

## **DAMPAK PANDEMI VIRUS COVID-19 PADA PENGUSAHA SALON BARBER DI SURABAYA SELATAN**

**Aisya Aurora Izzatunnisa<sup>1</sup> Octaverina Kecvara Pritasari<sup>2</sup>**

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga,  
Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[Auroradewanto@gmail.com](mailto:Auroradewanto@gmail.com)

### **Abstract**

*The Covid-19 pandemic has a major impact on all sectors of life including the business sector. Barbershop is one of the many businesses in the service sector that has been affected by the pandemic. The existence of a physical and social distancing policy causes the community to be anxious when carrying out activities outside, let alone physical contact with other people. This policy caused a decrease in income or turnover for barbershop entrepreneurs due to the decline in the number of customers after the pandemic-related policies were implemented. The purpose of this study was to determine 1) the impact of the Covid-19 pandemic on barbershop businesses in South Surabaya and 2) the strategies carried out by barbershop businesses in increasing sales turnover. This study used descriptive qualitative method. Data were collected by conducting interviews and direct observation at several salons located in the South Surabaya area. The data obtained is described in such a way so that it can be understood easily. The results of this study were obtained from descriptions of the results of observations made at several salons in South Surabaya. From the observations made, the results obtained were 1) the Covid-19 pandemic had an impact in the form of a decrease in the turnover or income of a number of barber businesses. 2) There are several strategies that can be implemented and have been carried out by barber entrepreneurs, including providing homeservice services, providing services with due observance to health protocols to providing good sanitation. Of these strategies, the strategy stated to be the best is the provision of services by observing health protocols because they are more accessible.*

**Keywords:** barber, covid 19 impact

### **1. PENDAHULUAN**

COVID-19 atau *Corona Virus Disease 2019* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus yang paling baru ditemukan yang menyerang sistem pernapasan. Ini adalah virus baru dan penyakit ini tidak diketahui sebelum wabah dimulai di Wuhan Cina, pada bulan Desember 2019. Pandemi dari COVID-19 saat ini sangat mempengaruhi banyak negara di seluruh dunia, dan Indonesia adalah salah satu negara yang terkena dampaknya. Wabah Virus Corona atau Covid-19 yang menyerang sistem pernapasan, pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Saat ini virus ini telah menyebar di berbagai belahan dunia (Pane Alodokter, 2020). Pandemi Covid-19 merupakan ujian dalam segala sektor kehidupan. Pandemi ini datang begitu cepat, menguak kelemahan pada segala bidang di suatu negara (Modjo, 2020).

Dampak paling nyata di masyarakat adalah ketimpangan di bidang ekonomi. Pandemi ini menyebabkan bermacam- macam sektor usaha gulung tikar (Sihaloho, E.D. 2020; Putri, dkk., 2020).

Akibat dari Covid-19 WHO menyarakan kepada seluruh Kepala Negara untuk memberlakukan kebijakan *lockdown* di beberapa daerah yang telah berstatus zona merah, area yang memiliki jumlah kasus tertinggi. Selain itu pemerintah menghimbau untuk tidak keluar rumah jika tidak mendesak atau diperlukan. Dari keputusan inilah beberapa sektor bisnis mulai dirugikan karena adanya pembatasan ruang gerak masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampaknya oleh karena itu ditetapkannya peraturan-peraturan jaga jarak atau PSBB. Menurut analisis dari Dcode Economic & Financial Consulting, salah satu sektor bisnis yang terdampak adalah Wisata, Penerbangan, Travel, Konstruksi, Manufaktur, dan Pendidikan. Sedangkan sektor yang berpotensi adalah sektor Kesehatan, Suplai Makanan, ICT, E-commerce dan jasa. Salah satu bisnis yang menjadi perhatian Peneliti adalah bisnis Jasa Salon Barber.

*Barber* merupakan suatu usaha pada bidang jasa yang cukup banyak dikelola di Indonesia, barber berasal dari Amerika Serikat. *Barbershop* adalah suatu salon yang dikhususkan untuk pria, pelayanan *barbershop* yang paling banyak diminati yaitu *haircut* dan biasanya disertai dengan pencukuran kumis dan jenggot. Salon barber ini menargetkan pria-pria yang peduli pada penampilannya. Salon Barber termasuk usaha dalam skala kecil dan menengah yang terdampak oleh pandemi. Dengan keadaan yang seperti ini mereka harus menerapkan startegi dan inovasi demi mempertahankan usahanya.

Corona menyebabkan banyak *barbershop* yang tutup akibat gulung tikar atau memang sengaja tutup sementara waktu sampai kondisi aman. Pandemi ini memberikan kerugian yang masif bagi pengusaha *barber*. Hal ini sebabkan kebijakan *physical distancing* supaya terhindar dari virus Corona. Covid-19 yang membawa dampak luar biasa bagi segala sektor ini mengharuskan para pengusaha mencari strategi alternatif supaya usaha mereka tetap berjalan, begitupun pengusaha barber. Para pemilik *barbershop* berlomba-lomba untuk berinovasi demi menarik perhatian pelanggan. Mulai dari memberikan pelayanan datang ke rumah (*homeservice*) maupun menyediakan sanitasi yang baik dan sesuai protokol kesehatan.

Surabaya merupakan kota besar kedua di Indonesia setelah Jakarta dengan penduduk yang cukup padat. Dalam era pandemi ini, Surabaya menjadi salah satu dari sekian kota yang menjadi zona bahaya Covid-19.

Kegiatan perekonomian termasuk *babershop* di Surabaya sempat lumpuh dan mengharuskan para pengusaha berpikir dan bertindak responsif untuk menyelamatkan usaha mereka. Dari seluruh latar belakang tersebut,peneliti melakukan penelitian denan judul “Dampak Pandemi Virus Covid-19 bagi Pengusaha Salon Barber di Surabaya Selatan”. Tujuan penelitian saya adalah Untuk mengetahui dampak pandemi *Covid-19*

terhadap pelaku usaha salon *barber* di Surabaya Selatan dan untuk mengetahui strategi yang dilakukan pelaku usaha *barber* untuk meningkatkan omset dalam pandemi *Covid-19*.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu wawancara dengan observasi secara langsung. Metode kualitatif merupakan suatu tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan yang dilakukan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Kirk dan Miller dalam Rahmat, 2009). Lokasi penelitian di Surabaya Selatan, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret – Mei 2020. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah para pelaku usaha *barbershop* atau cukur rambut yang terdiri dari 5 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah angket wawancara.

Persentase dampak *Covid-19* terhadap pelaku usaha *barber* dan strategi untuk menghadapinya diperoleh dengan skor penilaian jawaban angket. Kriteria dan perhitungan angket didasarkan pada penelitian yang dilakukan Trianto (2009) dalam Izzatunnisa (2020). Setiap jawaban memiliki nilai yang kemudian dipersentasekan dan dideskripsikan sedemikian rupa supaya dapat dipahami dengan baik oleh pembaca atau masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Salon *Barber* di Surabaya Selatan

Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung didalam bidang perindustrian dimana sebuah perusahaan atau organisasi melakukan perbaikan-perbaikan standar serta kualitas produk mereka. Motivasi utama dalam sebuah organisasi bisnis adalah “laba”. Laba didefinisikan sebagai perbedaan antara jumlah penghasilan dan biaya (*cost*) yang dikeluarkan. Untuk lebih memahami mengenai organisasi bisnis, maka akan diberikan penjelasan mengenai komponen-komponen apa saja yang terlibat dalam suatu organisasi bisnis (Alma, 2006).

Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi (Zimmerer, 2004). Prinsip-prinsip etika bisnis, pertama Prinsip Otonomi adalah Perusahaan bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya sesuai visi dan misi yang dimilikinya. Kedua Prinsip Kejujuran adalah Nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Ketiga Prinsip tidak berniat jahat adalah memiliki hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Keempat Prinsip Keadilan adalah Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis. Kelima Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri adalah Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat dan prinsip keadilan (Muslich, 1998).

Terdapat dua bentuk bisnis di dalam industri, yaitu organisasi bisnis yang bergerak di bidang manufaktur dan dibidang jasa. Apabila sebuah organisasi berkecimpung dalam memproduksi barang yang tampak secara fisik maka perusahaan tersebut termasuk dalam industri manufaktur. Sedangkan perusahaan yang terlibat dalam produksi yang bukanlah konstruksi fisik (*intangibile*), maka perusahaan tersebut tergolong dalam industri jasa. Ada empat bentuk kategori jasa, yaitu (1) tidak terlihat (*intangibile*), dimana hasil produksi tidak dapat dilihat, disentuh, dirasakan, dan disimpan. (2) Keberagaman, dimana *output* dari jasa bebrbeda-beda tergantung dari pemakainya. (3) Simultanitas Produksi dan Konsumsi, biasanya dalam manufaktur, produk dibuat lalu dijual, sedangkan untuk industri jasa, jasanya terlebih dahulu dijual kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. (4) Kerentanan, dimana jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali atau dikembalikan (Wibowo, 2019).

Adapun pengertian pelayanan (*service*) menurut AKP Adya Brata adalah *Self Awareness* Menanamkan kesadaran diri, menanamkan pelayanan dengan benar, *Entushiasm* pelayanan dengan penuh gairah, *Reform* memperbaiki kinerja pelayanan, *Value* pelayanan dengan nilai tambah, *Impressive* penampilan menarik, *Care* perhatian/kepedulian optimal, *Evaluation* menegvaluasi pelayanan (Rahmayanti, 2010).

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang ada pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Artinya objek yang dilayani adalah masyarakat yang terdiri dari individu, golongan, dan organisasi (sekelompok organisasi). Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan (Tjiptono, 2008).

Dalam strategi *service of excellent* terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu: 1). Kecepatan, 2). Ketepatan, 3). Keramahan, 4). Kenyamanan. Keempat tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak excellent (unggul), jika salah satu unsurnya kurang. Aspek manajemen merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan (Ruslan, 2008).

Pada saat ini, *barbershop* merupakan suatu layanan penyedia jasa yang cukup terkenal dan *trend* pada tahun ini, salon yang identic untuk para kaum pria yang menyediakan berbagai pelayanan yang hampir sama dengan salon pada umumnya, dan salah satu

pelayanan pada *barbershop* yang terkenal yaitu *haircut*, dan *coloring*. Di Indonesia usaha *barbershop* ini cukup banyak diminati pria, dikarenakan dengan dinamakan dengan *barbershop* para pria dapat dengan nyaman melakukan *treatment* yang biasanya salon lebih dominan untuk wanita.

Pandemi Corona memberikan dampak yang cukup besar di sektor usaha ini, di mana terjadi penurunan pendapatan yang cukup signifikan pada usaha *Barbershop* di daerah Surabaya Selatan. *Dandy's Barbershop* mengalami penurunan hingga 80% dari penghasilan sebesar Rp75.000.000,- menjadi Rp15.000.000,-. *Ganteng Barbershop* dari Rp37.000.000,- mengalami penurunan sebanyak 40% menjadi Rp12.000.000,-. *Oneway Barbershop* mengalami penurunan paling tajam yaitu 92,4% dari penghasilan Rp13.000.000,- menjadi Rp.1000.000,-. Terdapat dua *barbershop* yang tidak mengalami penurunan yaitu *Redwood* dan *EL Classico*.

Penurunan semacam ini merupakan dampak diberlakukannya kebijakan *physical* dan *social distancing*. Di mana masyarakat dituntut untuk menjaga jarak dan tidak melakukan kontak fisik. Sedangkan untuk memberikan jasanya, usaha *barbershop* perlu melakukan kontak fisik. Deskripsi lebih lengkap mengenai dampak pandemi yang dialami setiap *barbershop* dipaparkan sebagai berikut:

a. *Dandy's Barbershop* didapatkan kerugian yang didapat dari rincian 48.375.000 karena omset menurun dan menjadi hanya

15.000.000 saat awal pandemi covid-19, mengetahui keanjlokannya omset yang drastis pemilik merumahkan karyawannya tetapi dengan gaji full Rp. 4.000.000 setelah berlangsung diberlakukan PSBB 1 di Surabaya *Dandy's Barbershop* tutup sementara dan buka pada PSBB 2 dengan meningkatkan pemberlakuan protocol keamanan yang cukup ketat. Dan selama itu kerugian yang paling besar pada kontrak tempat, pajak mall yang cukup besar. Dan yang paling diminati pada *Dandy's Barbershop* yaitu *hair coloring* dan *haircut*. Dengan itu sekarang *dandy's barbershop* membuat strategi pemasaran yaitu dengan penambahan *homeservice* dan *officeservice* pada PSBB ke 2 guna untuk meningkatkan pelayanan dan menambahkan promo paket untuk *pay three get 1 free treatment masker*.

b. *Ganteng Barbershop* memiliki kerugian yang cukup besar juga, yaitu Rp. 19.025.000 penutupan salon pada saat PSBB pertama juga dilakukan dan merumahkan karyawan setelah mengetahui kerugian yang tertera dengan tetap menggaji 50% setelahnya gaji karyawannya yaitu Rp. 1.600.000 dengan membuka *barbershop* pada PSBB 2 dengan memberi strategi promosi yaitu membuka *hometreatment* mengurangi jumlah kerugian yang tertera, dengan menambahkan intensitas promosi melalui media online.

c. *Redwood Barbershop* ini merupakan *barbershop* yang tidak terdampak atau tidak mengalami kerugian selama pandemic berlangsung. Dengan tetap menggunakan protocol keamanan yang jelas harus sangat dijaga membuat pemilik tidak menutup saat PSBB berlangsung. Selain itu *Redwood's Barbershop* merupakan barber yang tidak

menggunakan tempat sewa, yaitu menggunakan lahan sendiri sehingga meminimalisir jumlah serugian yang ada, dengan karyawan hanyaberjumlah 1 orang dikarenakan pemilik juga masih terjun langsung untuk melayani pelanggan kerugian yang diberikan tidak ada dan omset yang dihasilkan hanya menurun saat pandemic, menyebar luaskan brosur-brosur dengan menunjukkan harga yang dipromokan.

- d. *One Way Barbershop* memiliki kerugian yang cukup besar pada saat pandemic ini dikarenakan pemasukan tidak sesuai dengan pengeluaran, akhirnya pemilik usaha saat mengetahui kemerosotan penghasilan merumahkan para karyawan dengan tetap memberi Rp. 400.000/karyawan tiap bulannya untuk membayar biaya kontrakan karena salon ditutup, lalu pemilik salon beralih pada bisnis lainnya yang tidak disebutkan saat wawancara.
- e. *El Classico Barbershop* adalah *barbershop* yang masih memiliki keuntungan yang cukup besar ditengah pandemi berlangsung, dan pemilik tetap membuka *barbershop* disaat pandemi berlangsung. Selain itu sebelum pandemi *El Classico* sudah memiliki *homeservice* dan pelanggan tetap dan memiliki kontak untuk mengupdate setiap harinya hasil pengerjaan yang didokumentasi melalui status Whatsapp dan menyebar luaskan

### Dampak Pandemic Virus Covid-19 terhadap Pelaku Usaha Barber

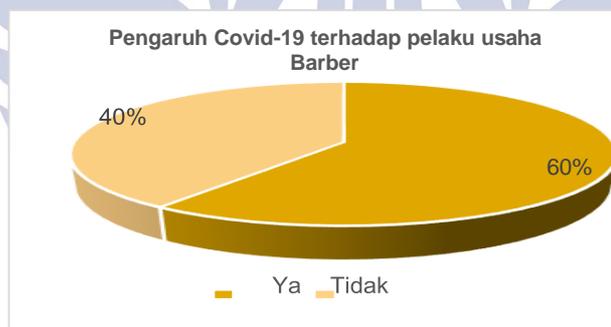


Diagram 1. Pengaruh Covid-19 terhadap Pelaku Usaha Barber  
Sumber: Observasi Lapangan (Izzatunnisa, 2020)

Berdasarkan diagram diatas diperoleh persen pengaruh Covid-19 terhadap pelaku usaha barber adalah, 60% Responden pelaku usaha barber terpengaruh, sedangkan 40% sisanya tidak terpengaruh Covid-19.

#### b. Strategi Yang Dilakukan Pelaku Usaha Barber

Strategi yang digunakan para pelaku usaha dalam menghadapi pandemi ini beragam. Mulai dari menyebar brosur, promosi besar-besaran melalui platform media sosial hingga memberikan pelayanan jasa homeservice yang jauh lebih aman bagi pelanggan dari pada datang ke lokasi barbershop. Para pelaku usaha juga berupaya dan berlomba-lomba

memberikan pelayanan yang sesuai dengan protokol kesehatan serta memberikan fasilitas sanitasi hygiene yang layak untuk menarik minat konsumen.

Strategi tersebut terbukti dapat meningkatkan omset penjualan jasa selama pandemi, sehingga dapat menutupi kerugian yang terjadi di masa awal pandemi. Strategi yang memiliki tingkat keberhasilan paling tinggi adalah penyediaan jasa salon sesuai dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah. Untuk strategi *homeservice* memang jauh lebih aman, tapi konsumen harus membayar jumlah lebih dan hanya konsumen tertentu yang melakukan hal tersebut, berbeda halnya dengan penyedia jasa yang menyesuaikan operasional sesuai dengan protokol kesehatan. Persentase keberhasilan strategi dapat diamati melalui diagram yang tersaji di bawah ini.

### Strategi dan respon Pelaku Usaha Barber dalam Meningkatkan Omset dalam Pandemi Virus Covid-19

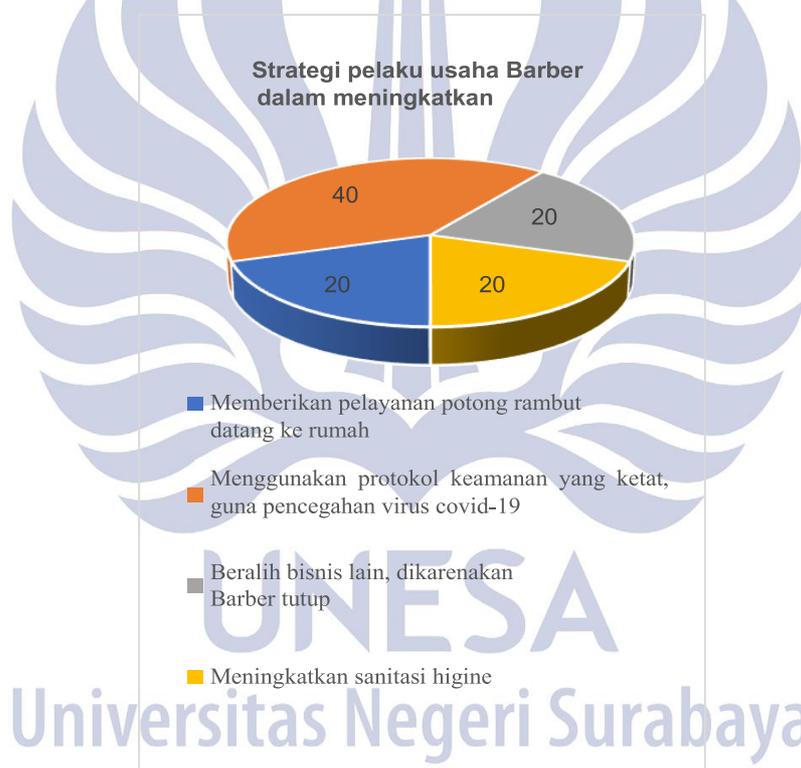


Diagram 2. Pelaku Usaha Barber Meningkatkan Omset dalam Pandemi Virus Covid-19  
Sumber: Observasi Lapangan (Izzatunnisa, 2020)

Berdasarkan diagram diatas diperoleh strategi pelaku usaha barber dalam meningkatkan omset dalam pandemi virus Covid-19 adalah, 20% responden memilih meningkatkan sanitasi higine, 20% melakukan *home treatment*, 20% beralihbisnis lainnya, dan 40% melakukan protocol keamanan dan promosi.

## PEMBAHASAN

### a. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Salon Barber di Surabaya Selatan

Sihaloho (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pandemi covid-19 mematikan seluruh sektor usaha. *Barbershop* merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang tak luput dari pandemi ini. Sama halnya dengan yang dikemukakan Sihaloho (2020) dalam penelitian ini usaha *barbershop* mengalami penurunan omset atau hasil usaha sebagai dampak dari pandemi *Covid-19*.

Usaha *babershop* di kawasan Surabaya Selatan yang terdampak pandemi ini sebanyak 60% di mana 40% yang tidak terdampak adalah usaha salon yang sudah memiliki pelanggan tetap dan menyediakan pelayanan di rumah. Serta salon yang ditangani langsung oleh pemiliknya sehingga tidak terbentuk suatu kerumunan.

### b. Strategi Yang Dilakukan Pelaku Usaha Barber

Modjo (2020) mengemukakan bahwa diperlukan adanya strategi untuk menguatkan sektor perekonomian dan badan usaha supaya tidak mengalami kerugian besar sebagai dampak dari pandemi Corona. Dalam penelitian ini, strategi yang diupayakan *babershop* untuk mengurangi dampak pandemi adalah memberikan layanan *homeservice*, yaitu penyedia jasa datang ke rumah konsumen untuk memberikan layanan di rumah. Strategi ini tidak terlalu mengatasi dampak pandemi, karena biaya *homeservice* terlalu besar untuk kalangan menengah ke bawah.

Jasa *barber* sesuai dengan protokol kesehatan merupakan strategi yang memberikan respon paling baik. Di mana strategi ini terbukti dapat meningkatkan omset para pelaku usaha. Konsumen tidak lagi was-was karena usaha yang mereka jalankan telah memenuhi protokol kesehatan yang ada dengan harga jasa sesuai dengan kapasitas mereka.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dampak dari Covid-19 cukup besar, lebih dari 50% bisnis yang mengalami kerugian dan kehilangan penghasilan. 60% pelaku usaha *barbershop* terdampak oleh *Covid -19*, sedangkan 40% sisanya tidak terdampak oleh *Covid -19*. Responden memilih meningkatkan sanitasi higine, 20% melakukan *hometreatment*, 20% beralih bisnis lainnya, dan 40% melakukan protocol keamanan dan promosi. Beberapa responden memilih menutup salon sementara dan beberapa tetap buka dan menjalankan salon dengan menggunakan protocol kesehatan yang ketat, dengan perbandingan 60% tutup sementara dan 40% tetap menjalankan usaha ditengah pandemic dan melakukan upaya untuk tetap meraup pelanggan dengan aman sesuai anjuran dari pemerintah
- b. Strategi yang dilakukan para pelaku usaha *barbershop* untuk meningkatkan omset dalam pandemi virus *Covid -19* adalah 20% responden memberikan pelayanan *hometreatment*, 20% menggunakan protocol keamanan yang ketat dan 20% responden meningkatkan

sanitasi hygiene, guna pencegahan virus Covid -19, dan 60% beralih bisnis lain, dikarenakan *barber* tutup.

### SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran peneliti terhadap para pelaku usaha sektor *barbershop* dan calon pengusaha *barbershop*

1. Pelaku bisnis *barbershop* dapat membuka layanan *mobile* yang dapat menjangkau klien yang tidak bersedia datang ke tempat karena masa pandemi
2. Pelaku bisnis melakukan pelayanan dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan arahan pemerintah.

### Ucapan Terima Kasih

Dengan terselesaikannya Artikel Ilmiah ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah S.W.T atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian, mengerjakan dan menyelesaikan karya ilmiah.
2. Ibu Octaverina selaku dosen pembimbing atas arahan
3. Bapak/Ibu Dosen Penguji
4. Kepala Jurusan
5. Kedua Orang Tua saya yang telah membantu dan mendukung saya dalam mengerjakan Karya Ilmiah ini.
6. Teman-teman
7. Saudara-saudara saya
8. Pemilik *Barbershop* yang sudah membantu dan bersedia diwawancarai.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2006. *Pengantar Bisnis*. Alfabeta, Edisi Revisi
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Modjo, M.I. 2020. *Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi*. The Indonesian Journal of Development Planning. Vol.4. No.2. Hal 103-116. Binus University
- Muslich. 1998. *Etika Bisnis*. edisi ke-1, cetakan ke 1. Ekonisia. Yogyakarta
- Putri, S.A., dkk. 2020. *Pandemi Covid-19 dalam Sudut Pandang Demografi Sosial penyebaran, tantangan, dampak sosial- ekonomi serta potensi*. Universitas Indonesia.
- Rahmat. P.S. 2009. *Penelitian Kualitatif EQUILIBRIUM*. Vol. 5, No.9, Hal. 1-8.
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima (Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalti)*. Yogyakarta. Graha Ilmu. Hh:14
- Riduwan. 2012. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosady, Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta. Rajawali
- Pers Tjiptono, Fandy. Gregorius, Dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Hh:67
- Trianto. 2009. *Mendesain Model Pembelajaran Inovatifprogresif*. Jakarta. Kencana

Prenada Media Group.

Sihaloho, E.D. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. Departemen Ilmu Ekonomi Universitas Padjajaran

Wibowo, Sampurno 2019 *Pengantar Manajemen Bisnis Introduction to Business Management* Bandung. Politeknik Telkom

Zimmerer. 2004. *Essential of Entrepreneurship*. USA. Prentice H

