

Perbaikan Struktur Biaya Dan Penerapan Analisis Titik Impas (BEP) Sebagai Strategi Penetapan Harga Jasa Pangkas Rambut Selera

Melvi Vita Sari¹, Syarah Rizkia Feriaty², Ikhsan Romli³

^{1,2,3} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

Jalan Inspeksi Kali Malang Tegal Dasas, Cikarang

Email: vitasr36@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki struktur biaya dan menerapkan analisis *Break Even Point* (BEP) sebagai dasar penetapan harga jasa pada Pangkas Rambut Selera. Permasalahan penelitian berawal dari penetapan harga berbasis pesaing (*competitive pricing*) yang belum memperhitungkan seluruh komponen biaya, terutama penyusutan aset tetap, sehingga profitabilitas usaha belum terukur secara akurat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha, dan dokumentasi catatan biaya operasional serta penjualan. Analisis dilakukan melalui klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel, perhitungan Harga Pokok Jasa (HPJ), BEP, *Return on Investment* (ROI), *Payback Period* (PBP), dan *Net Present Value* (NPV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya tetap sebesar Rp3.495.000 per tahun dan biaya variabel sebesar Rp24.000.000 per tahun, dengan HPJ sebesar Rp6.584 per unit pelayanan. BEP tercapai pada 239 unit per tahun, sedangkan target laba sebesar 18% memerlukan volume pelayanan sebanyak 1.299 unit per tahun. Kelayakan finansial ditunjukkan oleh ROI sebesar 213,80%, PBP selama 6,89 bulan, dan NPV sebesar Rp112.439.595. Penelitian ini menyimpulkan bahwa usaha layak secara finansial. Strategi yang direkomendasikan adalah mempertahankan tarif dasar yang berlaku, memperbaiki pencatatan keuangan dan alokasi penyusutan, serta meningkatkan pendapatan melalui penjualan paket kombinasi dan produk perawatan rambut.

Kata kunci: struktur biaya, *Break Even Point*, penetapan harga, *Harga Pokok Jasa*, kelayakan finansial, pangkas rambut.

ABSTRACT

This study aims to improve the cost structure and apply *Break Even Point* (BEP) analysis as a basis for service pricing at Pangkas Rambut Selera. The research problem arises from the use of competitor-based pricing (*competitive pricing*) without adequately accounting for all cost components, particularly fixed-asset depreciation, resulting in an inaccurate measurement of business profitability. This study employed a quantitative approach using a case study method. Data were collected through direct observation, interviews with the business owner, and documentation of operating costs and sales records. The analysis included the classification of fixed and variable costs, calculation of the Cost of Services (COS), BEP, *Return on Investment* (ROI), *Payback Period* (PBP), and *Net Present Value* (NPV). The results indicate that annual fixed costs amounted to IDR 3,495,000 and variable costs reached IDR 24,000,000, with a COS of IDR 6,584 per service unit. The BEP was achieved at 239 service units per year, while achieving the 18% profit target required 1,299 service units annually. The business's financial feasibility was supported by an ROI of 213.80%, a PBP of 6.89 months, and an NPV of IDR 112,439,595. The study concludes that the business is financially feasible. The recommended strategies include maintaining existing basic service prices, improving financial records and depreciation allocation, and increasing revenue through bundled services and additional hair care products.

Keywords: cost structure, *Break Even Point*, pricing strategy, cost of services, financial feasibility, barbershop.

Pendahuluan

Secara historis, usaha pangkas rambut (*barbershop*) berasal dari istilah Latin, *barba*, yang berarti "jenggot." Awalnya, tukang cukur (*barber*) tidak hanya melayani pemotongan rambut dan pencukuran, tetapi juga melakukan praktik medis minor. Usaha pangkas rambut (*barbershop*) bermetamorfosis menjadi bagian dari industri gaya hidup yang berkembang pesat di Indonesia. Perkembangan ini, meningkat pesat sejak tahun 2012, menuntut kualitas layanan dan efisiensi operasional yang tinggi. *Barbershop* modern kini menawarkan pelayanan yang melibatkan fasilitas, kenyamanan, dan keahlian, bukan hanya jasa potong rambut. Posisi strategis di pasar yang kompetitif ini sangat bergantung pada strategi manajemen yang kreatif dan fleksibel.[1]

Meskipun memiliki prospek pasar yang menjanjikan dan stabil, tidak sedikit *barbershop* skala UMKM mengalami hambatan dalam mencapai profitabilitas yang optimal[2]. Permasalahan umum ini seringkali dihadapkan dengan manajemen keuangan yang belum sistematis dan tepat. Kestabilan pendapatan dan *profitabilitas* yang rendah menjadi salah satu penyebab nyata dari situasi keuangan yang kurang baik. Pengelolaan biaya yang buruk adalah pemicu utama dari ketidakstabilan ini.[3]

Strategi penetapan harga jasa yang tidak rasional menyebabkan ketidakefisienan keuangan, hal ini menjadi salah satu pokok permasalahan yang dihadapi[4]. Keputusan tarif jasa seringkali didasarkan dengan insting bisnis atau hanya dengan mengikuti harga pelaku usaha lain terdekat di pasar. Metode ini kurang memperhatikan komposisi biaya internal dan mengesampingkan target keuntungan yang harus dicapai. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan berisiko berada di bawah nilai yang seharusnya.[2][14]

Di Kota Cilacap tepatnya di Kecamatan Majenang dilakukan observasi awal pada Pangkas Rambut Selera untuk membuktikan masalah tersebut secara empiris[5]. Harga jasa potong rambut Pangkas Rambut Selera ditetapkan berdasarkan pendekatan *Competition based pricing* tanpa dasar perhitungan internal. Dampaknya, tingkat keuntungan bersih Pangkas Rambut Selera tidak tercapai maksimal. Terdapat perbedaan yang signifikan yang tinggi dengan target keuntungan ideal yang ditetapkan oleh pemilik usaha. Salah satu penyebab ketidaktepatan harga yaitu klasifikasi biaya yang tidak konsisten. Pangkas Rambut Selera kesulitan memisahkan biaya tetap dan biaya variabel secara rinci[6].

Berdasarkan hasil observasi lebih lanjut terhadap kondisi pesaing usaha sejenis di sekitar Kecamatan Majenang, sebagian besar *barbershop* dan pangkas rambut konvensional juga mengandalkan pendekatan *Competitive Based Pricing*. Mayoritas pelaku usaha menetapkan tarif jasa mereka secara seragam hanya dengan memantau harga pasar atau tarif yang dipatok oleh kompetitor terdekat, tanpa melakukan analisis struktur biaya secara mendalam. Kondisi ini memicu persaingan harga yang ketat (*price competition*) di tingkat lokal[7]. Akibatnya, ketika terjadi fluktuasi biaya operasional, para pelaku usaha termasuk Pangkas Rambut Selera cenderung kesulitan menyesuaikan tarif secara mandiri karena khawatir kehilangan pelanggan, yang pada akhirnya semakin menekan tingkat profitabilitas usaha secara keseluruhan[8].

Temuan di lapangan ini didukung oleh literatur ilmiah analisis strategi penetapan harga jual oleh Abdul Rokhman Efendi. Dalam jurnalnya ditegaskan bahwa keuntungan yang didapatkan dengan metode *competitive based pricing* lebih rendah daripada *cost based pricing* hal ini disebabkan apabila menggunakan penetapan harga jual dengan metode *cost based pricing* hanya berfokus pada harga pesaing tanpa melihat berapa persen keuntungan yang diharapkan. Ini membuktikan masalah Pangkas Rambut Selera adalah masalah yang valid dan umum di sektor UMKM.[7]

Dukungan literatur juga menyoroti pentingnya instrumen kuantitatif, menjelaskan bahwa analisis *Break Even Point* (BEP) adalah alat fundamental untuk menentukan harga jasa minimal. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) memungkinkan perusahaan mengetahui batas volume penjualan agar tidak rugi[9]. Mengabaikan *Break Even Point* (BEP) berisiko menetapkan harga di bawah nilai impas, yang sesuai dengan kondisi profitabilitas rendah pada objek penelitian.[10][15][16]

Pada penelitian kuantitatif ini, analisis yang akan digunakan untuk merumuskan rekomendasi adalah *Break Even Point* (BEP) dan *Return on Investment* (ROI). Dengan menghitung keduanya akan menjadi fokus karena relevansinya yang paling langsung dengan masalah yang dihadapi. Hal ini diintegrasikan dengan mengklasifikasi biaya yang rinci untuk menghitung *Break Even Point* (BEP) dan *Return on Investment* (ROI). Penerapan ini akan memberikan dasar angka yang kuat bagi manajemen. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul “Perbaikan Struktur Biaya dan Penerapan Analisis Titik (BEP) sebagai Strategi Penetapan Harga Jasa Pangkas Rambut Selera”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus yang dilaksanakan pada Pangkas Rambut Selera, Jalan Nusa Indah, RT 03/RW 07, Desa Mulyasari, Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, pada 10 September hingga 10 November 2025. Objek penelitian mencakup data biaya operasional, volume penjualan jasa potong rambut, harga jual jasa, dan investasi usaha[11]. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap kegiatan operasional serta wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi komponen biaya, mekanisme penetapan harga, dan target keuntungan. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi catatan keuangan, biaya operasional, serta data penjualan selama tiga bulan terakhir.[17]

Pengolahan data dilakukan melalui analisis 5W+1H untuk mengidentifikasi permasalahan biaya dan peluang perbaikan, kemudian dilanjutkan dengan klasifikasi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Analisis *Break Even Point* (BEP) digunakan untuk menentukan tingkat penjualan minimum dalam unit layanan dan rupiah agar usaha mencapai titik impas, serta menghitung kebutuhan penjualan untuk memenuhi target laba sebesar 18%. Selanjutnya, *Return on Investment* (ROI) dihitung untuk mengukur tingkat pengembalian investasi berdasarkan keuntungan yang diperoleh, sedangkan *Payback Period* (PBP) digunakan untuk memperkirakan waktu pengembalian modal. Analisis *Net Present Value* (NPV) juga diterapkan untuk mengevaluasi kelayakan investasi berdasarkan nilai kini arus kas bersih dan investasi awal.[18][19]

Hasil seluruh analisis digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi struktur biaya dan merumuskan rekomendasi harga jasa potong rambut yang lebih rasional. Penentuan harga optimal mempertimbangkan total biaya operasional, volume penjualan, target laba, serta kemampuan usaha menghasilkan pengembalian investasi[12]. Hasil perhitungan BEP dan ROI menjadi acuan utama dalam menilai kecukupan harga jual dan tingkat profitabilitas, sedangkan PBP dan NPV memberikan informasi pendukung mengenai pengembalian modal dan kelayakan investasi. Rekomendasi akhir disusun dengan membandingkan kondisi penetapan harga yang berlaku dengan hasil perhitungan kuantitatif, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik Pangkas Rambut Selera dalam meningkatkan efisiensi biaya dan keberlanjutan usaha.

Hasil Dan Pembahasan

Analisis dan Pembahasan

Perhitungan Harga Pokok Jasa (HPJ)

Harga Pokok Jasa (HPJ) mencerminkan biaya riil yang dikeluarkan oleh Pangkas Rambut Selera untuk menghasilkan satu unit layanan jasa. Perhitungan HPJ menggabungkan elemen biaya variabel per unit dan porsi alokasi biaya tetap per unit.[20]

$$\text{HPJ per Unit} = \text{VC unit} + (\text{Fixed Cost} / \text{Total Volume Unit})$$

$$\text{HPJ per Unit} = \text{Rp } 5.747 + (\text{Rp } 3.495.000 / 4.176)$$

$$\text{HPJ per Unit} = \text{Rp } 5.747 + \text{Rp } 837 = \text{Rp } 6.584,- / \text{ unit pelayanan}$$

Dengan HPJ riil sebesar Rp 6.584,- per unit, Pangkas Rambut Selera memiliki dasar perhitungan harga pokok yang akurat. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jasa potong rambut paling rendah (anak-anak Rp 15.000,-) telah berada di atas nilai HPJ, sehingga secara unit usaha memberikan margin kontribusi positif.

Analisis 5W + 1H Struktur Biaya

Untuk memahami keterkaitan antara pengeluaran biaya dan efisiensi operasional, pendekatan 5W+1H diterapkan pada struktur biaya Pangkas Rambut Selera sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis 5W+1H

Elemen 5W+1H	Penjelasan Analitis pada Pangkas Rambut Selera
What (Apa)	Pemisahan dan klasifikasi biaya operasional menjadi biaya tetap (depresiasi peralatan & bangunan) serta biaya variabel (bahan baku hair care, utilitas, upah tenaga kerja).
Why (Mengapa)	Karena penetapan harga lama menggunakan <i>competitive pricing</i> tanpa memperhitungkan penyusutan aset, sehingga persentase margin laba riil belum terukur secara ilmiah.
Who (Siapa)	Pemilik usaha (Kusnanto) barber yang bertanggung jawab atas penggunaan bahan habis pakai secara efektif.
When (Kapan)	Evaluasi biaya dilakukan secara berkala setiap bulan, dengan penyesuaian perhitungan depresiasi aset dalam periode tahunan.
Where (Dimana)	Diterapkan secara keseluruhan pada outlet Pangkas Rambut Selera di Jalan Nusa Indah, Majenang, Cilacap.
How (Bagaimana)	Menggunakan kalkulasi kuantitatif <i>Break Even Point</i> (BEP), <i>Return on Investment</i> (ROI), <i>Payback Period</i> (PBP), serta <i>Net Present Value</i> (NPV) untuk merekomendasikan harga jasa optimal.

Analisis Break Even Point (BEP)

1. BEP Impas (Titik Laba Nol)

Analisis *Break Even Point* (BEP) digunakan untuk menentukan volume penjualan atau pendapatan minimal yang harus dicapai agar perusahaan berada dalam posisi tidak rugi dan tidak untung (Laba = 0).

a. BEP Unit (Volume Impas)

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Fixed Cost (FC)} / (\text{Tarif Rata-Rata (P)} - \text{Biaya Variabel Unit (VC unit)})$$

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Rp } 3.495.000 / (\text{Rp } 20.400 - \text{Rp } 5.747)$$

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Rp } 3.495.000 / \text{Rp } 14.653 = 238,52 \text{ Unit} \approx 239 \text{ Unit / tahun}$$

Apabila dikonversi ke dalam target bulanan:

$$\text{BEP Unit Bulanan} = 239 \text{ Unit} / 12 \text{ Bulan} = 19,92 \text{ Unit} \approx 20 \text{ Pelanggan / bulan.}$$

b. BEP Rupiah (Nilai Penjualan Impas)

$$\text{BEP (Rupiah)} = \text{BEP (Unit)} \times \text{Tarif Rata-Rata (P)}$$

$$\text{BEP (Rupiah)} = 239 \times \text{Rp } 20.400 = \text{Rp } 4.875.600,- / \text{ tahun}$$

$$\text{BEP (Rupiah Bulanan)} = \text{Rp } 4.875.600 / 12 = \text{Rp } 406.300,- / \text{ bulan}$$

2. BEP Target Laba (Target Keuntungan)

Berdasarkan target laba bersih yang diinginkan oleh pemilik usaha adalah sebesar 18% dari total pendapatan tahunan, sebagai berikut:

$$\text{Target Laba} = 18\% \times \text{Rp } 86.280.000 = \text{Rp } 15.530.400,- / \text{ tahun}$$

Maka volume transaksi yang wajib dicapai untuk merealisasikan target laba tersebut dihitung dengan rumus berikut.

$$\text{BEP Target Laba (Unit)} = (\text{FC} + \text{Target Laba}) / (\text{P} - \text{VC unit})$$

$$\text{BEP Target Laba (Unit)} = (\text{Rp } 3.495.000 + \text{Rp } 15.530.400) / (\text{Rp } 20.400 - \text{Rp } 5.747)$$

$$\text{BEP Target Laba (Unit)} = \text{Rp } 19.025.400 / \text{Rp } 14.653 = 1.298,40 \text{ Unit} \approx 1.299 \text{ Unit / tahun.}$$

Target bulanan untuk mencapai laba 18% adalah 109 unit pelayanan per bulan (atau sekitar 3,6 pelanggan per hari).

Analisis Return on Investment (ROI)

Return on Investment (ROI) mengukur tingkat efisiensi penggunaan modal/investasi dalam menghasilkan laba bersih operasional.[21]

$$\text{Laba Bersih Tahunan} = \text{Total Pendapatan (TR)} - \text{Total Biaya (TC)}$$

$$\text{Laba Bersih Tahunan} = \text{Rp } 86.280.000 - \text{Rp } 27.495.000 = \text{Rp } 58.785.000,- / \text{ tahun}$$

$ROI = (\text{Laba Bersih} / \text{Total Biaya Operasional}) \times 100\%$

$ROI = (\text{Rp } 58.785.000 / \text{Rp } 27.495.000) \times 100\% = 213,80\%$

Nilai ROI sebesar 213,80% (> 0%) menunjukkan bahwa usaha Pangkas Rambut Selera sangat menguntungkan, di mana setiap Rp 1,00 modal operasional yang dikeluarkan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp 2,138.

Analisis Payback Period (PBP)

Payback Period (PBP) menghitung jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi awal (Rp 33.750.000,-) melalui arus kas bersih yang dihasilkan.

$\text{Arus Kas Bersih Bulanan} = \text{Laba Bersih Tahunan} / 12$

$\text{Arus Kas Bersih Bulanan} = \text{Rp } 58.785.000 / 12 = \text{Rp } 4.898.750,- / \text{bulan}$

$\text{Payback Period (PBP)} = \text{Total Investasi Awal} / \text{Arus Kas Bersih Bulanan}$

$\text{Payback Period (PBP)} = \text{Rp } 33.750.000 / \text{Rp } 4.898.750 = 6,89 \text{ Bulan (sekitar 6 bulan 27 hari)}$

Masa pengembalian investasi yang kurang dari 7 bulan menandakan bahwa tingkat risiko pengembalian modal pada Pangkas Rambut Selera sangat rendah dan tergolong sangat cepat.

Analisis Net Present Value (NPV)

Guna memperkuat penilaian kelayakan bisnis dalam horizon waktu 3 tahun dengan tingkat suku bunga diskonto (*discount rate* $\$i = 10\%$ per tahun).[22][23]

$\text{Arus Kas Tahun 1 (t=1)} = \text{Rp } 58.785.000 / (1 + 0,10)^1 = \text{Rp } 53.440.909,-$

$\text{Arus Kas Tahun 2 (t=2)} = \text{Rp } 58.785.000 / (1 + 0,10)^2 = \text{Rp } 48.582.645,-$

$\text{Arus Kas Tahun 3 (t=3)} = \text{Rp } 58.785.000 / (1 + 0,10)^3 = \text{Rp } 44.166.041,-$

$\text{Total Present Value (PV Cash Inflow)} = \text{Rp } 146.189.595,-$

$\text{NPV} = \text{Total PV Inflow} - \text{Investasi Awal (C0)}$

$\text{NPV} = \text{Rp } 146.189.595 - \text{Rp } 33.750.000 = \text{Rp } 112.439.595,-$

Karena nilai NPV > 0 (Rp 112.439.595,-), maka usaha Pangkas Rambut Selera secara kriteria investasi dinyatakan sangat layak untuk dijalankan.

Pembahasan dan Rekomendasi Strategis

Evaluasi Empiris Strategi *Competitive Pricing* vs *Cost Based*

Sebelum dilakukan perbaikan, Pangkas Rambut Selera menetapkan harga jasa secara pasif mengikuti pergerakan harga pesaing di Kecamatan Majenang (*Competitive Pricing*). Kelemahan utama strategi ini adalah ketidakmampuan manajemen dalam mendeteksi biaya terselubung (*hidden costs*), terutama beban depresiasi peralatan cukur dan AC.

Dengan merestrukturisasi biaya dan menerapkan analisis *Break Even Point* (BEP) serta *Return on Investment* (ROI), terbukti bahwa biaya pokok riil per unit pelayanan hanya Rp 6.584,-. Penemuan ini memberikan kepastian bagi pemilik usaha bahwa harga pasaran yang berlaku saat ini (Rp 15.000 - Rp 25.000) sebenarnya sudah memberikan margin keuntungan yang tebal. Namun, kelemahan manajemen sebelumnya terletak pada ketiadaan pencatatan kas yang terpisah antara keuangan pribadi dan operasional bisnis.

Sensitivitas dan Analisis Skenario Perubahan Tarif

Untuk memprediksi ketahanan bisnis terhadap dinamika pasar, dilakukan analisis sensitivitas dengan 3 skenario berbeda. Penentuan asumsi persentase sebesar +10% untuk skenario optimis dan -15% untuk skenario pesimis ditetapkan sebagai asumsi simulasi manajerial (*what if analysis*) yang rasional. Angka kenaikan tarif +10% dipilih sebagai simulasi batas wajar penyesuaian harga di pasar lokal Kecamatan Majenang agar tidak membebani daya beli konsumen, sedangkan penurunan volume sebesar -15% merepresentasikan proyeksi kondisi terburuk (seperti saat musim sepi kunjungan/*low season*) untuk menguji tingkat ketahanan profitabilitas usaha.

Tabel 2. Analisis Skenario Perubahan Tarif

Skenario	Kondisi Skenario	BEP (Unit/Tahun)	Laba Bersih Tahunan (Rp)	ROI (%)
Skenario Baseline	Harga & Volume Saat Ini (Tarif Rata-Rata Rp 20.400)	239 Unit	58.785.000	213,80%
Skenario Optimis (+10% Tarif)	Kenaikan Tarif Rata-Rata menjadi Rp 22.440	209 Unit	67.300.080	244,77%
Skenario Pesimis (-15% Volume)	Penurunan Volume Pelayanan menjadi 3.550 Unit	239 Unit	48.573.150	203,69%

Usulan Perbaikan Strategi Penetapan Harga Jasa

Berdasarkan hasil pengolahan data, peneliti memberikan dua pilihan usulan rekomendasi strategis bagi Pangkas Rambut Selera. [25]

1. Pertahankan tarif *eksisting* dengan perbaikan administrasi

Mempertahankan tarif potong anak Rp 15.000,- dan potong dewasa Rp 25.000,- karena terbukti memberikan ROI sangat tinggi (213,80%). Fokus perbaikan diarahkan pada pencatatan alokasi dana penyusutan sebesar Rp 291.250,-/bulan ke rekening khusus peremajaan aset.

2. Menerapkan strategi *bundling* dan *upselling services*

Mengoptimalkan porsi layanan bermargin tinggi seperti paket *all in one* (Rp 55.000,-) dan aplikasi *hair tonic* atau *pomade*. Penjualan paket bundel mampu meningkatkan *average basket size* pelanggan tanpa menimbulkan kerentanan kehilangan pelanggan akibat kenaikan harga potong dasar.

Implikasi Manajerial bagi UMKM Pangkas Rambut Selera

Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajerial konkret bagi pemilik usaha bahwa pentingnya pembukuan terpisah antara gaji pribadi pemilik usaha dan laba operasional murni pangkas rambut, penerapan target kuota harian minimal 4 pelanggan per hari sebagai batas aman pemenuhan target laba bersih 18%, serta pelaksanaan perawatan berkala (*preventive maintenance*) untuk peralatan cukur dan AC agar umur ekonomis aset dapat tercapai sesuai proyeksi. Selain aspek pengelolaan keuangan dan perawatan aset tersebut, pemilik usaha juga perlu memperkuat strategi pemasaran melalui pendekatan bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P yang mencakup unsur *product, price, place, dan promotion*.

Dalam penerapan *marketing mix* 4P aspek produk dapat diwujudkan melalui penjagaan kualitas layanan potong yang rapi serta penyediaan layanan tambahan seperti *hair tonic* dan penataan *pomade*, sementara aspek harga diaplikasikan melalui penetapan tarif rasional berbasis perhitungan HPJ dan BEP seperti paket hemat *all in one*. Selanjutnya, aspek tempat didukung dengan menjaga kebersihan, kenyamanan ruangan ber AC, serta fasilitas tunggu yang nyaman kemudian dilakukan promosi melalui pemanfaatan media sosial lokal, seperti tiktok, pemberian program loyalitas pelanggan setia, serta penyediaan fasilitas pembayaran digital non tunai seperti QRIS untuk menarik minat konsumen secara lebih luas.[24]

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data, dan analisis kelayakan finansial, dapat disimpulkan bahwa Pangkas Rambut Selera sebelumnya menerapkan strategi competitive pricing dengan menetapkan tarif berdasarkan harga pesaing tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya, khususnya penyusutan aset tetap dan pemeliharaan. Melalui klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya, diperoleh total biaya tetap sebesar Rp3.495.000 per tahun, biaya variabel sebesar Rp24.000.000 per tahun, dan Harga Pokok Jasa (HPJ) sebesar Rp6.584 per unit pelayanan, sehingga seluruh tarif yang berlaku, yaitu Rp15.000 hingga Rp55.000, telah menghasilkan margin kontribusi positif. Analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa titik impas tercapai pada 239 unit per tahun, sedangkan target laba bersih sebesar 18% dapat dicapai pada 1.299 unit per tahun atau sekitar 109 pelanggan per bulan. Kelayakan usaha juga didukung oleh nilai Return on Investment (ROI) sebesar 213,80%, Payback Period (PBP) selama 6,89 bulan, dan Net Present Value (NPV) sebesar Rp112.439.595. Oleh karena itu, Pangkas Rambut Selera dinilai layak dan menguntungkan secara finansial, dengan rekomendasi mempertahankan tarif dasar yang berlaku, yaitu Rp15.000 untuk anak-anak dan Rp25.000 untuk dewasa, serta meningkatkan pendapatan melalui optimalisasi penjualan paket kombinasi (*all in one*) dan produk perawatan tambahan, seperti *hair tonic* dan *pomade*.

Ucapan Terima Kasih: Para penulis menyampaikan apresiasi kepada editor dan penelaah atas saran-saran bermanfaat mereka, yang sangat meningkatkan penyajian makalah ini.

Pernyataan Pendanaan: Tidak berlaku.

Kontribusi Penulis: Konsep dan desain studi: Melvi Vita Sari, Syarah Rizkia Ferialy, Ikhsan Romli; Pengumpulan data: Melvi Vita Sari, Syarah Rizkia Ferialy, Ikhsan Romli; Analisis dan interpretasi metode: Melvi Vita Sari, Syarah Rizkia Ferialy, Ikhsan Romli; Penyusunan draf naskah: Melvi Vita Sari, Syarah Rizkia Ferialy, Ikhsan Romli; Penelaahan dan penyuntingan: Melvi Vita Sari, Syarah Rizkia Ferialy, Ikhsan Romli. Seluruh penulis telah menelaah hasil penelitian dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Ketersediaan Data dan Materi: Kumpulan data tersedia untuk umum di repositori KEEL (*Knowledge Extraction based on Evolutionary Learning*) dan University of California, Irvine (UCI), yang direkomendasikan untuk kumpulan data tidak seimbang (*imbalanced datasets*) dalam studi klasifikasi.

Persetujuan Etik: Tidak berlaku.

Daftar Pustaka

- [1] M. F. S. Afsal, "No Title," Terminal.
- [2] M. H. Prasetyo, "Strategi Pemasaran Pada Usaha Barbershop Dengan Pendekatan Swot Analisis (Studi Kasus Pada Joni Barbershop di Sleman Yogyakarta)," vol. 8, no. 1, pp. 69–80, 2024.
- [3] I. East, P. Village, and K. Regency, "Analisis Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Mikro Barbershop Di Desa

- Penfui Timur Kabupaten Kupang Analysis of Financial Management In Barbershop Micro Businesses,” pp. 1247–1260, 2005.
- [4] L. Santioso, A. A. Agusyah, and Marcello, “Penyusunan Harga Pokok Penjualan Sebagai Penentuan Harga Jual Produk,” *J. Serina Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 1998–1206, 2023, doi: 10.24912/jsa.v1i3.26215.
- [5] D. L. Rachmawulan *et al.*, “Pengaruh Biaya Variabel Terhadap Margin Kontribusi (Penelitian Pada CV. Pratama Cipta Sejahtera),” vol. 5, no. 1, pp. 16–26, 2017.
- [6] J. A. Palandi, M. Y. B. Kalalo, and R. J. Pusung, “Analisis Net Present Value Dalam Mengambil Keputusan Investasi Aktiva Tetap Pada Pt . Asegar Murni Jaya Desa Tumuluntung Kab Minahasa Utara Analisis Of Net Present Value In Making Investment Decisions On Fixed Assets At PT . Pure Asegar Jaya Tumuluntung Village North Minahasa Regency Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 4 Oktober 2023 , Hal . 1344-1353,” vol. 11, no. 4, pp. 1344–1352.
- [7] A. R. Efendi, “Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Ditinjau Dari Catering,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 3, no. 3, pp. 393–398, 2018.
- [8] L. Novita, M. Lina, and S. E. B. Permatasari, *Digital Marketing – Strategi Keberlanjutan UMKM di Era Digital*. 2023. [Online]. Available: <https://publishing.teknokrat.ac.id/wp-content/uploads/2024/08/Digital-Marketing—-Strategi-Keberlanjutan-UMKM-di-Era-Digital-2.pdf>
- [9] M. Thoriq and I. A. Alam, “Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian,” *El-Mal*, vol. 4, no. 6, pp. 1663–1674, 2023.
- [10] J. Tanbih, S. Tinggi, A. Islam, and T. Ghofilin, “Analisis Break Even Point Dalam Penentuan Proyeksi Laba Pada Usaha Toko Kelontong D’bantar Bamboo Craft Kecamatan Mandiraja Kabupaten Banjarnegara Catur Gilang Romadlon 1 , Fatih Atsaris Sujud 2,” vol. 1, pp. 1–22, 2024.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2022.
- [12] S. Arikun to, *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik (Edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- [13] M. Franklin, P. Graybeal, and D. Cooper, *Principles of Accounting, Volume 2: Managerial Accounting*. Houston, TX: OpenStax, 2019. Available: <https://openstax.org/books/principles-managerial-accounting>
- [14] J. V. Amaral and R. Guerreiro, “Reflections on cost-based pricing and competition-based pricing: the gap may not be so deep,” *Revista de Contabilidade e Organizações*, vol. 12, p. e143924, 2018, doi: 10.11606/issn.1982-6486.rco.2018.143924.
- [15] Ikatan Akuntan Indonesia, *Modul Level Dasar Akuntansi Biaya dan Manajemen: Analisis Breakeven dan Margin Kontribusi*. Jakarta: IAI. Available: <https://web.iaiglobal.or.id/assets/materi/Sertifikasi/CA/modul/abm/>
- [16] J. K. Shim and J. G. Siegel, “Break-even and Contribution Margin Analysis: Profit, Cost, and Volume Changes,” in *Budgeting Basics and Beyond*. Hoboken, NJ: Wiley, 2012, doi: 10.1002/9781118106754.ch4.
- [17] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.
- [18] C. T. Horngren, S. M. Datar, and M. V. Rajan, *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, 16th ed. Harlow: Pearson, 2018.
- [19] R. N. Anthony and V. Govindarajan, *Management Control Systems*, 12th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2007.
- [20] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 5th ed. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018.
- [21] S. M. Bragg, “Financial Analysis Decisions,” in *Management Accounting Best Practices: A Guide for the Professional Accountant*. Hoboken, NJ: Wiley, 2012, doi: 10.1002/9781119201458.ch5.
- [22] A. Damodaran, *Applied Corporate Finance*, 4th ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2014.
- [23] R. A. Brealey, S. C. Myers, and F. Allen, *Principles of Corporate Finance*, 13th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2020.
- [24] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Harlow: Pearson, 2016.
- [25] M. Widiastuti, S. V. Riorini, K. H. Sirait, R. Dirdia, and S. Widiasmara, “Strategi Penetapan Harga Produk dan Jasa bagi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha,” *Dirkantara Indonesia*, vol. 4, no. 1, 2025, doi: 10.55837/di.v4i1.168.