

## KEBERLANJUTAN USAHA SPA DI ALESYA SPA MUSLIMAH SURABAYA DI TENGAH PANDEMI COVID-19

**Fastami' Limaa Yuhaa**

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[fastami.17050634021@mhs.unesa.ac.id](mailto:fastami.17050634021@mhs.unesa.ac.id)

**Mutimmatul Faidah<sup>1</sup>, Nia Kusstianti<sup>2</sup>, Sri Usodoningtyas<sup>3</sup>**

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[Mutimmatulfaidah@unesa.ac.id](mailto:Mutimmatulfaidah@unesa.ac.id)

### Abstrak

Saat ini, pandemi *Covid-19* membuat para wanita takut melakukan perawatan badan yang mana untuk *treatment* nya melalui kontak fisik dengan *theraphyst*. Untuk saat ini *era new normal* dimana kita menghadapi kehidupan normal baru dan berdampingan dengan virus yang masih ada, kita diwajibkan mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Maka dari itu, ditengah pandemi ini perlahan usaha spa yang menyediakan layanan perawatan tubuh mulai membuka usahanya dengan tata cara yang tentunya berbeda dengan pada keadaan normal. Tidak mudah memulai membuka kembali layanan tersebut di tengah pandemi seperti ini, sehingga dibutuhkan strategi bertahan dalam masa pandemi ini. Alesya Spa Muslimah Surabaya adalah tempat spa muslimah yang dikhususkan untuk perempuan, yang mana usaha spa ini masih berjalan di masa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui strategi usaha Spa di Allesia Spa Muslimah dalam mempertahankan dan melanjutkan usahanya selama pandemi *covid-19*. 2) Mengetahui standart tata laksana perawatan tubuh sebelum dan sesudah Pandemi *Covid-19* di Alesya SPA Muslimah. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode yang digunakan adalah wawancara. Analisis kualitatif menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) strategi usaha Spa di Alesya Spa Muslimah untuk mempertahankan usahanya dimasa pandemi yaitu, menutup *offline treatment*, membuka jasa *home treatment*, mengurangi pegawai, menjual alat yang ada di kantor, mempertahankan kepercayaan konsumen, dan mengadakan promo untuk menarik pelanggan 2) standart tata laksana perawatan tubuh sebelum dan saat pandemi yaitu, sebelum pandemi menerapkan SOP Spa umum yang berlaku dan saat pandemi, menambah protokol kesehatan yang berlaku saat pandemi.

**Kata Kunci:** keberlanjutan usaha spa, tata laksana

### Abstract

Currently, the Covid-19 pandemic makes women afraid to do body care which for treatment is through physical contact with beautician. For now the new normal era where we are facing a new normal life and side by side with viruses that still exist, we are required to comply with protocols government-defined health. Therefore, in the midst of this pandemic, beauty salon businesses that provide body care services are starting to open their business in a way that is certainly different from normal conditions. It is not easy to start reopening these services in the midst of a pandemic like this, so a strategy to survive during this pandemic is needed. Alesya Spa Muslimah Surabaya is a Muslim spa place specifically for women which this spa effort is still running in pandemic times.. This study aims to 1) find out the business strategy of the Spa at Allesia Spa Muslimah in maintaining and continuing its business during the covid-19 pandemic. 2) know the standard of body care management before and after the Covid-19 Pandemic at Alesya SPA Muslimah. This type of research is descriptive qualitative, the method used is interviews. Qualitative analysis uses data reduction, data presentation and drawing conclusions or verification. The results of this study indicate that 1) the Spa business strategy at Alesya Spa Muslimah to maintain its business during the pandemic, namely, closing offline treatment, opening home treatment services, reducing employees, selling equipment in the office, maintaining consumer trust, and holding promos to attract customers. 2) standard body care procedures before and during the pandemic, namely, before the pandemic, applying the applicable general Spa SOPs and during the pandemic, adding health protocols that were in effect during the pandemic.

**Keywords:** spa business sustainability, management

## PENDAHULUAN

Perawatan tubuh (*body treatment*) merupakan hal yang tidak asing bagi kaum wanita. Tubuh yang terawat dengan baik akan terhindar dari masalah kulit dan menjaga kondisi tubuh tetap bugar. Selain untuk mengatasi masalah kulit tubuh, perawatan tubuh (*Body Treatment*) juga memiliki manfaat untuk menenangkan otot-otot yang tegang, melancarkan sirkulasi darah, serta menenangkan pikiran setelah menjalani aktifitas yang melelahkan. Dalam melakukan perawatan tubuh, wanita sebagai *klient* berharap diberi pelayanan yang memuaskan sehingga tujuan dari perawatan tubuh tersebut tercapai. Wanita yang memiliki banyak aktifitas serta melakukan kegiatan yang menyebabkan munculnya masalah kulit, kelelahan fisik, dan berkurangnya ketenangan akan mencari cara mengembalikan kesegaran tubuhnya agar dapat melanjutkan aktifitas yang akan datang dengan melakukan perawatan tubuh.

Saat ini, pandemi *Covid-19* membuat para wanita takut melakukan perawatan tubuh karena harus melalui kontak fisik dengan *theraphyst*. Tempat Spa yang menyediakan perawatan tubuh juga memilih untuk menutup usaha Spanyol sementara waktu. Untuk saat ini di *era new normal* dan berdampingan dengan virus yang masih ada, serta diwajibkan mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Maka dari itu, ditengah pandemi ini perlahan usaha salon kecantikan yang menyediakan layanan perawatan tubuh mulai membuka usahanya dengan tata cara yang tentunya berbeda dengan keadaan sebelum pandemi. Tentu saja tidak mudah untuk memulai membuka kembali layanan perawatan tubuh di tengah pandemi seperti ini, sehingga dibutuhkan strategi bertahan dalam masa pandemi ini.

Menyesuaikan keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01./07/Menkes/382 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*(2020-51-53) Jasa perawatan kecantikan/rambut dan sejenisnya merupakan tempat fasilitas umum yang diperlukan oleh masyarakat untuk kebutuhan perawatan. Tempat ini berpotensi terjadinya penularan *Covid-19* karena terjadinya kontak erat saat dilakukan jasa pelayanan. Untuk itu perlu dilakukan upaya pencegahan bagi pelaku usaha, pekerja, dan pelanggan/pengunjung.

Terdapat dua jenis spa yang menawarkan

perawatan tubuh kepada para pelanggan. Ada Spa umum yang menangani semua jenis kelamin, dan ada Spa muslimah yang menangani khusus perawatan bagi kaum wanita. Fokus bahasan yang peneliti buat kali ini membahas tentang perawatan tubuh yang dilakukan oleh wanita, maka penelitian ini memilih spa muslimah sebagai tempat pengambilan data.

Banyak sekali spa muslimah yang beroperasi di daerah Surabaya dan sekitarnya. Salon muslimah yang memberikan ijin untuk diteliti dan tetap beroperasi ditengah pandemi dengan strategi khusus adalah Alesya SPA Muslimah. Menurut hasil data wawancara awal yang dilakukan secara daring bersama dengan *owner* Alesya SPA Muslimah Ibu Osa. Bahwa tata laksana kegiatan perawatan tubuh yang disediakan oleh Alesya SPA Muslimah memang berbeda dengan sebelum pandemi. Pada saat di tengah pandemi seperti ini, Alesya SPA Muslimah hanya melayani *home service* atau perawatan dirumah untuk menyesuaikan gaya hidup *new normal* yang tidak memperbolehkan sering keluar rumah demi memutus rantai penyebaran virus saat ini. Tentunya dengan melaksanakan protokol kesehatan yang berlaku.

Berdasarkan data observasi awal yang di ambil dari media sosial dan platform resmi Alesya SPA Muslimah menuliskan bahwa salon ini beralamat di Semolowaru Indah II Blok Q41, Surabaya, Jawa Timur. Terdapat banyak macam perawatan tubuh yang ditawarkan oleh Alesya SPA Muslimah pada *web* resminya dan hasil wawancara dengan *owner*, perawatan tubuh (*body treatment*) Alesya SPA Muslimah menawarkan *express Massage, body massage, body SPA*, dan *Body Scrub* untuk wanita dengan layanan *home service*.

Penelitian serupa dengan penelitian ini, tentang perawatan tubuh (*body treatment*) dan Spa muslimah menurut Mardirita (2016 : 113- 114) yang melakukan penelitian tentang layanan jasa body SPAdan kepuasan konsumen tentang mandi rempah pada kayla salon dan SPA muslimah Surabaya menuliskan bahwa perawatan tubuh merupakan kebutuhan wanita untuk menunjang penampilan. Manfaat dari perawatan tubuh adalah menjadikan kulit sehat, terlihat segar bercahaya sehingga seseorang akan semakin percaya diri untuk tampil di depan umum.

Menurut Rostam Yaman, Zarina Alias dan Norshahaini Mohamed Ishak (2012:492-501). Yang melakukan penelitian tentang perawatan kecantikan dan desain SPA dari perspektif Islam.

Menuliskan bahwa sebagian besar wanita karir sangat mengutamakan penampilan, kesehatan, dan kepribadian yang menyenangkan. Mereka mencari cara untuk memperbaiki apa yang mereka miliki mulai dari ujung rambut hingga ujung jari kaki mereka. Dalam basis islam banyak hal yang perlu diperhatikan seperti penggunaan produk kecantikan halal serta pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan umat islam. Maka sangat penting untuk membedakan salon kecantikan muslim dan salon normal. Dari penelitian ini menghasilkan simpulan bahwa tempat perawatan kecantikan dan SPA muslimah harus memiliki konsep desain yang menarik umat islam disamping pedoman operasinya. Faktor utama yang menarik pelanggan adalah layanan perawatan yang islami juga.

Penelitian serupa dengan penelitian ini, yang meneliti tentang strategi pemasaran di Nurayya salon dan SPA muslimah Surabaya. Diteliti oleh Siti Hafdara Maghfiroh (2020:49). Menghasilkan simpulan bahwa salon tersebut memiliki strategi pemasaran unggulan yang diterapkan yaitu digital marketing. Yang menggunakan konten dan tips menarik serta bermanfaat untuk konsumen maupun masyarakat pada umumnya, konten tersebut berupa gambar yang berisi tentang pengetahuan dan trik tentang perawatan, kesehatan, kecantikan, doa islami dan kutipan mutiara. Lalu juga menggunakan strategi promosi dengan gambar berupa promo, paket, diskon atau menggunakan jasa *publik figure* untuk mempromosikan Nurayya di media sosial.

Salah satu penelitian yang dilakukan di tempat yang sama untuk mengambil data dalam penelitian ini dilakukan oleh Maristania Syafira Prameswari (2018:111). Penelitian tersebut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada *body SPA* dengan kosmetika berbahan *green tea* di Alesya Salon dan SPA Muslimah Surabaya. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa faktor yang berpengaruh paling tinggi adalah faktor pribadi (58%) lalu faktor sosial (38%) dan faktor budaya (21%). Peneliti memberikan saran untuk peneliti berikutnya menggunakan metode pengumpulan data yg berbeda serta saran terhadap salon untuk tetap mempertahankan kualitas yang terbaik.

Fokus penelitian ini yaitu keberlanjutan usaha spa dimasa pandemi *covid-19*. Maka, berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu peneliti mengangkat judul penelitian “Keberlanjutan Usaha Spa di Alesya SPA

Muslimah di Tengah Pandemi *Covid-19*”.

## METODE

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Karena penelitian tersebut hanya meringkas, menganalisis, dan menggambarkan berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan (I Made Winarta, 2006:155).

Penelitian ini dilakukan di Alesya Spa Muslimah Surabaya. Dilakukan dengan wawancara melalui media social dan langsung dengan mematuhi protokol kesehatan untuk memutus rantai penyebaran covid 19. Penelitian dilaksanakan mulai bulan januari 2021 sampai selesai. Sasaran penelitian ditujukan kepada *owner dan Theraphyst* Alesya Spa Muslimah Surabaya yang mengetahui secara langsung keberlanjutan usaha perawatan tubuh selama Pandemi *covid-19*.

Pengumpulan data memiliki tujuan untuk memperoleh data yang sangat penting untuk membuat keterangan dan kenyataan dari objek yang sudah ditentukan sehingga dapat diperoleh hasil kesimpulan obyektif. Teknik yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini, menggunakan instrumen 1) wawancara *owner* dengan fokus penelitian strategi usaha di Alesya Spa Muslimah dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi. 2) wawancara *therapist* dengan fokus penelitian tentang Standart Operasional perawatan tubuh di Alesya Spa Muslimah Surabaya sebelum dan pada saat pandemi.

Dengan pedoman wawancara sebagai berikut :

### a. Pedoman wawancara owner

- 1) Bagaimana keadaan produktifitas Alesya Spa Muslimah Surabaya pada pandemi *covid-19* saat ini?
- 2) Dampak apa yang dirasakan Alesya Spa Muslimah Surabaya setelah adanya pandemi *covid-19* seperti sekarang ini?
- 3) Inovasi seperti apa yang dilakukan pihak Alesya Spa Muslimah Surabaya di tengah pandemi ?
- 4) Strategi pemasaran yang bagaimana untuk tetap menjalankan usaha spa di tengah pandemi?
- 5) Bagaimana cara meyakinkan dan membuat konsumen percaya tentang keamanan melakukan perawatan tubuh di Alesya spa muslimah di tengah pandemi ?
- 6) Berapa jumlah konsumen yang melakukan perawatan badan selama pandemi dan sebelum pandemi ?

- 7) Apakah Alesya spa muslimah hanya melayani konsumen muslim?
- 8) Jenis layanan perawatan apa saja yang disediakan Alesya Spa Muslimah selama pandemi ?
- 9) Jenis layanan perawatan seperti apa yang sangat di minati konsumen saat pandemi ?
- 10) Rata-rata usia berapa konsumen Alesya dan umur berapa ?
- 11) Berapa jumlah karyawan yang masih bekerja selama pandemi ?
- 12) Apakah ada pengurangan pegawai selama pandemi?
- 13) Apakah Alesya memberikan discount atau potongan harga selama pandemi ?
- 14) Bagaimana SOP perawatan tubuh sebelum dan sesudah pandemi ?

**b. Pedoman wawancara *therapist***

- 1) Bagaimana standart tata laksana perawatan tubuh sebelum pandemi?
- 2) Bagaimana standart tata laksana perawatan tubuh pada saat pandemi?

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Strategi Alesya Spa Muslimah dalam Mempertahankan dan Melanjutkan Usahanya selama Pandemi

Strategi usaha di Alesya Spa Muslimah dalam mempertahankan dan melanjutkan usahanya selama pandemi dapat di dapatkan informasinya melalui wawancara bersama dengan owner yang dilakukan melalui *google meet*.

Keadaan produktifitas alesya pada masa pandemi masih terus berjalan. Tetapi pada awal pandemi kurang lebih satu sengah bulan sempat berhenti beroperasi dan kembali beroperasi dengan layanan *home treatment*.

Dampak yang dirasakan pihan Alesya Spa Muslimah Surabaya cukup buruk, karena layanan yang diberikan adalah perawatan tubuh dan dilakukan dengan cara bersentuhan langsung antara *therapist* dan pelanggan. Sehingga menyebabkan usaha sempat mengalami pemberhentian dan tidak menerima orderan masuk. Rata-rata konsumen memiliki ketakutan dan kekhawatiran untuk melakukan perawatan tubuh pada saat pandemi, penularan virus ini dapat ditularkan melalui sentuhan. Alesya juga menutup *offline store* dan memutuskan untuk menjual seluruh alat spa karena akan mengalami kerugian yang cukup besar jika dipertahankan.

Alesya Spa Muslimah Surabaya melakukan inovasi yang sebenarnya juga sudah dilakukan oleh alesya selama sebelum pandemi. Inovasi tersebut adalah *home Treatment* yang

artinya pelanggan dapat menikmati dan menggunakan jasa alesya dengan tetap berdiam diri dirumah dan akan di datangi oleh *therapist* alesya.

Strategi pemasaran yang dilakukan alesya untuk tetap menjalankan usahanya di masa pandemi ini adalah dengan melakukan promosi di media sosial alesya spa muslimah yaitu *instagram* dan *web*. Alesya juga melakukan kolaborasi dengan beberapa *brand* hijab untuk menggabungkan promo agar dapat menarik konsumen.

Untuk keyakinan dan kepercayaan konsumen pada alesya sudah cukup baik. Banyak pelanggan tetap alesya yang melakukan *repeat order* di alesya karena sudah percaya sepenuhnya dengan alesya. Tidak hanya itu, alesya juga tetap menjaga dan menerapkan protokol kesehatan dengan menyediakan apron untuk *therapist*, menyediakan *handsanitizer*, menggunkan masker dan *faceshield*. *Therapist* juga diwajibkan cuci tangan sebelum melakukan perawatan, *therapist* dilarang menerima makanan di rumah pelanggan, berpakaian bersih, dan melakukan tes rapid rutin secara berkala.

Jumlah konsumen atau pelanggan yang melakukan perawatan tubuh di alesya salon sebelum pandemi mencapai empat sampai delapan orang dalam sehari. Pada saat pandemi, konsumen atau pelanggan alesya mengalami penurunan hingga tiga sampai lima orang saja dalam satu minggu.

Alesya spa Muslimah, yang melabeli tempat spanya dengan kata “Muslimah” ternyata tidak hanya melayani wanita Muslim saja. Muslimah dilabelkan oleh pemilik untuk memfilter pelanggan perempuan saja atau *female only*.

Layanan yang disediakan alesya spa muslimah selama pandemi terdapat dua menu yaitu, *hair and body treatment* yang terdiri dari *express massage, body massage, body spa, body scrub, totok wajah, facial*, lalu menu kedua yaitu *mom and baby treatment* yang terdiri dari *prenatal massage, prenatal spa, postnatal massage, lactation massage, kids massage, dan baby massage*.

Jenis layanan perawatan yang sangat diminati selama pandemi adalah pijat hamil atau *prenatal massage*. Banyak pelanggan yang sebagian besar adalah ibu hamil yang melakukan order ke alesya spa muslimah. Selain

itu, *body massage* juga merupakan layanan yang diminati. Rata-rata usia pelanggan di alesya spa muslimah kurang lebih antara umur 24-30 tahun.

Jumlah karyawan yang masih bekerja di alesya spa muslimah selama pandemi adalah dua *admin* yang bekerja di kantor alesya dan ada empat *therapist* alesya yang dipekerjakan secara *freelance*. Pengurangan pegawai pada alesya juga sempat di terapkan. Pada *therapist*, yang semula memiliki enam *therapist* tetap dan berkurang menjadi empat yang diberlakukan *freelance*. Selain itu juga memberhentikan puluhan *therapist* mitra *go-massage* yang merupakan mitra dari aplikasi *gojek* yang mengalami pemberhentian dan hilangnya fitur tersebut dari aplikasi.

Untuk menarik pelanggan, alesya juga sering memberikan discount tiap bulannya, dan melakukan kolaborasi promo dengan berbagai *brand* hijab terkenal.

SOP perawatan tubuh yang berlaku sebelum pandemi adalah menggunakan standart operasional yang ada, mulai dari persiapan dan lain lain disiapkan secara normal dan tentu saja dengan menjaga kebersihan. Sedangkan SOP saat pandemi sama dengan SOP standart tetapi ditambahkan dengan protokol kesehatan yang berlaku untuk mencegah peularan virus.

Di bawah ini merupakan tabel kondisi usaha sebelum dan saat pandemi :

Sebelum Pandemi	Saat Pandemi
Memiliki tempat Spa <i>Offline</i>	Tidak memiliki tempat Spa <i>offline</i>
Memiliki alat spa dan <i>treatment</i> lengkap	Tidak memiliki alat spa yang ada di tempat (menggunkan alat yang mudah dibawa kemana saja)
Menerima konsumen di tempat/ <i>offline office</i>	Hanya menerima layanan <i>home treatment</i>
Memiliki 4-8 pelanggan per hari	Hanya memiliki 3-5 pelanggan per minggu
Memiliki 6 terpis tetap	Tidak memiliki <i>therapist</i> tetap
Memiliki 3 admin	Hanya memiliki 2 admin
Merupakan mitra <i>go massage</i> dengan	Hanya memiliki 4 <i>therapist freelance</i>

puluhan <i>therapist freelance</i>	
------------------------------------	--

**Tabel 1. Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Pandemi**

**B. Standart Tata laksana Perawatan Tubuh Sebelum dan Saat Pandemi**

Standart tata laksana perawatan tubuh sebelum dan saat pandemi di Alesya spa muslimah sebelumnya juga sudah ditanyakan kepada *owner* secara singkat. Peneliti mewawancarai *therapist* untuk mengetahui keadaan yang terjadi dilapangan dalam menerapkan tata laksanaanya.

Standart tata laksana sebelum pandemi, dilakukan persiapan yang normal. Diawali dengan persiapan area kerja yaitu, mensterilkan alat dan bahan, mengecek saluran air dan listrik, menyusun tata letak alat bahan dan kosmetik yang akan digunkan dengan rapi. Setelah itu melakukan persiapan pribadi pada *therapist*, menggunkan pakaian rapi dan bersih, melepaskan perhiasan yang digunakan. Lalu mempersiapkan konsumen untuk perawatan. Setelah itu dilakukan perawatan tubuh yang diminta.

Untuk standart tata laksana pada saat pandemi, awal yang dilakukan *therapist* adalah melakukan penyemprotan desinfektan di area perawatan untuk membutuh virus yang ada disekitar ruangan, setelah itu mensterilkan segala alat dan bahan yang digunakan, dan melakukan persiapan yang sama pada saat sebelum pandemi. Setelah itu *therapist* juga disemprotkan desinfektan seluruh tubuh untuk memastikan tidak ada virus yag dapat menular ke konsumen. Banyak konsumen yang bertanya-tanya tentang keamanan yang ada pada alesya spa muslimah. Maka *therapist* juga semaksimal mungkin meyakinkan bahwa alesya aman untuk melakukan perawatan. Selain itu *therapist* juga melakukan tes rapid secara berkala dan hasilnya dibawa untuk memberitahu konsumen bahwa *therapist* dalam keadaan sehat dan tidak sedang terjangkit virus penyebab pandemi. Setelah melakukan perawatan, *therapist* juga harus langsung mengganti baju dan linen yang telah digunakan selama perawatan. Untuk melindungi diri *therapist* dari virus.

Dibawah ini merupakan tabel perbedaan SOP perawatan di Alesya sebelum dan saat pandemi :

Sebelum Pandemi	Sesudah Pandemi
-----------------	-----------------

1. Persiapan area kerja merapikan bed spa	1. <i>Therapist</i> datang ke rumah
2. Mensterilkan alat menggunakan <i>alcohol</i>	konsumen dengan membawa surat rapid rutin
3. Mengecek alat listrik dan air	2. Sebelum masuk rumah
4. Menata kosmetika perawatan	konsumen, <i>therapist</i> disemprotkan desinfektan
5. Persiapan <i>therapist</i>	3. Menyemprotkan desinfektan pada area kerja
6. Menggunakan busana rapi	4. Merapikan area kerja
7. Mencuci tangan menggunakan sabun	5. Mensterilkan alat dengan <i>alcohol</i> 90%
8. Mempersiapkan klient	6. Mengecek alat listrik dan perairan
9. Menggunakan linen perawatan (kemben)	7. Menata kosmetika
	8. Persiapan <i>therapist</i>
	9. Menggunakan busana rapi dan celemek
	10. Menggunakan masker
	11. Mencuci tangan menggunakan sabun dan <i>handsanitizer</i>
	12. Mempersiapkan klient menggunakan linen.

**Tabel 2. Perbedaan SOP Sebelum dan Saat Pandemi**

### SIMPULAN

Hasil dan Pembahasan tentang penelitian yang berjudul “Keberlanjutan Usaha Spa di Alesya Spa Muslimah Surabaya “Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Strategi mempertahankan usaha ditengah pandemi yang mengalami dampak cukup buruk dengan cara menutup *offline store*, menyediakan layanan *home Treatment* dengan cara mendatangi rumah

pelanggan, mengurangi pekerja dan memperkerjakan *therapist* dengan cara *freelance*, dan memupuk rasa percaya pelanggan terhadap Alesya.

2. Tata laksana yang dilakukan *therapist* sebelum pandemi hanya mengacu pada SOP Spa pada umumnya yang mengarah pada kebersihan pelanggan, alat bahan dan tempat, sedangkan tata laksana terapi saat pandemi SOP tersebut ditambahkan dengan protokol kesehatan yang diatur Undang-undang dan melakukan tes rapid secara berkala.

### SARAN

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan hasil penelitian, Disarankan beberapa hal yang dianggap penting dan perlu mendapatkan perhatian sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai pelaksanaan tata laksana di masa pandemi.
2. Perlu dilakukan penelitian keefektifan *home treatment* yang berlaku.
3. Perlu dilakukan penelitian tentang kepercayaan pelanggan melakukan *treatment* saat pandemi.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang memberikan hidayat serta kekuatan lahir dan batin sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Selama proses pembuatan skripsi ini terdapat orang-orang yang berjasa dalam membantu pembuatan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Mutimmatul Faidah, S.Ag. M.Ag yang dengan tulus membimbing skripsi, dosen penguji yang telah memberi masukan. Ibu Osa selaku *owner* Alesya Spa Muslimah Surabaya yang berkenan menjadi narasumber, *Therapist* Alesya Spa muslimah yang meluangkan waktunya menjadi narasumber serta teman-teman seperjuangan S1 Pendidikan Tata Rias telah menjadi tempat bertukar ilmu. Orang tua yang selalu memberi semangat dalam pengerjaan skripsi ini, serta orang-orang terdekat yang tidak dapat disebutkan, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas waktu yang telah banyak diluangkan untuk proses pengerjaan skripsi. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan yang membaca. Sekian dan terimakasih.

### DAFTAR PUSTAKA

Anjani, diah Septina.2014. Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Body Spa di Salsa Beauty

- Salon and Centre Surabaya. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi V, Jakarta: PT. Renake Cipta
- Hakim, Nelly, dkk. 2001. *Tata Kecantikan Kulit Tingkat Terampil*. Jakarta. PT. Carina Indah Utama.
- Indriani, Rina. 2015. *Statistik Solus Per Aqua (SPA) 2015*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, CV. Mashadito Intan Prima.
- Jumarani, Louise. 2009. *The Essence of Indonesian Spa (Spa Indonesia Gaya Jawa dan Bali)*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Maghfiroh. 2020. *Strategi Pemasaran di Nurayya Salon dan Spa Muslimah Surabaya*. Surabaya. E-journal Vol-9 No 2, edisi Yudisium.
- Moleong. 2017. *Metode Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rordakarya.
- Prameswari, Syafira Maristania. 2018. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada body SPA dengan Kosmetik berbahan green tea di Alesya Salon dan Spa Muslimah*. Surabaya. e-Journal Vol-7. No 3.
- Sefiyana, Nita. 2017. *Pengaruh Pelayanan Dengan Pendekatan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya*. Surabaya. E-journal vol-6 no01.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tritanti, Yuswati, dan Juniastuti. *Pemberdayaan perempuan melalui peningkatan wirausaha mobile hone spa dengan terapi pijat dan perawatan tubuh dengan memanfaatkan aneka rempah tradisional Indonesia*. Yogyakarta. Journal Staf pengajar teknik Rias dan Kecantikan PTBB FT UNY.
- Ulung Gagas, 2010. *Muslimah Only*. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ulung, Gaggas dan Sari Soekarso, 2010. *Sukses Berbisnis Salon Muslima*. Jakartna. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*. Surabaya. Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Widayati, Tri. 2011. *Tazkia Salon Muslimah “Always Syar’i with beauty”*. Jurnal Maret 2011 : 1-2
- Yaman, Alias, Ishak Mohammed. 2012. *Perawatan Kecantikan dan Desain Spa dari Perspektif Islam*. Bangkok. E-Journal. *Science Direct*.