

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA RUMAH CANTIK SEHAT
MUSLIMAH (RCSM) GEDONGKUNING DI MASA COVID-19**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh:

**Nasywa Nabila Fatihah
16240078**

Dosen Pembimbing:

**Aris Risdiana, S.Sos.I., M.M
NIP: 19820804 201 101 1 007**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-651/Un.02/DD/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PELAYANAN PRIMA RUMAH CANTIK SEHAT MUSLIMAH (RCSM)
GEDUNGKUNING DI MASA COVID-19

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NASYWA NABILA FATIHAH
Nomor Induk Mahasiswa : 16240078
Telah diujikan pada : Jumat, 26 Maret 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Aris Risdiana, S.Sos.I., MM
SIGNED

Valid ID: 6078ab3d83803



Penguji I

Achmad Muhammad, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 6078f08e43edeb



Penguji II

Muhammad Toriq Nurmadiansyah,
S.Ag.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 606d25ff5576d



Yogyakarta, 26 Maret 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 607cd5bc60fa4



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. MarsdaAdisuciptoTelp. (0274) 515856Yogyakarta 55281
E-mail : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nasywa Nabila Fatihah
NIM : 16240078
Judul Skripsi : Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di Masa Covid-19

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 31 Januari 2021

Ketua Jurusan

Pembimbing

M. Thoriq Nurmadiansyah, M.Si.
NIP.196902272003121001

Aris Risdiana, S.Sos.I., MM
NIP. 198208042011011007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasywa Nabila Fatihah
NIM : 16240078
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) di Masa Covid-19”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap untuk mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 31 Januari 2021

Yang menyatakan,



Nasywa Nabila Fatihah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring rasa syukur kepada Allah SWT dan sebagai rasa terimakasih skripsi ini
peneliti persembahkan untuk:

Almamaterku

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

وَاتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنُ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا
تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

"Carilah pahala lewat karunia yang diberikan Allah kepadamu, dan jangan lupa bagianmu dari kehidupan dunia, berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah menimbulkan kerusakan di bumi. Allah sungguh tidak senang kepada orang-orang yang menimbulkan kerusakan".¹

(Al-Qashash, Ayat: 77)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya, Penerbit UII Press Yogyakarta: Yogyakarta, cet. 17, 2017, hlm. 700.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, karunia dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19”**. Selanjutnya, sholawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntut umatnya kepada jalan keselamatan.

Alhamdulillah pada kesempatan ini penulis mengaturkan segenap rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, bimbingan, saran dan juga kritik. Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta para jajarannya, yang telah memfasilitasi peneliti dalam mencari ilmu maupun dalam menyelesaikan kelengkapan administrasi tugas akhir.
3. M. Thoriq Nurmadiansyah, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah yang telah membantu memberikan arahan dan kelancaran dalam penelitian.
4. Aris Risdiana, S.Sos.I., M.M., selaku Dosen Pemimbing Skripsi (DPS) sekaligus sumber inspirasi dan penyejuk bagi peneliti dalam menyelesaikan

tugas akhir ini. Terima kasih, atas waktu, tenaga, dan kesabaran dalam membimbing peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Achmad Muhammad, M. Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah membimbing dan memantau peneliti selama menjadi mahasiswa.
6. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan nasehat.
7. Sumiati dan Mamur, dua orang malaikat tak bersayap yang tiada henti menyemangati dan mendo'akan peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Selanjutnya dua adik penulis, Alysa Salma Fitriya dan Muhammad Akmal Amarulloh yang selalu memberikan semangat dan do'anya.
8. Sahabatku, Mawar Maimunah, Hilmi Mudrikah, Riki Ali Nurdin, Ahmad Sawkani, dan M. Nur Hidayat yang setia menjadi pendorong sekaligus keluarga bagi peneliti dalam menuntut ilmu di perkuliahan.
9. Narendra Aji Wijaya sebagai penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Rini Dwiantari selaku SDM RCSM dan Nova Triyana selaku Koordinator Terapis RCSM serta Hendri Pramita sebagai *Beauty Consultant*, yang telah mendampingi dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian, wawancara, observasi, dan dokumentasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning.
11. Teman-teman Rise of Madani'16(ROM'16) yang merupakan teman Prodi Manajemen Dakwah angkatan 2016 serta seluruh teman di UIN Sunan

Kalijaga Yogyakarta yang telah menjadi teman baik peneliti baik didalam perkuliahan maupun diluar perkuliahan.

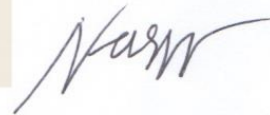
12. Keluarga X-Tion Yogyakarta yang merupakan keluarga pertama peneliti di tanah *Ngayogyakarta* ini.
13. Keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Pondok Syahadat (PMII-RPS) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah mengajarkan banyak hal kepada peneliti dalam berfikir dan bergerak ketika dihadapkan pada sebuah persoalan.
14. Keluarga besar UKM JQH al-Mizan, khusus teman-teman Divisi Sholawat, yang telah menjadi partner peneliti selama berproses di UKM JQH al-Mizan.
15. Kelompok KKN Tapen 125 angkatan 99, Yeni, Nisrina Alm.Nita, Nabil, Amar, Faisal, Asar yang telah menemani peneliti dalam mengabdikan kepada masyarakat selama 2 bulan dan telah menjadi Subjek dalam mengukir salah satu pengalaman terbaik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan secercah sinar terang bagi peneliti dan pembaca. Akhirnya kepada Allah SWT kami memohon perlindungan dan pertolongan, semoga ridha-Nya selalu menyertai kami dalam mengarungi kehidupan ini sehingga dapat membawa berkah dan manfaat. Serta kepada Nabi Muhammad SAW yang kami harapkan Syafa'atnya di *Yaumul akhir*.
Wassalamu'alaikum wr.wb. Yogyakarta, 12 Agustus 2020

Yogyakarta, 31 Januari 2021

Yang menyatakan,



Naswa Nabila Fatimah
NIM. 16240078



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Nasywa Nabila Fatihah (16240078). “*Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di Masa Covid-19*”.Skripsi. Proram Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pelayanan prima suatu bidang bisnis penyedia jasa khususnya dalam bidang salon dan spa dalam rangka memuaskan konsumennya. Pandemi Covid-19 telah membuat kelumpuhan ekonomi pada berbagai bidang usaha. Selain itu, timbulnya kekhawatiran konsumen yang akan melakukan perawatan di salon, hingga berakibat pada turunnya omset pendapatan yang berkisar 30-40% dari omset semula.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif (*deskriptif approach*) serta menggunakan tteknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan metode analisis yang digunakan adalah analisis John W Creswell yaitu, (1) mengolah dan mempersiapkan data, (2) membaca keseluruhan data, (3) menganalisis lebih detail (*coding*), (4) proses *coding*, (5) menunjukkan deskripsi, dan (6) memaknai data.

Hasil penelitian ini adalah Strategi yang lebih berpengaruh dapat digunakan RCSM dalam mengatasi situasi pandemi Covid-19 adalah strategi SO yaitu kombinasi dari kekuatan dan kesempatan yang dimiliki. Kekuatan RCSM yang mempunyai andil besar yaitu privasi karena RCSM merupakan salon muslimah dan penerapan protokol kesehatan yang menjadi syarat mutlak bagi setiap pelaku usaha di masa pandemi Covid-19 ini. Pemberlakuan kebijakan pemerintah yang membuat masyarakat berdiam diri di rumah menjadi peluang besar bagi RCSM untuk membuat inovasi pelayanan yang bertujuan untuk menjawab peluang tersebut. Bentuk strategi pelayanan prima yang ditawarkan oleh RCSM Gedongkuning pada masa Covid-19 ialah dengan menerapkan protokol kesehatan yang menjamin keselamatan konsumen, pelayanan *home care service* yang memudahkan konsumen untuk melakukan perawatan tanpa harus keluar rumah.

Kata Kunci: Strategi, Pelayanan Prima, RCSM, dan Salon Muslimah.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teori.....	11
1. Pengertian Strategi.....	11
2. Pengertian Pelayanan Prima.....	11
3. Tujuan Pelayanan Prima.....	12

4. Manfaat Pelayanan Prima	12
5. Prinsip Pelayanan Prima	13
6. Konsep A4 dalam Pelayanan Prima	15
7. Standar dan Mutu Pelayanan	17
8. Analisis SWOT	18
F. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	23
3. Subjek dan Objek Penelitian	23
4. Sumber Data	24
5. Metode Pengumpulan Data	24
6. Metode Analisis Data	27
7. Uji Keabsahan Data	28
BAB II GAMBARAN UMUM RCSM	32
A. Sejarah RCSM	32
B. Filosofi Logo RCSM	36
C. Visi dan Misi	38
1. Visi	38
2. Misi	38
D. Letak Geografis Kantor RCSM	38
E. Layanan, Produk, dan Fasilitas RCSM	39
F. Struktur Organisasi dan Kepengurusan RCSM	48
G. Kemitraan RCSM	49

H. Kantor Pelayanan RCSM	50
BAB III PEMBAHASAN	52
A. Prinsip Pelayanan Prima RCSM.....	53
1. Motivasi	53
2. Ikhlas dan Ibadah.....	54
3. Motivasi Ikhlas	55
B. Konsep A4 dalam Pelayanan Prima RCSM.....	56
1. <i>Attitude</i>	56
2. <i>Attention</i>	59
3. <i>Action</i>	63
4. <i>Anticipation</i>	68
C. Standar dan Mutu Pelayanan RCSM.....	71
D. Analisis SWOT.....	77
1. <i>Strengths</i> (Kekuatan)	77
2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	80
3. <i>Opportunities</i> (Peluang).....	82
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	84
E. Strategi Pelayanan Prima RCSM pada Masa Covid-19	91
1. Penerapan Protokol Kesehatan	92
2. <i>Home Care Service</i>	96
BAB IV PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN I	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Triangulasi Sumber	30
Gambar 1. 2 Triangulasi Teknik	30
Gambar 2. 1 Logo RCSM	36
Gambar 2. 2 Letak Geografis RCSM	39
Gambar 2. 3 Mushola	43
Gambar 2. 4 Ruang Tunggu Tamu	44
Gambar 2. 5 Ruang Perawatan Rambut	45
Gambar 2. 6 Ruang Perawatan <i>Facial</i>	45
Gambar 2. 7 Ruang Perawatan Badan	46
Gambar 2. 8 Alat Tes <i>Skincare</i>	47
Gambar 2. 9 Struktur Organisasi dan Kepengurusan RCSM	48
Gambar 3. 1 Promo Berkala RCSM	66
Gambar 3. 2 <i>Guest Comment Form</i>	75
Gambar 3. 3 Gambar Konsumen	76
Gambar 3. 4 Hasil Analisis Diagram SWOT RCSM Gedongkuning	87
Gambar 3. 5 Karyawan dengan APD Lengkap	93
Gambar 3. 6 <i>Form Screening</i>	94
Gambar 3. 7 Kebijakan dan <i>Screening Online</i>	94
Gambar 3. 8 Pamflet Layanan <i>Home Care Service</i>	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Faktor Eksternal dan Faktor Internal	20
Tabel 1. 2 Matriks Analisis SWOT.....	22
Tabel 3. 1 Analisis SWOT untuk Faktor Internal dan Eksternal	85
Tabel 3. 2 Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matriks SWOT.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi merupakan tantangan bagi setiap pelaku usaha, perlu adanya langkah strategis yang diterapkan demi kelangsungan bisnisnya. Fenomena pandemi Covid-19 yang terjadi di dunia tidak hanya berpengaruh pada sektor kesehatan, namun juga pada perekonomian Indonesia yang mengalami kelumpuhan. Hal tersebut juga berdampak pada dunia usaha, baik di bidang barang ataupun jasa, tidak sedikit perusahaan yang mengurangi aktivitas produksi, bahkan merumahkan karyawannya.² Pemerintah berupaya untuk mengatasi penyebaran Covid-19 dengan mengeluarkan kebijakan 3M yaitu menjaga jarak, menggunakan masker, dan mencuci tangan.³ Instruksi tersebut tentunya berdampak pada pelaku usaha jasa yang mengharuskan adanya interaksi secara langsung antara karyawan dan pelanggan, dalam hal ini perusahaan jasa.

Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang menghasilkan produk dalam bentuk jasa atau pelayanan dalam berbagai bidang, yang memberikan kecepatan, kemudahan, serta kenyamanan bagi pelanggan.⁴ Hal yang menjadi faktor utama dalam bisnis di bidang jasa adalah pelayanan yang ditawarkan,

² Maskarto Lucky Nara Rosmandi, *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*, (Bandung: Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 bulan Maret 2021), hlm. 122.

³ Diakses dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30757/3m-dan-3t-jurus-pemerintah-cegah-penyebaran-covid> pada tanggal 20 Februari pukul 13.00 WIB.

⁴ Arini T. Soemohadiwidjojo, *KPI (Key Performance Indicator)*, (Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup), 2017), hlm. 8.

sehingga penting bagi pelaku usaha jasa mempunyai standar pelayanan. Di sisi lain, perusahaan jasa yang tidak memiliki standar pelayanan, namun mampu memuaskan pihak yang dilayani, maka pelayanan tersebut dapat dikatakan baik atau menjadi prima.⁵

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh I Gede Suasnawa dengan A.A.N Eddy Supriyadinata Gorda bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kepercayaan pasien di Rumah Sakit Bali Royal.⁶ Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pengguna jasa (*customer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang.⁷ Berdasarkan buku yang berjudul *Manajemen Pelayanan Prima*, menyebutkan bahwa konsumen yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan dan mengadakan keluhan kepada perusahaan hanya 5%, sedangkan 95% konsumen langsung pindah kepada kompetitor lain. Selain itu, konsumen yang tidak puas akan bercerita pada 10-20 orang atas pelayanan yang diberikan.⁸ Berdasarkan data tersebut, penting bagi perusahaan menjaga konsumen agar selalu puas atas pelayanan yang diberikan.

⁵ Zaenal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: CV.Pustaka Setia, 2018), hlm. 148.

⁶ I Gede Suasnawa, A.A.N Eddy Supriyadinata Gorda, *Pengaruh Pelayanan Prima dan Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pasien yang Dimediasi oleh Kepuasan dan Kepercayaan*, (Bali : Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 14 No, I), hlm.56.

⁷ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), hlm. 109-110.

⁸ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010), hlm. 3.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena konsumen membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kinerja (hasil).⁹ Hal tersebut berimbas pada loyalitas dari konsumen, konsumen yang mempunyai loyalitas pada suatu perusahaan akan membeli produk atau jasa yang sama secara terus-menerus. Pengulangan pembelian tentunya akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan laba perusahaan yang menjadikan perusahaan unggul dari perusahaan sejenis lainnya.

Salah satu usaha jasa yang bergantung pada pelayanan yang baik adalah salon kecantikan. Kehadiran salon kecantikan Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning merupakan salah satu salon yang berbeda dari yang lainnya. RCSM menawarkan konsep islami dalam prakteknya, seperti pelayanan berupa terapis selalu mengawali *treatment* dengan bacaan *bismillah* dan mengakhiri dengan bacaan *alhamdulillah*. Selain itu yayasan yang menaungi RCSM banyak melakukan kegiatan sosial. Namun, terdapat beberapa kendala pelayanan yang dialami RCSM sebelum masa pandemi, yaitu banyaknya konsumen yang datang pada saat *weekend* dan tidak dapat ditangani secara menyeluruh.¹⁰ Berdasarkan ulasan RCSM di Google, terdapat kendala pada pelayanan yang kurang maksimal dalam

⁹ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), hlm. 111.

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Rini Dwiantari selaku SDM RCSM Gedongkuning, pada tanggal 12 Desember 2020 pukul 10.16 WIB.

manajemen waktu dan potong rambut. Kemudian, adanya informasi yang tidak diperbaharui mengenai potongan harga, sehingga menimbulkan disinformasi terhadap konsumen.¹¹

Adapun kendala yang dialami RCSM pada awal munculnya pandemi adalah adanya penurunan omset sekitar 30%-40%. Selain itu timbul keawatiran konsumen yang akan melakukan perawatan, karena pada umumnya, perawatan di salon menyentuh kulit konsumen seperti *facial* wajah, lulur, dan *massage* yang berpotensi dapat menularkan virus.¹²

Adaptasi pelayanan di masa Covid-19 harus dilakukan oleh semua sektor pada pelayanan publik tak terkecuali RCSM ini, maka dibutuhkan adanya inovasi dan strategi yang dibuat untuk mengembalikan kepercayaan konsumen. Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di Masa Covid-19”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu “Bagaimana strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19?”

¹¹ Diakses dari [https://www.google.com/search?q=rumah%20cantik%20sehat%20muslimah%20\(RCSM\)](https://www.google.com/search?q=rumah%20cantik%20sehat%20muslimah%20(RCSM)) tanggal 13 Desember 2020 pukul 12.44 WIB.

¹² Hasil wawancara dengan Ibu Rini selaku SDM RCSM pada 12 Desember 2020 pukul 13.44 WIB.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penambah referensi keilmuan bagi jurusan Manajemen Dakwah, khususnya segenap civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada umumnya dalam hal memahami keilmuan strategi pelayanan prima.

b. Secara Praktis

Bagi peneliti dengan adanya penelitian ini akan memberi pengetahuan dan menambah wawasan tentang strategi pelayanan prima yang diterapkan di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning pada masa Covid-19. Bagi perusahaan penelitian ini bermanfaat sebagai sarana informasi dalam menyusun strategi pelayanan prima terhadap konsumen yang menggunakan jasa salon. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi atau sebagai acuan pihak-pihak lain yang berminat untuk melaksanakan penelitian tentang strategi pelayanan prima.

D. Kajian Pustaka

Peneliti melihat dan meninjau beberapa karya guna dijadikan perbandingan dalam penelitian. Diantara beberapa hasil penelitian terdapat pembahasan yang menyerupai namun tak sama dalam pembahasannya. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema adalah sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Siti Amin Hastutik dengan judul “Implementasi Pelayanan Prima pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dalam Meningkatkan Kepuasan Customer di Kantor Wilayah Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis implementasi pelayanan prima pada PTSP dalam meningkatkan kepuasan customer di Kantor Wilayah Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima pada PTSP sudah memberikan rasa puas pada customer. Kepuasan tersebut tercipta karena adanya beberapa faktor yaitu pelayanan yang ramah, cermat dan tepat, memberikan kesederhanaan dalam prosedur pelayanan, komunikasi yang baik dan memberikan kejelasan dalam pelayanan. Kemudian Faktor yang mendukung yang mendukung dari pelayanan PTSP adalah adanya sumber daya manusia yang mumpuni, dan sara prasarana yang memadai. Sedangkan faktor yang menghambat adanya temuan adanya komunikasi yang kurang antara PTSP dan Kanwil D.I Yogyakarta. Nilai survey yang kepuasan masyarakat menunjukkan adanya fluktuasi, namun

masih dalam kategori penilaian yang sangat baik.¹³ Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada objek yang diteliti yaitu tentang pelayanan prima sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Ridho Prabowo dengan judul “Manajemen Pelayanan Prima Karyawan Part Time Garda Depan PT. Aseli Dagadu Djokdja tahun 2018”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pelayanan prima yang dilaksanakan oleh karyawan *part time* garda depan PT.ADD. Metode penelitian yang digunakan adalah deksriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa manajemen pelayanan prima yang dilakukan oleh garda depan diterapkan dengan baik. Bentuk pelayanan prima yang diterapkan oleh garda depan terbagi menjadi dua bagian, yaitu pelayanan internal dan pelayanan eksternal. Pelayanan internal dapat ditinjau dari sub bab kualitas pelayanan dan asas pelayanan. Sedangkan pelayanan eksternal merupakan pelayanan yang dilakukan garda depan kepada eksternal perusahaan., yaitu konsumen yang berbelanja di geraiP. Pelayanan eksternal yang dilakukan dapat ditinjau dari prinsip pelayanan.¹⁴ Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada objek yang diteliti yaitu tentang pelayanan prima sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

¹³ Siti Amin Hastutik “Implementasi Pelayanan Prima pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dalam Meningkatkan Kepuasan *Customer* di Kantor Wilayah Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2019), hlm. 107-108.

¹⁴ Ridho Prabowo dengan judul “Manajemen Pelayanan Prima Karyawan *Part Time* Garda Depan PT. Aseli Dagadu Djokdja tahun 2018”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, 2019), hlm. 90.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Zainin Firdhousy dengan judul “Implementasi Pelayanan Prima bagi Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Penerima Bantuan Iuran (PBI) di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui implementasi pelayanan prima bagi pasien rawat inap Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Penerima Bantuan Iuran (PBI) di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan menerapkan teori George C. Edward III ada 4 faktor yang mempengaruhi implementasi yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur biokrasi. Faktor yang tampak dalam penerapannya adalah sumber daya, yaitu sumber daya yang menangani pasien di rumah sakit dan sumber daya finansial yang didapat dari pemerintah dan pendapatan rumah sakit.¹⁵ Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada objek yang diteliti yaitu tentang pelayanan prima sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Amina Muthmainna dengan judul “Implementasi Budaya Organisasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta”. Tujuan dari skripsi ini adalah mengetahui implementasi budaya organisasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian tersebut adalah penerapan budaya organisasi di

¹⁵ Zainin Firdhousy “Implementasi Pelayanan Prima bagi Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Penerima Bantuan Iuran (PBI) di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm. 89.

RCSM sudah berjalan dengan baik karena sudah mencakup tiga level yaitu artefak, nilai, dan asumsi dasar. Selain itu diimbangi dengan fungsi budaya organisasi dan karakteristiknya di RCSM.¹⁶ Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada lokasi penelitian dan berbeda pada objek yang diteliti.

Kelima, artikel yang ditulis oleh Siti Nurhasanah, A. Bachrun Rifa'I, dan Arif Rahman dengan judul "Strategi Pelayanan Prima KBIH dalam Meningkatkan Kualitas Bimbingan Ibadah Haji". Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui strategi pelayanan prima berupa pemenuhan kebutuhan jamaah secara praktis maupun emosional dan proses pelaksanaan pemberian pelayanan di KBIH Masjid Raya Bandung untuk meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji terhadap jamaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan prima KBIH Masjid Raya Bandung dalam meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji cukup baik, dilihat dari pemenuhan kebutuhan secara praktis kepada jamaah. Pelayanan tersebut meliputi pelayanan yang dapat mendorong rasa nyaman semua stakeholder, terpenuhinya semua kebutuhan emosional seperti sikap, penampilan, kemampuan, serta tindakan juga tanggung jawab terhadap jamaah. Proses pelaksanaan pemberian pelayanan terlihat baik ditinjau dari budaya pemberian pelayanan yang terdapat pada

¹⁶ Amina Muthmainna "Implementasi Budaya Organisasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta", *Skripsi*, (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, 2020), hlm. 90.

KBIH Masjid Raya Bandung.¹⁷ Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada objek yang diteliti yaitu tentang strategi pelayanan prima sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dipaparkan, penelitian yang khusus membahas tentang strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19 belum ada dan berbeda dengan penelitian sebelumnya.



¹⁷ Siti Nurhasanah, dkk, “Strategi Pelayanan Prima KBIH dalam Meningkatkan Kualitas Bimbingan Ibadah Haji”, *Artikel*, Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, (Bandung: Manajemen Dakwah UIN Sunan Gunung Djati, 2018), hlm. 34.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Strategi

William F Glueck mengartikan strategi sebagai sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sedangkan menurut Amirullah yang disebut strategi itu adalah suatu kesatuan perencanaan yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan.¹⁸

2. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik.¹⁹ Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi dalam bukunya *Konsumen dan Pelayanan Prima* mendefinisikan bahwa pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pengguna jasa (*customer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang.²⁰

¹⁸ Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Waca Media, 2015), hlm. 4.

¹⁹ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), hlm. 107.

²⁰ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), hlm. 109-110.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan prima adalah suatu bentuk pelayanan yang dilakukan penyelenggara pelayanan dalam rangka memuaskan konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi sangat dibutuhkan untuk menjawab tantangan-tantangan yang akan terjadi.

3. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima ialah memberikan pelayanan yang bisa memenuhi serta memuaskan konsumen atau masyarakat serta memberikan penekanan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan di sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik.

Bagi perusahaan, pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan konsumennya.²¹

4. Manfaat Pelayanan Prima

Pelayanan prima akan berguna untuk upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai konsumen dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Sikap yang perlu dimiliki oleh karyawan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Rasa memiliki terhadap instansi;
- b. Rasa kebanggaan terhadap pekerjaan;

²¹*Ibid, hlm. 108-109*

- c. Loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan;
- d. Ingin menjaga martabat dan nama baik instansi.

Pelayanan prima bagi perusahaan profit merupakan sesuatu yang terpenting, karena kelangsungan perusahaan dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan konsumen maka kemungkinan besar konsumen akan berpaling kepada perusahaan lain. Oleh karena itu beberapa perusahaan mengadakan training untuk karyawannya. Kedisiplinan juga merupakan salah satu faktor penunjang dalam memberikan pelayanan.²²

5. Prinsip Pelayanan Prima

Prinsip merupakan awal dari segalanya. Apabila prinsip dalam sebuah organisasi sudah kuat maka arah tujuan dari sebuah organisasi sudah jelas, begitu pula dengan pelayanan prima yang diterapkan dalam sebuah perusahaan. Prinsip pelayanan prima berarti apa yang menjadi dasar semua *stakeholder* perusahaan dalam melayani seluruh konsumen dan arah tujuannya. Berikut prinsip pelayanan prima menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi dalam bukunya *Konsumen dan Pelayanan Prima*.²³

a. Motivasi

Kata motivasi digunakan untuk menggambarkan suatu dorongan, kebutuhan, keinginan untuk melakukan sesuatu. Definisi motivasi itu sendiri adalah mengapa individu bertingkah laku, berfikir

²² *Ibid*, hlm. 109

²³ *Ibid*, hlm. 112-117.

dan memiliki perasaan dengan cara yang mereka lakukan, dengan penekanan pada aktifasi dan arah dari tingkah lakunya.

b. Ikhlas dan Ibadah

Ikhlas adalah satu kriteria untuk menetapkan diterima atau ditolakny amal ibadah dari umat yang mengaku telah Islam dan telah beriman. Oleh sebab itu, maka ikhlas ini menjadi alat penentu bagi amal dan ibadah seorang mukmin. Keikhlasan itu hanya Allah yang mengetahui, walaupun manusia pandai dalam menyembunyikan apa yang ada dalam hatinya, sungguh Allah tau hakikat niat yang sebenarnya.

c. Motivasi Ikhlas

Al-Qur'an menyebutkan beberapa motivasi aktivitas seseorang. Selayaknya manusia yang beragama sudah seharusnya dapat mengimplementasikan nilai nilai yang luhur atau motivasi yang dapat dibenarkan sebagaimana dijelaskan oleh Mujib dan Mujakir:

- 1) Melaksanakan ibadah hanya karena Allah. Sebagaimana firman-Nya yang artinya: “Katakanlah, sesungguhnya shalatku, ibadahku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam” (Al-An'am:126);
- 2) Apabila mencari keberuntungan akhirat maka akan mendapatkan keberuntungan dunia pula, dan sebaliknya apabila yang dicari keberuntungan dunia maka tidak akan mendapat keberuntungan akhirat. Firman Allah: “Barang siapa yang menghendaki

keuntungan di akhirat akan kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keberuntungan di dunia kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagia pun di akhirat.”(Asy-Syura:20).

Kaitannya dengan pelayanan prima adalah, seberapa kuat tujuan yang ingin dicapai motivasi dan usahalah yang menentukan. Seberapa jauh suatu perusahaan dapat memfasilitasi karyawannya untuk menanamkan motivasi ikhlas.

6. Konsep A4 dalam Pelayanan Prima

Aspek pelayanan merupakan sesuatu yang dijual oleh sebuah perusahaan jasa. Apabila pelayanan yang ditawarkan oleh produsen sangat baik atau prima maka setidaknya itu akan membuat perusahaan bertahan pada kerasnya persaingan bisnis. Ada banyak poin yang harus diperhatikan ketika menerapkan pelayanan prima, satu diantaranya adalah menjalankan konsep A4:²⁴

a. *Attitude*

Poin utama dalam pelayanan prima adalah *attitude*. Karyawan harus bersikap ramah dan sabar terhadap semua konsumen yang datang, tidak ada perbedaan baik konsumen kelas atas atau konsumen kelas bawah semuanya harus diperlakukan sama. Kesan *attitude* yang baik pada karyawan bisa didapatkan ketika karyawan bersikap dan

²⁴ *Ibid*, hlm. 117-118.

berbahasa yang sopan, cekatan dalam menangani keluhan, dan menjadikan konsumen sebagai raja.

b. *Attention*

Attention atau perhatian adalah tindakan memperhatikan keinginan konsumen dan berfokus untuk membuat konsumen puas atas pelayanan yang diberikan. Ada beberapa cara untuk mewujudkan atensi tersebut antara lain, memahami setiap karakter konsumen yang datang, mengerti kebutuhan dan kepentingan konsumen, serta mampu memberikan masukan ketika diperlukan.

c. *Action*

Setelah memulai pelayanan dengan *attitude* yang baik dan memahami keinginan konsumen, langkah selanjutnya adalah segera melakukan tindakan (*action*) atas apa yang diharapkan konsumen. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip, cepat, tepat, hemat dan selamat.

d. *Anticipation*

Anticipation adalah perhitungan tentang hal-hal yang belum terjadi. Perusahaan yang menerapkan pelayanan prima harus menyiapkan solusi atas segala kemungkinan yang terjadi, hal itu biasa disebut sebagai antisipasi bisnis. Antisipasi yang perlu dipersiapkan tentu berkaitan dengan kepentingan konsumen. Bentuk antisipasi berupa antisipasi dana dan antisipasi lainnya yang disesuaikan dengan jenis bisnisnya.

7. Standar dan Mutu Pelayanan

Pelayanan mengacu pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terwujud ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Konsumen yang merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan akan mempunyai ikatan emosional dengan suatu produk, hal tersebut menyebabkan loyalitas konsumen menjadi tinggi. Budaya organisasi juga sangat menunjang dalam suatu organisasi dengan tujuan semua yang berada dalam lingkungan organisasi dapat memuaskan konsumen.

Tujuan utama dari pelayanan prima adalah memuaskan konsumen, sedangkan kepuasan itu sendiri dapat dicapai ketika produsen dapat memahami apa yang diinginkan konsumen. Mengenai mutu menurut Tjiptono yang dikutip oleh Daryanto dan Ismanto Setyobudi bahwa sedikitnya 3 level (tingkat) harapan konsumen, yaitu:²⁵

- a. Harapan konsumen yang paling sederhana dan berbentuk asumsi “*must have*” dan “*take it for granted*”. Misalnya saya berharap sebuah salon dapat memotong rambut saya sesuai model rambut yang dipilih.
- b. Kepuasan konsumen dicerminkan oleh pemenuhan spesifikasi tertentu. Misalnya, saya berharap dilayani dengan ramah oleh karyawan salon tersebut.

²⁵ *Ibid*, hlm.127-128

- c. Konsumen menuntut suatu kesenangan atau jasa yang bagus sehingga membuat konsumen tertarik. Contohnya salon tersebut memberikan pilihan minuman kepada konsumen setelah perawatan.

8. Analisis SWOT

Menurut Irham Fahmi dalam bukunya *Manajemen Strategis* menyatakan bahwa SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.²⁶

a. Tujuan Penerapan SWOT

Tujuan penerapan SWOT pada suatu perusahaan adalah agar menjadikan perusahaan lebih fokus, dari analisa SWOT tersebut bisa dijadikan perbandingan dari berbagai sudut pandang., baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin terjadi di masa mendatang.²⁷

Istilah daur hidup produk (*life cycle produk*) adalah dimana ketika sebuah produk mengalami pasang surut dalam penjualannya di pasaran. Hal tersebut dapat terjadi karena konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam menggunakan sebuah produk.²⁸

²⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 252-265.

²⁷ *Ibid*, hlm. 254.

²⁸ *Ibid*.

b. Faktor Internal dan Eksternal dalam Perspektif SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka harus dilihat faktor internal dan faktor eksternal sebagai variabel penting dalam analisis SWOT.²⁹

1) Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Di mana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan.

2) Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength and weaknesses* (S and W). Di mana faktor ini menyangkut dengan kondisi terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁹ *Ibid*, hlm. 260-261.

Tabel 1. 1 Faktor Eksternal dan Faktor Internal

a. Faktor Eksternal				
<i>Opportunities</i> (peluang)	>	<i>Threats</i> (ancaman)	⇒	Kondisi Perusahaan yang baik
<i>Opportunities</i> (peluang)	<	<i>Threats</i> (ancaman)	⇒	Kondisi Perusahaan yang tidak baik
b. Faktor Internal				
<i>Strengths</i> (kekuatan)	>	<i>Weaknesses</i> (kelemahan)	⇒	Kondisi Perusahaan yang baik
<i>Strengths</i> (kekuatan)	<	<i>Weaknesses</i> (kelemahan)	⇒	Kondisi Perusahaan yang tidak baik

Kesimpulan yang dapat diambil dari tabel di atas dan layak diterapkan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

Pertama, sebuah perusahaan yang baik adalah ketika *opportunity* (peluang) lebih besar dari pada *threat* (ancaman) dan begitu pula sebaliknya. Kedua, sebuah perusahaan yang baik adalah ketika *strenght* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *weakness* (kelemahan) dan begitu pula sebaliknya.

c. Model Analisis SWOT

Untuk menciptakan analisa SWOT yang baik dan tepat maka perlu dibuat model analisa SWOT yang *representative* dalam artian suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dan aktivitas kegiatannya atau bisa juga diartikan menganalisa sesuai dengan kondisi yang ada. Adapun untuk menyusun nilai bobot, rating

dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut.³⁰

1) Bobot Nilai :

- a) 1,00 = sangat penting
- b) 0,75 = penting
- c) 0,50 = standar
- d) 0,25 = tidak penting
- e) 0,10 = sangat tidak penting

2) Rating Nilai:

- a) 5 = sangat baik
- b) 4 = baik
- c) 3 = netral (standar)
- d) 2 = tidak baik
- e) 1 = sangat tidak baik

3) Skor Nilai :

Skor nilai dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$SN = BN \times RN$$

Keterangan :

SN = Skor Nilai

BN = Bobot Nilai

RN = Rating Nilai

³⁰ *Ibid*, hlm. 262.

Setelah menentukan faktor internal dan faktor eksternal maka dibuat matriks analisis SWOT sebagai berikut:³¹

Tabel 1. 2 Matriks Analisis SWOT³²

	Strengths (S) Daftar Semua Kekuatan yang dimiliki.	Weaknesses (W) Daftar Semua Kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan semua yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif.³³ Penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan.³⁴ Kemudian penelitian ini bersifat deskriptif untuk

³¹ *Ibid*, hlm. 265

³² Mudrajad Kuncoro, 2006, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlanga), hlm.52.

³³ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami realita sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan seharusnya. (Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo, Zifatma Publisher, 2015), hlm. 3.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 347.

menggambarkan serta menganalisa secara objektif mengenai permasalahan strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) tepatnya di Jl. Gedongkuning Selatan No.204A, Pelem Mulong, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama dalam penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Dalam hal ini yang dimaksud dari subjek penelitian disini mencakup sumber data dapat diperoleh oleh peneliti di lembaga tersebut, meliputi SDM, staf dan konsumen.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.³⁵ Objek penelitian yang dimaksud adalah strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

³⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm. 91.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.³⁶ Data Primer dapat diperoleh dari argumen subjek penelitian (orang) baik secara individu ataupun kelompok. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah SDM, staf dan konsumen. Selain argumen dari subjek penelitian, hasil observasi dan hasil wawancara juga termasuk sumber data primer.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, melalui media perantara.³⁷ Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai macam media yaitu dokumentasi, catatan-catatan, laporan historis yang disusun secara arsip baik yang dipublikasikan atau tidak dan relevan dengan strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

³⁶ R.A Supriyono, Akuntansi Keperilakuan, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018)hlm. 48.

³⁷ *Ibid.*

data.³⁸ Berikut metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Observasi

Metode pertama pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah observasi.³⁹ Keuntungan dari observasi itu sendiri adalah metode pengumpulan data yang sederhana dan cenderung tidak membutuhkan banyak biaya. Cara kerja metode observasi pada penelitian ini adalah peneliti akan melakukan pengamatan namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan perusahaan guna mendapatkan data yang relevan dengan objek yang dituju

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.⁴⁰ Data Primer dapat diperoleh dari argumen subjek penelitian (orang) baik secara individu ataupun kelompok. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah SDM, staf dan konsumen. Selain argumen dari subjek penelitian, hasil observasi dan hasil wawancara juga termasuk sumber data primer.

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta ,CV, 2015), hlm. 225.

³⁹Observasi adalah proses pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.Uswatun Khasanah, Pengantar *Microteaching*,(Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 25

⁴⁰R.A Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018)hlm. 48.

b. Wawancara

Metode kedua adalah wawancara.⁴¹ Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Umrati dan Hengki Wijaya mengatakan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam mengintrepetasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi.⁴² Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur. Salah satu instrumen yang digunakan dapat berupa *interview guide* dan *handphone*. Wawancara yang dilakukan secara tatap muka atau dengan bantuan alat komunikasi guna mendapatkan informasi yang mendalam dari sumber data yaitu SDM, staf dan konsumen tentang dengan strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

c. Dokumentasi

Metode ketiga adalah dokumentasi.⁴³ Metode dokumentasi mendukung data yang didapatkan oleh metode lainnya yang berkaitan

⁴¹Proses percakapan yang dilakukan oleh interviewer dan interviewee dengan tujuan tertentu dengan pedoman, dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu. Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta:PT. Leutika Nouvalitera, 2016) hlm. 3.

⁴²Umrati, Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), hlm. 80.

⁴³ Dokumentasi merupakan data yang telah lalu y berkaitan dengan fokus penelitian dan dapat berbentuk teks tertulis, artepak, gambar, maupun foto.

dengan strategi pelayanan prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di masa Covid-19.

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menganalisis data. Peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sebagai gambaran persoalan yang diteliti, kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik penalaran induksi.⁴⁴ Data berupa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah diperoleh peneliti akan diproses menggunakan metode induktif lalu data diuraikan secara deskriptif. Menurut Creswell yang dikutip Kartika ada 6 (*enam*) langkah analisis induktif.⁴⁵

- a. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, *scanning* materi, menetik data lapangan serta memilah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda bergantung pada sumber informasi.
- b. Membaca seluruh data. Langkah pertama adalah membangun general sense atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.
- c. Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. Coding merupakan proses mengolah materi/informasi menjadi segmen-

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2010), hlm. 9.

⁴⁵ Kartika, *Implementasi Pendidikan Karakter Dalam Kegiatan Storytelling*, Skripsi (Bandung Universitas Pendidikan Indonesia, 2014), hlm. 40.

segmen tulisan sebelum memaknainya. Langkah ini melibatkan beberapa tahap: mengambil data atau gambar yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan, mensegmentasikan kalimat-kalimat (atau paragraf-paragraf) atau gambar-gambar tersebut kedalam kategori-kategori, kemudian melabeli kategori-kategori ini dengan istilah-istilah khusus yang sering kali didasarkan pada istilah/bahasa yang benar-benar berasal dari partisipan.

- d. Menerapkan proses coding untuk mendeskripsikan setting, orang-orang kategori-kategori dan tema-tema yang akan dianalisis. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai orang-orang, lokasi-lokasi, atau peristiwa-peristiwa dalam setting tertentu.
- e. Tunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan yang paling populer adalah dengan menerapkan pendekatan naratif dalam menyampaikan hasil analisis.
- f. Mengintreprestasikan atau memaknai data. Mengajukan pertanyaan seperti *"pelajaran apa yang bisa diambil dari semua ini?"* akan membantu mengungkap esensi dari suatu gagasan.

7. Uji Keabsahan Data

Data yang diperoleh di lapangan adalah fakta yang masih mentah yang artinya masih perlu diolah atau dianalisis lebih lanjut agar menjadi data yang dapat dipertanggung jawabkan setelah data diperoleh, hal

selanjutnya yang harus dilakukan peneliti adalah menguji keabsahan data yang didapatkan.⁴⁶

Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif berdasarkan penjelasan sudah dipaparkan peneliti akan melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Menurut John W. Creswell *“triangule different data sources of information by examining evidance from the sources and using it to build a coherent justification for themes”*⁴⁷

Maksudnya, sumber data diperoleh dengan menguji bukti-bukti dari sumber dan menggunakan justifikasi yang koheren sehingga terbangunlah tema. Pada penelitian ini digunakan dua triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data.

Berdasarkan penjelasan diatas, data yang diuji keabsahannya dengan beberapa teknik uji keabsahan data meliputi kredibilitas, trasnferabilitas, dependibilitas, dan kofirmabilitas yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Kredibilitas

Uji kredibilitas data dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, diskusi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan

⁴⁶ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 214.

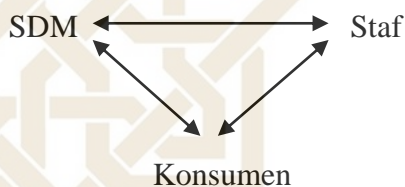
⁴⁷ John W Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, (California: SAGE Publication, 2009), hlm. 191.

referensi, dan *membercheck*.⁴⁸ Akan tetapi, dalam penelitian ini hanya menggunakan dua cara untuk menguji hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁴⁹

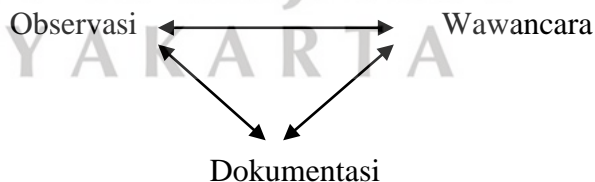
Gambar 1. 1 Triangulasi Sumber



2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁵⁰

Gambar 1. 2 Triangulasi Teknik



⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian; Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 270.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 273.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 330

b. Transferabilitas

Pengujian data dengan transferabilitas disebut juga dengan validitas eksternal. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain.⁵¹

c. Dependabilitas

Uji dependabilitas sering disebut sebagai realibilitas. Suatu penelitian yang *reliabel* adalah ketika orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Pada pengujian data penelitian kualitatif, *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.⁵²

d. Konfirmabilitas

Uji Konfirmabilitas merupakan uji objektivitas di dalam penelitian, penelitian bisa dikatakan objektif apabila penelitian ini telah disepakati oleh orang banyak.⁵³

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 276.

⁵² *Ibid.*, hlm. 277.

⁵³ *Ibid.*

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) adalah sebuah salon dan spa yang berkonsep islami. Penerapan konsep A4 pada pelayanan prima di RCSM meliputi *attitude, attention, action, dan anticipation*. Konsep yang paling berpengaruh dalam penerapan pelayanan prima di RCSM adalah konsep *action* dikarenakan dapat menarik minat konsumen untuk melakukan perawatan.

Strategi yang lebih berpengaruh dapat digunakan RCSM dalam mengatasi situasi pandemi Covid-19 adalah strategi SO yaitu kombinasi dari kekuatan dan kesempatan yang dimiliki. Kekuatan RCSM yang mempunyai andil besar yaitu privasi karena RCSM merupakan salon muslimah dan penerapan protokol kesehatan yang menjadi syarat mutlak bagi setiap pelaku usaha di masa pandemi Covid-19 ini. Pemberlakuan kebijakan pemerintah yang membuat masyarakat berdiam diri di rumah menjadi peluang besar bagi RCSM untuk membuat inovasi pelayanan yang bertujuan untuk menjawab peluang tersebut. Bentuk strategi pelayanan prima yang ditawarkan oleh RCSM Gedongkuning pada masa Covid-19 ialah dengan menerapkan protokol kesehatan yang menjamin keselamatan konsumen, pelayanan *home care service* yang memudahkan konsumen untuk melakukan perawatan tanpa harus keluar rumah.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. RSCSM hendaknya istiqomah menjalankan konsep A4 dalam pelayanan prima yaitu *attitude*, *attention*, *action*, dan *anticipation*, terutama menekankan pada konsep *action* dikarenakan banyak mendapatkan tanggapan positif dari konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian di bidang yang sama, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan metode yang berbeda. Selain itu dapat mengganti subjek penelitian lain yaitu salon lain sehingga dapat menggambarkan dan membandingkan antara salon yang satu dengan yang lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Waca Media, 2015).
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Strategis*, Bandung: ALFABETA, 2015.
- J. Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2010.
- Kartika, *Implementasi Pendidikan Karakter Dalam Kegiatan Storytelling*, Skripsi Bandung Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.
- Kepmenpan No.63/2003. Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Khasanah, Uswatun, *Pengantar Microteaching*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlanga, 2006.
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatma Publisher, 2015.
- Mukarom, Zaenal, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Rosi Sarwo Edi, Fandi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, Yogyakarta: PT. Leutika Nouvalitera, 2016.
- Soemohadiwidjojo, Arini T., *KPI(Key Performance Indicator)*, Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup), 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian; Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.

_____*Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Supriyono, R.A, *Akuntansi Keperilakuan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018.

Umrati, Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.

Usman, Husaini, dan Purnomo Setia Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Rahmayanti, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010.

W Creswell, John *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, California: SAGE Publication, 2009.

Skripsi dan Jurnal

Adinugraha, Hendri Her mawan dan Mila Sartika, *Halal Lifestyle di Indonesia*, Semarang, An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 05, Nomor 02, April 2019.

Amin Hastutik, Siti “*Implementasi Pelayanan Prima pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dalam Meningkatkan Kepuasan Customer di Kantor Wilayah Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta*”, Skripsi, (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2019),

Firdhousy, Zainin, “*Implementasi Pelayanan Prima bagi Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Penerima Bantuan Iuran (PBI) di RSUP Dr.Sadjito Yogyakarta*”, Skripsi, (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, UIN Sunan Kalijaga, 2016).

Muthmainna, Amina, “*Implementasi Budaya Organisasi di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta*”, Skripsi, (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, 2020), hlm. 90.

Nurhasanah, Siti, dkk, “*Strategi Pelayanan Prima KBIH dalam Meningkatkan Kualitas Bimbingan Ibadah Haji*”, Artikel, Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, Bandung: Manajemen Dakwah UIN Sunan Gunung Djati, 2018.

Prabowo, Ridho dengan judul “*Manajemen Pelayanan Prima Karyawan Part Time Garda Depan PT. Aseli Dagadu Djokdja tahun 2018*”, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Rosmandi, Maskarto Lucky Nara, *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*, Bandung: Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 bulan Maret 2021.

Surat Edaran Nomor HK. 02.01/MENKES/216/2020 Tentang Protokol Pencegahan Penularan *Corona Virus Disease* (Covid-19) di Tempat Kerja.

Web

[https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/dampak-resepsi-corona-mengalir-ke-berbagai-sektor.](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/dampak-resepsi-corona-mengalir-ke-berbagai-sektor)

[https://www.merdeka.com/khas/tumbal-krim-pemutih-abal-abal.html.](https://www.merdeka.com/khas/tumbal-krim-pemutih-abal-abal.html)

[https://tirto.id/psbb-jogja-2021-diperpanjang-sampai-8-februari-aturan-terbaru-f9Ak,](https://tirto.id/psbb-jogja-2021-diperpanjang-sampai-8-februari-aturan-terbaru-f9Ak)

[https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190216095625-277-369797/dilema-beauty-40-saat-standar-cantik-ada-di-tangan-netizen,](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190216095625-277-369797/dilema-beauty-40-saat-standar-cantik-ada-di-tangan-netizen)

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30757/3m-dan-3t-jurus-pemerintah-cegah-penyebaran-covid>







STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN I

Uji Konfirmabilitas SDM Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning

Identitas informan

Nama : Rini Dwiantari
 Jabatan : SDM
 Lama Bekerja : 6 tahun
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Jumat, 22 Januari 2021, 14.20 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Oppo berwarna gold

No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa? Rini Dwiantari	Pertanyaan Wajib	
2	Bagaimana sejarah berdirinya RCSM ? RCSM bermula dari peluang yang ditangkap oleh <i>owner</i> yang melihat bahwa salon yang berkonsep muslimah masih sedikit di Yogyakarta. RCSM dulu belum mempunyai tepat perawatn seperti searang ini tetapi di sebuah rumah dan menjalankan bisnis hanya dengan peralatan sederhana. Air yang digunakan juga masih di ember bukan keran biasanya.	Pertanyaan Wajib	
3	Bagaimana filosofi logo RCSM? Teratai menggambarkan 5 rukun Islam sebagai cerminan perilaku karyawan yang sesuai dengan tuntunan Islam serta privasi yang diberikan RCSM. Teratai itu sendiri merupakan bunga yang hidup di air begitu pula memerlukan lumpur untuk hidup yang menggambarkan kehidupan. Sosok wanita menggambarkan emansipasi wanita serta bunga yang berada pada bahu kanan menggambarkan keindahan.	Pertanyaan Wajib	
3	Apa saja fasilitas tambahan yang ditawarkan RCSM ketika covid-19 ? Protokol kesehatan seperti cek suhu, screening, masker, APD, kantung plastik.	Pertanyaan Wajib	
4	Mengapa RCSM mengambil konsep muslimah ? bukankah itu akan mempersempit pangsa pasar? Karena kami mengutamakan privasi konsumen, bukan mempersempit pangsa pasar namun mempunyai segmentasi tersendiri.	Pertanyaan Tambahan	
5	Apakah keunggulan RCSM? RCSM menawarkan privasi kepada setiap konsumen yan kadang jarang ditemukan di salon lainnya, selain itu sistem reservasi yang	Pertanyaan Wajib	

	memudahkan konsumen tanpa harus menunggu, pelayanan yang memuaskan seperti <i>treatment facial</i> tetapi sudah <i>include</i> massage kaki, tangan, dada, dan punggung.		
6	Menurut anda salon manakah yang menjadi kompetitor RCSM ? Kalau dari segi produk Natasha, Naava Green. Sedangkan dari segi pelayanan mungkin Laurent.	Pertanyaan Wajib	Mai
7	Rata-rata konsumen yang datang sebelum dan sesudah covid-19 berjumlah berapa orang ? Ada penurunan sekitar 30%-40%	Pertanyaan Tambahan	Mai
8	Apa pentingnya pelayanan prima bagi anda ? Pelayanan prima bagi saya sangat penting karena ini merupakan bisnis pada pelayanan jasa jadi faktor utama yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang diberikan pada konsumen. Pelayanan yang prima pasti dapat memuaskan konsumen yang datang. Apabila konsumen merasa puas maka akan datang lagi.	Pertanyaan Wajib	Mai
10	Adakah kegiatan yang dilakukan RCSM untuk meningkatkan budaya kerja ? Bagaimana kegiatannya? Adakah nilai keislamannya ? Tentu ada, kami mengadakan pengajian setiap dua minggu sekali. Dalam pengajian tersebut sudah termasuk motivasi kepada semua karyawan. Isi dari motivasinya bagaimana karyawan harus bersikap kepada konsumen, tidak boleh berhibah tentang perilaku konsumen dan tidak boleh bekerja hanya karena uang.	Pertanyaan Wajib	Mai
11	Bagaimana perasaan anda ketika melayani konsumen ? Pasti senang, karena konsumen adalah raja. Apapun masalah yang kita hadapi ketika bekerja harus memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.	Pertanyaan Wajib	Mai
12	Apa dasar ibu melayani konsumen? Saya ingin melayani konsumen dengan ikhlas supaya mereka merasa puas datang ke RCSM ini.	Pertanyaan Wajib	Mai
13	Bagaimana strategi sikap karyawan ketika masa covid-19? Adakah keijakan khusus? Sikap karyawan sama saja, namun harus patuh terhadap protokol kesehatan.	Pertanyaan Wajib	Mai
14	Bagaimana strategi perhatian karyawan terhadap konsumen ?	Pertanyaan Wajib	Mai






	Karyawan ketika covid-19 dan sebelum covid-19 berusaha tidak membuat konsumen kebingungan.		
15	Apakah <i>treatment</i> yang diberikan sesuai keinginan konsumen atau hasil konsultasi terlebih dahulu? Berbeda-beda, terkadang konsumen konsultasi dan kami rekomendasikan apabila terlalu mahal kami tawarkan yang lainnya, atau ada juga konsumen yang langsung memilih <i>treatmentnya</i> sendiri.	Pertanyaan Tambahan	Mai
16	Bagaimana respon RSCM ketika mendapat keluhan dari konsumen ? Keluhan biasanya disampaikan langsung dan itu dari <i>customer service</i> kemudian disampaikan kepada saya dan kemudian ke bagian keuangan. Penanganannya kami hubungi konsumen tersebut dan menawarkan perawatan gratis.	Pertanyaan Wajib	Mai
17	Bagaimana SOP yang dijalankan RSCM ? SOP itu ada dua SOP pelayanan dan SOP Manajemen. SOP Pelayanan bagaimana urutan setiap <i>treatment</i> dan tidak boleh di share karena merupakan rahasia perusahaan. Sedangkan SOP Manajemen meliputi <i>grooming</i> karyawan atau performa karyawan dimulai dari penampilan rapi, wangi, kemudian ketepatan waktu, sopan santun kepada konsumen. Kalau semasa covid-19 ketaatan protokol kesehatan. Seperti memakai jarak buka seprai dan di strelisasi ketika setiap perawatan dan ketika sebelum tutup salon.	Pertanyaan Wajib	Mai
18	Bagaimana standar pelayanan khusus di masa covid-19? Standar pelayanan sama saja <i>bedanya</i> hanya ditambahkan protokol kesehatan.	Pertanyaan Tambahan	Mai
19	Bagaimana terobosan strategi ketika masa covid-19? Kami membuat YOUFU GO atau pelayanan Home Service yang baru launchig bulan ini . Dan pada awal pandemi kami membuat kebijakan baru yang mengharuskan karyawan juga menjual produk <i>skincare</i> untuk menyelamatkan mereka dari PHK dan pemasukan untuk gaji mereka. Karena kami sempat tutup satu bulan ketika pandemi.	Pertanyaan Wajib	Mai
20	Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan oleh RSCM membuat puas konsumen ? dalam hal apa ? Iya, dari segi pelayanannya.	Pertanyaan Tambahan	Mai










21	Menurut anda apakah yang menjadi kelebihan pelayanan RCSM ? Pelayanan All in one tadi seperti facial dan massage, kemudian ketika pandemi mungkin <i>screening</i> .	Pertanyaan Wajib	Mai
22	Menurut anda apa yang menjadi kendala pada masa covid-19 ini ? Ada konsumen yang berbohong ketika mempunyai gejala seperti batuk, pilek sehingga kami sekarang semakin memperketat pros <i>screening</i> .	Pertanyaan Wajib	Mai
23	Bagaimana inovasi pelayanan ketika covid-19? YOUFU GO atau home service	Pertanyaan Wajib	Mai
24	Menurut anda apa yang menjadi kelebihan kompetitor RCSM semasa covid-19? Kompetitor jugsama menerapkan prosedur kesehatan da dari segi pelayanan mungkin belum ada.	Pertanyaan Wajib	Mai
25	Berapa cabang RCSM dan kemitraan RCSM ? Jogja 5, Sragen, Magelang, Palembang, Gombong, Purworejo lebih dari 10 pokoknya.	Pertanyaan Tambahan	Mai









Uji Konfirmabilitas Staf Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning









Identitas informan

Nama : Nova Triyana
 Jabatan : *Customer service* dan *Koordinator Terapis*
 Lama Bekerja : 9 tahun
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Senin, 28 Desember 2020, 13.15 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Realme berwarna hitam

No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	<p>Pelayanan yang dilakukan oleh RCSM ketika pandemi covid-19 berbeda, adakah kendala yang ditemui ?</p> <p>Kendala terletak pada <i>customer</i>, karena RCSM sendiri sudah melakukan sesuai protokol yang dianjurkan. <i>Customer</i> tidak jujur, kadang ada yang sudah melakukan perjalanan ke luar kota tapi tidak jujur. Ada gejala batuk atau pilek sedangkan kebijakan kami apabila ada yang sedang batuk dan pilek tidak boleh melakukan perawatan, tetapi ada beberapa <i>customer</i> yang br engaku ketika ditengah perawatan.</p>	Pertanyaan Wajib	
2	<p>Sebelum melakukan perawatan adakah proses <i>screening</i> terlebih dahulu ?</p> <p>Ada tes wawancara dulu, kalau yang sudah melakukan perjalanan keluar kota banyak yan jujur tapi untuk yang batuk dan pilek kebanyakan tidak jujur.</p>	Pertanyaan Wajib	
3	<p>Tindakan yang diambil oleh RCSM ketika ada <i>customer</i> yang baru jujur di tengah perawatan?</p> <p>Diberikan masker, kecuali ketika <i>facial</i>. <i>Terapis</i> yang lebih melindungi diri seperti menggunakan masker, <i>faceshield</i>, <i>hand gloves</i>. Soalnya tidak mungkin menghentikan perawatan.</p>	Pertanyaan Wajib	
4	<p>Adakah <i>complain</i> dari <i>customer</i> terkait pelayanan RCSM selama Covid-19?</p> <p>Mungkin lebih kepada masukan, biasanya dari dokter, perawat atau petugas medis. Soalnya kalau di rumah sakit jendela dan AC dibuka kalau disini ruangnya tertutup padahal kalau dari kesehatan gak boleh harus ada sirkulasi udara, kalau semisal ada <i>customer</i> tersebut sesuai permintaannya, dan tidak menerima <i>customer</i> lain yang sesuai keinginan <i>customer</i> tersebut.</p>	Pertanyaan Wajib	
5	<p>Menurut anda apa kelebihan dan kekurangan RCSM sebagai salon muslimah ?</p> <p>Lebih privat karena khusus untuk muslimah, dan ketika melayani <i>customer</i> terapis akan memulai dengan mengatakan “bismillah treatmennya saya mulai” dan apabila sudah selesai mengatakan “alhamdulillah</p>	Pertanyaan Wajib	







	treatmentnya sudah selesai”.		
6	<p>Apakah konsumen yang non islam boleh melakukan perawatan ?</p> <p>Sebenarnya aturannya tidak boleh, namun kita tidak tega mengusir customer. Kita mempunyai customer non islam yang berlangganan disini bahkan sampai bertahun tahun, mungkin karena nyaman daibandingkan dengan salon yang umum.Tetapi tidak ada aturan yang sampai mengatur hal tersebut.</p>	Pertanyaan Tambahan	
7	<p>Apakah ketika covid ini, ketika ingin perawatan harus reservasi dulu ?</p> <p>Dari awal memang harus reservasi, ketika awal pandemi kita membatasi satu terapis kita memengang 2-3 semakin kesini tapi semakin normal habis lebaran idul fitri udah hampir normal. Bulan ini ada penurunan bulan ini. Penurunan konsumen dipengaruhi oleh kegiatan yang lain misalnya berbarengan dengan pembayaran anak sekolah atau idul adha itu memengaruhi customer untuk tidak perawatan dulu karena rata-rata yang menjadi customer adalah ibu-ibu.</p>	Pertanyaan Tambahan	
8	<p>Kalau mahasiswa mbak ?</p> <p>kalau mahasiswa itu di RCSM Jakal, kalau yang di Gedongkuning itu ibu ibu.</p>	Pertanyaan Tambahan	
9	<p>Mungkin aksesnya juga mempengaruhi. Karena jauh dari kampus. Reservasinya bisa melalui apa mbak ?</p> <p>melalui whatsapp atau telepon.</p>	Pertanyaan Tambahan	
10	<p>Apabila langsung datang kesini tanpa resrvasi tetap bisa melakukan perawatan atau tidak ?</p> <p>Bisa, apabila kosong. Kalau semisal rame mungkin bisa diarahkan ke hari lain atau dipindahkan ke sore.</p>	Pertanyaan Tambahan	
11	<p>Media apa yang dipakai untuk promosi ?</p> <p>Lewat instagram, facebook, website, tapi mungkin sekarang lebih ke instagram.</p>	Pertanyaan Tambahan	
12	<p>Apakah detail perawatannya disampaikan kepada konsumen ?</p> <p>Ada kartu perawatan, jadi disitu sudah tertera.</p>	Pertanyaan Tambahan	
13	<p>Produk yang digunakan itu dari mana ? Apakah buatan sendiri ?</p> <p>Ada produk skincare YOUFU dan ada juga menggunakan produk yang beredar di pasaran.</p>	Pertanyaan Tambahan	
14	<p>Menurut anda tarif yang ditawarkan oleh RCSM dikategorikan terjangkau atau tidak ?</p> <p>Terjangkau dengan apa yang didapatkan customer,</p>	Pertanyaan Tambahan	







	semisal seorang customer memilih treatment facial seharga Rp.55.000 sedangkan diluar hanya Rp.30.000 tapi tidak mendapatkan massage di dada, totok wajah, massage tangan, kaki, dan punggung tetapi kalau di RCSM sudah include semuanya ditambah dengan pengangkatan komedo.		
15	Apakah disini membuka member ? Apakah perbedaan customer yang memiliki member dan tidak? Untuk menjadi member ada biaya registrasi sebesar Rp.20.000. Apabila seorang member melakukan treatment diatas Rp. 200.000 mendapatkan free perawatan. Benefit yang didapat mendapatkan diskon 10% setiap kali perawatan dan spesial hari ulang tahun 20% perawatan.	Pertanyaan Tambahan	
16	Berapa durasi perawatan ? Rata- rata 1 jam	Pertanyaan Tambahan	
17	Apabila ada customer yang terlambat dan sudah melewati jadwal perawatan bagaimana ? Ditelpon, soalnya akut mengganggu jadwal selanjutnya atau diberitahu ketika awal reservasi bahwa maksimal keterlambatan 15 menit. Atau bisa diganti jadwal bisa mengganti jam atau diundur ke hari lain.	Pertanyaan Tambahan	
18	Adakah pengukuran kinerja karyawan ? Ada, setiap bulan ada briefing. Nanti ada penghargaan ada setahun sekali. Berupa hadiah yang berbeda beda.	Pertanyaan Wajib	
19	Kalau evaluasi ? Kalau evaluasi mungkin kendala operasional, dan complain.	Pertanyaan Tambahan	
20	Bagaimana respon complain dari RCSM? Biasanya complain seputar perawatan yang diberikan misalnya massagenya kurang lama, kurang enak, jadi kita mengatasinya lewat whatsapp terus mungkin kita kasih free atau diskon atau selanjutnya dikasi terapis yang memang kinerjanya pasti bagus.	Pertanyaan Wajib	
21	Apakah ada strehirilisasi ketika setelah perawatan ? Iya ada biasanya setelah perawatan disemprot alkohol dan sepraynya juga tidak di display tapi kami menggunakan jarik.Jadi satu customer satu kain. Terapisnya pasti pake masker dan pake APD. Apabila ada customer yang terkena gejala flu terapisnya memakai hand gloves atau ketika sudah merawat pasien medis yang kemungkinan berhubungan dengan pasien covid terapisnya langsung mandi, masker yang digunakan juga pasien medis N95.	Pertanyaan Wajib	
22	Standar pelayanan ketika covid ? Kita tidak menggunakan hanger, tetapi menggunakan	Pertanyaan Wajib	





	plastik sekali pakai dan langsung dimasukkan ke dalam loker masing-masing. Karena kita tidak tahu customer dari mana sebelum datang ke salon. Sesudah dipakai langsung dibuang.		
23	Kelebihan RSCM ketika covid dibanding salon lain ? Screeningnya mungkin mbak.	Pertanyaan Wajib	
24	Adakah inovasi strategi untuk mengembalikan trust RSCM ? penjualan produk, semua karyawan diharuskan untuk menjual produk. Supaya mereka tetap dapat pemasukan. Untuk trust mungkin lebih kepada share kebijakan apa saja yang diberikan RSCM ketika pandemi. Kami hanya tutup sebulan saja kalau yang lain sampe 3-6 bulan soalnya tetep saja minta treatment ya awal awal mungkin hanya meminta potong rambut creambath belum sampai ke facial karena masih takut.	Pertanyaan Wajib	
25	Apakah ada diskon ketika awal pembukaan salon ketika pandemi ? Kalau itu kami malah pake charge soalnya kita memakai APD yang plastik sekali pakai setiap customer membayar Rp.15.000. Kalau sekarang sudah tidak seperti itu.	Pertanyaan Tambahan	
26	Apakah semua customer mau ? Ada yang mau, apabila dia sadar akan keamanan. Tetapi ada juga yang tidak jadi treatment.	Pertanyaan Tambahan	
27	Adakah diskon berkala ? Promo lebih ke promo treatment atau paketan promo atau event event besar saja. Kalau perbulan ada. Diskon ulang tahun RSCM dan ulang tahun customer. 17 Agustus diskon 17%.	Pertanyaan Tambahan	
28	Ancaman RSCM ketika pandemi itu apa ? mungkin penurunan omset, biasanya bisa 70 juta mungkin sekarang hanya 40 juta.	Pertanyaan Wajib	
29	Adakah upaya untuk menaikkan omset ? Penjualan produk itu mbak, dan promosi kebijakan RSCM ketika pandemi.	Pertanyaan Wajib	
30	Ada klasifikasi untuk karyawan ? Dulu non basic, kalau sekarang yang rata rata dari SMK. Tapi kami ada training selama 3 bulan diajariin dari nol. Jadi nanti full training selama satu bulan nanti memegang customer sesuai keahliannya.	Pertanyaan Tambahan	










Identitas informan












Nama : Hendri Pramita
 Jabatan : *Customer service* dan *Beauty Consultant*
 Lama Bekerja : 7 tahun
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Jumat, 15 Januari 2021, 14.15 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Oppo berwarna gold






No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa? Hendri Pramisari, sebagai Beauty Consultant dan <i>customer service</i> . Saya dulu terapis tapi semenjak pandemi saya dipindah jadi beauty consultant. Jadi ketika salon sedang ramai saya bisa membantu misalnya potong rambut.	Pertanyaan Wajib	
2	Apa perbedaan pelayanan RCSM dengan salon lainnya ? Kelebihannya banyak, kalau disini sebelum dan sesudah treatment membaca bismillah dan alhamdulillah. Seperti perawatan ada yang berbeda dengan SOP yang berbeda. Disini juga ada kajian untuk konsumen juga ada, tahsinul qur'an. Kegiatan sosial seperti berdonasi ke Palestina, jadi kita bekerja sambil beramal.	Pertanyaan	
3	Apakah kajian tersebut rutin ? Iya rutin, kajian untuk terapis juga ada, tahsinul qur'an programnya bisa dimulai dari iqra lagi. Memberdayakan single parent yang gak mampu, kita membantu usaha mobile salon. Selain itu untuk anak milenial ada program TEPI . Walaupun ini salon tapi tetep berusaha membantu sesama. Ada kegiatan rutin ke panti asuhan, ada wakaf qur'an juga. Untuk tim beauty consultant dan marketing juga ada <i>restart</i> setiap bulan supaya <i>fresh</i> kembali ketika menyambut pekerjaan yang baru sedangkan untuk terapis biasanya ada setiap tahun nmun karena pandemi jadi terhenti. Tahsin dilaksanakan setiap hari Senin dan Kamis, dan kajian dua minggu sekali.	Pertanyaan Tambahan	
4	Biasanya tema yang diangkat ketika pengajian tentang apa ? Ganti ganti, ketika awal berkaitan dengan pembentukan pribadi kita, supaya merasa tenang, mendapat sakinahnya.	Pertanyaan Tambahan	
5	Apakah itu berpengaruh pada cara bekerja anda? iya berpengaruh sekali. Contohnya yang sya raskan berpengaruh pada rasa percaya diri saya yang dulunya trainer dan <i>customer service</i> sekarang menjadi beauty consultant.	Pertanyaan Wajib	
6	Menurut anda siapa kompetitor RCSM ? Flaurent, Laseca.	Pertanyaan Wajib	

7	<p>Perbedaannya dalam hal apa ?</p> <p>Mungkin produk, kadang skincare orang ingin dapat hasil yang cepat. Karena disini menggunakan bahan alami sehingga membutuhkan proses untuk mendapatkan hasil yang bagus berbeda dengan skincare yang lain kadang mendapatkan hasil yang cepat karena tetapi menggunakan bahan yang berbahaya. Kalau flarent sepengalaman saya, memang harganya murah tetapi pelayanannya kurang memuaskan. Kalau seperti bellisima aishaern dan Navaagreen. Jadi ketika orang yang sudah kenal produk racikan seperti itu, ketika menggunakan produk dari RCSM pasti mengalami detoks karena skincarenya menggunakan bahan alami. Kadang orang tidak sabar akan hasil. Tapi sekarang sudah bnyk yang sadar akan bahaya produk yang menggunakan bahan yang berbahaya. Disini ada alat pendeteksi produk yng berby tu tidak dilihat dari kandungan basa atau asam dan kandungan lainnya. Itu tidak ditawarkan di salon lainnya.</p>	Pertanyaan Wajib	
8	<p>Kalau dari segi pelayanannya dengan salon lain ?</p> <p>Kalau di RCSM satu terapis memegang satu orang jadi tidak bergantian. Sedangkan di salon lain karyawan yang bertugas bergantian. Kalau disini terapis bisa melakukan semua treatment kecuali potong rambut karena harus mempunyai keterampilan tersendiri. Lebih baik satu orang menangani satu konsumen berhubung sekarang sedang pandemi.</p>	Pertanyaan Wajib	
9	<p>Bolehkan meminta terapis yang diinginkan ?</p> <p>Boleh, karena perawatan itu tergantung kenyamanan masing-masing</p>	Pertanyaan Tambahan	
10	<p>Apakah da penambahan fasilitas ketika pandemi covid-19?</p> <p>Ada screening, ada kebijakan, ada masker untuk customer batuk, ada plastik, wastafel, termometer. Jadi ada screening lewat online dan ada yang langsung tapi dulu pernah kecolongan jadi sekarang semakin diperketat.</p>	Pertanyaan Wajib	
11	<p>Ketika ada yang bergejala berarti tidak diperbolehkan perawatan?</p> <p>Tidak boleh.</p>	Pertanyaan Tambahan	
12	<p>Ketika ada konsumen yang lolos dan ternyata mempunyai gejala batuk atau pilek ? bagaimana tindakan dari RCSM ?</p> <p>Mau bagaimana lagi customernya sudah ganti baju kami meneruskan treatment ada konsumen naskes ada kontak dengan orang covid-19, ruangan semua langsung disemprot terapis nya semuanya mandi dan mengganti baju. Ada juga pelanggan yang dari luar kota tapi membawa surat tes rapid anti gen.</p>	Pertanyaan Tambahan	

13	Adakah penurunan konsumen ? Ada, pernah hampir 50% ketika awal pandemi. Sehabis tutup yang masuk cuman tim kantor saja sedangkan terapis libur semua.	Pertanyaan Wajib	
14	Menurut anda apa pentingnya pelayanan prima ? Itu yang membuat customer nyaman, dan itu yang membuat customer akan kembali lagi apabila kami memberikan pelayanan terbaik.	Pertanyaan Wajib	
15	Wujud pelayanan terbaik yang diberikan RCSM contohnya apa ? Melalui guest comment, tetapi selama pandemi ini belum berjalan lagi. Jadi dulu bida menerima kritik dan saran. Selain itu kalau sekarang <i>customer service</i> menanyakan lewat WA selang 1-2 hari apalagi customer yang loyal istilahnya untuk merawat mereka. Misalnya untuk customer yang memakai produk skincare juga ditanyakan apakah ada keluhan atau tidak. Sekarang da kotak masukan fasilitas selama pandemi dan testimoni berupa video dan foto. Ketika customer mau difoto pertanda customer itu puas.	Pertanyaan Wajib	
16	Apa kegiatan yang dilakukan RCSM untuk meningkatkan budaya kerja ? Pengajian, evaluasi tiap bulan, briefing, sama ada do'a pagi kadang ada baca qur'an kalau baca qur'an rutin ketika bulan puasa.	Pertanyaan Wajib	
17	Apa saja yang dibahas ketika kumpul tiap bulan ? Yaitu kendala yang di alami dan rencana untuk satu bulan kedepan.	Pertanyaan Tambahan	
18	Adakah nilai keislamannya ? tentu ada.	Pertanyaan Wajib	
19	Apa ? Banyak, harus menjadi pribadi yang tenang, tidak boleh menghancurkan orang, harus memegang teguh iman kita.	Pertanyaan Tambahan	
20	Bagaimana sikap anda ketika melayani konsumennya? Tidak boleh menjudge customer, dilarang membicarakan customer walaupun kadang ada yang bermasalah.	Pertanyaan Wajib	
21	Pernahkah anda menemukan customer yang tidak wajar ? Banyak, ada yang stres saya sendiri takut ketika dulu menjadi terapis karena ditinggal suaminya .	Pertanyaan Tambahan	
22	Terus bagaimana sikap anda ketika melayani customer tersebut ? Harus tenang, kalau kita tidak tenang nanti berpengaruh pada cara kita mentreatmentnya. Pernah ada customer ngamuk juga.	Pertanyaan Tambahan	

23	<p>Bagaimana perasaan anda ketika melayani konsumen ?</p> <p>Dibawa happy, walaupun kita sedang ada masalah harus bisa tetap happy ketika bekerja. Ibu yang depresi itu bahkan menjadi langganan RSCM.</p>	Pertanyaan Wajib	
24	<p>Menurut anda apa dampak positif yang anda terima ketika melayani konsumen dengan baik ?</p> <p>Kami sendiri merasa puas, karena ketika konsumen puas dengan pelayanan kita memiliki kepuasan tersendiri. Hampir sama ketika kita merekomendasikan produk kepada customer dan cocok kami akan merasa senang juga. Apalagi di produk rawan complain tinggi.</p>	Pertanyaan Wajib	
25	<p>Apakah ada yang pernah complain ?</p> <p>Sejauh ini belum, yang penting sabar ketika menggunakan skincare yang terbuat dari bahan alami.</p>	Pertanyaan Wajib	
26	<p>Adakah perbedaan sikap karyawan ketika pandemi dan tidak ?</p> <p>Karyawan merasa lebih nyaman, silaturahmi antar karyawan semakin erat.</p>	Pertanyaan Wajib	
27	<p>Adakah kebijakan khusus ketika pandemi ?</p> <p>Paling dipesenin harus mematuhi protokol kesehatan, harus rajin cuci tangan, masker jangan sampai lepas, kontak sama customer jangan terlalu dekat, harus tenang jangan panik, harus memakai APD, kalau facesield tergantung mood.</p>	Pertanyaan Wajib	
28	<p>Apakah terapis harus memakai hand gloves ?</p> <p>Tidak mbak karena sulit, karena kami juga selalu mencuci tangan setiap mau melakukan treatment dan setelah melakukan treatment. Kemudian setelah perawatan alatnya disemprot desinfektan dan jariknya langsung diganti.</p>	Pertanyaan Tambahan	
29	<p>Bagaimana cara perhatian karyawan terhadap konsumen ?</p> <p>Kami selalu menawarkan minum setelah treatment, kalau yang lulur selalu diarahin untuk mandi, diselimutin, dirapihin semuanya oleh terapis, yang oenting mereka selalu diarahkan dan berusaha customer tidak bingung.</p>	Pertanyaan Wajib	
30	<p>Apakah treatment yang dilakukan berdasarkan kemauan konsumen atau dikonsultasikan terlebih dahulu?</p> <p>Berbeda beda, terkadang kemauan sendiri, dan ada juga yang konsultasi dan minta untuk direkomendasikan sesuai keluhan. Misalnya masih terlalu mahal nanti diberikan opsi lain. Kalau lulur sesuai selera karen wangi yang disukai setiap orang berbeda-beda.</p>	Pertanyaan Wajib	
31	<p>Apakah anda pernah menerima keluhan dari konsumen ?</p> <p>Pernah, semisal ketika AC panas, kadang suara bad</p>	Pertanyaan Wajib	

	facial bunyi, kadang suara karyawan yan gaduh.		
32	Keluhan yang disampaikan via apa saja ? Langsung, soalnya lebih enak	Pertanyaan Tambahan	
33	Bagaimana cara merespon komentar konsumen di Google review? Harusnya iya, dan tim marketing yang menghandle tapi belum berjalan lagi.	Pertanyaan Wajib	
34	Apakah anda menerima keluhan selama covid ini ? Dulu ketika awal pandemi ada biaya charge APD untuk konsumen sebesar Rp.15.000 banyak yang keberatan juga.	Pertanyaan Tambahan	
35	Siapa yang bertanggung jawab terhadap keluhan tersebut? Kami menyampaikan kepada HRD terlebih dahulu kemudian ke bagian keuangan. Sekarang mungkin lebih ke testimoni dan testimoninya berupa foto mengikuti tren.	Pertanyaan Wajib	
36	Adakah SOP pelayanan ? Ada, tetapi ini merupakan rahasia perusahaan dan takut dijiplak. Mungkin SOP Pelayanan dari parkir cuci tangan, cek suhu, kemudian screening, naik ke lantai 2, ke <i>customer service</i> memilih treatment, ganti baju, perawatan, setelah itu mengganti baju, ke <i>customer service</i> transaksi pembayaran dan sekalian ditanyakan tentang bagaimana pelayanan yang diterima, contoh kalimatnya “ bagaimana udah segar ya bu ?” untuk memancing komentar tentang pelayanan RCSM dan terkadang ada yang tergiur dengan produk skincare yang ditawarkan. Ada produk YOUFU dan NU skin.	Pertanyaan Wajib	
37	RCSM membuka kemitraan setelah tahun 2019? Di Klaten Griya Anti Aging, Griya Cantik Khumaira.	Pertanyaan Wajib	
38	Biasanya konsumen puas dalam hal apa ? Segi pelayanannya.	Pertanyaan Wajib	
39	Biasanya nyaman dari hal apa ? Biasanya dari massage, atau kadang potong juga ada.	Pertanyaan tambahan	
40	Adakah inovasi pelayanan selama pandemi ini ? Kalau untuk traetment baru belum ada, baru menata strategi untuk mendatangkan konsumen.	Pertanyaan Wajib	
41	Tapi biasanya ada inovasi pelayanan ? Biasanya ada setiap tahun.	Pertanyaan Tambahan	
42	Bagaimana strategi untuk menghadapi pandemi ? Karyawan diwajibkan untuk menjual produk, tetapi sekarang lebih ditekankan kepada beauty consultant dan kemitraan. Masih banyak customer loyal yang belum	Pertanyaan Wajib	

	datang selama pandemi. Tapi tetap dijaga		
	Setiap berapa minggu sekali?		
43	2 minggu sekali, follow up produk min 10 hari. Kalau yang detoks 3 hari. Bisa konsultasi secara online juga. Kalau tim beauty consultant ada end month lembut ngerekap cara mencapai omset. Tetapi sekarang mindsetnya dirubah jadi diawal bulan supaya diakhir bulan kerjanya santai.	Pertanyaan Tambahan	
44	Apakah disini ada member ? Ada.	Pertanyaan Tambahan	
45	Apa kelebihan member ? Kalau member mendapatkan potongan sebesar 10% setiap perawatan dan produk 5%. Sedangkan NUSKIN berbeda lagi.	Pertanyaan Tambahan	
46	Apakah ada kendala pelayanan selama masa pandemi ? Kekurangan jarak, kadang masih sulit memberitahu customer untuk membawa mukena pribadi. Inovasi sekarang lebih kepada kegiatan sosial supaya bisa berbagi dan berguna bagi yang lainnya. Sekarang juga sedang membangun pesantren di Panda Bantul Pesantren Hafidz Qur'an.	Pertanyaan Wajib	
47	Apakah ada libur untuk karyawan ? Libur, seminggu sekali.	Pertanyaan Tambahan	

Uji Konfirmabilitas Konsumen Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning

Identitas informan



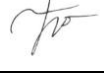








Nama : Meli
 Jabatan : Konsumen
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Senin, 28 Desember 2020, 13.15 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Oppo berwarna gold

No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa ? Meli	Pertanyaan Wajib	Meli
2	Apa yang membuat ibu tertarik melakukan perawatan di salon ini? Tempatnya privat, khusus wanita jadi lebih nyaman areanya juga mudah dijangkau, aksesnya juga gampang dijangkau.	Pertanyaan Wajib	Meli
3	Sudah berapa lama ibu melakukan perawatan di salon ini? Untuk perawatan ini yang pertama kali	Pertanyaan Wajib	Meli
4	Apakah perawatan yang dilakukan di RCSM aman berhubung sekarang sedang pandemi Covid-19? Apabila sudah menjalankan prokes Covid-19 saya kira sudah aman. Saat pertama kita datang ditanyakan riwayat, dicek kesehatan, disediakan cuci tangan, cek suhu, ada quotes riwayat perjalanan dan mewajibkan untuk memakai masker. Saya kira itu sudah cukup aman	Pertanyaan Wajib	Meli
5	Jadi sebelum perawatan diberikan formulir dulu ? Iya jadi dibawah itu diwawancara dulu, perjalanan keluar kota, punya riwayat perjalanan atau tidak, pernah sakit atau tidak, pernah demam atau tidak, saya kira itu sudah cukup melengkapi ketentuan sebelumnya	Pertanyaan Wajib	Meli
6	Ibu melakukan perawatan apa disini ? Akupuntur, dan ibu saya facial dan anak saya potong rambut.	Pertanyaan Tambahan	Meli
7	Apakah fasilitas yang ditawarkan sudah baik? Saya kira cukup dengan harga yang murah untuk kalangan pekerja cukup murah da untuk kalangan mahasiswa cukup terjangkau. Yang terpenting adalah privasinya khusus untuk wanita muslim hampir jarang.	Pertanyaan Wajib	Meli
8	Jadi menurut ibu salon yang privat untuk muslimah ini malah menjadi daya tarik ? Iya kalau menurut saya demikian, karena ketika ingin membuka jilbab juga nyaman karena tidak harus terlihat oleh lawan jenis.	Pertanyaan Tambahan	Meli

9	Berarti ibu puas dengan pelayanan yang diberikan RCSM ? iya saya puas	Pertanyaan Wajib	<i>MbaP</i>
10	Bagaimana sikap karyawan ketika melayani pelanggan ? pelayanannya ramah, komunikatif juga mungkin karena mereka sudah mempunyai SOP sendiri, karena RCSM ini sudah lama berdiri jadi SOP nya dijalankan, sesuai standar bagus.	Pertanyaan Wajib	<i>MbaP</i>
11	Kelemahan dari RCSM ini? kelemahannya karena sekarang masa covid proses screningnya menjadi makin ketat tapi malah bagus.	Pertanyaan Wajib	<i>MbaP</i>
12	Apakah ibu ada ketakutan ketika melakukan perawatan? Berhubung sekarang sedang masa pandemi dan ketika perawatan terapinya pasti memegang tubuh konsumen. Kalau ketakutan tidak, tetapi lebih kepada kekhawatiran.Mewaspadaai setelah dari sini sebelum bersentuhan dengan orang rumah saya membersihkan diri dahulu dan meminum suplemen karena kekhawatiran berlebih akan berimbas pada imun.	Pertanyaan Tambahan	<i>MbaP</i>

Identitas informan



Nama : Neti
 Jabatan : Konsumen
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Senin, 28 Desember 2020, 14.07 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Oppo berwarna gold






No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa? Neti	Pertanyaan Wajib	
2	Sudah berapa lama melakukan perawatan di RCSM ? Baru kali ini	Pertanyaan Wajib	
3	Kenapa tertarik melakukan perawatan di RCSM ini ? Diajak teman kesini, ternyata tempatnya enak juga.	Pertanyaan Wajib	
4	Apa perbedaan RCSM dengan salon lainnya ? Disinikan salon khusus cewe, kalau yang lainkan campur cewe cowo, dan disini lebih membuat nyaman.	Pertanyaan Wajib	
5	Menurut anda apakah perawatan yang dilakukan oleh RCSM ini aman atau tidak berhubung sekarang sedang masa pandemi ? Tergantung tempat pelayanannya, biasanya tepat pelayanan harus mengecek pegawainya dulu misalnya apakah sudah di swab atau belum, kebersihan tempatnya, pengunjungnya juga cuci tangan cek suhu.	Pertanyaan Wajib	
6	Bagaimana fasilitas yang ditawarkan di RCSM ? Udah bagus, sudah nyaman.	Pertanyaan Wajib	
7	Bagaimana perbedaan RCSM salon yang berkonsep islami dengan yang lainnya ? Privasinya.	Pertanyaan Wajib	
8	Apa kelebihan pelayanan RCSM ketika masa covid-19? Kelebihannya terapisnya sudah memakai masker, ketika akan melakukan tindakan di wajah meraka izin dulu mau cuci tangan. Jadi tidak langsung pergi.	Pertanyaan Wajib	
9	Berarti sikap karyawannya ramah dan sopan ? iya.	Pertanyaan Wajib	
10	Apa ancaman yang dialami RCSM ketika pandemi ? Kerugian mungkin bisa kalau semisal ada salah satu yang kena pasti harus isolasi dan tutup.	Pertanyaan Wajib	
11	Kenapa anda berani melakukan perawatan ketika pandemi ?	Pertanyaan Wajib	

	Kalau mereka sudah buka berarti mereka sudah berani bertanggung jawab, berarti tugasnya sudah mengecek kesehatan mereka dan sudah sesuai protokol.		
--	--	--	--

Identitas informan

Nama : Hilmi M
 Jabatan : Konsumen
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Minggu, 17 Januari 2021, 11.30 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Oppo berwarna gold

No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa ? Himi	Pertanyaan Wajib	
2	Sudah berapa lama melakukan perawatan di RCSM ? Baru kali ini	Pertanyaan Wajib	
3	Dari mana anda mengetahui RCSM ? Dari teman	Pertanyaan Wajib	
4	Mengapa anda tertarik melakukan perawatan di RCSM ? Pertaman diajak teman kemudian tertarik karena harga yang terjangkau serta tempatnya privat khusus muslimah jadi nyaman.	Pertanyaan Wajib	
5	Menurut anda apakah fasilitas yang disediakan oleh RCSM sudah baik ? Ya, sudah lumayan sesuai aturan protokol kesehatan.	Pertanyaan Wajib	
6	Apakah sudah membuat anda nyaman ? Mengapa? Iya sudah, karena tempatnya privat hanya untuk perempuan.	Pertanyaan Wajib	
7	Apa perbedaan pelayanan di salon lainnya ? Cara memperlakukan konsumen sangat baik contohnya ketika perawatan ditanya apakah <i>massage</i> yang diberikan sudah cukup atau terlalu kencang atau terlalu pelan.	Pertanyaan Wajib	
8	Salon apa saja yang pernah anda kunjungi? Kalau di Jogja baru RCSM.	Pertanyaan Wajib	
9	Apakah anda pernah mengunjungi salon muslimah lain ? Tidak pernah, makannya saya langsung merasanyaman di RCSM.	Pertanyaan Tambahan	
10	Bagaimana pelayanan yang diberikan RCSM ketika masa pandemi Covid-19? Adakah	Pertanyaan Wajib	

	perbedaan yang dirasakan? Dari protokol kesehatan sudah berbeda.		
11	Apakah anda melakukan reservasi sebelum datang kesini ? Iya saya melakukan reservasi.	Pertanyaan Wajib	
12	Menurut anda bagaimana sikap karyawan terhadap konsumen? Ketika <i>treatment</i> karyawan selalu menanyakan apakah konsumen sudah nyaman dengan tindakan yang diberikan selain itu juga karyawan selalu meminta izin semisal ingin mengambil sesuatu barang.	Pertanyaan Wajib	
13	Apakah perawatan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan anda ? Sesuai.	Pertanyaan Wajib	
14	Selama anda melakukan perawatan di RSCM adakah kendala yang anda temui? Karena saya baru pertama kali melakukan perawatan di RSCM saya belum menemui kendala apa-apa, mungkin kurang lama karena saking nyamannya.	Pertanyaan Wajib	
15	Apakah kelebihan pelayanan yan ditawarkan RSCM ? Layanan reservasi, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama ketika ingin perawatan, kemudian sistem <i>all in one</i> ketika melakukan facial juga mendapatkan <i>massage</i> .	Pertanyaan Wajib	
16	Menurut anda apakah inovasi yang di berikan RSCM selama pandemi Covid-19? Mungkin terapis yang biasanya tidak memakai masker, APD ketika masa pandemi menerapkan hal tersebut.	Pertanyaan Wajib	
17	Bagaimanakah suasana ketika pandemi Covid-19 dan sebelumnya ? Ya mungkin terlihat lebih sepi dari biasanya.	Pertanyaan Tambahan	

Identitas informan








Nama : Claranissa P.P
 Jabatan : Konsumen
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Sabtu, 23 Januari 2021, 11.00 WIB.
 Tempat : Salon RSCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Realme berwarna biru




No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa ? Clara	Pertanyaan Wajib	Clarif
2	Sudah berapa lama melakukan perawatan di RSCSM ? Sekitar 3 tahun	Pertanyaan Wajib	Clarif
3	Dari mana anda mengetahui RSCSM ? Plang RSCSM	Pertanyaan Wajib	Clarif
4	Mengapa anda tertarik melakukan perawatan di RSCSM ? Mudah dijangkau dari kampus saya ITY	Pertanyaan Wajib	Clarif
5	Menurut anda apakah fasilitas yang disediakan oleh RSCSM sudah baik ? Ya, sudah	Pertanyaan Wajib	Clarif
6	Apakah sudah membuat anda nyaman ? Mengapa? Iya sudah, karena letaknya yang dekat dari domisili saya, kemudian dari terapis, pelayanan yang ditawarkan, tempat perawatan sangat nyaman. <i>Treatment</i> yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Soalnya ketika cape bisa dipenuhi kebutuhannya dengan <i>massage</i> .	Pertanyaan Tambahan	Clarif
7	Apa perbedaan pelayanan di salon lainnya ? Cara memperlakukan konsumen berbeda, karyawan kurang ramah dan terlalu kasar dalam perawatan seperti ketika facial terlalu sakit.	Pertanyaan Wajib	Clarif
8	Salon apa saja yang pernah anda kunjungi? Flaurent, Aishderm, Naavagreen, Traditional <i>massage</i> .	Pertanyaan Tambahan	Clarif
9	Mengapa anda memilih berlangganan di RSCSM setelah mengunjungi banyak salon ? Karena RSCSM salon muslimah, karena yang lain masih bercampur dengan lawan jenis.	Pertanyaan Wajib	Clarif
10	Apakah anda pernah mengunjungi salon muslimah lain ? Pernah, Aishderm namun dari segi harga lebih mahal dari RSCSM	Pertanyaan Tambahan	Clarif

11	<p>Bagaimana pelayanan yang diberikan RCSM ketika masa pandemi Covid-19? Adakah perbedaan yang dirasakan?</p> <p>Dari protokol kesehatan sudah berbeda, standar protokol kesehatan.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
12	<p>Apakah anda melakukan reservasi sebelum datang kesini ?</p> <p>Iya saya melakukan reservasi, saya member.</p>	Pertanyaan Tambahan	Clary
13	<p>Menurut anda bagaimana sikap karyawan terhadap konsumen?</p> <p>Saya model <i>customer</i> yang mengajak ngobrol duluan dan terapispun menanggapi dengan ramah sehingga ketika perawatan tidak terasa sudah selesai.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
14	<p>Apakah perawatan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan anda ?</p> <p>Sejauh ini sesuai, semisal ketika wajah kusam dan melakukan perawatan <i>facial</i> hasilnya wajah cerah.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
15	<p>Selama anda melakukan perawatan di RCSM selama 3 tahun adakah kendala yang ditemui ?</p> <p>Saya sudah melakukan perawatan 3 tahun tidak rutin, apalagi selama pandemi saya baru mulai bulan Juni datang kesini lagi. Sejauh ini tidak ada, InsyaAllah sudah sesuai.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
16	<p>Apakah kelebihan pelayanan yang ditawarkan RCSM ?</p> <p>Layanan reservasi, <i>fast respon</i> menjawab konsumen, bahasa yang digunakan tidak terlalu kaku dan membuat saya nyaman.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
17	<p>Menurut anda apakah inovasi yang diberikan RCSM selama pandemi Covid-19?</p> <p>Mungkin terapis yang biasanya tidak memakai masker, APD.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary
18	<p>Bagaimanakah suasana ketika pandemi Covid-19 dan sebelumnya ?</p> <p>Kalau dulu rame mungkin, kalau sekarang membatasi dan lebih nyaman. Saya memang biasanya terbiasa <i>booking</i> pagi supaya tidak terlalu banyak orang.</p>	Pertanyaan Wajib	Clary

Identitas informan

Nama : Dewi
 Jabatan : Konsumen
 Wawancara : Langsung
 Hari/Tanggal : Sabtu, 23 Januari 2021, 11.00 WIB.
 Tempat : Salon RCSM Gedongkuning
 Media : Direkam menggunakan android Realme berwarna biru

No	Pertanyaan dan Jawaban	Sifat	Paraf
1	Dengan siapa ? Dewi	Pertanyaan Wajib	
2	Dari mana anda mengetahui RCSM ? Dari <i>website</i>	Pertanyaan Wajib	
3	Mengapa anda tertarik melakukan perawatan di RCSM ? Karena khusus muslimah yang pertama, jadi privasi terjaga karena di salon lain bercampur antara laki-laki dan perempuan. Kemudian saya lihat produk yang dipakai baik jadi memilih RCSM dan pertama kesini alhamdulillah langsung nyaman, cocok jadi sampai sekarang berlangganan disini.	Pertanyaan Wajib	
4	Faktor apa saja yang membuat anda nyaman melakukan perawatan di RCSM ? Pelayanannya baik, tempatnya enak, seperti dimanjakan. Hari ini saya merasa kurang komplit soalnya saya hanya melakukan <i>facial</i> tidak dengan <i>creambath</i> seperti belum selesai karena kendala waktu. Apabila saya menyempatkan dari pagi saya pasti melakukan <i>treatment</i> komplit <i>facial, creambath, massage</i> .	Pertanyaan Wajib	
5	Apakah ada perbedaan layanan yang diberikan RCSM ketika masa pandemi ? Iya lebih <i>safety</i> dari terapisnya memakai masker, APD, nyaman saja saya kemudian dibawah cek suhu dibawah juga <i>medical check up</i> sedikit. Riwayat perjalanan apakah sudah dari luar kota atau tidak.	Pertanyaan Wajib	
6	Menurut anda bagaimana sikap karyawan RCSM ? Ramah, apalagi saya sering ganggu <i>Customer service</i> nya, kadang saya suka batalkan jadwal perawatan karena waktu saya kurang fleksibel “maaf ya mbak” <i>customer service</i> nya menanggapi “yaudah gapapa”, kadang juga saya WA malam-malam balasnya pagi mungkin karena sudah malam tapi fast respon ketika sudah dibuka.	Pertanyaan Wajib	
7	Apakah perbedaan RCSM dengan salon lainnya ?	Pertanyaan Wajib	

	Yang pasti produknya, kemudian fasilitas, tempatnya, terapisnya. Karena langsung nyaman pertama kali saya kesini. Kebetulan rumah saya jauh Jl.Imogiri Timur km.12. Saya relakan jauh-jauh kesini, demi melakukan perawatan disini.		
8	Adakah keluhan ketika melakukan perawatan di RCSM ? Tidak, kalau ada keluhan saya tidak mungkin balik lagi kesini.	Pertanyaan Wajib	
9	Apakah anda pernah melakukan perawatan di salon lain? Kalau di salon lain mungkin saya cuma potong rambut dan <i>creambath</i> karena ke sini jauh tapi kalau <i>facial</i> saya selalu kesini. Sudah nyaman dengan produknya berhubung kulit saya sensitif karena di salon-salon lain produk dengan bahan kimia yang terlalu tinggi itu saya tidak bisa. Kalau disini kan produk NU <i>Skin</i> berbahan dasar air itukan aman. Jadi tidak mau pindah lagi.	Pertanyaan Wajib	
10	Apakah ada inovasi baru dari RCSM ketika masa Covid-19? Belum ada,tapi saya ingin refleksi. Solanya dulu ada tapi yang ahlinya keluar. Karena selama ini saya kalau <i>refeksi</i> keluar kalau disini ada mungkin saya sekalian disini.	Pertanyaan Wajib	

KUESIONER PENELITIAN

SDM's Interview Guide

Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19

Oleh: Nasywa Nabila Fatihah

Interview Guide Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning di Masa Covid-19

Identitas Informan

Nama :

Jabatan : SDM

Tahun Kerja :

1. Bagaimana sejarah berdirinya RCSM?
2. Bagaimana filosofi dari logo RCSM?
3. Apa saja fasilitas yang ditawarkan RCSM sebelum dan sesudah Covid-19? Apakah sudah sesuai dengan protokol kesehatan yang seharusnya?
4. Mengapa RCSM mengambil konsep salon muslimah? Bukankah itu akan mempersempit pangsa pasar?
5. Apakah keunggulan yang ditawarkan RCSM?
6. Menurut anda siapakah kompetitor RCSM (tidak sejenis dan sejenis)? Bersaing dalam hal apa?
7. Rata-rata konsumen yang datang sebelum dan sesudah masa Covid-19 berjumlah berapa orang (hari dan bulan)?
8. Apa pentingnya pelayanan prima bagi anda?
9. Apa motto dari pelayanan RCSM?
10. Adakah kegiatan yang dilakukan RCSM untuk meningkatkan budaya kerja? Apabila ada bagaimana kegiatannya? Adakah nilai keislamannya?
11. Bagaimana perasaan anda ketika melayani konsumen?
12. Apa dasar ibu dalam melayani konsumen?
13. Bagaimana strategi sikap karyawan di era Covid? Pada umumnya dan khususnya masa Covid-19? Apakah ada kebijakan khusus terkait dengan sikap kepada konsumen pada masa Covid-19?
14. Bagaimana strategi perhatian karyawan terhadap konsumen pada masa Covid-19?
15. Apakah *treatment* yang diberikan sesuai keinginan konsumen atau berdasarkan hasil konsultasi terlebih dahulu?

16. Bagaimana respon dari RCSM ketika mendapat keluhan dari konsumen? Bagaimana prosedurnya? Siapa yang berhak menangani hal tersebut?
17. Bagaimana SOP yang dijalankan di RCSM?
18. Bagaimanakah standar pelayanan khusus di masa Covid-19?
19. Bagaimana terobosan strategi ketika menghadapi pandemi Covid-19?
20. Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan RCSM sudah membuat puas konsumen ? Dalam hal apa?
21. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dari pelayanan dari RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
22. Menurut anda apa yang menjadi kendala dalam pelayanan dari RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
23. Bagaimana inovasi pelayanan yang dilakukan oleh RCSM dalam masa Covid-19?
24. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dari layanan kompetitor anda yang tidak dimiliki RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
25. Ada berapa jumlah cabang dan kemitraan RCSM?

Staff's Interview Guide

Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19

Oleh: Nasywa Nabila Fatihah

Interview Guide Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19

Identitas Informan

Nama :

Jabatan : Staf

Tahun Kerja :

1. Apakah keunggulan yang ditawarkan RCSM?
2. Menurut anda siapakah kompetitor RCSM (tidak sejenis dan sejenis)? Bersaing dalam hal apa?
3. Apa saja fasilitas yang ditawarkan RCSM sebelum dan sesudah Covid-19? Apakah sudah sesuai dengan protokol kesehatan yang seharusnya?
4. Rata-rata konsumen yang datang sebelum dan sesudah masa Covid- 19 berjumlah berapa orang (hari dan bulan)?
5. Apa pentingnya pelayanan prima bagi anda?
6. Adakah kegiatan yang dilakukan RCSM untuk meningkatkan budaya kerja? Apabila ada bagaimana kegiatannya? Adakah nilai keislamannya?
7. Bagaimana perasaan anda ketika melayani konsumen?
8. Apa dasar ibu dalam melayani konsumen?
9. Bagaimana strategi sikap karyawan di era Covid? Pada umumnya dan khususnya masa Covid-19? Apakah ada kebijakan khusus terkait dengan sikap kepada konsumen pada masa Covid-19?
10. Bagaimana strategi perhatian karyawan terhadap konsumen pada masa Covid-19?
11. Apakah treatment yang diberikan sesuai keinginan konsumen atau berdasarkan hasil konsultasi terlebih dahulu?
12. Bagaimana respon dari RCSM ketika mendapat keluhan dari konsumen? (bukti).
13. Bagaimana prosedurnya? Siapa yang berhak menangani hal tersebut?
14. Bagaimana SOP yang dijalankan di RCSM?
15. Bagaimanakah standar pelayanan khusus di masa Covid-19?
16. Bagaimana terobosan strategi ketika menghadapi pandemi Covid-19?

17. Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan RCSM sudah membuat puas konsumen? Dalam hal apa?
18. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dari pelayanan dari RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
19. Menurut anda apa yang menjadi kendala dalam pelayanan dari RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
20. Bagaimana inovasi pelayanan yang dilakukan oleh RCSM dalam masa Covid-19?
21. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dari layanan kompetitor anda yang tidak dimiliki RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Consumer's Interview Guide

Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19

Oleh: Nasywa Nabila Fatihah

Interview Guide Strategi Pelayanan Prima Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Di Masa Covid-19

Identitas Informan

Nama :

Jabatan : Konsumen

1. Apa yang membuat anda tertarik melakukan perawatan di RCSM?
2. Sejak kapan anda berlangganan di RCSM?
3. Apakah fasilitas, kenyamanan yang ditawarkan sudah baik? Mengapa? Apakah sudah sesuai dengan protokol kesehatan?
4. Bagaimana sikap karyawan RCSM? Pada umumnya dan khususnya masa Covid-19?
5. Bagaimana perhatian karyawan terhadap konsumen pada masa Covid-19?
6. Apakah treatment yang diberikan sesuai keinginan konsumen atau berdasarkan hasil konsultasi terlebih dahulu?
7. Apakah anda mempunyai keluhan atas pelayanan yang diberikan RCSM khususnya masa covid-19 ini?
8. Apakah kelebihan pelayanan RCSM sebelum dan sesudah Covid-19?
9. Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan RCSM sudah membuat anda puas? Dalam hal apa?
10. Menurut anda apakah hal baru yang ditawarkan oleh RCSM pada masa Covid-19?
11. Pernahkah anda melakukan perawatan salon lain? Bagaimana perbedaan pelayanan yang dirasakan dari pelayanan RCSM baik sebelum dan sesudah Covid-19?

LAMPIRAN II

Dokumentasi Penelitian



Wawancara dengan Nova Triyana selaku *customer service* dan Koordinator Terapis



Wawancara dengan Hendri Pramita selaku *Beauty Consultant*



Wawancara dengan Ibu Rini Dwiantari selaku SDM



Wawancara dengan Konsumen RCSM

LAMPIRAN III





FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN KALIJAGA

SERTIFIKAT

Diberikan kepada :
NASTWA NABILA FATIMAH

Sebagai :

PESERTA

dalam acara Pelatihan Kepemimpinan bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang diselenggarakan di OMAH PMII pada tanggal 16-17 November 2018

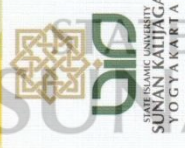
Yogyakarta, 17 November 2018
Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dan Kerjasama



Dr. Abdur Rozaki, M. Si
NIP : 197507012005011007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Indonesian Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia



OSO SECURITIES
MEMBER OF INDONESIA STOCK EXCHANGE



KSPM
KORPORASI SAHAM PASAR MODAL

SERTIFIKAT

diberikan kepada :

NASTWA NABILA FATIHAH

Atas partisipasinya sebagai **PESERTA**

SEMINAR PASAR MODAL "MILIKI SAHAM MILIKI INDONESIA"

Diselenggarakan oleh :

Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta, 12 September 2018

Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



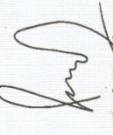
Dr. H. Shofiyullah Muzammil, S. Ag., M. Ag.
NIP : 197105282000031000

Ketua KSPM



Intan Sholeha Putikhasari
NIM : 16830045

Ketua Panitia



Rizki Rafi Perdana Putra
NIM : 16820078



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-835.1/Un.02/DD/PP01.2/04/2017

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan ini menyatakan bahwa :

NASYWA NABILA FATIHAH

NIM: 16240078

LULUS dengan Nilai 100 (A)

Ujian Sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Dekan

Dr. Mujiannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 13 April 2017
Ketua Panitia

Dr. Abduri Rozaki, M.Si

NIP. 19750701 200501 1 007



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



Sertifikat

Diberikan kepada :

NASYWA NABILA FATIHAH

Atas partisipasinya sebagai peserta pada
Seminar Nasional “Kontestasi Politik dan
Aspirasi Kaum Milenial” pada tanggal 4 April 2019.

Ketua Senat Mahasiswa
Fak. Dakwah & Komunikasi

Sepdyon Alhidayat
NIM : 16250002



Ketua Pelaksana
Seminar Nasional

Naufal Faturrahman Zaki
NIM : 16230013

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, e-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-020/Un.02/MD/PP/00/01/2020

Diberikan kepada:

NASYWA NABILA FATIHAH
NIM: 16240078

Dinyatakan **LULUS** dalam **Praktikum Profesi** yang diselenggarakan oleh Program Studi **Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, di BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN) YOGYAKARTA** dengan nilai: **A**. Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya



Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 08 Januari 2020
Ketua Program Studi

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP. 19670104 199303 1 003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, e-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-141/Un.02/MD/TQ.00/06/2018

Diberikan kepada:

NASYWA NABILA FATIHAH
NIM: 16240078

Dinyatakan **LULUS** dalam Tahfid Qur'an Juz 30 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga dengan nilai: **A/B**. Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Mengetahui



Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 28 Juni 2018
Ketua Program Studi

Drs. M. Rosyid Riada, M.Si.
NIP. 19670104 199303 1 003

FESTIVAL SENI QUR'ANI

SEMINAR TAHFIZH NASIONAL

Sertifikat

100/A/Pan.-MiladXIX/IQH al-Mizan/X/17

Penghargaan diberikan kepada :

NASTYWA NABILA FATIHAH

atas partisipasinya sebagai

PESERTA

Seminar Tahfizh Nasional dengan tema

"Motivasi Menghafal Al-Qur'an dalam Membangun Kecerdasan Spiritual dan Intelektual"

dalam rangka Festival Seni Qur'ani Semarang Miladiyah XIX UKM IQH Al-Mizan

di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



Pembina

UKM IQH Al-Mizan

Drs. Jarot Wahyudi, S.H. M.A.

NIP 19660919 199403 1 003

Ketua Umum

UKM IQH Al-Mizan

Mufti Amiruddin

NIM : 13530008

Yogyakarta, 27 Oktober 2017

Ketua Panitia

Muhammad Syarifuddin

NIM : 15120064



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



SERTIFIKAT

NO: 7/Pan.OPAK/UNIVERSITAS/VIII/2016

Diberikan kepada:

NASYWA NABILA FATIHAH

Sebagai:

PESERTA

DALAM KEGIATAN ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (OPAK)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016

DENGAN TEMA:

**TRANSFORMASI PENGETAHUAN MENUJU PENDIDIKAN HUMANIS
BERASASKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN DAN KEINDONESIAAN**

Mengetahui,
Wakil Rektor
Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. H. Warjono, M. Ag.
NIP. 19701910 19993 1 002

Mengetahui,
Ketua DEMA-U UIN Sunan Kalijaga

Arta Wijaya
NIM: 12230048

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2016

Zaky Alfanul M
NIM: 13410019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-4683.14/UN/L3/PM.3.2/P3.964/09/2019

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Nasywa Nabila Fatimah
Tempat, dan Tanggal Lahir : Ciamis, 30 April 1998
Nomor Induk Mahasiswa : 16240078
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2018/2019 (Angkatan ke-99), di:

Lokasi : Hargomulyo
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 01 Juli s.d. 29 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,81 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 26 September 2019
Ketua



Prof. Dr. P.H. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. 19720912 200112 1 002



UIN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nomor : B-1686/Un.02/DD/PM.03.2/08/2016

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Sertifikat

diberikan kepada

Nama : **NASYWA NABILA FATIHAH**
NIM : **16240078**
Jurusan/Prodi : **Manajemen Dakwah**
Fakultas : **Dakwah dan Komunikasi**

Sebagai Peserta

dalam kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Akademik 2016/2017
dan telah mengikuti seluruh kegiatan yang berlangsung mulai tanggal 22 s.d. 24 Agustus 2016 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 24 Agustus 2016



Dr. Murjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.24.16.7/2020

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Nasywa Nabila Fatihah :

تاريخ الميلاد : ٣٠ أبريل ١٩٩٨

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٠ مارس ٢٠٢٠، وحصلت على درجة :

٤٦	فهم المسموع
٥٣	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٩	فهم المقروء
٤٢٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

جوكارتا، ١٠ مارس ٢٠٢٠

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.24.10.47/2020

This is to certify that:

Name : **Nasywa Nabila Fatihah**
Date of Birth : **April 30, 1998**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **March 05, 2020** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	45
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	43
Total Score	440

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, March 05, 2020
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Nasywa Nabila Fatihah
TTL : Ciamis, 30 April 1998
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Purwasari, RT 01 RW 07, Desa Parigi, Kecamatan Parigi,
Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat.
Status : Belum Menikah
No. Hp : 082128795451
Motto : *Enjoy My Life*
Email : fatihahnasywanabila@gmail.com

A. Passion

1. Membaca Puisi
2. Menyanyi

B. Riwayat Pendidikan

1. 2002 – 2004: TK Trisula
2. 2004 – 2010: Sekolah Dasar Negeri 3 Karangjaladri
3. 2010 – 2013: SMPT Riyadlul ‘Ulum Wadda’wah
4. 2013 – 2016: SMAT Riyadlul ‘Ulum

5. 2016 – Sekarang: S1 Jurusan Manajemen Dakwah, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.

C. Riwayat Organisasi

1. 2011-2012 : LASKAR (Lance Scouting of Riyadlul ‘Ulum), Club MIPA.
2. 2015 –2016: OSPC (Organisasi Santri Pesantren Condong).
3. 2016 – Sekarang: SCREMD (Studi Club Research Manajemen Dakwah).
4. 2018 – Sekarang: DEMA-F (Dewan Eksekutif Mahasiswa) Dakwah dan Komunikasi, UKM JQH al-Mizan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

D. Kegiatan

1. Bendahara di divisi Sholawat UKM JQH al-Mizan 2018/2019.
2. Anggota Biro Keagamaan Rayon Pondok Syahadat 2018/2019.
3. Sekretaris di DEMA-F Dakwah dan Komunikasi (HMPS-MD) 2018/2019.
4. Bagian Verifikasi Pemilwa 2018.