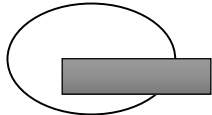
(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

F. Struktur Organisasi

Keterangan :



: Spesialist (jumlah hanya satu orang)

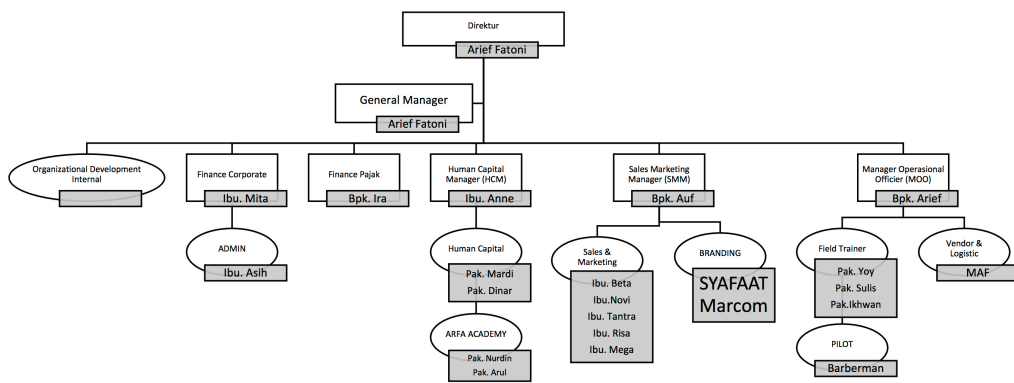


: *Bubble team* (jumlah lebih dari satu orang, 5-10 orang dan *Fleksible* bisa dipindahkan ke *bubble* lain)



: Posisi yang masih kosong mengartikan

Gambar 2. 5 Bagan struktural Arfa Barbershop



(Sumber : Arfa Barbershop dokumen)

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Secara Umum

1. Direktur

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- b. Bertanggung jawab dan memimpin dan menjalankan perusahaan
- c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan
- d. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
- e. Menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan
- f. Menkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.
- g. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- h. Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan perusahaan
- i. Memilih, menentukan, mengawasi pekerjaan karyawan
- j. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham

2. General Manager

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab :

- a. Menganalisis data semua karyawan sebagai bahan acuan untuk memperbaiki kinerja di masa mendatang

- b. Mengontrol operasional harian perusahaan agar terciptanya iklim kerja yang harmonis
- c. Bekerja sesuai dengan visi dan misi perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan
- d. Menjaga kerjasama yang baik antar partner kerjasama dengan menjaga koneksi yang berkesinambungan
- e. Menghadiri seminar atau undangan dalam rangka meningkatkan relasi serta jaringan sebagai upaya memperluas *marketing network*
- f. Bekerja dengan cepat dan efektif sebagai bahan percontohan bagi karyawan, sebagai model yang patut ditiru
- g. Menetapkan target revenue bulanan ataupun tahunan yang memang sudah tercakup dalam target pendapatan baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang
- h. Memutuskan kerjasama dengan pihak terkait yang tidak menguntungkan

3. Finance Corporate

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan

- b. Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan secara efisien dan efektif mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
- c. Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- d. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku
- e. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
- f. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat
- g. Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem serta prosedur keuangan dan akuntansi. Selain itu juga mengontrol pelaksanaannya untuk memastikan semua proses dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur.

- h. Merencanakan dan menkonsolidasikan perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan
- i. Merencanakan, mengkoordinasi, dan mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*), terutama pengelolaan piutang dan utang. Sehingga, hal ini dapat memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan dapat tetap stabil.

4. Finance Pajak

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab :

- a. Membuat laporan pajak PPH dan PPN
- b. Membuat perencanaan dan strategi perpajakan
- c. Memberikan analisa dan prediksi mengenai potensi pajak perusahaan
- d. Menerapkan perlakuan akuntansi atas kejadian perpajakan mulai dari penilaian/ perhitungan, pencacatan (pengakuan) atas pajak
- e. Melakukan pengarsipan dan dokumentasi perpajakan

5. Human Capital Manager (HCM)

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab :

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan,

pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.

- b. Membuat sistem yang efektif dan efisien
- c. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutment karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi
- d. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- e. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- f. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

6. Sales Marketing Manager

Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab:

- a. Menentukan harga jual produk yang akan diluncurkan, jadwal kunjungan serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan
- b. Memonitor perolehan order serta merangkumkan forecast untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal
- c. Menganalisa dan mengembangkan startegi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang dutentukan

- d. Menerapkan budaya, sistem, dan peraturan intern perusahaan serta menerapkan manajemen biaya, untuk memastikan budaya perusahaan dan sistem serta peraturan dijalankan dengan optimal.

7. Manajer Operasional Officier

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab :

- a. Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan
- b. Memangkas teknologi baru dan metode alternatif efisiensi
- c. Mengawasi produksi barang atau penyediaan jasa (perusahaan jasa)
- d. Mengawasi persediaan, distribusi barang dan tata letak fasilitas operasional
- e. Membuat pengembangan operasi dalam jangka pendek dan jangka Panjang
- f. Meningkatkan sistem operasional, proses dan kebijakan dalam mendukung visi dan misi perusahaan.

G. Gambaran Umum Aktifitas Promosi Arfa Barbershop

Penggunaan media sosial sebagai media periklanan juga dimanfaatkan Arfa barbershop dalam menyebarkan pesan iklan. Melalui beberapa

platform media sosial yang telah banyak digunakan seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Dengan bentuk penyajian yang baik dan unik dapat menarik konsumen untuk sekedar mengenal hingga menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Selain melalui media sosial, untuk menarik pelanggan Arfa barbershop pun menyelenggarakan beberapa acara atau *event* sosial. Selain sebagai bentuk tanggung jawab sosial hal ini juga dapat menarik pelanggan.

Berikut beberapa aktifitas promosi yang dilakukan arfa barbershop dalam menarik pelanggan.

1. Beriklan melalui media sosial (*Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube*)

Melalui akun Instagram Arfa Barbershop yang telah memiliki sekitar 2.252 followers, Arfa barbershop aktif memposting beberapa iklannya yang menunjukkan keunggulan pelayanan serta pesan-pesan *branding* yang mencerminkan Arfa barbershop. Salah satunya untuk menarik konsumen Arfa barbershop juga melakukan kerjasama dengan Taqy Malik yang mana ia merupakan pemuda yang dikenal melalui prestasinya dan dikenal juga sebagai pendakwah muda.

Gambar 2. 6 Poster Arfa Barbershop



(Sumber : Instagram Arfa Barbershop)

Selain aktif menggunakan akun *Instagram*, arfa barbershop pun aktif memposting konten iklan pada akun sosial media lain seperti *Facebook* dan *Twitter*, selain itu Arfa termasuk aktif mengupload video-video aktifitas dan pelayanan Arfa di *Youtube*.

2. Menyelenggarakan acara bertemu target konsumen

Gambar 2. 7 Poster acara Bekobar dan Lunching Web Series



(Sumber : Arfa *barbershop*)

Melakukan kontak secara langsung dengan target konsumen sebagai sarana menarik pelanggan dilakukan oleh Arfa *barbershop* melalui beberapa acara yang memfasilitasi target konsumen mereka. Acara yang pernah diselenggarakan oleh Arfa untuk dapat berkontak langsung dengan target konsumennya adalah Berkobar dan *Launching web series Truly Manly*.

Berkobar diselenggarakan pada bulan Ramadhan tahun 2018 yang bertempat di kantor Arfa di Yogyakarta. Acara tersebut merupakan acara buka puasa bersama dengan mengajak serta target konsumen mereka. Acara *launching web series Truly Manly* ini, selain menjadi acara pemutaran perdana *web series* juga diselenggarakan dengan mengundang pembicara antara lain, Muhammad Arief Fatoni yaitu *owner* dari Arfa *barbershop*, Wahyu Agung Prasetyo yaitu sutradara, Andhika Dwijatmiko

yaitu CEO Syafaat *Marcomm*, dan Muhammad Iqbal yaitu CEO *Arfa Barbershop* yang mana membahas mengenai bisnis, film, *branding*, dan dakwah. Acara tersebut terbuka untuk umum, dan menjadi acara yang juga mempertemukan target konsumen.

3. Menyelenggarakan *Charity Event*

Gambar 2. 8 Acara khitanan massal gratis dan cukur gratis



(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

Selain sebagai salah satu implementasi dari misi Arfa yaitu peduli dengan masyarakat dan lingkungan, melalui acara amal seperti mengadakan khitanan gratis pada momentum hari sedekah nasional dan cukur gratis juga dapat menarik atensi target konsumen terhadap Arfa barbershop. Acara amal ini cukup mengundang perhatian dari khalayak. Khitanan massal ini diselenggarakan untuk 60 anak, sedangkan acara cukur gratis berkerja sama dengan dompet dhuafa dilaksanakan disalah satu

tempat wisata kota Yogyakarta yang tentunya ramai dipenuhi wisatawan.

4. Membuat konten *Web Series* “Truly Manly”

Gambar 2. 9 Poster web series Truly Manly



(Sumber : Arfa *Barbershop* dokumen)

Saat ini beriklan menuntut kreativitasan, tidak hanya perihal pesan tetapi juga bagaimana iklan dikemas dan dieksekusi. Salah satunya dengan melakukan *soft advertising* dengan membuat konten *web series* yang sedang menjadi tren beriklan saat ini. Penyampaian pesan secara audio visual yang sangat diminati oleh masyarakat di era digital saat ini. *Truly Manly* merupakan *web series* yang diproduksi oleh Arfa *Barbershop* sebagai salah satu strategi beriklan untuk menarik target konsumen melalui akun youtube.

Tren *web series* ini sudah banyak dilakukan oleh beberapa produsen produk dan jasa besar contohnya seperti Tropicana

Slim, Buka Lapak, dan Axe. Hal ini dilihat sebagai peluang agar dapat mengenalkan Arfa *Barbershop* dengan pesan *brandingnya* yang unik. Mengikuti selera pasar yang lebih menyukai visual dan media sosial sebagai sarana hiburan dan berbagi pendapat.