

ABSTRAK

M. IQBAL RIDHA HANIF. 021121155. Analisis *Market Sensing Capability* Pada Usaha *Barbershop* (Studi Pada *Barbershop* Falfa) Dibawah bimbingan YETTY HUSNUL HAYATI dan NIZAM M ANDRIANTO, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Market Sensing Capability* pada *Barbershop* Falfa di Kota Bogor. *Market Sensing Capability* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi dan memahami perubahan kebutuhan serta keinginan konsumen, tren pasar, serta strategi bersaing guna menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Strategi bersaing adalah kerangka kerja atau rencana yang menghubungkan sasaran utama dengan kebijakan perusahaan yang bertujuan meningkatkan posisi kompetitif produk dan layanan dalam sektor industri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode eksploratif. Data diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian serta wawancara kepada para *expert Barbershop* Falfa. Analisis data dilakukan menggunakan model *Five Forces Porter* yang meliputi ancaman pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti, dan persaingan antar industri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Barbershop* Falfa memiliki keunggulan pada aspek pelayanan yang ramah, kualitas potongan rambut yang baik, serta kemampuan mengikuti tren gaya rambut pria masa kini. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan kurangnya inovasi berkelanjutan terhadap layanan tambahan, seperti paket perawatan rambut atau program loyalitas pelanggan. Kondisi ini menyebabkan posisi kompetitif *barbershop* Falfa masih rentan terhadap perubahan tren pasar yang cepat. Oleh karena itu, *barbershop* Falfa perlu meningkatkan kemampuan membaca pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta menyesuaikan strategi bisnis berdasarkan dinamika industri *barbershop* yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Market Sensing Capability*, *Barbershop*, *Five Forces Porter*, Strategi Bersaing