

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, A. (2006). *Strategic Management For Educational Management*. Bandung: Alfabeta.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit: CV Jejak (Jejak Publisher).
- David, F. R. (2006). *Strategic Management: Manajemen Strategis, Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____ (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Eddy, Y. (2016). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Foris, P. J. (2015). Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces. *Agora*, 3(1), 736–741.
- Gitosudarmo, I. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Penerbit: BPFE – Yogyakarta.
- Hamel, & Prahalad. (1995). *Management*.
- Hidayat, M. (2022). Strategy Modeling to Improve Organizational Competitiveness Sustainability (A Reformulation Of The Model For Implementation). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 120–129.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’S Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738.
- Indra, I. Made, & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Penerbit: Deepublish.
- Khalik, I. (2022). *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Penerbit: Penerbit Insania.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kurniasih, D., & dkk. (2021). *Teknik Analisa*. Bandung: Alfabeta.

- Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2005). *Sistem Manajemen Strategi Berbasis Balanced Scorecard*. UPP AMP YKPN.
- Mulyasana, D. (2015). *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing (III)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nisjar, K., & Winardi. (1997). *Manajemen Strategik*.
- Nurfitriani, M. M. (2022). *Buku Ajar Manajemen Strategi*. Makassar: Cendekia Publisher.
- Pearce, & Robinson. (1997). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Porter, M. E. (2007). *Competitive Strategy (Strategi Bersaing)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rachmat, M. S. (2014). *Manajemen Strategik*. CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2013). *SWOT-Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riky, A. (2014). Porter Five Forces Model Pada PT. RUCI GAS. *Agora*, 2(2), 1285–1296.
- Riyanto, S. (2022). *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama.
- Said, U. (2022). *Incubator Entrepreneurship Strategi Pengurai Pengangguran SMK*. Penerbit: Zifatama Jawara.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit: Literasi Media Publishing.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2008). *Strategic Management and Business Policy: Concepts And Cases*.
- Williams, K. (2010). *Brilliant Business Plan*. Prentice Hall, New Jersey.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara

**PERTANYAAN WAWANCARA
(GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN)**

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN : **PEMILIK USAHA ALISA *SKIN CLINIC***

-
1. Kapan Alisa *Skin Clinic* didirikan?
 2. Bagaimana sejarah Alisa *Skin Clinic* ini pertama kali didirikan? Apa yang mendasari dan mendorong pendirian usaha?
 3. Apa pencapaian utama dan peristiwa penting dalam sejarah usaha?
 4. Apa visi dan misi Alisa *Skin Clinic*?
 5. Apa tujuan dan sasaran Alisa *Skin Clinic*?
 6. Bagaimana logo dari Alisa *Skin Clinic*?
 7. Gambarkan secara rinci struktur organisasi yang ada pada Alisa *Skin Clinic*!
 8. Apa saja tugas pokok dan fungsi dari setiap divisi yang ada pada Alisa *Skin Clinic*?
 9. Apakah setiap unit kerja sudah menangani pekerjaan sesuai dengan *job desc* mereka?
 10. Berdasarkan struktur organisasi yang ada, apakah struktur organisasi di Alisa *Skin Clinic* sudah mencukupi?

11. Apa jenis layanan kecantikan dan perawatan kulit yang ditawarkan oleh *Alisa Skin Clinic*?
12. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* memilih produk-produk kecantikan yang ditawarkan kepada pelanggan?
13. Bagaimana kegiatan bisnis yang berjalan di *Alisa Skin Clinic*?
14. Bagaimana proses pelayanan di *Alisa Skin Clinic*, mulai dari pendaftaran hingga pasca-perawatan?
15. Apakah *Alisa Skin Clinic* memiliki kemitraan atau kerjasama bisnis dengan merek kecantikan lain atau profesional perawatan kulit?
16. Bagaimana data pertumbuhan usaha dalam 10 tahun terakhir?

PERTANYAAN WAWANCARA
(ANALISIS SWOT)

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN : **PEMILIK USAHA ALISA *SKIN CLINIC***

Kualitas Produk dan Layanan:

1. Bagaimana Anda memastikan bahwa produk *skincare* dan layanan yang digunakan di klinik ini memenuhi standar kualitas tertinggi?
2. Apa upaya yang Anda lakukan untuk melibatkan staf dalam pelatihan untuk memastikan pemberian layanan yang berkualitas?
3. Apakah ada kendala atau hambatan yang Anda hadapi dalam memastikan kualitas produk dan layanan?
4. Bagaimana Anda menangani situasi ketika ada masukan negatif dari pelanggan tentang kualitas produk atau layanan?
5. Apakah kualitas produk dan layanan menjadi faktor utama yang membedakan klinik ini dari pesaing? Apakah kualitas produk dan layanan dari klinik ini lebih unggul?

Inovasi:

6. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* melihat inovasi sebagai peluang untuk meningkatkan pelayanan dan produk klinik?
7. Sejauh mana inovasi dianggap sebagai strategi untuk memenangkan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan?

8. Bagaimana klinik merencanakan pemanfaatan inovasi sebagai alat untuk mendapatkan keunggulan kompetitif?
9. Apakah ada strategi khusus untuk mengidentifikasi dan mengadopsi inovasi yang dapat menciptakan nilai tambah?
10. Apa saja inovasi yang telah diterapkan di *Alisa Skin Clinic*? Apakah inovasi tersebut memberikan nilai tambah kepada pelanggan?
11. Apakah inovasi menjadi faktor utama yang membedakan klinik ini dari pesaing?
12. Apakah inovasi *Alisa Skin Clinic* lebih unggul dibandingkan klinik lain?

Keterlibatan Karyawan:

13. Bagaimana keterlibatan karyawan di *Alisa Skin Clinic* sejauh ini memberikan kontribusi positif terhadap pelayanan dan suasana di klinik?
14. Bagaimana tingkat keterlibatan karyawan di *Alisa Skin Clinic* dibandingkan dengan klinik kecantikan pesaing?
15. Apakah keterlibatan karyawan dianggap sebagai faktor utama dalam memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan?
16. Menurut Anda, apakah keterlibatan karyawan di *Alisa Skin Clinic* lebih memengaruhi pengalaman pelanggan dibandingkan dengan klinik pesaing?
17. Apa langkah-langkah yang telah diambil oleh klinik untuk meningkatkan keterlibatan karyawan?

Lingkungan Berkelanjutan:

18. Bagaimana cara klinik berusaha menjaga produk dan layanan tetap ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan lingkungan?

19. Apakah klinik punya target atau tujuan khusus terkait hal ini?
20. Apakah usaha klinik untuk menjaga lingkungan membantu meningkatkan citra baik klinik?
21. Bagaimana klinik menyampaikan informasi ini kepada pelanggan?
22. Apakah ada halangan atau masalah dalam mencoba berbisnis yang ramah lingkungan? Seperti adanya biaya tambahan atau peraturan baru?
23. Bagaimana klinik mengatasi atau berencana mengatasi kendala tersebut?
24. Bagaimana upaya bisnis ramah lingkungan di *Alisa Skin Clinic* dibandingkan dengan pesaing?
25. Apakah bisnis ramah lingkungan di *Alisa Skin Clinic* merupakan keunggulan dari klinik dibandingkan dengan pesaingnya?

Keuangan:

26. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* meningkatkan efisiensi biaya untuk mencapai peningkatan profitabilitas?
27. Apakah ada strategi khusus untuk mengelola keuangan klinik dengan baik (mengontrol biaya dan meningkatkan profit)?
28. Apakah ada tantangan khusus dalam mengelola keuangan klinik, seperti biaya operasional tinggi atau fluktuasi pendapatan?
29. Bagaimana klinik mengatasi atau berencana mengatasi tantangan keuangan tersebut?
30. Bagaimana kondisi ekonomi atau persaingan dengan klinik lain mempengaruhi keuangan klinik?

31. Apakah klinik memiliki strategi untuk mengatasi perubahan ekonomi atau persaingan yang lebih intens?
32. Apakah Alisa *Skin Clinic* punya rencana investasi atau pengembangan ke depan?
33. Bagaimana kebijakan keuangan mendukung pertumbuhan klinik dalam jangka panjang?
34. Menurut Anda, apa keunggulan atau kelemahan dari segi keuangan Alisa *Skin Clinic* dibandingkan klinik lain? Dan hal apa yang mempengaruhinya?

Brand Image:

35. Bagaimana Anda mendeskripsikan citra merek Alisa *Skin Clinic* saat ini? Apa yang membedakannya dari pesaing utama di industri klinik kecantikan di Kota Makassar?
36. Sejauh mana citra merek Alisa *Skin Clinic* dianggap relevan dan menarik bagi target pasar dibandingkan dengan pesaing? Apakah citra merek Alisa *Skin Clinic* lebih unggul dari pesaing?
37. Apakah ada rencana untuk terus mengembangkan atau memperkuat citra merek Alisa *Skin Clinic* di masa depan?
38. Apa strategi atau upaya yang telah diimplementasikan untuk meningkatkan dan menjaga citra merek klinik?
39. Apakah ada tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan citra merek dan reputasi Alisa *Skin Clinic*?
40. Bagaimana Anda melihat hubungan antara citra merek yang kuat dengan kepercayaan dan loyalitas pelanggan?

41. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* merespon umpan balik atau perubahan dalam persepsi pelanggan terhadap citra merek?

Efisiensi Operasional:

42. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* memastikan bahwa setiap langkah dalam proses operasional berjalan dengan efisien untuk mengurangi biaya produksi?
43. Apakah ada strategi khusus atau teknologi yang diterapkan untuk meningkatkan efisiensi?
44. Sejauh mana klinik menggunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional?
45. Apakah ada implementasi teknologi tertentu yang memberikan keunggulan dalam penyediaan layanan?
46. Apakah Alisa *Skin Clinic* menghadapi kendala atau tantangan tertentu dalam meningkatkan efisiensi operasional?
47. Bagaimana klinik mengatasi atau berencana untuk mengatasi kendala ini?
48. Bagaimana tingkat integrasi teknologi dalam proses operasional klinik?
49. Apakah ada hambatan atau kesulitan yang dihadapi dalam mengadopsi atau memanfaatkan teknologi secara maksimal?
50. Bagaimana pandangan Anda terhadap efisiensi operasional pesaing Anda? Menurut Anda, apakah dalam hal ini (efisiensi proses operasional untuk mengurangi biaya produksi, maupun penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas) Alisa *Skin Clinic* lebih unggul dibandingkan dengan klinik lain? Jelaskan!

Kemitraan dan Hubungan Pemasok:

51. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* memastikan keberlanjutan kemitraan dengan pemasok?
52. Apakah klinik memiliki keunggulan dalam memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas?
53. Bagaimana klinik mengidentifikasi dan mengembangkan strategi kemitraan yang memberikan keunggulan kompetitif?
54. Apakah ada inisiatif khusus yang menjadi kekuatan utama dalam menjaga hubungan strategis dengan pemasok?
55. Apakah *Alisa Skin Clinic* menghadapi risiko ketergantungan pada pemasok tertentu?
56. Bagaimana klinik mengelola potensi risiko terkait dengan ketidakstabilan pemasok?
57. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* melihat peluang untuk memperluas kemitraan yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis? Apakah ada sektor atau area baru di mana klinik dapat menjalin kemitraan strategis?
58. Apakah ada peluang untuk mengembangkan kemitraan yang mendukung inovasi dalam produk atau layanan?
59. Apakah ada kendala atau tantangan dalam membangun dan menjaga kemitraan?
60. Bagaimana persaingan dengan klinik kecantikan lain untuk mendapatkan pemasok berkualitas?

61. Apakah persaingan ini dapat menjadi ancaman bagi hubungan dengan pemasok?
62. Apakah kemitraan dan hubungan pemasok di *Alisa Skin Clinic* lebih unggul dibandingkan dengan klinik lain?

Kepatuhan dan Etika Bisnis:

63. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* memastikan bahwa operasionalnya selalu mematuhi regulasi dan standar industri yang berlaku?
64. Apakah klinik memiliki proses internal yang kuat untuk memantau dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan?
65. Bagaimana klinik menerapkan etika bisnis tinggi dalam semua aspek operasionalnya?
66. Apakah *Alisa Skin Clinic* menghadapi tantangan tertentu dalam menjaga kepatuhan terhadap regulasi? Bagaimana klinik mengatasi atau mengelola hal tersebut?
67. Apakah *Alisa Skin Clinic* menghadapi tantangan tertentu dalam menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis? Bagaimana klinik mengatasi atau mengelola hal tersebut?
68. Bagaimana klinik melihat peluang untuk menggunakan kepatuhan terhadap regulasi sebagai alat untuk mendukung pertumbuhan bisnis? Apakah ada inisiatif yang dapat diterapkan untuk memperkuat citra klinik melalui kepatuhan?

69. Apakah *Alisa Skin Clinic* melihat peluang untuk mempromosikan nilai-nilai etika bisnis sebagai bagian dari strategi pemasaran? Bagaimana klinik dapat memanfaatkan etika bisnis sebagai keunggulan kompetitif?
70. Apakah pernah terdapat keluhan terutama dari pelanggan terkait kepatuhan dan etika bisnis yang dijalankan oleh *Alisa Skin Clinic*?
71. Bagaimana klinik mengatasi potensi ancaman terhadap reputasi yang terkait dengan etika bisnis? Apakah ada strategi mitigasi risiko atau langkah-langkah korektif yang diterapkan?

PERTANYAAN WAWANCARA
(ANALISIS SWOT)

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN : **PELANGGAN ALISA *SKIN CLINIC***

Kualitas Produk dan Layanan:

1. Bagaimana Anda menilai kualitas produk *skincare* yang Anda dapatkan dari *Alisa Skin Clinic*?
2. Apakah Anda pernah mengalami perbedaan signifikan dalam kualitas produk dibandingkan dengan tempat perawatan kecantikan lainnya?
3. Bagaimana Anda menilai kualitas layanan yang diberikan oleh *Alisa Skin Clinic*?
4. Apakah Anda merasakan bahwa staf klinik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memberikan pelayanan yang berkualitas?

Inovasi:

5. Bagaimana pandangan Anda tentang sejauh mana inovasi yang diterapkan di klinik ini relevan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan?
6. Apakah Anda melihat inovasi sebagai nilai tambah yang signifikan?
7. Bagaimana inovasi di *Alisa Skin Clinic* dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya?
8. Apakah inovasi ini menjadi faktor penentu dalam memilih *Alisa Skin Clinic* daripada pesaing?

9. Sejauh mana Anda mengharapkan *Alisa Skin Clinic* untuk terus berinovasi mengikuti tren dan perkembangan dalam industri kecantikan?

Keterlibatan Karyawan:

10. Bagaimana interaksi Anda dengan karyawan di *Alisa Skin Clinic* memengaruhi pengalaman Anda sebagai pelanggan?
11. Apakah tingkat keterlibatan karyawan mempengaruhi kualitas pelayanan yang Anda terima?
12. Sejauh mana keterlibatan karyawan dianggap sebagai faktor penentu dalam memilih *Alisa Skin Clinic*?
13. Bagaimana Anda harapkan karyawan di sebuah klinik kecantikan berinteraksi dengan Anda?
14. Apakah ada pengalaman khusus dengan karyawan (pelayanan, keramahan, dll) yang sangat memengaruhi pandangan Anda terhadap *Alisa Skin Clinic*?

Lingkungan Berkelanjutan:

15. Apakah kebijakan lingkungan klinik (klinik ramah lingkungan) mempengaruhi pilihan Anda dalam memilih tempat perawatan kecantikan?
16. Bagaimana pandangan Anda terhadap upaya klinik dalam mendukung keberlanjutan?
17. Dalam pandangan Anda, bagaimana reputasi *Alisa Skin Clinic* dalam hal keberlanjutan dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya (lebih baik/buruk)? Apakah reputasi ini mempengaruhi keputusan Anda sebagai pelanggan?

18. Apakah faktor klinik yang ramah lingkungan dianggap sebagai sesuatu yang positif dalam pengalaman Anda?

Keuangan (Harga):

19. Apakah aspek harga produk dan layanan memengaruhi kepercayaan Anda terhadap klinik (seperti tidak percaya dengan keamanan dan kualitasnya jika harga terlalu murah)?
20. Sejauh mana harga mempengaruhi kepercayaan Anda terhadap *Alisa Skin Clinic*?
21. Sejauh mana harga produk dan layanan klinik memengaruhi kualitas layanan yang Anda terima?
22. Bagaimana Anda menilai harga produk dan layanan di *Alisa Skin Clinic*? Apakah Anda merasa mendapatkan kualitas yang sepadan?
23. Bagaimana harga produk dan layanan di *Alisa Skin Clinic* dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya? Apakah klinik lain lebih murah atau mahal?
24. Dari harga yang ditawarkan oleh klinik kecantikan lainnya, apakah Anda merasa mendapatkan kualitas produk dan layanan yang sepadan?
25. Apa saran Anda terkait penetapan harga untuk produk dan layanan di *Alisa Skin Clinic*?

Brand Image:

26. Bagaimana Anda menggambarkan citra merek *Alisa Skin Clinic*?
27. Apakah citra merek *Alisa Skin Clinic* memengaruhi keputusan Anda untuk menjadi pelanggan mereka?

28. Apakah Anda merasa citra merek yang dipersepsikan sesuai dengan pengalaman Anda sebagai pelanggan?
29. Sejauh mana citra merek mencerminkan nilai atau karakteristik yang Anda cari dalam klinik kecantikan?
30. Bagaimana citra merek ini mempengaruhi tingkat kepercayaan Anda terhadap Alisa *Skin Clinic*?
31. Apakah Anda merasa loyal terhadap Alisa *Skin Clinic*? Jika ya, apa yang memengaruhi rasa loyalitas Anda?
32. Apakah Anda pernah merekomendasikan Alisa Skin Clinic kepada teman atau keluarga? Jika ya, apa yang mendorong Anda untuk merekomendasikannya?

Efisiensi Operasional:

33. Bagaimana Anda menilai pengalaman Anda dengan proses pelayanan di Alisa *Skin Clinic*, khususnya dalam hal kecepatan dan efisiensi?
34. Apakah Anda melihat adanya penggunaan teknologi di klinik yang secara positif memengaruhi pengalaman pelayanan Anda?
35. Apakah ada aspek tertentu dari teknologi yang membuat proses pelayanan lebih nyaman atau efisien?
36. Sejauh mana kecepatan dan efisiensi memengaruhi kepuasan Anda sebagai pelanggan? Apakah Anda lebih memilih klinik yang menawarkan layanan dengan proses yang efisien?
37. Bagaimana Anda menilai pelayanan khususnya dalam hal kecepatan dan efisiensi di Alisa *Skin Clinic* dibandingkan dengan klinik kecantikan lain

yang pernah Anda kunjungi? Sejauh mana itu berbeda atau lebih unggul daripada klinik lain?

38. Bagaimana Anda menilai penggunaan teknologi di *Alisa Skin Clinic* dibandingkan dengan klinik kecantikan lain yang pernah Anda kunjungi? Sejauh mana itu berbeda atau lebih unggul daripada klinik lain? Apakah teknologi yang diterapkan di *Alisa Skin Clinic* memberikan nilai tambah dalam pengalaman Anda?
39. Sejauh mana kecepatan dan efisiensi pelayanan, juga penggunaan teknologi di *Alisa Skin Clinic* memengaruhi keputusan Anda untuk kembali atau merekomendasikan kepada orang lain? Apakah aspek ini menjadi faktor penting dalam pemilihan klinik kecantikan?

Kepatuhan dan Etika Bisnis:

40. Bagaimana pendapat Anda tentang transparansi *Alisa Skin Clinic* terkait informasi tentang layanan, harga, dan produk yang mereka tawarkan? Apakah Anda merasa bahwa klinik memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti?
41. Bagaimana pandangan Anda terhadap kebijakan perlindungan privasi yang diterapkan oleh *Alisa Skin Clinic*? Apakah Anda merasa data pribadi Anda dihargai dan dilindungi dengan baik?
42. Bagaimana persepsi Anda terhadap kepatuhan *Alisa Skin Clinic* terhadap peraturan dan standar industri? Apakah Anda merasa bahwa klinik ini menjalankan operasionalnya dengan benar sesuai aturan?

43. Bagaimana pengalaman Anda dalam berinteraksi dengan karyawan Alisa *Skin Clinic*? Apakah Anda merasa diperlakukan secara adil dan etis oleh staf klinik?
44. Sejauh mana Anda merasa bahwa Alisa *Skin Clinic* membuka diri terhadap umpan balik atau saran dari pelanggan?
45. Apakah Anda merasa bahwa kritik atau masukan dari pelanggan dihargai dan direspons dengan baik?
46. Menurut Anda apakah kepatuhan dan etika bisnis Alisa *Skin Clinic* lebih unggul dibandingkan dengan klinik lain?

PERTANYAAN WAWANCARA
(ANALISIS FIVE FORCES PORTER)

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN : **PEMILIK USAHA ALISA *SKIN CLINIC***

Ancaman Para Pesaing Industri:

1. Bagaimana Anda menilai tingkat persaingan di industri kecantikan dan *skincare* di Kota Makassar?
2. Apa yang membuat *Alisa Skin Clinic* berbeda dari pesaing lainnya dalam hal pelayanan dan produk?
3. Seberapa besar pertumbuhan industri kecantikan, dan bagaimana itu memengaruhi persaingan di pasar?
4. Apa keunikan atau diferensiasi dari layanan dan produk *Alisa Skin Clinic* yang dapat menjadi keuntungan kompetitif?

Ancaman Pendetang Baru:

5. Apa hambatan utama yang dihadapi oleh pendatang baru yang ingin memasuki industri kecantikan dan *skincare* di Kota Makassar?
6. Seberapa besar keunggulan merek *Alisa Skin Clinic* dapat menjadi penghalang bagi pesaing baru?
7. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* bersiap menghadapi potensi masuknya pesaing baru, dan adakah strategi khusus untuk mempertahankan pangsa pasar?

Ancaman Produk & Jasa Pengganti:

8. Apa saja produk atau layanan pengganti yang bisa menjadi alternatif bagi pelanggan Alisa *Skin Clinic*?
9. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* berusaha menjaga daya tarik produk dan layanannya agar tidak tergantikan oleh produk pengganti?
10. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dapat meminimalkan ancaman dari produk pengganti?

Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli:

11. Siapa pelanggan utama Alisa *Skin Clinic*, dan sejauh mana mereka memiliki pengaruh dalam menentukan harga dan kondisi pembelian?
12. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* menjaga kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mengurangi kekuatan tawar-menawar dari pihak pembeli?
13. Apa strategi Alisa *Skin Clinic* dalam membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
14. Sejauh mana tingkat informasi yang dimiliki oleh pembeli memengaruhi kebijakan harga di klinik?

Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok:

1. Siapa pemasok utama untuk produk *skincare* dan bahan baku di Alisa *Skin Clinic*, dan sejauh mana mereka memiliki kekuatan dalam menetapkan harga?
2. Bagaimana hubungan dengan pemasok bahan baku *skincare* dan peralatan klinik?

3. Bagaimana *Alisa Skin Clinic* memastikan ketersediaan bahan baku dan menjaga hubungan yang baik dengan pemasok?
4. Faktor apa yang dapat memengaruhi kekuatan pemasok, dan bagaimana *Alisa Skin Clinic* mengatasi atau memanfaatkannya?
5. Apakah ketergantungan pada pemasok tertentu dapat menjadi risiko atau keuntungan?

PERTANYAAN WAWANCARA
(ANALISIS PESTEL)

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN : **PEMILIK USAHA ALISA *SKIN CLINIC***

Faktor Politik:

1. Bagaimana kebijakan pemerintah terkait industri kecantikan dan perawatan kulit dapat mempengaruhi operasional *Alisa Skin Clinic*?
2. Sejauh mana peraturan lingkungan dan regulasi kecantikan dapat memengaruhi kebijakan dan praktik di klinik dan produk *skincare*?

Faktor Ekonomi:

3. Bagaimana kondisi ekonomi lokal memengaruhi permintaan pelanggan terhadap layanan kecantikan dan produk *skincare*?
4. Sejauh mana faktor ekonomi memengaruhi harga, penjualan, dan keuangan klinik dan lini produk *skincare*?

Faktor Sosial:

5. Bagaimana tren kecantikan dan perawatan kulit dalam masyarakat lokal mempengaruhi portofolio layanan dan produk *skincare* di *Alisa Skin Clinic*?
6. Apakah preferensi konsumen terhadap kecantikan alami atau produk berbahan alami memengaruhi strategi pemasaran dan penawaran klinik?

Faktor Teknologi:

7. Bagaimana inovasi teknologi dalam perawatan kecantikan dan produksi skincare dapat menciptakan peluang atau risiko untuk Alisa *Skin Clinic*?
8. Sejauh mana penerapan teknologi dalam manajemen klinik dan pengembangan produk *skincare* dapat meningkatkan efisiensi?

Faktor Lingkungan:

9. Bagaimana Alisa *Skin Clinic* mengelola dampak lingkungan dari praktik kecantikan dan produksi *skincare*?
10. Apakah kesadaran lingkungan masyarakat memengaruhi pilihan produk dan layanan, serta citra klinik?

Faktor Hukum:

11. Bagaimana regulasi hukum terkait praktik medis dan kecantikan memengaruhi operasional klinik?
12. Sejauh mana kepatuhan terhadap etika bisnis dan regulasi hukum merupakan bagian dari strategi manajemen risiko?

Lampiran 2. Kuesioner EFE, IFE, IE

KUESIONER
PENILAIAN DAN PEMBOBOTAN
EVALUASI FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL
PADA STRATEGI PENINGKATAN *VALUE CREATION*
PADA USAHA KLINIK KECANTIKAN DAN *SKINCARE*
(STUDI KASUS PADA ALISA *SKIN CLINIC*)

Deskripsi

Kuesioner ini dirancang untuk mengukur penilaian dan pembobotan faktor-faktor untuk menghitung nilai Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Hasilnya akan digunakan sebagai dasar untuk pembuatan Matriks Internal-Eksternal (IE), yang akan digunakan untuk mengetahui posisi *Alisa Skin Clinic* baik internal maupun eksternal perusahaan, serta untuk memilih strategi untuk direkomendasikan.

Biodata Responden

Nama:

Jabatan:

PENILAIAN EVALUASI FAKTOR INTERNAL

Petunjuk Pengisian

Berikut ini terdapat tabel yang berisi faktor internal perusahaan yang telah diidentifikasi. Untuk menunjukkan tingkat kepentingan atau peringkat dari faktor tersebut, pilih angka yang tersedia di kotak yang tersedia pada tabel-tabel di bawah ini.

Keterangan Pilihan Jawaban:

Pembobotan:

Nilai	Keterangan
1	Faktor internal tidak penting untuk kesuksesan perusahaan
2	Faktor internal cukup penting untuk kesuksesan perusahaan
3	Faktor internal penting untuk kesuksesan perusahaan
4	Faktor internal sangat penting untuk kesuksesan perusahaan

Rating:

Nilai	Keterangan
1	Kelemahan yang memiliki pengaruh besar
2	Kelemahan yang memiliki pengaruh kecil
3	Kekuatan yang memiliki pengaruh kecil
4	Kekuatan yang memiliki pengaruh besar

Contoh pengisian

S1	Produk dan layanan berkualitas tinggi	4	4
----	---------------------------------------	---	---

Keterangan: **Faktor S1 merupakan faktor internal yang sangat penting untuk kesuksesan perusahaan dan memiliki pengaruh besar terhadap perusahaan.**

W1	Kurangnya transparansi terkait ingredients dan izin	1	2
----	---	---	---

	BPOM pada kemasan produk.		
--	---------------------------	--	--

Keterangan: **Faktor W1 merupakan faktor internal yang tidak penting untuk kesuksesan perusahaan dan memiliki pengaruh kecil terhadap perusahaan.**

Berilah penilaian tingkat kepentingan pada kotak yang tersedia dengan memberi angka 1-4 dan rating dengan memberi angka 3 atau 4 pada kotak faktor kekuatan dan angka 1 atau 2 pada kotak faktor kelemahan.

Faktor Internal		Tingkat Kepentingan	Rating
Kekuatan			
1	Produk dan layanan berkualitas tinggi.		
2	Beragam pilihan produk dan <i>treatment</i> .		
3	Inovasi dalam fasilitas yang nyaman, serta program promo bulanan.		
4	Keterlibatan karyawan tinggi.		
5	Upaya lingkungan keberlanjutan.		
6	Harga yang terjangkau namun tetap berkualitas.		
7	Citra merek yang kuat.		
8	Banyaknya dokter dan terapis, serta teknologi alat <i>treatment</i> canggih.		
9	Kepatuhan terhadap SOP, transparansi informasi, dan perlindungan privasi pelanggan.		
Kelemahan			
1	Kurangnya transparansi terkait <i>ingredients</i> dan izin BPOM pada kemasan produk.		
2	Penggunaan kartu kontrol yang masih manual.		
3	Kurangnya kesadaran akan persaingan di industri kecantikan.		
4	Kekurangan informasi spesifik tentang perbedaan layanan atau produk <i>Alisa Skin Clinic</i> dengan pesaing.		

PENILAIAN EVALUASI FAKTOR EKSTERNAL

Petunjuk Pengisian

Berikut ini terdapat tabel yang berisi faktor eksternal perusahaan yang telah diidentifikasi. Untuk menunjukkan tingkat kepentingan atau peringkat dari faktor tersebut, pilih angka yang tersedia di kotak yang tersedia pada tabel-tabel di bawah ini.

Keterangan Pilihan Jawaban:

Pembobotan:

Nilai	Keterangan
1	Faktor eksternal tidak penting untuk kesuksesan perusahaan
2	Faktor eksternal cukup penting untuk kesuksesan perusahaan
3	Faktor eksternal penting untuk kesuksesan perusahaan
4	Faktor eksternal sangat penting untuk kesuksesan perusahaan

Rating:

Nilai	Keterangan
1	Respon perusahaan terhadap faktor lemah
2	Respon perusahaan terhadap faktor sedang
3	Respon perusahaan terhadap faktor baik
4	Respon perusahaan terhadap faktor sangat baik

Contoh pengisian

O1	Kemudahan akses media sosial	4	2
----	------------------------------	---	---

Keterangan: **O1** merupakan Faktor eksternal yang sangat penting untuk kesuksesan perusahaan dan Respon strategi perusahaan terhadap faktor O1 sedang.

Berilah angka 1-4 pada penilaian tingkat kepentingan dan rating pada faktor-faktor eksternal pada kotak yang tersedia.

Faktor Eksternal		Tingkat Kepentingan	Rating
Peluang			
1	Kemudahan akses media sosial.		
2	Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan kulit.		
3	Inovasi yang berkelanjutan.		
4	Kebutuhan pelanggan yang beragam di setiap wilayah.		
5	Kesadaran masyarakat terhadap produk yang ramah lingkungan.		
6	Ketersediaan influencer dan pihak yang dapat mempromosikan Alisa Skin Clinic.		
Ancaman			
1	Persaingan harga dari klinik lain.		
2	Inovasi atau layanan baru dari pesaing.		
3	Rentan terhadap fluktuasi pasokan, harga bahan baku, dan kondisi pasar.		
4	Ketergantungan kuat pada ekonomi lokal		

Lampiran 3. Analisis Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

No.	Faktor Eksternal	Responden							Jumlah	Bobot	Responden							Jumlah	Rating	Skor
		1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7			
Peluang																				
1	Kemudahan akses media sosial.	3	4	4	3	4	3	4	25	0,099206	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,396825
2	Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan kulit.	4	4	4	4	4	3	4	27	0,107143	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,428571
3	Inovasi yang berkelanjutan.	4	4	4	4	4	3	4	27	0,107143	3	4	3	3	3	4	3	23	3,285714	0,352041
4	Kebutuhan pelanggan yang beragam di setiap wilayah.	4	4	4	4	4	3	4	27	0,107143	3	4	4	3	4	4	4	26	3,714286	0,397959
5	Kesadaran masyarakat terhadap produk yang ramah lingkungan.	3	4	3	4	4	3	3	24	0,095238	3	4	3	3	3	4	3	23	3,285714	0,312925
6	Ketersediaan influencer dan pihak yang dapat mempromosikan Alisa Skin Clinic.	3	4	4	3	4	3	4	25	0,099206	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,396825
Ancaman																				
1	Persaingan harga dari klinik lain.	3	4	4	3	4	3	3	24	0,095238	3	4	4	4	4	3	3	25	3,571429	0,340136
2	Inovasi atau layanan baru dari pesaing.	3	4	3	3	4	3	4	24	0,095238	3	4	3	3	4	3	4	24	3,428571	0,326531
3	Rentan terhadap fluktuasi pasokan, harga bahan baku, dan kondisi pasar.	4	4	4	3	4	4	3	26	0,103175	3	4	4	4	4	3	4	26	3,714286	0,38322
4	Ketergantungan kuat pada ekonomi lokal	4	4	3	3	4	1	4	23	0,09127	3	4	4	3	4	3	4	25	3,571429	0,325964
									252	1										3,660998

Lampiran 3. Analisis Evaluasi Faktor Internal (IFE)

No.	Faktor Internal	Responden							Jumlah	Bobot	Responden							Jumlah	Rating	Skor
		1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7			
Kekuatan																				
1	Produk dan layanan berkualitas tinggi.	4	4	3	4	4	4	4	27	0,082317	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,329268
2	Beragam pilihan produk dan treatment.	4	4	3	4	4	4	4	27	0,082317	4	4	3	4	4	4	4	27	3,857143	0,317509
3	Inovasi dalam fasilitas yang nyaman, serta program promo bulanan.	3	4	3	3	4	4	3	24	0,073171	4	3	3	3	4	4	4	25	3,571429	0,261324
4	Keterlibatan karyawan tinggi.	4	4	3	4	4	4	4	27	0,082317	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,329268
5	Upaya lingkungan keberlanjutan.	3	4	3	3	4	4	3	24	0,073171	4	3	3	3	4	4	4	25	3,571429	0,261324
6	Harga yang terjangkau namun tetap berkualitas.	3	4	3	4	4	4	3	25	0,07622	4	4	3	4	4	4	4	27	3,857143	0,29399
7	Citra merek yang kuat.	4	4	3	4	4	4	3	26	0,079268	4	3	4	4	4	4	4	27	3,857143	0,305749
8	Banyaknya dokter dan terapis, serta teknologi alat treatment canggih.	4	4	3	4	4	4	4	27	0,082317	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,329268
9	Kepatuhan terhadap SOP, transparansi informasi, dan perlindungan privasi pelanggan.	4	4	3	4	4	4	4	27	0,082317	4	4	4	4	4	4	4	28	4	0,329268
Kelemahan																				
1	Kurangnya transparansi terkait ingredients dan	4	4	3	3	4	3	4	25	0,07622	1	1	2	2	1	1	2	10	1,428571	0,108885

