

**ANALISIS *VALUE PROPOSITION* DALAM MENCAPAI *PRODUCT-MARKET FIT*
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN ERHA *CLINIC* DI JAKARTA SELATAN)**



**Nindy Audia Pramesti
NIM: 1805421052**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2022**



ABSTRAK

NINDY AUDIA PRAMESTI. Analisis *Value Proposition* dalam Mencapai *Product-Market Fit* (Studi Kasus pada Konsumen Erha Clinic Di Jakarta Selatan). Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *value proposition* Erha Clinic dalam mencapai *product-market fit*. Penelitian yang dilakukan pada salah satu cabang Erha Clinic di Jakarta Selatan (Erha Derma Center Pondok Indah) menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah dari Erha Derma Center Pondok Indah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara mendalam semi terstruktur, dokumentasi serta triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *value proposition* dari Erha Clinic dapat dijabarkan melalui enam elemen yang terdapat dalam profil customer untuk konsumen Erha Clinic dan peta nilai untuk Erha Clinic. *Value proposition* Erha Clinic memiliki pengaruh dan telah menjawab kebutuhan konsumen, terutama pada kecocokan elemen *customer profile* dengan *products & services* serta kecocokan antara *customer gains* dengan *gain creator*. Kecocokan antara *value proposition* dengan kebutuhan konsumen pertamanya dapat diketahui melalui analisis kecocokan *customer profile* dengan *products & services*, dimana untuk kecocokan ini mencapai seratus persen. Selanjutnya, kecocokan antara *customer pains* dengan *pain reliever*, dimana untuk kecocokan elemen ini mencapai empat dari tujuh poin dalam *customer pains*. Terakhir, untuk kecocokan antara *customer gains* dengan *gain creator*, dimana untuk kecocokannya mencapai seratus persen. Kecocokan pasar-produk juga memiliki pengaruh dengan proposisi nilai Erha Clinic karena sudah tercapainya kesesuaian dengan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: Erha Clinic, *Value proposition*, *Product-Market Fit*



ABSTRACT

NINDY AUDIA PRAMESTI. *Value Proposition Analysis in Achieving Product-Market Fit (Case Study on Consumers of Erha Clinic in South Jakarta)*. Department of Business Administration. State Polytechnic of Jakarta. 2022.

This study aims to determine and analyze the value proposition of Erha Clinic in achieving product-market fit. The research was conducted at one of the Erha Clinic branches in South Jakarta (Erha Derma Center Pondok Indah) using qualitative research methods. The analytical technique used in this research is a qualitative descriptive analysis technique. The main data source in this research is from Erha Derma Center Pondok Indah. Data collection techniques used are through observation, semi-structured in-depth interviews, documentation and triangulation. The results of this study indicate that the value proposition of Erha Clinic can be described through the six elements contained in the customer profile for Erha Clinic consumers and the value map for Erha Clinic. Erha Clinic's value proposition has an impact and has answered consumer needs, especially in the compatibility of customer profile elements with products & services as well as compatibility between customer gains and creator gains. The match between the value proposition and consumer needs can first be identified through an analysis of the suitability of the customer profile with products & services, where this match reaches one hundred percent. Furthermore, the match between customer pains and pain reliever, which for the match of this element reached four out of seven points in customer pains. Finally, for the compatibility between customer gains and creator gains, where the compatibility reaches one hundred percent. Product-market compatibility also has an influence on Erha Clinic's value proposition because it has achieved conformity with consumer needs.

Keyword: *Erha Clinic, Value proposition, Product-Market Fit*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBARAN PERSETUJUAN

Nama : Nindy Audia Pramesti
NIM : 1805421052
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis *Value Proposition* dalam Mencapai
Product-Market Fit (Studi Kasus pada Konsumen
Erha Clinic di Jakarta Selatan)

Depok, 27 Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si.
NIP 196501311989032001

Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H.
NIP 196209301992032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si.
NIP 196501311989032001



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nindy Audia Pramesti
NIM : 1805421052
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis *Value Proposition* dalam
Mencapai *Product-Market Fit* (Studi Kasus
pada Konsumen Erha Clinic Di Jakarta
Selatan)

Telah berhasil diterapkan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Agustus 2022
Waktu : 09.00-10.00



TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si.
NIP 196501311989032001
Penguji 1 : Taufik Akbar M.S.M.
NIP 198409132018031001
Penguji 2 : Erlyn Rosalina S.Hum., M.Pd.
NIP 198711122019032011

Iis Mariam

Taufik Akbar
Erlyn Rosalina

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 27 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Nindy Audia Pramesti

1805421052



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi dengan judul “Analisis *Value Proposition* Dalam Mencapai *Product-Market Fit* (Studi Kasus pada Komunitas Erha Clinic Di Jakarta Selatan)”.

Laporan skripsi ini disusun berdasarkan data dan penelitian yang telah dilakukan penulis di Erha Clinic. Selain itu, laporan ini juga disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Administrasi Bisnis Terapan (D4) Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dan membantu dalam proses penyelesaian laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

Dr. sc. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.

2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta dan dosen pembimbing satu yang dengan tulus dan sabar meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan bantuan, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian penulisan laporan skripsi sehingga laporan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan penelitian ini hingga terselesaikannya penelitian ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberikan semangat yang begitu besar dan selalu memberikan kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis.
6. Dosen Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Staf administrasi Jurusan Administrasi Niaga yang telah membantu selama proses pengurusan bidang administratif untuk penulis.
8. Seluruh staf Erha Clinic yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penyusunan laporan skripsi penulis.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian laporan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi bagi penulis dalam membuat laporan atau karya tulis ilmiah selanjutnya.

Tangerang, 19 Mei 2022
Penulis

Nindy Audia Pramesti
NIM. 1805421052





DAFTAR ISI

ABSTRAK.....ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....iv
LEMBAR PENGESAHAN.....v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....vi
KATA PENGANTAR.....vii
DAFTAR ISI.....ix
DAFTAR TABEL.....xi
DAFTAR GAMBAR.....xiii
BAB I PENDAHULUAN.....1
1.1. Latar Belakang.....1
1.2. Identifikasi Masalah.....6
1.3. Pembatasan Masalah.....6
1.4. Rumusan Masalah.....6
1.5. Tujuan Penelitian.....7
1.6. Manfaat Penelitian.....7
BAB II LANDASAN TEORI.....9
2.1. Kerangka Teori.....9
2.1.1 Model Bisnis.....9
a. Pengertian Model Bisnis.....9
b. Kerangka Kerja Model Bisnis.....9
c. Manfaat Model Bisnis.....10
2.1.2 Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis).....10
a. Pengertian Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis).....10
b. Tahapan Penyusunan Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis).....11
2.1.2 Value Proposition (Proposisi Nilai).....13
a. Pengertian Value Proposition (Proposisi Nilai).....13
b. Elemen-Elemen Value Proposition.....14

Hak Cipta
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.	Tahapan Penyusunan <i>Value Proposition Design</i> (Kanvas Proposisi Nilai)	15
2.	3. <i>Product-Market Fit</i> (Kecocokan Produk-Pasar).....	20
a.	Pengertian <i>Product-Market Fit</i>	20
b.	Kecocokan Proposisi Nilai dalam Mencapai <i>Product-Market Fit</i>	21
2.	Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan	22
2.	Deskripsi Konseptual	30
BAHAGIAN III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
a.	Waktu Penelitian.....	31
b.	Tempat Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian	32
a.	Pengertian Penelitian Kualitatif.....	32
3.2.1	Informan Penelitian.....	33
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.3	Teknik Pengolahan Data	45
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	46
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Table 1.1	Top Brand Awards Index Kategori Klinik Kecantikan Periode 2019-2021	4
Table 2.1	Hasil Penelitian / Jurnal yang Relevan	23
Table 3.1	Waktu Penelitian	31
Table 3.2	Panduan Wawancara Area Manager Area 1 & Supervisor Erha Derma Center Pondok Indah	35
Table 3.3	Panduan Wawancara Konsumen 1 & 2 Erha Clinic.....	40
Table 4.1	<i>Treatment</i> di Erha Clinic	61
Table 4.2	Perbandingan Teori dan Pengimplementasian Praktik <i>Value Proposition</i> Erha Clinic	72



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR GAMBAR

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 2.1 Kanvas Model Bisnis.....	11
Gambar 2.2 Kanvas Proposisi Nilai	16
Gambar 2.3 Skema Deskripsi Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Logo Erha Clinic	49
Gambar 4.2 Model Bisnis Erha Clinic	49
Gambar 4.3 Suasana dan Fasilitas Erha Derma Center Pondok Indah.....	50
Gambar 4.4 <i>Value Proposition Design</i> Erha Clinic	68





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi telah mendorong dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dan mempertajam persaingan, yang akhirnya membawa konsekuensi bahwa hanya perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing saja yang dapat bertahan. Dalam persaingan pasar bebas, setiap perusahaan berusaha untuk lebih unggul dibandingkan kompetitornya. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran yang baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada konsumen. Kondisi ini menyebabkan perubahan pandangan dan cara berpikir dalam pemasaran, sehingga perubahan ini dapat memotivasi perusahaan untuk mengembangkan kualitas produk atau jasa agar bersifat global, untuk meningkatkan daya saing.

Peluang bisnis pada perusahaan jasa tidak dapat dilepaskan dari dinamika, situasi dan kondisi faktor eksternal yang melingkupinya. Perusahaan jasa dituntut untuk bisa bertahan hidup dan memperoleh keuntungan yang ingin dicapai sehingga perlu secara terus menerus menyesuaikan produk jasanya dengan kebutuhan masyarakat sebagai pengguna jasanya. Penting bagi perusahaan untuk memiliki kemampuan merespon kebutuhan konsumen, bahkan memberikan solusi dari permasalahan suatu kelompok konsumen yang berbeda-beda. Di sisi lain, kebutuhan konsumen dapat memberikan peluang yang akhirnya akan menumbuhkan pasar. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan produk yang digunakan.

Perusahaan jasa yang sedang diminati oleh masyarakat adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang kecantikan. Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat karena sebagai penunjang penampilan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada



Hak Cipta

kuartal I-2020 menunjukkan bahwa pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk produk kecantikan tumbuh 5,59% (Rizaty, 2021). Data dari Statista menyatakan nilai pendapatan dari industri produk kecantikan mencapai US\$7 miliar atau setara Rp100,02 triliun (kurs Rp14.381/US\$) pada 2020, lalu angkanya naik 7,25% menjadi sebesar US\$7.46 miliar pada 2021. Fakta lainnya membuktikan bahwa segmen terbesar dalam industri produk kecantikan di Indonesia adalah segmen perawatan kulit (*skincare*) dengan volume pasar USD 1.673 juta pada tahun 2019 (Statista, 2020). Melansir dari Euromonitor International bertajuk *The Future of Skin Care*, Indonesia dianggap akan menjadi penyumbang terbesar kedua untuk pertumbuhan perawatan kulit di dunia menggantikan Amerika Serikat yang berada di posisi ketiga (Euromonitor International, 2015). Hal ini membuktikan tingginya minat masyarakat Indonesia untuk melakukan perawatan kulit terutama kulit wajah. Perusahaan jasa di bidang kecantikan memiliki potensi yang besar dan menjanjikan di Indonesia, karena dengan besarnya permintaan dan banyaknya pengguna kosmetik bisa mendorong pasar belanja produk kecantikan di dalam negeri.

Permintaan pasar untuk industri kecantikan saat ini sangat berkembang dan memiliki banyak peminat, namun masih ditemukan konsumen yang memilih untuk tidak melakukan perawatan kulit (*skincare*). Dilansir dari Taber, Leyva dan Parsoskie (2015), ada tiga alasan utama konsumen menghindari perawatan di klinik. Alasan pertama adalah hasil yang tidak memuaskan dalam mencari perawatan medis, seperti faktor yang berhubungan dengan dokter, organisasi perawatan kesehatan, dan pelayanan (33,3% dari 1,369). Kedua, sebagian konsumen melaporkan kebutuhan yang rendah untuk mencari perawatan di klinik (12,2%). Ketiga, banyak konsumen melaporkan hambatan umum untuk perawatan di klinik (58,4%), seperti biaya tinggi (24,1%), tidak ada asuransi kesehatan (8,3%), dan kendala waktu (15,6%) (Taber, J. M., Leyva, 2015). Hasil dari laporan ini menunjukkan bahwa umumnya konsumen masih bermasalah dengan melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan bersama dokter, menganggap bahwa biaya perawatan cukup mahal, dan merasa belum perlu untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta

Erha Clinic Indonesia hadir untuk menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan yang dialami konsumen klinik kecantikan. Erha Clinic adalah klinik jaringan spesialis kulit yang selalu mengedepankan standar perawatan dermatologi terbaik yang ditunjang dengan perangkat medis teknologi terkini, tim dokter spesialis kulit yang berpengalaman serta produk obat yang aman dan berkualitas. Awal mula, Erha Clinic ditandai dengan berdirinya sebuah klinik kecil di Jalan Kemanggisan Utama II No. 68, Jakarta Barat pada tanggal 28 September 1999. Erha *Clinic* melayani kebutuhan masyarakat di bidang dermatologi secara profesional serta didukung produk-produk yang diformulasikan secara khusus dengan teknologi terkini dan ditangani langsung oleh *dermatologist* yang tersertifikasi. Seiring dengan respon positif dari berbagai pihak, pada pertengahan tahun 2000 Erha Clinic membangun jaringan ke beberapa tempat dan menambah jumlah tim dokter spesialis kulit untuk memantapkan Erha *Clinic* sebagai spesialis kulit. Jenis klinik yang ada di Erha Clinic adalah Erha Derma Center, Erha Apothecary, Erha Clinic dan Erha Skin yang saat ini sudah tersebar di 25 provinsi di Indonesia. Salah satu provinsi dengan jumlah konsumen Erha Cliniiic terbanyak adalah DKI Jakarta, terkhusus di Jakarta Selatan dengan total pengunjung mencapai 3.000 di tahun 2021.

Sebagai upaya mendekatkan diri dengan konsumen, saat ini Erha Clinic memiliki beberapa program yang menyesuaikan dengan permasalahan setiap konsumen yang terdiri dari Erha Ultimate Acne Cure sebagai solusi kulit berjerawat, Erha Ultimate Hair Care sebagai solusi permasalahan rambut, Erha Ultimate Brightening sebagai solusi kulit kusam, Erha Ultimate Anti Aging sebagai solusi penuaan pada kulit dan Erha Ultimate Make Over sebagai solusi permasalahan kontur wajah. Lima program tersebut telah tersebar di seluruh Erha Clinic di Indonesia dan menjadi *unique selling point* dibandingkan kompetitor lainnya, karena Erha *Clinic* hadir dengan program yang dipersonalisasi khusus untuk permasalahan setiap konsumennya. Erha *Clinic* juga mengusung konsep yang disebut *Five Clear Concept* yang memiliki arti *clear program*, *clear plan*, *clear skin goals*, *clear duration* dan *clear cost*. *Five Clear Concept* diprogram untuk mengatasi masalah kulit konsumen dengan *skin goals* yang diinginkan, program yang jelas, *plan* yang sudah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

direncanakan sebelumnya, durasi yang bisa terukur, dan transparansi biaya yang harus dikejar selama menjalankan program yang konsumen inginkan.

Program kecantikan dan pelayanan Erha Clinic telah berhasil meraih Top Brand Awards Index dari tahun ke tahun dengan posisinya menempati posisi dua teratas dari kompetitornya. Pencapaian Erha Clinic di Top Brand tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1. Top Brand Awards Index Kategori Klinik Kecantikan

Periode 2019-2021

Merek	TBI (2019)	TBI (2020)	TBI (2021)	TOP
Natasha Skin Care	27,4%	27,7%	29,3%	TOP
Erha Clinic	27,0%	27,2%	26,8%	TOP
Bella Skin Care	8,3%	8,4%	9,5%	
Klinik Dr. Eva Mulia	2,4%	4,2%	3,8%	
London Beauty Center	1,9%	4,1%	3,5%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	

Sumber: Top Brand Awards, 2021

Tabel 1.1 menunjukkan data Top Brand kategori klinik kecantikan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Top Brand Awards sendiri adalah deretan merek dengan *market share* terbesar pada kategori tertentu berdasarkan survei independen yang dilakukan oleh lembaga survei terpercaya yakni Frontier Group. Didapatkan dari tabel tersebut, terlihat bahwa Erha Clinic mengalami kenaikan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Pada tahun 2019, Erha Clinic mendapatkan 27,0% pada hasil survei. Pada tahun 2020, terjadi kenaikan sebesar 0,2% dengan hasil survei sebesar 27,2%. Namun, di tahun 2021 terjadi penurunan pangsa pasar di Erha Clinic sebesar 0,4% dengan *market share* sebesar 26,8% (Top Brand Awards, 2021). Dapat disimpulkan, meskipun perawatan kecantikan dan pelayanan di Erha Clinic berhasil menempati Top Brand tetapi belum menempati posisi pertama untuk pangsa pasar di pasar klinik kecantikan Indonesia.

Saat ini, Erha Clinic juga terus berusaha menghadirkan solusi terbaik bagi konsumennya melalui pengiriman produk *skincare* yang dibutuhkan melalui aplikasi. Erha



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Erha Clinic meluncurkan aplikasi bernama Erha Buddy untuk memudahkan konsumen dalam melakukan konsultasi dengan dokter, membuat janji temu dokter dan *treatment*, melakukan pembelian produk dengan resep dan melakukan pembelian produk *skincare* (produk tanpa resep). Nantinya, konsumen tidak perlu datang langsung ke klinik jika hanya ingin melakukan konsultasi, membuat janji temu atau membeli produk *skincare*, karena semuanya bisa dilakukan di aplikasi Erha Buddy di mana pun dan kapan pun dengan mudah dan cepat. Erha Clinic memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen baik itu saat perawatan kulit secara langsung di klinik atau saat konsumen menggunakan aplikasi Erha Buddy secara *online*. Hal tersebut yang merupakan proposisi nilai yang dibentuk dan dimiliki Erha Clinic bagi konsumennya

Value proposition atau nilai lebih dari sebuah *brand* akan terlihat dari tingkat adopsi, pemakaian, serta tanggapan setelah pemakaian oleh segmen konsumen yang dituju. Secara umum, nilai tambah atau proposisi nilai dari sebuah produk atau layanan adalah agregasi atau kumpulan dari keunggulan perusahaan yang ditawarkan pada konsumen (Osterwalder, 2010). Proposisi nilai dapat berbentuk secara kuantitatif, seperti harga dan efektifitas pelayanan, atau secara kualitatif, seperti desain produk dan pengalaman konsumen.

Value proposition pada dasarnya dibentuk oleh hasil analisis dari masalah dan kebutuhan yang dialami oleh sebuah segmen konsumen. Sehingga, terbagi dua area yang menjadi fokus dari analisis pembentukan proposisi nilai (Osterwalder, 2014). Fokus pertama adalah area yang menggambarkan konsumen yang disebut dengan *customer profile* atau profil konsumen. Fokus kedua adalah area yang menggambarkan tentang sebuah produk atau jasa yang ditawarkan pada segmen konsumen tersebut dan disebut dengan *value map*.

Hasil dari analisis tersebut membentuk proposisi nilai yaitu sebuah layanan atau produk akan berinteraksi langsung dengan pasar untuk mengetahui apakah produk diciptakan sesuai dengan permintaan pasar (*product-market fit*). Hubungan antara proposisi nilai dari sebuah produk dan kebutuhan pasar akan dianalisis untuk mengetahui apakah sebuah produk atau layanan benar-benar bekerja untuk konsumen, mampu menyelesaikan



masalah konsumen, dan konsumen pun bersedia untuk melakukan pemakaian berulang pada produk tersebut. Kecocokan seorang konsumen pada merek kecantikan dapat dilihat dari apakah hasil yang diberikan sesuai dengan dari sebuah layanan, sehingga hal ini dapat membentuk proposisi nilai yang menyelesaikan kebutuhan dan masalah konsumen. Mengikuti hal tersebut, peneliti memilih judul penelitian “**Analisis Value Proposition untuk Mencapai Product-Market Fit (Studi Kasus pada Konsumen Erha Clinic di Jakarta Selatan)**”, guna mengetahui apa saja proposisi nilai dari Erha Clinic, serta bagaimana proposisi nilai tersebut dapat membawa kesesuaian antara permintaan pasar industri kecantikan di Indonesia dengan layanan yang dimiliki Erha Clinic.

1.2. Identifikasi Masalah

Penjabaran latar belakang menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang diidentifikasi oleh penulis. Beberapa permasalahan tersebut sebagai berikut:

- a. Apa saja aspek yang mempengaruhi *value proposition* dalam pencapaian *product-market fit* di Erha Clinic?
- b. Apakah *value proposition* berpengaruh terhadap pencapaian *product-market fit* di Erha Clinic?
- c. Bagaimana solusi dalam mencapai *product-market fit* di Erha Clinic?

1.3. Pembatasan Masalah

Mengikuti identifikasi masalah yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, untuk mendapatkan hasil penelitian yang terarah maka penelitian ini akan terfokuskan pada *value proposition* dalam mencapai *product-market fit* pada Erha Clinic. Subyek yang digunakan adalah konsumen dari Erha Clinic di Jakarta Selatan.

1.4. Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah proposisi nilai (*value proposition*) yang dimiliki oleh Erha Clinic?
- b. Bagaimanakah kecocokan proposisi nilai (*value proposition*) yang dicapai Erha Clinic dengan kebutuhan konsumen?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bagaimanakah kecocokan produk-pasar atau *product-market fit* yang dicapai proposisi nilai (*value proposition*) Erha Clinic terhadap kebutuhan konsumen?

1.5. Tujuan Penelitian

Menganalisis seberapa besar pengaruh aspek proposisi nilai (*value proposition*) yang dimiliki oleh Erha Clinic.

Menganalisis seberapa besar kecocokan proposisi nilai (*value proposition*) yang dicapai Erha Clinic dengan kebutuhan konsumen.

Menganalisis seberapa besar kecocokan produk-pasar atau *product-market fit* yang dicapai proposisi nilai (*value proposition*) Erha Clinic terhadap kebutuhan konsumen.

1.6. Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

a. Bagi Peneliti

- 1) Bagi penulis dapat memperluas wawasan di bidang marketing dan juga menambah sebuah wawasan tentang proposisi nilai (*value proposition*) dalam mencapai *product-market fit* di Erha Clinic.
- 2) Hasil penelitian ini bermanfaat dapat memberikan informasi yang relevan serta menambah ilmu pengetahuan bagi penulis dalam bidang strategi pemasaran.

b. Bagi Mahasiswa

- 1) Dapat menjadi sumber informasi Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta sebagai acuan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

- 2) Menambah wawasan literatur mengenai proposisi nilai (*value proposition*) terhadap *product-market fit* Erha Clinic.

Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan terkait proposisi nilai (*value proposition*) terhadap *product-market fit* yang ingin dicapai Erha Clinic.

- b. Bagi Masyarakat

Dapat sebagai sebuah informasi pengetahuan dalam membangun sebuah usaha dengan mengetahui proposisi nilai (*value proposition*) terhadap *product-market fit* Erha Clinic.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

5.1 Kesimpulan

Mengikuti hasil penelitian yang penulis lakukan dengan judul “Analisis Value Proposition Dalam Mencapai Product-Market Fit (Studi Kasus pada Konsumen Erha Clinic di Jakarta Selatan)”, maka dapat ditarik kesimpulan yang penulis jabarkan ke dalam poin-poin berikut.

Value proposition dari Erha Clinic dapat dijabarkan melalui enam elemen yang terdapat dalam profil customer untuk konsumen Erha Clinic dan peta nilai untuk Erha Clinic. Tiga elemen dalam *customer profile*, yang pertama ada *customer jobs* terdiri dari merasa percaya karena rekomendasi rekan terdekat, merasa mudah dalam mencari lokasi klinik dan percaya karena sudah mengetahui informasi mengenai dokter/*dermatologist* klinik kecantikan tersebut. *Customer pains* terdiri dari kandungan obat yang tidak sesuai, ketidaksesuaian hasil yang didapatkan, ketergantungan akan obat, kurangnya akses dalam mendapatkan produk, harga yang cukup mahal, ketidaknyamanan dalam penggunaan produk dan efek samping penggunaan produk. *Customer gains* terdapat lengkapnya ketersediaan produk dan *treatment*, beragamnya *treatment* yang tersedia, tidak ada efek ketergantungan, obat aman dan terpercaya, kemudahan dalam mendapatkan informasi serta *personalized* untuk setiap konsumen. Sedangkan untuk *value map*, yang pertama ada *products & services* dimana terdapat mudahnya dalam mencari lokasi klinik, beragam *treatment* yang tersedia, produk dan tindakan yang lengkap, selalu melakukan inovasi pada layanan dan produknya serta dokter/*dermatologist* yang sudah bersertifikat dan terpercaya. *Pain reliever* terdapat hasil yang sesuai antara harapan dan klaim klinik, tidak adanya efek ketergantungan obat, aman dan nyaman dalam penggunaan produk, serta minimnya efek samping. Dan terakhir untuk *gain creator* terdapat kemudahan dalam mendapatkan informasi, inovasi produk dan *treatment*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang selalu dilakukan Erha Clinic, *personalized* untuk masing-masing konsumen dan kandungan obat yang aman dan terpercaya.

Value proposition Erha Clinic memiliki pengaruh dan telah menjawab kebutuhan konsumen, terutama pada kecocokan elemen *customer profile* dengan *products & services* serta kecocokan antara *customer gains* dengan *gain creator*. Kecocokan antara *value proposition* dengan kebutuhan konsumen pertama-tama dapat diketahui melalui analisis kecocokan *customer profile* dengan *products & services*, dimana untuk kecocokan ini mencapai seratus persen. Selanjutnya, kecocokan antara *customer pains* dengan *pain reliever*, dimana untuk kecocokan elemen ini mencapai empat dari tujuh poin dalam *customer pains*. Terakhir, untuk kecocokan antara *customer gains* dengan *gain creator*, dimana untuk kecocokannya mencapai seratus persen.

- c. Kecocokan pasar-produk memiliki pengaruh dengan proposisi nilai Erha Clinic karena sudah tercapainya kesesuaian dengan kebutuhan konsumen. Kedua konsumen Erha Derma Center Pondok Indah yang telah diwawancarai sudah merasa cocok dan berada di tingkat sangat membutuhkan layanan dokter atau *dermatologist, treatment* dan juga produk dari Erha Derma Center Pondok Indah. Produk dan layanan Erha Clinic telah mencapai titik diterima dan mendapatkan loyalitas dari kedua konsumen tersebut.

5.2 Saran

Setelah melakukan analisis dan penelitian dengan judul “Analisis *Value Proposition* Dalam Mencapai *Product-Market Fit* (Studi Kasus pada Konsumen Erha Clinic di Jakarta Selatan)”, berikut adalah saran dari penulis terkait penelitian ini.

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis *value proposition* Erha Clinic dengan menggunakan variabel Y lain, seperti minat beli konsumen, *customer satisfaction* atau strategi *marketing* yang bisa turut mempengaruhi *value proposition*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan teknik wawancara dengan metode *Focus Group Discussion* (FGD) dengan jumlah konsumen minimal lima orang serta memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga didapatkan perbedaan perspektif yang dapat menjadi masukan serta kritik terhadap penelitian *value proposition* Erha Clinic.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan perusahaan untuk lebih memperhatikan produk atau layanannya sehingga sesuai dengan harapan, keinginan serta kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan akuisisi serta retensi konsumen Erha Clinic.





DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association (2022). *APA Style: Style and Grammar Guidelines*. <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines>
- Creedon, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approach* (4th Editio). SAGE Publication. Inc.
- Euromonitor International. (2015). *The Future of Skincare: Game Changing Trends and Influencers*. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/the-future-of-skin-care-game-changing-trends-and-influencers/report>
- Fitriani, M. dan L. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian. Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak.
- Johansson, H. (2017). *Finding Product-Market Fit – Lean Canvas Framework as a Tool for Establishing Customer Validation Market Orientation*. Turku University of Applied Science.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3rd Editio). Sage Publication.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2015). The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58(6), 726–735.
- Olsen, D. (2015). *The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback*. John Wiley and Sons. Inc.
- Osterwalder, A. dan Y. P. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley and Sons. Inc.
- Osterwalder, A. dan Y. P. (2012). *Business Model Generation*. John Wiley and Sons. Inc.
- Osterwalder, A. dan Y. P. (2013). *Value Proposition Desig*. John Wiley and Sons. Inc.
- Osterwalder, A. dan Y. P. (2014). *Value Proposition Design*. John Wiley and Sons. Inc.
- Payne, A. and P. F. (2014). Deconstructing the value proposition of an innovation exemplar. *European Journal of Marketing*, 48(1/2), 237–270.
- Rahayu, R. S. dan O. O. (2019). Analisis Customer Value Index Dalam Memilih Klinik Kecantikan Di Indonesia. *EProceedings of Management*, 6(1).
- Rizaty, M. A. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Statista. (2020). *Beauty & Personal Care Report 2020*. Statista: *Beauty & Personal Care*. <https://www.statista.com/outlook/70000000/120/beauty-personalcare/indonesia>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taber, J. M., Leyva, B. dan A. P. (2015). *J Gen Intern Med. Why do People Avoid Medical Care? A Qualitative Study Using National Data*. 30(3), 290–297. <https://doi.org/10.1007/s11606-014-3089-1>
- Tim PPM Management. (2012). *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia*. Penerbit

Hak Cipta:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PPM.

Top Brand Awards. (2021). *TOP BRAND INDEX FASE 2 2021*. Top Brand Index.

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=erha

Wahyuni, S. (2019). *Qualitative Research Method: Theory and Practive* (3rd Editio).

Salemba Empat.



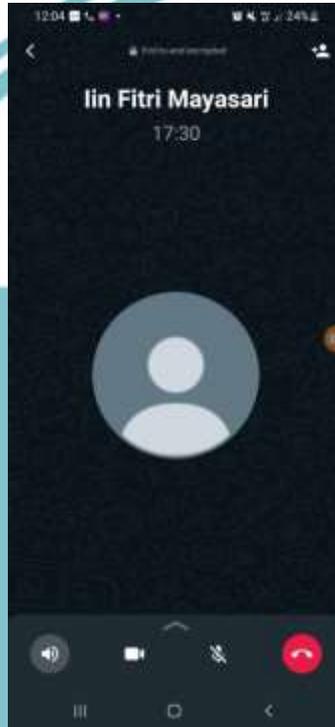


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara & Tautan Google Drive Wawancara dengan Area Manager 1 Erha Clinic



Tautan Google Drive:

https://drive.google.com/file/d/1PAZfKqWUB09C-i2Yx_DZSjK05W_Nahiw/view?usp=sharing

(Dapat di akses dengan menggunakan e-mail Politeknik Negeri Jakarta)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Area Manager Area 1 Erha Clinic

Nama : Iin Fitri Mayasari
Pekerjaan : Area Manager Area 1 Erha Clinic
Penyebutan : N (Nindy), I (Iin)
Tempat Pelaksanaan Wawancara : WhatsApp Call

Transkrip:

N : “Halo, selamat siang Mba Iin!”
I : “Iya, siang”
N : “Iya, terima kasih ya mba karena sudah meluangkan waktunya untuk bisa berbincang-bincang untuk melakukan wawancara terkait penelitian tugas akhir saya. Sebelumnya, perkenalkan saya Nindy Audia Pramesti, mahasiswi Politeknik Negeri Jakarta yang saat ini sedang penelitian terkait Erha Clinic”
I : “Iya, Mba. Senang bisa membantu Mba Nindy, kira-kira apa nih yang bisa saya bantu?”
N : “Iya, Mba. Mungkin sama seperti Mba Lenny (Area Manager Area 2) yang sebelumnya sudah saya wawancara, saya juga udah berbincang cukup banyak dengan Mba Lenny. Saya bertanya terkait produk Erha Clinic (*treatment* dan produk) di mata konsumen. Nah, mungkin dari mba ada *insight* nih mba yang didapatkan dari konsumen yang bisa mba sampaikan. Silahkan, Mba. Boleh dijelaskan spesifiknya yaitu tentang *treatment* Erha Clinic.
I : “Kalau *treatment* ya..., kalau dari *customer* tuh beda-beda, ya. Ada *customer* yang misalkan kalau dari area saya (area 1) itu kan ada Erha Derma Center, ada Erha Derma Center Pondok Indah, Kelapa Gading dan Kemanggisan Raya. Mungkin mereka itu, ya..., mereka itu tidak masalah ya..., mereka tidak survei harga, kalau yang tipenya 3 Erha Derma Center itu. Tapi, kalau untuk yang pinggiran misalnya di daerah Karawaci lah, ya mereka itu masih *gambling* ya sama harga tindakan, karena memang dari tipe *customernya* beda-beda ya, kalau yang dari Erha Derma Center kan mereka memang sudah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih *settle* gitu ya dan dari tipe *customernya* juga ya memang mereka tidak terlalu *picky*. Mereka itu mau ada promo atau tidak ada promo ya tidak mengangkat *salesnya* terlalu banyak, karena mereka tipenya ya memang “*gue* butuh, *gue* beli” gitu kan. Misalnya di daerah Mall Kelapa Gading, itu kan beda, begitu dikasih *discount* tuh banyak mereka baru beli. Kalau di Mall Kelapa Gading tuh mereka tipe *customernya* juga suka semua tindakan, begitu dikasih *discount* tuh mereka langsung yang tertarik sekali, tapi di sisi lain juga jarang dari mereka yang membandingkan harga. Tapi kalau di daerah pinggiran seperti di daerah Banten untuk area saya, di Karawaci kemudian Ciputat, Bintaro.. Bintaro sebenarnya tidak terlalu ini sekali sih, Serang, Cilegon, nah itu tuh mereka benar-benar membandingkan dengan kompetitor kita. Nah, sekarang kan kompetitor kita mungkin jual nama tindakannya, kita ambil contoh misal *Pico Laser* misal kaya gitu kan, nah mereka itu tidak tau ya.. mana ada *Pico Laser* yang misalnya kita cari di Jakarta itu yang benar-benar USD tuh harganya dibawah dua juta atau misalnya miring banget lah gitu kan sebenarnya. Tapi mereka kan bilangya dan mengklaim bahwa itu *Pico Laser* atau misalnya laser ini, nah mereka itu tipenya masing membandingkan dengan kompetitornya kita sih kalau untuk dibandingkan dengan klinik saya yang lain. Mereka itu tipenya masih yang mengecek harga dan melihat harganya masih cukup tinggi ya, nah oleh karena itu dari mereka, *customer-customer* yang ya.. tapi tidak banyak jumlahnya, ada juga yang membeli produknya di kita lalu melakukan tindakan (*treatment*) di kompetitor Erha, ada juga yang seperti itu sih kalau untuk di area saya ya.”

N : “Oke, baik Mba. Kalau misalnya ini kan sekarang kita juga sedang mengkomunikasikan *Five Clear Concept* yang ibaratnya buat jadi nilai unik dibanding kompetitor kita di mata konsumen. Apakah *value Five Clear Concept* ini berpengaruh besar selama ini terhadap minat beli konsumen?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Nah, sebenarnya untuk *value Five Clear Concept* ini dari *Clear Program* sendiri itu sudah berjalan, tapi balik lagi ya, *customer* itu ada yang mau ambil yang kaya yang *basic* saja, gitu kan. Sebenarnya itu kan membantu ya dari sisi *customer*, tapi ada juga *customer* yang menganggap “oh ternyata..” ya, mungkin yang itu tadi ya, mereka hanya seperti, hanya sebatas produk saja loh atau tindakannya itu hanya sampai di *peeling* saja tidak sampai tindakan laser. Ada juga dari mereka yang responnya “oh, harus melakukan itu ya, gitu ya dok ya?” gitu kan, nah ada juga yang memang yang mereka cukup *happy*. Tapi ya untuk menerima informasi keseluruhan dari *Five Clear Concept* ini bisa dibilang dari mereka cukup jelas ya, dari awal pasiennya, tapi ada juga *customer* yang merasa “oh, ternyata banyak sekali ya yang harus dilakukan” tapi ya mereka juga targetnya hanya yang *basic* doang, hanya ingin konsultasi dengan dokter dan juga produk gitu.”

N : “Oke, baik Mba. Berarti ada konsumen yang merasa terbantu dengan komunikasi nilai *Five Clear Concept* tapi ada juga yang justru merasa keberatan malah ya, Mba”

I : “Iya, ada yang keberatan, tapi jika melihat keseluruhan untuk perbandingannya lebih banyak mereka yang merasa *clear*, ya. Lebih jelas dibanding mereka yang merasa agak berat, karena untuk mereka yang merasa berat mereka tuh, ya itu tadi, memang tipenya yang hanya ingin kategori ya sebatas itu aja, kategori *peeling* biasa. Tapi ya untuk yang lain, ya mereka lebih banyak yang merasa cukup *clear* di awal dengan adanya nilai *Five Clear Concept* yang dibawakan oleh Erha Clinic. Mereka merasa sudah cukup jelas.”

N : “Oke, baik Mba. Kalau membicarakan tentang *target market*, apakah jika disambungkan dengan cerita Mba Iin, apakah lebih menasar kepada mereka yang tidak mementingkan harga untuk *target marketnya*?”

I : “Kalau *target market* kita kan memang sebenarnya yang kategori B+ (rentan pengeluaran di Rp1.800.000 hingga Rp 3.000.000) untuk kategorinya gitu



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kan. Nah itu tadi, kalau yang di Erha Derma Center ya kelihatan ya dari *customernya* gitu kan. Nah, tapi kalau yang di pinggiran itu yang masih, mereka yang agak.. ya mungkin B+ nya ada tapi mereka itu belum menjadi *loyal customernya* kita, atau ya ada yang sudah menjadi *customer* kita, jadi jatuhnya masih setengah-setengah gitu loh untuk yang di pinggiran sebenarnya. Oleh karena itu, kita pengennya yang di daerah pinggiran itu, pengen meningkatkan jumlah *customer* di daerah tersebut. Bahkan di daerah tersebut masih banyak yang “apa sih Erha?”, ada juga yang dari kategori mereka nih yang tahu Erha itu udah ya, hanya saja dari mereka itu banyak yang belum tahu Erha. “Erha itu apa sih?” gitu kan, terus mereka melihat dari harga, *imagennya* tuh sudah yang mahal gitu kan ya, malah mereka itu tidak tahu kalau sebenarnya ya kompetitor kita itu yang di pinggiran itu dengan promosi, beda gitu ya gaya promosinya dengan Erha Clinic yang saya lihat. Contohnya di Serang, di daerah Serang itu kan mereka menjualnya ya.. untuk segmen daerah pinggiran mungkin memang berbeda ya secara promosinya gitu, nah mereka itu suka memberikan embel-embel “kinclong” atau “putih”, banyak pokoknya lah, sukanya yang heboh gitu kan, sedangkan untuk tipe *customer* di daerah itu memang tipenya yang seperti itu juga sehingga mudah digrab oleh kompetitor. Sedangkan untuk Erha kan tidak seperti itu, tidak seheboh itu lah ya, mungkin walaupun kita kan, kita menganggap “ini bisa ngga sih menghilangkan?”, jadi kita lebih ke yang *smooth*, jadi memang beda kan. Jadi seperti itu sih Mba Nindy yang aku lihat dari klinik-klinik yang berada di area saya.”

N : “Oke, baik Mba. Sekarang jika kita berbicara tentang Erha Clinic kan berarti berbicara juga tentang Erha Ultimate yang ada didalamnya ya Mba. Nah untuk Erha Ultimate yang sedang banyak peminatnya itu yang mana Mba kalau boleh tahu?”

I : “Oh iya, kalau untuk itu berbeda-beda ya, ada yang lebih condong ke Erha Ultimate Anti Aging ada juga yang Erha Ultimate Acne Cure, jadi masih



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bergantung oleh areanya. Atau bisa dibilang bahkan tergantung kliniknya, saya tidak bisa bilang tergantung areanya. Karena misalnya saya melihat di Erha Apothecary Central Park, itu kan memang lebih banyak ke Erha Ultimate Acne Cure ya. Nah kalau misalnya yang di Erha Derma Center, itu lebih ke Erha Ultimate Anti Aging. Jadi kesimpulannya berbeda-beda, tidak bisa disamaratakan antara satu klinik dengan klinik lainnya. Hanya saja yang paling jarang atau rendah bisa dibilang itu Erha Ultimate Hair Care ya, soalnya masih banyak *customer* yang menganggap bahwa *hair* itu bukan pokok masalah atau bukan kebutuhan apalagi untuk klinik di daerah pinggiran ya. Oleh karena itu, di klinik yang pinggiran aduh kita susah sekali menawarkan produk dan tindakan *hair* ya, karena bagi mereka itu bukan suatu kebutuhan, bagi mereka itu bukan suatu masalah gitu, oleh karena itu *hair* tuh kurang berjalan sekali. Tapi untuk Erha Ultimate Anti Aging lalu Erha Ultimate Brightening, nah yang seperti itu tuh berjalan. Lalu untuk selanjutnya ada Erha Ultimate Make Over, ya tidak semua ya, karena untuk *customer* Erha Ultimate Make Over itu hanya *customer* yang memang mau datang, karena untuk semua dokternya belum tentu mau menangani, karena tidak semua dokter juga ya berani menangani yang *customer* Erha Ultimate Make Over.”

N : “Oke, baik Mba. Lalu pertanyaan selanjutnya Mba, untuk konsumen sendiri apakah mereka masih merasakan hasil yang sesuai jika datang ke Erha Clinic? Jadi sesuai dengan klaim dari klinik.”

I : “Iya, mereka masih merasakan kesesuaian antara apa yang mereka harapkan sama apa yang bisa dipenuhi oleh dokter ibaratnya ya, sama Erha Clinic juga. Nah itu ibaratnya kan satu tujuan yang ingin kita capai juga, ya. Dari *customer* merasa cukup jelas dan merasa harapan mereka juga terpenuhi. Gitu sih”

N : “Oke, baik Mba. Selanjutnya Mba, kalau misalnya ada komplain dari konsumen seperti efek samping pemakaian produk atau efek samping dari



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melakukan treatment, apakah dari mereka masih ada keluhan tersebut atau tidak?”

I : “Kalau dari segi produk itu sudah jarang sekali ya, kayanya untuk sekarang itu walaupun ada itu sudah jarang sekali. Kalau dibandingkan yang dulu kan banyak ya yang komplain kulitnya merah, mengelupas, seperti itu, sedangkan untuk sekarang bisa dibilang cukup jarang ya. Sebulan bahkan belum tentu ada komplain yang seperti itu, beda sekali dengan yang dulu. Kalau sekarang sudah bukan *issue* lagi ya dari obat-obatan kita, yang sudah diresepkan oleh dokter. Kalau dulu sempat iya menjadi *issue* karena obatnya yang terlalu keras atau apalah gitu ya, kalau sekarang sih sudah tidak.”

N : “Oke, berarti kalau di Erha Clinic ini efek sampingnya ke konsumen itu sudah sangat amat minim gitu ya, Mba ibaratnya.”

I : “Iya.”

N : “Oke, baik Mba. Nah selanjutnya, misalnya konsumen punya kulit yang bermasalah, mungkin dari cerita Mba Iin tadi kulitnya berjerawat gitu ya, apalagi pandemi ini banyak sekali yang mengalami permasalahan jerawat. Apakah dengan datang ke Erha Clinic mereka merasa jerawatnya atau masalah kulitnya membaik?”

I : “Iya tentu, mereka itu merasa seperti itu, hanya saja ada perbedaan di Erha Ultimate Hair Care ya. Kalau dari Erha Ultimate Brightening, Erha Ultimate Anti Aging dan Erha Ultimate Acne Cure itu ibaratnya mereka datang pakai krim, misal mereka mengambil program yang *basic* ataupun *advance*, mereka itu merasa dengan pemakaian itu sudah ada *progressnya*. Jadi, mereka merasakan adanya perubahan. Kalau misalkan tadi ya berbicara tentang Erha Ultimate Acne Cure, mereka merasa yang tadinya jerawatnya banyak sekarang menjadi berkurang, yang tadinya merah jadi hilang, yang tadinya bentuknya brudul-brudul sekarang sudah hilang, yang seperti itu sih. Berbeda jika dibandingkan dengan yang Erha Ultimate Hair Care, kalau *hair* ini kan butuh waktu kurang lebih di tiga bulan terlebih dahulu ya untuk melihat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

progressnya. Kalau untuk konsumen Erha Ultimate Brightening, Erha Ultimate Anti Aging dan Erha Ultimate Acne Cure itu mereka cukup puas yang dengan hasilnya. Jadi saat mereka datang ke Erha Clinic, apa yang mereka mau itu terjawab.”

N : “Oke, baik Mba. Apakah dari konsumen merasa untuk perawatan yang mereka lakukan itu sudah dipersonalisasi khusus dengan permasalahan yang mereka alami? Karena Erha Clinic kan selalu membawa nilai itu ya.”

I : “Iya, betul. Itu kan yang jadi membedakan antara kita dengan *brand* yang lain ya. Karena *personalized*, bertemu dengan dokternya, disesuaikan dengan kebutuhan pasiennya serta kondisi kulitnya. Kita juga tidak punya paket ya, paling di *Five Clear Concept* itu kan jatuhnya program ya bukan paket, nah kalau kompetitor kan ada tuh yang menjual paket, kalau di Erha Clinic tidak seperti itu ya, dipersonalisasi terlebih dahulu untuk konsumennya baru nanti disesuaikan dengan program yang kita punya. Seperti itu sih, konsumen sudah cukup jelas ya, maksud saya bahkan dari dokter pun merasa terbantu karena dengan adanya *clinic program* ini informasinya menjadi jelas, kemudian untuk *timeline* kapan mereka harus datang lagi juga jadi lebih terorganisir, lalu untuk tahapan obat yang perlu digunakan setelah *treatment* juga jelas, kemudian untuk *range harganya* juga menjadi lebih jelas, *cost* yang akan dikeluarkan itu benar-benar jelas sih untuk informasinya ya untuk sekarang.”

N : “Oke, baik Mba. Untuk konsumen sendiri itu umumnya lebih pilih *single treatment* saja dari Erha Clinic, misalnya “saya mau *Crystal Glow Peeling* saja” atau mereka itu lebih senangnya ikut program ya, Mba? Atau bahkan mengikuti *plan* seperti contohnya ingin ikut Glow Glam Program dari Erha Ultimate Brightening dan mengambil *Advance Plan*.”

I : “Baik, kalau dari mereka itu tergantung ya karena kan terkadang kalau dari dokternya nih melakukan kombinasi tindakan, misalnya anggap saja hari ini *customer* akan mendapatkan tindakan *Pico Laser* kemudian diseling dengan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

besok misalnya *treatment* apa gitu kan. Namun, ada juga dokter yang mengikuti *treatment* yang dilakukan hari ini, jadi jika satu tindakan ya satu tindakan saja. Tapi ada juga, misalnya untuk tindakan *Photorejuvenation Laser* ya, itu kan suka ada promo ya, itu dari tim internal sudah berusaha untuk *ngepush* untuk mereka bisa beli paket. Jadi mungkin hari ini tindakannya *Photorejuvenation Laser* lalu untuk tindakan selanjutnya yang dalam *plan* tersebut bisa untuk besok atau berikutnya si *customer* datang lagi, karena kan masa berlaku *program* dan *plan* ini kan lumayan panjang ya. Jadi yang saya lihat itu masih 50:50 ya untuk perbandingannya, tidak semua pasien ingin membeli yang *single treatment* saja.”

N : “Oke, baik Mba. Selanjutnya Mba, umumnya kan setelah melakukan *treatment* di Erha Clinic itu akan mendapatkan produk untuk *after treatment*nya. Apakah ada konsumen, mungkin ini lebih ke konsumen lama ya Mba yang kembali lagi ke Erha Clinic, lalu mereka merasa produknya itu berbeda dari segi bahan (komposisi), efek yang dirasakan atau bahkan dari isi produknya yang jadi semakin sedikit saat mereka melakukan *repurchase*?

I : “Tidak sih ya, kalau akhir-akhir ini saya merasanya tidak ya. Tapi, kalau dulu-dulu iya ya. Misalnya nih, “kok kayanya dulu saya memakai obat jerawat ini dengan pemakaian dua kali langsung hilang, kok sekarang udah pakai berkali-kali kok lebih lama ya hasilnya.” Nah paling yang seperti itu.

N : “Oke, ini mungkin juga tergantung kondisi kulit masing-masing konsumen ya, Mba?”

I : “Iya, betul. Ya ada sih beberapa pasien lama yang sempet aku temuin dan mereka bilang, “Kok sekarang pakai produk ini, obat total untuk jerawat ini biasanya satu hari langsung hilang, kok sekarang harus menunggu tiga hari dulu ya atau bahkan sampai tujuh hari dulu.” Begitu sih.”

N : “Oke, baik Mba. Nah kalau soal dokter nih Mba, kira-kira apakah masih banyak konsumen yang masih bergantung dengan dokter? Jadi misalnya hanya ingin *treatment* dengan dokter A, kalau dokter B tidak mau.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- I : “Kalau di Erha Derma Center rata-rata *customernya* seperti itu, ya. Apalagi jika dokternya Sp.KK (Dokter spesialis kulit dan kelamin). Mereka lebih condong mengikuti dokter, terlebih jika dokternya Sp.KK.”
- N : “Baik, Mba. Jadi kalau dipindahkan ke dokter lain ada kemungkinan besar konsumen menolak ya, Mba?”
- I : “Iya betul, Mba Nindy. Mereka tidak mau jika kami arahkan untuk dipindahkan ke dokter lain. Contohnya jika dokter sedang mengambil cuti, itu berpengaruh sekali, karena pasiennya tidak mau untuk dipindahkan jadi menunggu jadwal Sp.KK tersebut.”
- N : “Oke, baik Mba. Tapi selanjutnya nih Mba, apakah di sisi lain konsumen juga merasakan nih, misalnya ibaratnya mereka sudah melakukan perawatan satu tahun yang lalu, nah semenjak perawatan mereka merasa kulit mereka selalu baik-baik saja, Mba. Jadi, apakah konsumen merasakan perawatan kulit di Erha Clinic ini memiliki efek positif yang jangka panjang untuk kulit konsumen?”
- I : “Iya betul Mba. Dari tim internal itu kita beberapa kali menghubungi konsumen yang notabeneNYA tidak pernah datang lagi, apalagi itu di musim liburan, Mba. Jadi kita telepon dan tanyakan ke mereka kenapa tidak datang ke klinik, ternyata mereka menjawab bahwa kulit mereka sudah atau sedang baik-baik saja. Yang tadinya mungkin jerawatnya gitu ya, ya sudah sesimpel tidak ada lagi jerawatnya. Jadi mereka tidak datang lagi, tidak perlu tahapan untuk pasca *treatmentnya* karena toh memang dari mereka sudah tidak ada alasan untuk kembali ke Erha untuk menghilangkan permasalahan kulit. Nah mungkin bisa juga mereka kembali lagi, jadi kulit mereka tumbuh jerawat tiga bulan kemudian lalu mereka baru kembali lagi, gitu. Karena mereka merasa ya sudah, targetnya hanya sebatas itu. Kalau sudah selesai masalahnya, ya sudah. Lebih banyak yang seperti itu.”
- N : “Oke, baik Mba. Nah selanjutnya nih Mba, apakah dari tim operasional klinik itu merasa masih perlu ada strategi dari tim *marketing* untuk



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengakuisisi konsumen baru dan sekaligus mempertahankan konsumen lama?”

I : “Iya, paling kalau dari saya sih, untuk daerah Jakarta itu sudah tahu Erha Clinic lah ya, jadi paling kalau dari saya sih perlu strategi khusus untuk di daerah pinggiran. Kalau dari area saya itu contohnya seperti Erha Clinic yang di daerah Serang dan Cilegon. Itu sebenarnya disana kalau dibilang untuk segmen *marketnya* itu masih banyak tapi di sisi lain belum kelihatan gitu, seperti mereka itu dimana sih. Nah itu sih yang bisa diulik lagi, perlu bantuan ke tim *marketing*. Kalau dari tim operasional itu kita sudah menggunakan berbagai cara seperti *top up*, lalu ada ikut *webinar* juga dan ada acara *talkshow* di klinik. Nah, setiap ada acara itu tuh dari kita selalu promosi di Instagram, hanya saja ternyata untuk klinik di daerah pinggiran tuh jarang sekali yang punya Instagram, mereka lebih banyak yang punya Facebook. Jadi, kalau di daerah saya tuh seharusnya banyak yang bisa menjadi *customer* tapi karena kita seringnya promosi di Instagram, sedangkan mereka kebanyakan belum punya, jadi tidak tahu informasi dan tidak terlalu kenal Erha. Tidak menjadi *customer* kita gitu. Jadi, perlu bantuannya untuk kota-kota yang di daerah pinggiran itu sih, perlu dibantu untuk *ngegrab customer* dan membangun *brand* kita di daerah.”

N : “Oke, baik Mba. Mungkin perlu lebih mempermudah dan memperbanyak informasi ke mereka gitu ya, Mba.”

I : “Iya, betul Mba. Setidaknya mereka itu tahu Erha dulu deh gitu. Karena saya itu pernah ditempatkan di Erha Clinic daerah Pandeglang, nah kita ada tuh ada banyak pasien-pasien Pandeglang yang masih bertanya, “Apa sih itu Erha?”. Nah, jadi mereka belum tahu. Itu tadi, kompetisinya lumayan tinggi ya disana, sudah ada kompetitor yang sudah ada lebih lama dibandingkan kita. Lalu, secara promosinya juga berbeda, yang saya pernah lihat tuh seperti “oh, ternyata mereka lebih heboh ya”, sedangkan untuk Erha Clinic itu tidak pernah seheboh itu. Sebenarnya mungkin kata-katanya aneh, hanya saja



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

untuk segmen *market* tertentu itu menjadi suatu hal yang menarik. Untuk *customer* yang seharusnya bisa *grab* lebih suka promosi yang seperti itu.”

N : “Oke, Mba. Berarti perlu ada strategi *marketing* khusus untuk daerah-daerah tertentu ya, Mba.”

I : “Iya, harus berbeda. Bahkan bahasa yang dipakai pun berpengaruh juga ya. Misal, buat kita yang disini di Jakarta tuh Bahasa Inggris merupakan hal yang biasa ya, dan Erha itu cukup sering menggunakan Bahasa Inggris untuk promosinya. Namun, terkadang yang dialami konsumen itu, mereka bingung dengan penggunaan Bahasa Inggris yang dipakai Erha, seperti terlalu tinggi gitu. Nah, itu juga berpengaruh sekali ya, terlebih untuk konsumen yang di daerah pinggiran tuh di pikiran mereka seperti “Apa sih ini?”, jadi ya sudah informasinya tidak tersampaikan dengan jelas karena mereka tidak mengerti juga. Yang simpel-simpel kalimatnya saja terkadang membuat mereka pusing juga.”

N : “Oke, baik Mba. Jadi masih banyak konsumen yang kurang mendapatkan informasi ya karena penggunaan Bahasa Inggris ini.”

I : “Iya, penamaan-penamaan kategori di Erha pun berpengaruh ya. Bahkan dokter juga pernah mengeluhkan penamaan kategori, karena mereka merasa “Namanya kok ribet-ribet ya? Ini kok namanya susah ya?”, itu dari dokter ya. Hanya saja saya bantu komunikasikan ke dokternya, ya memang itu sudah ketentuan dari *management*. Jadi ya seperti itu, dokter pun terkadang masih mengeluhkan bahwa penamaan kategori itu cukup sulit untuk dihafal dan diucapkan.”

N : “Untuk penamaan *treatment* juga apakah berpengaruh, Mba?”

I : “Iya, untuk *treatment* itu kan di awal pasti kita akan masuk-masukin ya ke dalam sistem ya. Nah kalau sudah masuk ke Qpro, misalnya untuk tindakan *post acne* itu dokter akan bilang “Aduh, ini kok namanya susah-susah ya,” tapi memang ya kalau dokter kan melihat dari sisi medisnya, berbeda dengan *marketing* yang pasti mempertimbangkan agar nama *treatment* ini menarik di



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mata konsumen. Jadi terlihat WOW, gitu kan. Tetapi ya seperti itu, ada beberapa dokter di klinik areaku yang komplain.”

N : “Oke, baik Mba.”

I : “Iya, contoh lainnya juga untuk *peeling*. *Treatment peeling* itu kan banyak ya, ada Panda Eyes Rejuvenation Peeling namanya. Tetapi dari dokter pasti akan menjelaskannya *peeling* tok saja. Jadi untuk masalah ini perlu di *notes* juga ya. Seperti contohnya untuk dokter-dokter di Erha Derma Center, yang sudah senior-senior, itu beberapa kali komplain. Jadi ini sempat berpengaruh juga ke program yang diarahkan oleh dokter, dokter pasti akan memilih dan menceritakan tindakan yang namanya itu gampang diingat ke pasiennya. Namun makin kesini sudah tidak seperti itu lagi, karena memang pasti dari dokter juga perlu mempelajari nama-nama *treatment* khususnya yang terbaru.”

N : “Iya, Mba. Pasti penamaan seperti itu berpengaruh ya”

I : “Iya, berpengaruh. Kalau untuk tim *marketing* pasti menggunakan penamaan itu kan untuk membuat konsumen tertarik ya, sedangkan untuk dokter dan tenaga medis itu terkadang jadi membuat ribet ya, kalau boleh jujur. Apalagi untuk di daerah pinggiran, mungkin untuk kita yang di daerah Jakarta Selatan itu WOW ya, sedangkan untuk mereka yang di kota – kota yang sinyalnya mungkin do re mi sepertinya bagi mereka “Ini apa sih?”, mungkin yang mereka tahu itu hanya sekadar kata “*glowing*” gitu, itu sudah yang paling tinggi itu. Pokoknya mereka itu lebih mengerti kalau kata-katanya “putih” lalu “cerah”, mereka itu umumnya hanya sebatas itu saja. Kalau di daerah ya seperti itu ya, Mba Nindy.”

N : “Iya, benar Mba. Tapi untuk area 1 sendiri nih Mba, untuk Erha Clinic itu kalau dibandingkan kompetitornya itu seperti apa Mba? Karena Erha Clinic itu kan termasuk pelopor klinik kecantikan juga kan. Tapi kalau dibandingkan kompetitor saat ini itu seperti apa ya, Mba?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- I : “Masih oke ya, kalau Erha Clinic itu dibandingkan dengan kompetitornya. Untuk *customer* lama kita itu masih percaya sama kita, masih puas juga dengan pelayanan dan juga *treatment-treatment* yang ditawarkan di Erha Clinic. Misalnya ada perubahan-perubahan baru nih, seperti ada *launching treatment* atau sesuatu yang baru untuk klinik terkhusus yang di Erha Derma Center, yang saya kenal memang pegawai Erha Derma Center Pondok Indah nih khususnya. Jadi saya tahu dan kelihatan sekali, ya. Untuk tipe pasien di Erha Derma Center ini memang sukanya tindakan, jadi kalau ada tindakan-tindakan yang baru itu mereka suka. Jadi ibaratnya untuk mereka itu ada lagi yang bisa dicoba lagi hal baru, *treatment* lainnya. Apalagi kalau pasien lama ya, mereka itu bisa mengeluh “Yah, itu lagi itu lagi *treatmentnya*”, tapi kalau ada tindakan baru, ada yang ini itu, mereka jadi senang, puas dan jadi banyak pilihan juga buat mereka, gitu kan.”
- N : “Baik, Mba. Jadi kalau dari segi produk itu di Erha Clinic sudah cukup beragam ya, sudah berinovasi untuk membantu permasalahan yang dialami konsumen.”
- I : “Iya, betul. Dari segi *treatment* yang ditawarkan tuh *customer* sudah cukup *happy* ya. Produk kita di Erha Clinic sudah sangat diversifikasi, hanya saja ya itu komunikasi ke konsumen perlu dibuat sama. Kan konsumen punya latar belakang yang berbeda beda jadi perlu disamakan dari *top* hingga *low level* untuk komunikasinya, seperti yang tadi udah saya ceritakan. Terus sebenarnya nih, Erha Clinic itu kalau *launching treatment* itu terkadang tertinggal dengan *brand* yang lain, maka dari itu ekspektasi konsumen ke Erha Clinic itu lebih tinggi dibanding kompetitornya karena mereka berharapnya *treatment* di Erha Clinic lebih baik dibanding *treatment* yang sama di klinik kompetitor.”
- N : “Oke, baik Mba.”
- I : “Paling ini konsekuensinya jadi ke dokternya aja sih, Mba.”
- N : “Oh iya, jadi banyak *treatmentnya* ya.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I : “Iya, betul. Sampai dia itu bingung gitu. Dokter saya itu ada yang bilang, “Duh, ini tuh kemarin perasaan baru *launching* deh, belum hafal yang ini, ini sekarang sudah ada lagi yang baru,” gitu kan. Seperti kemarin, pas bulan Maret tuh yang saya ingat ada sekitar lima *treatment* yang *launching* ya, ada *Panda Eyes Peeling*, *Underarm Peeling* dan *Intimate Peeling*, pokoknya ada lima lah ya. Itu dari kami sudah menyediakan materinya, kami *print* untuk dokter gitu ya untuk bisa dibaca-baca, trus itu saya taruh gitu ya dan kata dokternya hilang untuk materinya. Ya mungkin diambil dokter lain ya, tapi si dokter tersebut ini bilang kalau dia pun belum hafal tapi sudah diambil dokter yang lain, gitu. Kan jadinya terkadang kalau kita *briefing* dokternya seperti “Dok, ini ada *treatment* ini ya dok,” nah dari merekanya jadi menjawab “Belum juga kemarin hafal, sekarang sudah ada lagi,” jadinya seperti itu. Dokter juga jadi merasa banyak banget kan yang barunya untuk *treatment*, tetapi kalau dari sisi konsumen ya sudah pasti *happy*.”

N : “Iya, benar Mba.”

I : “Iya, jadi sarannya kalau memang mau *launching*, mungkin jangan dalam waktu dekat ya. Bisa dijeda beberapa minggu gitu mungkin, karena pas yang bulan Maret itu benar-benar banyak sampai lima *treatment* ya. Dokternya kan juga jadi bingung ya, kaya hari ini mereka baru kenalan sama tindakan yang DNA Salmon itu, terus besok sudah *brief* tindakan yang *Panda Eyes*, jadi mereka bingung ya, yang mana dulu nih yang mau difokuskan gitu.”

N : “Benar, Mba, tapi mungkin ada ya Mba *treatment* yang dalam satu kali datang ke klinik itu bisa dapat beberapa tindakan sekaligus?”

I : “Iya, iya. Tetapi dokter kalau misalnya pasiennya masih di tempat yang sama ya, itu akan memberikan jeda dua minggu untuk pasiennya. Memang dokter itu menghindari sekali adanya hal-hal yang tidak diinginkan. Tergantung dokternya ya, kalau dokter Sp.KK dia bisa menjadwalkan pasien misalnya mau di *Botox* dan setelah itu dilakukan tindakan *Photorejuvenation Laser*. Seperti itu ya, mereka bisa menjadwalkan pasien akan tindakan A lalu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ke tindakan B. Tetapi, kalau dokter GP (*General Practitioners*) di tempat yang sama biasanya jarang ya. Mereka cenderung maunya dua minggu dijeda terlebih dahulu.”

N : “Oke, baik Mba. Dari aku sudah cukup, Mba Iin. Terima kasih banyak ya Mba atas waktu dan kesediaannya untuk bisa diwawancara terkait penelitian yang sedang saya lakukan. Selanjutnya apabila ada yang perlu saya tanyakan lagi, saya akan segera menghubungi Mba Iin ya Mba. Semoga untuk hasil penelitian ini bisa membuat Erha Clinic lebih baik lagi dan terlebih bisa terus membawa solusi bagi permasalahan yang dialami konsumennya. Sekali lagi, terima kasih Mba.”

I : “Oke, baik Mba Nindy. Terima kasih juga ya, Mba. Tentunya kita di tim internal ingin terus menyukseskan dan memajukan Erha Clinic.”

N : “Iya, Mba. Terima kasih ya, Mba. Saya akhiri wawancara ini, selamat siang, Mba.”

I : “Selamat siang juga, Mba Nindy.”



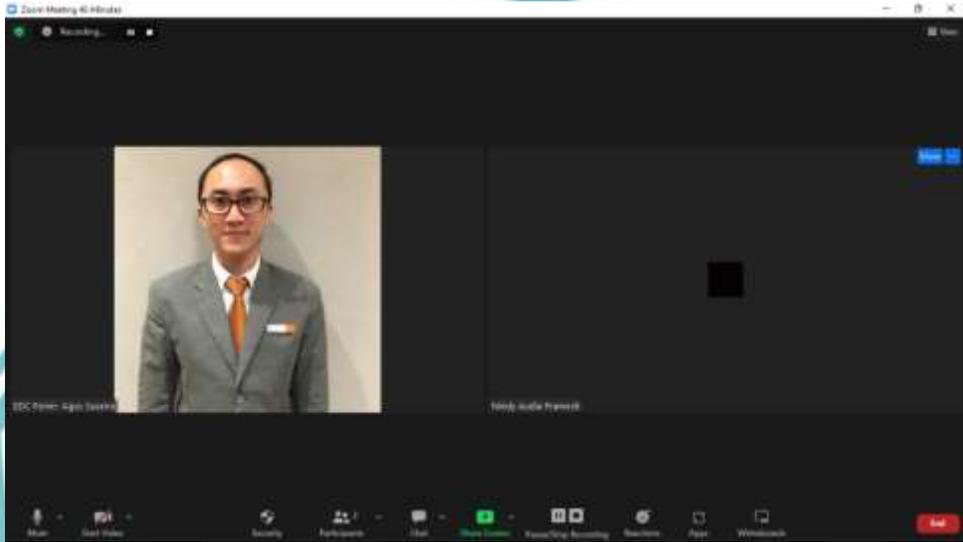
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 3 Bukti Wawancara & Tautan Google Drive Wawancara dengan Supervisor Erha Derma Center Pondok Indah

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tautan Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZjmupVr9CpEZe5YdFxNJvJ0-ryV5tz4?usp=sharing>

(Dapat di akses dengan menggunakan e-mail Politeknik Negeri Jakarta)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Supervisor Erha Derma Center

Pondok Indah

Nama : Agus Suseno
Pekerjaan : Supervisor Erha Derma Center Pondok Indah
Penyebutan : N (Nindy), A (Agus)
Tempat Pelaksanaan Wawancara : Zoom Meeting & WhatsApp Call

Transkrip:

N : “Oke. Mungkin kita langsung mulai saja ya, Mas.”
A : “Oh, boleh.”
N : “Sebelumnya aku ingin memperkenalkan diri ya Mas. Aku Nindy Audia Pramesti yang saat ini merupakan mahasiswa tingkat akhir di Politeknik Negeri Jakarta dan saat ini sedang melakukan penelitian terkait Erha Clinic. Aku ingin mengucapkan terima kasih kepada Mas Agus karena telah bersedia untuk diwawancara lalu bersedia meluangkan waktunya untuk aku bisa tanya-tanya terkait Erha Clinic, khususnya Erha Derma Center Pondok Indah.”
A : “Iya.”
N : “Oke. Mungkin pertama aku mau bertanya nih Mas terkait target marketnya Erha, mungkin bisa dibilang untuk spesifiknya adalah target market untuk Erha Derma Center Pondok Indah. Sekarang itu kalau boleh tahu seperti apa ya, Mas?”
A : “Halo?”
N : “Iya, halo mas?”
A : “Iya, untuk target marketnya sendiri itu sih untuk untuk per programnya ya, untuk pasien-pasien di usia umumnya 25-30 tahun ya, kalau dilihat, dimana sebenarnya untuk pondok Indah sendiri itu pasiennya rata-rata atau



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mayoritas di usia 25-35 tahun. Yang kemudian untuk pasien-pasien lama yang masih aktif di Pondok Indah itu, kalau secara persentase untuk keseluruhan *clinical program* itu di atas 17% ya Mba. Dari total transaksi keseluruhan *clinical program* ya. Jadi untuk sisanya ini mayoritas pasien-pasien baru ya. Jadi untuk itu, di 2022 sendiri ini untuk jumlah persentasenya di 17%. Jadi, untuk Pondok Indah sendiri sebenarnya dari persentase sudah cukup bagus ya, bagaimana bisa kita sebut cukup bagus, karena kita melihat dari data aktualisasi transaksinya begitu ya Mba. Kita bandingkan dengan jumlah konsultasi setiap bulannya, lalu kita lihat juga “Berapa sih transaksi untuk setiap *clinical program*nya? Lalu nanti akan dilihat untuk pasien lama yang aktifnya berapa. Begitu, jadi seperti itu sih mba untuk target marketnya seperti itu, untuk evaluasi target marketnya.”

N : “Oke, iya baik Mas. Kalau secara *overall*, jika dibandingkan dengan Ultimate yang lain, itu seperti apa Mas di Pondok Indah?”

A : “Heem, iya jadi spesifiknya adalah di 17% untuk pasien lama yang aktifnya. Namun, jika direalisasikan ke MEnya, karena saya selalu rekap setiap bulannya, apakah saya boleh sebut MEnya?”

N : “Boleh, boleh Mas.”

A : “Boleh, ya. Itu ada di Erha Ultimate Acne Cure. Untuk setiap bulan ini yang paling tinggi untuk *clinical program*. Gitu, jadi makanya untuk segmentasi *customernya* itu sekitar 25, atau bahkan 20 tahun itu bisa sih Mba, 20-35 tahun dengan keluhan awalnya sebenarnya itu terkait *acne*. Dan kemudian diharapkan, harapannya setelah program *acnena* selesai, minimal tiga bulan sampai dengan enam bulan kita bisa programkan kembali ke program lanjutan itu untuk yang Erha Ultimate Brightening misalnya. Targetnya itu sebenarnya sih signifikan ya, jelas juga. Oleh karena itu, setiap bulan memang kita *disupport* oleh Ultimate Acne Cure untuk programnya.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N : “Oke, baik. Sudah cukup tergambar ya mas untuk target marketnya di Pondok Indah. Nah, mungkin tadi kita berbicara tentang *acne, brightening* itu kan berarti *customer* itu datang karena punya permasalahan kulit ya Mas. Nah, mereka ini apakah merasa bahwa mereka mendapatkan hasil yang sesuai dengan klaim dari klinik?”

A : “Halo, Mba?”

N : “Halo, Mas?”

A : “Heem, Mba. *Sorry* suaranya putus.”

N : “Apakah sekarang sudah terdengar?”

A : “Halo, Mba Nindy?”

N : “Iya, halo Mas? Apakah sekarang sudah lebih baik untuk suaranya?”

A : “Heeh, iya Mba. Sudah. *Sorry*.”

N : “Oke, iya ini tadi membicarakan tentang konsumen, karena mereka kan datang untuk perawatan kulit ya, kira-kira mereka saat datang ke klinik apa yang mereka dapatkan untuk hasilnya sesuai dengan klaim dari kliniknya?”

A : “Kalo saat ini, untuk saat ini ya Mba, jika kita membicarakan tentang *clinical program*, tentu pasien sudah merasakan *impactnya*. Artinya, kita dari 2021 *launching* untuk *Ultimate* ini tentunya ada transisi ya. Dari awal 2021 hingga selanjutnya ke 2022. Bagaimana sih kita melihatnya? Gitu ya, sebenarnya kita melihat konsistennya itu dari pihak klinik ya Mba, baik dari pihak dokter ataupun dari tim klinik sendiri, bagaimana kita selalu konsisten untuk menawarkan program tersebut, kemudian sekarang dokter juga sudah mulai *aware* nih, Mba. Kalau yang 2021 kan, kalau kita melihat pasien *goalsnya* itu bagaimana sih kalau datang ke klinik, puas atau tidak jika diberikan program begitu, karena dokternya juga belum *aware* akan hal itu. Sekarang kan kita bisa lihat sendiri ya, bahwa dokter itu sudah mulai konsisten untuk membuat program bagi pasien-pasien yang datang.”

N : “Halo? Halo, Mas?”

(Pembicaraan terputus di Zoom Meeting dan dilanjutkan di WhatsApp Call)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N : “Oke, halo Mas Agus?”

A : “Iya.”

N : “Oke, baik. Mungkin kita kembali ke pertanyaan sebelumnya ya Mas, tentang apakah konsumen jika datang ke klinik itu merasakan klaim dari klinik. Mungkin tolong boleh dijelaskan ulang ya Mas.”

A : “Baik, Mba. Jadi kalau dilihat tujuan kedatangan mereka begitu ya, mereka sudah cukup puas begitu ya. Jadi, hasilnya dirasakan oleh si pasien, dimana sebenarnya pasiennya juga merasa bahwa penjelasan dokter jelas, mereka ingin tahu lebih dan lebih lagi. Untuk adanya program juga sangat membantu ya Mba, tetapi ini perlu diingatkan lagi juga bahwa program itu ada karena saran dokter berdasarkan permasalahan kulit yang disepakati oleh pasien saat datang. Sehingga program ini nantinya bisa diikuti sesuai dengan kulitnya, bisa juga dengan keluhan atau tanpa ada keluhan, seperti itu. Jadi kalau ditanya apakah pasien itu puas dengan hasil dari klinik dan program yang kita buat, kita merasanya puas sih, Mba, melihat pasien itu meningkat. Bisa dilihat dari *return* pasien, jumlah konsultasi dokter dan pasien serta jumlah program yang ditransaksikan per bulan sesuai dengan *report* yang saya buat begitu signifikan meningkat, artinya pasien itu kembali lagi. Artinya kalau dari data, data itu kan tidak bisa bohong ya, memang ternyata pasien itu lebih suka, lebih nyaman dan lebih jelas mungkin ya, bisa dibilang seperti itu untuk simpelnya. Simpelnya kita bilang tuh pasien merasa jelas banget ya dengan dokter membuat program seperti dan nantinya dia kira-kira akan menjalankan *treatment* seperti ini untuk satu hingga tiga bulan kedepan. Minimal seperti itu.”

N : “Oke, mungkin ini kalau ditarik atau dikorelasikan dengan *value* yang sering Erha Clinic komunikasikan ke konsumen begitu ya Mas, ada 5C, Five Clear Concept nih. Kita kan sudah menjalankan *value* itu ke konsumen. Apakah dengan adanya *value* tersebut cukup membantu, Mas?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A : “Hm, kembali lagi ya Mba dari beberapa *case* tertentu, sebenarnya kalau kita secara *general* ya, secara umum dari data yang kita rekap itu sebenarnya cukup membantu. Sangat, sangat membantu gitu. Hanya kembali lagi bahwa segmentasi *customer* itu kan setiap klinik berbeda, dan untuk Erha Derma Center Pondok Indah sendiri itu untuk segmentasi *customernya* itu menengah ke atas, tipe A. Jadi, pasien itu terkadang datang tidak untuk mendapatkan program misalnya program *discount* maksudnya saya. Itu terkadang tidak seperti itu, bahkan dia jika tidak ada *discount* atau promo pun, pasien itu tetap datang. Jadi program ini membantu hanya saja perlu diperhatikan lagi, dari sisi dokter dan tim klinik agar program ini bisa masuk ke segmentasi *customer* yang masing-masing tadi. Jadi, ada beberapa yang memang kondisi kulit pasiennya datang dengan keadaan apapun itu pasti diambil dan dimasukkan ke dalam program kita yang sudah dijelaskan secara detail. Namun memang ada juga yang tujuannya hanya mengobati keluhan pasien saat datang. Misalnya, “Saya hanya punya keluhan melasma, keluhan saya hanya itu, saya tidak mau yang lain” Jadi, untuk pasiennya kan hanya dibuatkan program hanya itu saja. Sedangkan, kalau kita berbicara tentang Ultimate Brightening misalnya, itu kan cukup banyak ya mba *treatment-treatment* dan program-program yang bisa dibuatkan nih untuk pasien. Saat pasien datang, dengan *cost* sekian, dengan plan yang seperti apa, serta *goalsnya* bisa nih tujuannya melasma, tapi nanti bisa juga nih untuk semuanya untuk permasalahan yang lain, Itu sebenarnya banyak sekali, tetapi terkadang ada juga pasien dengan karakter yang seperti itu. Namun, kembali lagi bahwa program ini dibuat begitu ya, kalau dari data, itu sangat membantu.”

N : “Oke. Berarti untuk Pondok Indah bisa dibilang untuk harganya begitu ya, mungkin kan ada ya Mas untuk klinik klinik di daerah begitu atau bisa dibilang di daerah pinggir, itu kan bisa dibilang masih melihat harga ya, Mas. Begitu ya, kalau lagi *discount* baru datang, kalau tidak *discount* tidak



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mau, begitu. Untuk Pondok Indah berarti mereka tidak mempermasalahkan harga ya, Mas?”

A : “Tidak mempermasalahkan. Sejauh ini ya, namun ada juga, hanya itu hanya sepersekian persen saja. Artinya untuk keseluruhan yang secara umum, yang saya temui di lapangan, jadi memang karakter pasiennya seperti itu. Terkadang kan kita promo misalnya dari Ultimate Brightening, misalnya diminta bantu untuk *blast* promo lewat WhatsApp dan juga e-mail ya ke pasien, tapi yang kita dapatkan itu hanya sedikit. Misalnya dalam periode *payday*, dari tanggal 25 hingga tanggal 29, nah kita sudah bantu *blast* nih, hanya saja dalam satu hari kita hanya bisa mendapatkan misalnya tiga pasien dengan jumlah *blast* itu seratus. Itu artinya kan berarti kita harus *blast* sekitar tiga ratus hingga lima ratus untuk mengkalikan jumlah yang tadi ya, Mba. Karena kalau saya *blast* seratus pasien itu hanya terjaring tiga saja, jadi jika saya ingin mendapatkan misalnya sepuluh pasien untuk ikut promo dari Ultimate Brightening berarti minimal saya harus *blast* via WhatsApp atau e-mail minimalnya lima ratus pasien per harinya. Misalnya seperti itu. Jadi kalau dari promo kita bisa evaluasi dari situ juga, Mba. Namun kalau memang tidak ada promo sekali pun, kalau memang pasiennya datang dan dibuatkan program, pasien juga tetap oke-oke saja. Asal memang kita jelaskan bahwa *benefitnya* seperti ini. Begitu.”

N : “Oke, misalnya untuk konsumen nih Mas, saat datang ke Erha Derma Center Pondok Indah begitu, apakah mereka ada komentar-komentar yang seolah membandingkan dengan klinik kompetitor? Apakah masih ada konsumen yang seperti itu?”

A : “Kalau komparasi itu ada, hanya itu sedikit saja ya, Mba. Biasanya mereka langsung ke dokternya, tapi kalau untuk tim klinik itu jarang ya. Namun, biasanya pasien itu suka latah begitu ya Mba bisa dibilang, mereka menanyakan yang ada di kompetitor dengan yang ada di kita. Misal, di klinik Erha untuk tindakannya itu disebut A, kemudian mereka menanyakan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan sebutan kompetitor. Tapi hanya sebatas itu saja Mba, untuk sejauh ini masih aman.”

N : “Oke. Halo Mas Agus?”

N : “Halo, Mas?”

A : “Iya, Mba?”

N : “Oke, baik Mas. Maaf Mas ini saya ada masalah dari *speakernya*. Oke, oke. Berarti tadi secara umum tidak ada masalah ya kalau dari mereka ya, maksudnya ada komentar hanya saja tidak begitu menjadi masalah di Erha Derma Center Pondok Indah.”

A : “Betul, tidak masalah.”

N : “Oke, mungkin ini ya Mas, di Pondok Indah itu apakah masih *doctor-centric* ya, Mas? Mungkin dia maunya sama dokter A saja, lalu saat dokter A berhalangan dan saat dipindahkan ke dokter B itu mereka menolak. Apakah masih banyak yang seperti itu, Mas?”

A : “Itu tergantung sih ya Mba. Tapi kalau sejauh ini sih apa ya..., masih ada beberapa hanya saja untuk sekarang sudah mulai terurai sih, Mba. Artinya jika misalnya dokter A ini cutinya lama, mau tidak mau harus tetap datang ya pasiennya, biasanya kan pasien juga sudah *aware* ya, saya tanggal segini harus konsultasi dengan dokter dan melakukan tindakan seperti itu, nah itu biasanya pasien sudah mulai mau sih, Mba untuk dipindahkan ke dokter lain. Biasanya juga dibantu dengan rekomendasi dari masing-masing dokter sih, dari masing-masing dokter akan menginformasikan ke pasien untuk bisa ditindaklanjuti ke dokter lain. Jadi, mereka sudah info ke pasiennya bahwa misal akan cuti sekian hari, dan ini ada senior atau junior dokter tersebut yang bisa membantu untuk tindakan yang harus dilakukan pasien. Biasanya seperti itu. Jadi, untuk saat ini pasien-pasien sudah mulai oke sih, dalam artian yang penting mereka diinformasikan, dapat informasi kenapa harus dipindahkan ke dokter lain, karena misalnya dokternya dari tanggal



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sekian hingga sekian cuti, berhalangan untuk hadir. Jadi itu, pasien oke-oke saja jika ditindak oleh dokter lain.”

N : “Oke, oke. Nah, mungkin ini kita tarik ya ke cerita awal, bahwa biasanya pasien itu datang karena kulitnya bermasalah, contohnya *acne* begitu ya. Misalnya nih Mas, untuk permasalahan kulit *acne* mereka sudah selesai, apakah mereka bersedia untuk datang lagi ke klinik dengan wajah yang sudah sehat? Atau apakah mereka bersedia untuk melakukan perawatan untuk program lainnya seperti untuk mencerahkan kulit ataupun untuk menghilangkan kerutan? Apakah banyak pasien yang bersedia?”

A : “Mayoritas ada dan banyak juga ya untuk ini. Ini seperti yang saya bilang tadi, bahwa untuk pasien di Pondok Indah sendiri kan memang lebih banyak dari Erha Ultimate Anti Aging dan ternyata bisa dilihat dari persentase tiap bulannya bahwa pasien Erha Ultimate Brightening ini jumlahnya juga lumayan. Nah, misal jika tadinya pasien itu adalah pasien yang memiliki keluhan *acne*, nah kita kan harapannya ingin saat pasien itu selesai, pasiennya puas dengan program *acne* yang telah dibuatkan, maka pasiennya akan dialihkan untuk melanjutkan ke program selanjutnya yaitu *brightening*. Terkadang juga ada pasien yang datang dengan keluhan *brightening*, nah dia nanti bisa dilanjutkan ke program *anti aging*. Jadi sejauh ini memang bisa dan banyak juga pasien yang menjalankan program seperti itu. Terutama untuk program *acne* ya, karena pasien kan datang banyaknya itu tidak hanya punya permasalahan jerawat aktif tetapi juga jerawat yang tinggal bekas-bekasnya saja. Nah kalau sudah yang seperti itu akan kita bantu untuk mengambil program *brightening* juga.”

N : “Oke, Mas. Nah, kalau dari segi kemudahan mendapatkan informasi nih. Atau bisa dibilang juga kemudahan untuk melakukan *appointment* di klinik, lalu konsultasi dengan dokter, lalu penyampaian kritik dan saran mungkin ya setelah perawatan, mungkin pasca perawatan ada mengalami efek



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

samping. Untuk hal-hal seperti ini, apakah pasien mengalami kemudahan dan merasakan hal tersebut?”

A : “Kalau dari kesulitan, saya merasanya tidak ya Mba. Karena untuk Pondok Indah sendiri ini WhatsAppnya cukup aktif, bahkan bisa dibilang sangat aktif. Disini kami punya tim yang khusus meng-*handle* untuk WhatsApp sehingga sejauh ini kami tidak pernah merasa ada masalah. Dan kami memang memfasilitasi, terutama untuk pasien-pasien post konsultasi, jadi kami fasilitasi apabila ada yang dirasa kurang jelas *after* pulang dari kliniknya, pasti akan kami bantu *follow up* ke dokternya. Tapi memang sebelum ke dokter, sebisa mungkin dari tim kami yang membantu. Biasanya jika ada keluhan, keluhan ini bisa dilayani dengan cepat dengan adanya WhatsApp ini. Apalagi sekarang sudah ada *social media* ya, Instagram juga sudah cukup aktif sekali jadi pasien pasti akan mendapatkan informasi dari Instagram. Jadi seringnya mereka itu *screenshot* dari Instagram lalu dikonfirmasi ke kami masalah promo atau misalnya *launching* tindakan, seperti itu sih Mba. Lalu kami dari tim klinik juga merasa sangat terbantu karena adanya pengiriman *acrylic*, misalnya contoh untuk *brightening* itu di lobi masuk ada, di lantai satu juga ada. Jadi, saya merasa pasien merasa sangat terbantu ya, Mba.”

N : “Oke, baik Mas. Selanjutnya nih Mas, misal kita membicarakan tentang program. Kalau di Erha Derma Center Pondok Indah ini lebih senang jika pasiennya ini masuk ke program yang ada, seperti misalnya Glow Glam Program atau mereka lebih suka langsung tindakan saja, Mas?”

A : “Kalau dilihat dari data, lebih banyak yang mengikuti program ya. Mereka lebih pilih masuk ke Glow Glam Program. Misalnya nih, kalau dari data untuk transaksi paling banyak itu di bulan April 2022, untuk Glow Glam Program sendiri itu persentasenya di 16% dibanding dengan seluruh *clinical program*, lalu disini juga untuk Crystal Clear Program persentasenya ada di 10%. Kalau misalnya mereka hanya ingin tindakan, memang biasanya



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mereka itu sudah melakukan program di klinik kecantikan lain. Jadi misal, mereka ingin melakukan tindakan Crystal Glow Peeling di Pondok Indah tapi sudah melakukan program yang sedang berjalan di klinik lain. Jadi mereka memang mau *peeling* saja. Dan kebetulan kan di Erha Derma Center ini ada dua jenis dokter ya, Mba, yaitu SpKK dan juga *General Practitioners*, nah ini juga menjadi kendala Mba sejujurnya. Kalau di klinik-klinik yang kecil di *mall* seperti Erha Apothecary dan Erha Skin itu kan hitungannya dokternya lebih banyak yang GP ya dan pasiennya banyak yang tindakan *peeling*. Nah untuk SpKK mereka ini lebih *deep* untuk permasalahan *skin* sehingga mereka untuk tindakannya juga yang lebih *expert*, untuk tindakan *peeling* mereka biasanya akan serahkan ke GP. Namun, ada juga untuk dokter SpKK yang bersedia untuk melakukan tindakan dengan level yang tinggi sekaligus juga nanti *next* tindakannya akan dilakukan tindakan *peeling*. Jadi ada beberapa dokter yang seperti itu. Disini juga untuk tindakan Crystal Glow Peeling jumlahnya sudah cukup lumayan, untuk eye peeling juga sudah lumayan, untuk bikini peeling ini kan memang agak sulit dari pasiennya hanya saja di kita ini sudah pecah telur sih.”

N : “Oke, oke. Kalau dari segi tindakan apakah sudah dipersonalisasi belum nih Mas untuk konsumen dari dokternya?”

A : “Hm, sesuai kebutuhan ya Mba, kembali lagi. Karena kan pasien itu datang dengan keluhan yang mereka punya ya, Mba, jadi untuk program yang diberikan tentunya harus yang sesuai. Jadi untuk program dan tindakannya ini semuanya diinformasikan sesuai permasalahan yang dialami pasien, jadi menyampaikan informasinya juga secara detail. Untuk cara konsultasinya pun berbeda-beda ke setiap pasien, ada konsultasi yang pendekatan ke pasiennya itu sangat halus sekali, tetapi ada juga yang pendekatannya biasa saja. Karena konsultasi itu ada diharapkan supaya jelas ya, karena banyak juga pasien yang sudah ditanya saat konsultasi dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mereka hanya menjawab “Ya ya ya” padahal sebenarnya belum jelas. Nah, kalau sudah begini di akhir pasti dokter akan memvalidasi, apakah penyampaian dari dokternya sudah cukup paham atau belum. Nah, ini biasanya pasien akan menjawab “Iya, paham” tetapi setelah di *follow up* ternyata masih kurang jelas. Nah itu sih Mba, terkadang masih ada kendala-kendala yang seperti itu, tetapi memang dari pasiennya bukan dari pihak klinik.”

N : “Oke, Mas. Nah, mungkin sekarang jika membicarakan tentang rangkaian produk *after treatment*, karena kan kalau setelah *treatment* akan mendapatkan produk ya, Mas. Nah, ini kan pastinya bahan-bahan semuanya dari Erha ya, nah mereka itu apakah ada yang memberikan komentar negatif atau kurang baik terkait rangkaian produk *after treatment*?”

A : “Sejauh ini tidak ada, baik itu dari dokter ataupun dari pasien. Jadi kalau ditanya “Ada yang komentar tidak sih soal rangkaian produknya?” itu kan pasti kita melihat ada *case* keluhan, nah itu untuk sejauh ini tidak ada sih Mba. Dari dokternya pun juga paling menyarankan, untuk produknya setelah tindakan ini lebih baik pakai tindakan ini, bahkan menyarankan juga ke bagian *marketing* dan *telemedicine* gitu juga.”

N : “Oke, baik Mas. Kalau dengan penggunaan produk *after treatment* ini, apakah ada konsumen yang membandingkan efek samping yang diterima di Erha dengan misalnya klinik kecantikan lain yang pernah mereka coba seperti itu Mas?”

A : “Kalau dari efek samping sih sepertinya tidak, kalau dari pasien itu biasanya lebih ke *price*, lebih ke harga saja. Tapi untuk efek samping memang pasien itu tidak detail ya menceritakannya, hanya saja kalau dari segi *price* itu cukup sering. Jadi misalnya ada pasien bilang, “Saya udah pernah tindakan di klinik A dengan *price* segini, sama kok Mba sama, efek sampingnya juga sama, rujukan tindakannya juga sama” Seperti itu biasanya *statement* yang sering kita temui dari pasien.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- N : “Oke, berarti bisa dibilang untuk klinik lain itu memiliki harga yang lebih murah ya dibanding di Erha, Mas.”
- A : “Nah, iya seperti itu. Jadi mereka melihat dari segi harganya.”
- N : “Oke, baik Mas. Nah selanjutnya, pasien itu biasanya datang tentunya ingin mendapatkan hasil jangka panjang dari perawatan di Erha, tidak hanya jangka pendek. Tidak ingin hanya yang berminggu-minggu atau berbulan-bulan, tapi inginnya yang sampai bertahun-tahun seperti itu ya Mas. Nah, mungkin dari konsumen Erha Clinic terkhusus di Pondok Indah ini apakah merasakan hal tersebut?”
- A : “Hm, sejauh ini sih iya ya, Mba. Tetapi ada juga pasien yang masih komplain ke klinik, karena pasien ini sehabis tindakan *peeling* untuk melasma, dimana melasma pasien ini juga cukup kebal seperti itu ya jadi memang bagusnya mendapatkan tindakan *peeling*. Ada pasien yang komplain, “Saya sudah *peeling* berkali-kali, bahkan sudah belasan hingga puluhan kali tetapi hasilnya tidak terlihat signifikan.” Artinya kan memang pasien berikut ini mungkin harapannya *peeling* tiga kali itu sudah hilang kan seperti itu, jadi ini pentingnya edukasi ya. Dari dokter memberikan edukasi, dan dari kami pihak klinik juga memberikan edukasi yang tepat. Bahwa memang untuk melasma ini terapi yang paling tepatnya itu *peeling*, untuk mengangkat sel kulit matinya dan mengurangi hiperpigmentasinya. Tapi untuk yang komplain seperti tadi itu tidak terlalu banyak ya, artinya bisa satu banding seratus pasien lah yang seperti itu.”
- N : “Baik, Mas. Nah ini mungkin selanjutnya pertanyaan terakhir nih. Mungkin boleh dijelaskan tidak mas, untuk posisi Erha Derma Center Pondok Indah itu seperti apa, dari segi kompetitor di daerahnya bagaimana, lalu dibenak konsumen itu Erha Derma Center Pondok Indah itu seperti apa, mungkin boleh diceritakan ya Mas posisinya Erha Derma Center Pondok Indah.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A : “Kalau dilihat dari kompetitor sebenarnya untuk Erha Derma Center Pondok Indah ini dikelilingi oleh tujuh klinik kompetitor ya, Mba. Tetapi ini bukan menjadi suatu ancaman, karena untuk jenis klinik kecantikan serta *dermatologistnya* menangani pasien yang berbeda-beda, ada yang khusus remaja hingga yang *mature*. Untuk kompetitor terberat menurut saya itu justru datang dari dokter kita sendiri ya, dimana mereka membuka praktik mandiri, jadi mereka praktik di Erha tetapi punya klinik pribadi juga. Kalau dari tujuh klinik kecantikan lainnya di daerah Pondok Indah, saya merasa Erha Derma Center Pondok Indah itu masih bisa eksis ya di tengah-tengah kompetitornya. Pasien masih banyak yang percaya dengan kita, walaupun mereka ke klinik lain untuk mencoba tindakan disana, pasti ujung-ujungnya mereka akan kembali lagi karena melihat hasil yang memuaskan ada di Erha.”

N : “Oke, baik Mas. Mungkin bisa dibilang suasana yang ditawarkan di Erha Derma Center Pondok Indah juga wah gitu ya, Mas.”

A : “Iya, betul Mba saya rasa juga seperti itu. Karena lokasinya juga di Pondok Indah, di Jakarta Selatan begitu ya, jadi pasien datang itu terlihat bahwa klinik disini itu memiliki kelas yang berbeda. Pasti berbeda jika pasien datang ke Erha Derma Center Pondok Indah dibanding saat mereka mungkin ke Erha di daerah lain. Mungkin ke daerah Bekasi ataupun Tangerang gitu ya, itu *feelnya* sudah berbeda. Dan saya juga merasa dari segi dokter itu berpengaruh ya, kebetulan di Pondok Indah ini kan untuk dokternya itu dokter-dokter senior, dimana mereka itu tidak hanya praktik di Erha tetapi juga praktik di rumah sakit. Nah ternyata banyak juga pasien-pasien ini yang tidak bisa tertangani di rumah sakit, sehingga mereka ini dari rumah sakit dirujuk ke Erha Clinic. Dari sini juga bisa berpengaruh.”

N : “Oke, baik Mas. Kalau dari saya sudah cukup nih Mas untuk sesi wawancara hari ini. Terima kasih banyak Mas Agus untuk waktunya sehingga bisa diwawancarai di sore hari ini untuk penelitian yang sedang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

aku lakukan. Jika ada pertanyaan lebih lanjut, aku akan hubungi Mas Agus ya, Mas.”

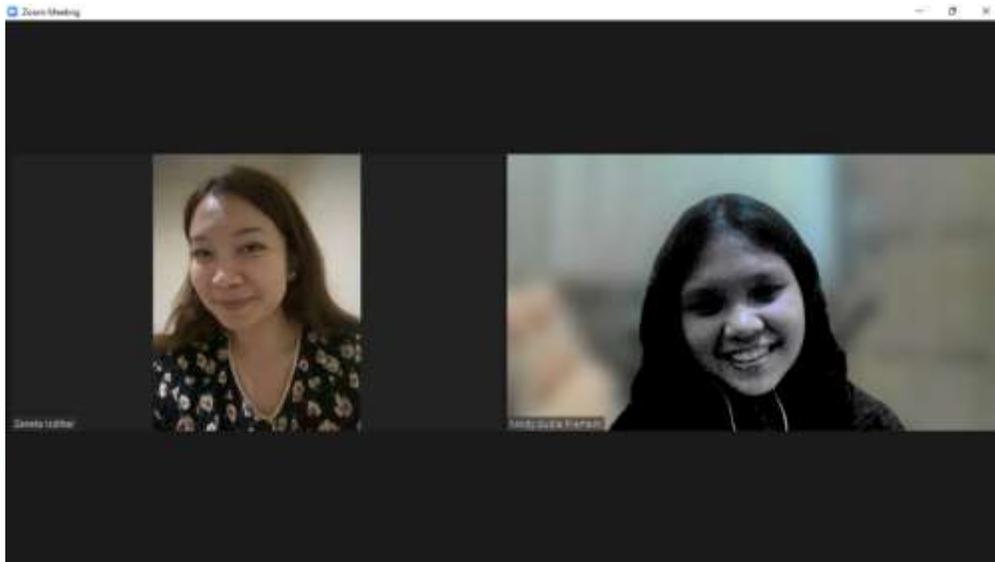
A : “Baik, sama-sama, Mba.”





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Bukti Wawancara & Tautan Google Drive Wawancara dengan Konsumen 1 Erha Derma Center Pondok Indah



Tautan Google Drive:

https://drive.google.com/file/d/1A2_bTcw3TmFxmXktAdt4GMTxewINQqam/view?usp=sharing

(Dapat di akses dengan menggunakan e-mail Politeknik Negeri Jakarta)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Konsumen 1 Erha Derma Center Pondok Indah

Nama : Zaneta Izdihar
Pekerjaan : Karyawan Perusahaan Otomotif
Status Informan dalam Penelitian : Konsumen 1 Erha Clinic (2012)
Penyebutan : N (Nindy), Z (Zaneta)
Tempat Pelaksanaan Wawancara : Zoom Meeting

Transkrip:

- N : “Selamat malam, Kak Zanet! Sebelumnya perkenalkan saya Nindy Audia Pramesti selaku mahasiswa tingkat akhir di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai Erha Clinic dan saya mengucapkan terima kasih karena Kak Zanet bersedia untuk diwawancarai terkait penelitian saya ini, dimana saya akan menganalisis tentang *value proposition* Erha Clinic untuk mencapai *product-market fit*. Pertama-tama, mungkin boleh dari Kak Zanet untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu, dimulai dari nama panjang, umur hingga pekerjaan saat ini. Silahkan.”
- Z : “Oke, *thank you* Mba Nindy. Perkenalkan aku Zaneta Izdihar, biasanya dipanggil Zanet saja. Usia aku saat ini 25 tahun lalu saat ini aku bekerja di perusahaan otomotif. Itu saja dari aku, Mba. Apakah ada yang kurang dari perkenalannya?”
- N : “Oke, baik. *So far so good*, terima kasih untuk perkenalan dirinya Kak Zanet. Nanti setelah ini silahkan untuk diceritakan pengalamannya di Erha Clinic, boleh diceritakan secara terbuka dan sejujur-jujurnya demi kepentingan penelitian dan nantinya dari jawaban Kak Zanet tentunya akan menjadi masukan untuk Erha Clinic. Baik, kita akan langsung mulai saja untuk sesi wawancara ini. Boleh dari Kak Zanet menjelaskan tentang Erha



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Clinic, apa pandangan Kak Zanet tentang Erha Clinic? Menurut Kak Zanet klinik yang seperti apa, silahkan.”

Z : “*First impression* dari aku pribadi sih seperti “Wah ini klinik *legit* ya,” kliniknya beda gitu. Dari pertama masuk itu, aku mencium aroma terapi khas Erha langsung tercium gitu ya, jadi itu *first impression* aku ya. Langsung kebayang gitu “Wah, ini pasti Erha.” Itu satu, kedua Erha Clinic itu nyaman, karena pas menunggu panggilan untuk *consultation* sama dokternya, itu tuh suasananya nyaman, trus banyak majalah, tempat duduknya empuk lalu bagian resepsionis dan kasirnya juga sopan dan responsif ya, cepet lah mereka. Terus yang ketiga, dokter-dokternya juga baik dan entah kenapa *ambiencenya* tuh terlihat *trusted* aja gitu mereka. Jadi, itu tiga *impressions* yang aku rasakan atau yang aku lihat lah dari Erha Clinic.”

N : “Oke, baik. Berarti sejauh ini pengalaman yang cukup baik ya untuk klinik kecantikan yang pernah Kak Zanet datangi, seperti itu, di Erha Clinic ini.”

Z : “Tapi sejujurnya ada *bad experience* juga sih, Nin.”

N : “Oke, boleh kak diceritakan saja.”

Z : “Sempat ada, jadi waktu itu aku ke Erha Clinic di Lippo, aku tidak tau ya, mungkin ini ada beberapa klinik saja. Jadi karena kondisinya sedang ramai, aku tidak merasakan *service excellence* dari Erha biasanya, yang responsif trus enak gitu lah, nyaman, berasa banget ingin sesuatu dan kamu pasti akan mendapatkannya. Nah, jadi saat itu mbak di kliniknya agak jutek, trus saat aku tanya “Kira-kira giliran aku kapan nih?”, karena aku kok tidak dipanggil-panggil, lama sekali. Nah, itu tuh mbaknya tidak memberikan konfirmasi sama sekali, karena aku sebagai pelanggan pasti ingin merasa ‘diamankan’, merasa *secure, just giving us assurance* saja, kepastian gitu, itu tidak ada gitu. Sedangkan biasanya kalau aku ke Erha tuh pasti dikasih tahu “Nanti ya, Mba. Dua lagi, dokternya lagi..”, jadi aku ingin meminta penjelasan yang jelas gitu loh, dibanding digantung, lalu saat itu semakin



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

banyak juga yang masuk jadi aku berpikir “Waduh”, karena aku khawatir mereka yang baru datang itu sudah *booking* trus akhirnya aku bisa.. Sebenarnya ini pengalaman menemani mama aku sih, karena *mostly* yang *browse* semua itu aku, jadi mama aku hanya terima masuk, pokoknya aku urus yang bagian adminnya lah. Jadi di saat itu aku merasa “Aduh, tidak enak”, dan aku juga merasanya biasanya tidak seperti ini, karena lagi ramai sih waktu itu dan aku juga datangnya pas *weekend*. Gitu sih.”

N : “Oke, baik kak. Jadi, sempat mendapatkan pelayanan yang kurang baik ya Kak karena kondisinya ramai.”

Z : “Betul.”

N : “Oke, tapi saat itu, setelah mendapatkan pengalaman seperti itu apakah Kak Zanet memutuskan untuk tetap konsultasi ke dokternya atau memutuskan untuk pergi? Karena pelayanannya yang kurang dan kelihatannya sedang ramai juga kliniknya.”

Z : “Nah, karena ramai dan Mbaknya juga kurang memberikan kepastian, jadi aku “Yaudahlah, lagi ramai. Nanti kembali lagi.” Gitu, Jadi aku memutuskan tidak mau menunggu karena tidak jelas juga, jadi lebih baik kita keliling mall terlebih dulu, menghabiskan waktu, *feeling* aja, jadi main *feeling-feeling* aja gitu.”

N : “Oke, tapi benar-benar kembali lagi ya, Kak?”

Z : “Iya, aku kembali lagi. Karena memang kondisinya harus ke dokter. Sudah jadwalnya.”

N : “Oke, baik. Saat kembali ke kliniknya apakah sudah lebih baik karena sudah tidak ramai dan mungkin pelayanan *staff*nya juga sudah membaik?”

Z : “Karena akunya juga sudah sebal di awal karena pelayanannya kurang jelas, jadi sudah biasa saja akunya. Sudah yang tidak berharap apa-apa, dia pun juga yang begitu saja gitu. Aku merasanya mungkin dia lagi *badmood* atau apa gitu ya, aku juga kurang paham.”

N : “Oke, baik.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Z : “Tapi, itu sekali saja sih, bukan yang sering aku alami kalau ke Erha Clinic.”

N : “Oke, baik. Nah, karena kita sudah membicarakan tentang *experience* Kak Zanet, jadi pertanyaan selanjutnya masih berhubungan nih dengan *experiencenya* Kak Zanet selama menjadi konsumen Erha Clinic, gitu ya. Nah, mungkin bisa dijelaskan dari Kak Zanet, alasan pertama kali kenapa memutuskan menjadi konsumen Erha Clinic?”

Z : “Oke, kalau untuk pertama kali ini itu berarti rekomendasi dari papa aku. Papa aku juga mendapatkan rekomendasi dari temannya. Jadi, semua ini berawal dari *word of mouth recommendation*. Jadi, berawal dari orang sekitar kita. Jadi, waktu itu aku diminta gitu ya, karena lagi punya jerawat yang parah, lalu setelah itu aku yang diajak “Ayo, kita ke Erha!” dan aku langsung ke Erha Derma Center Pondok Indah, jadi aku ditangani langsung sama *foundernya* Erha gitu ya. Tapi, sebelumnya aku juga pernah nih ke Erha, yang biasa gitu, nah itu kurang cocok di aku, karena aku jadi ketergantungan. Jadi bisa dibilang *the only* Erha yang aku percaya itu hanya Erha Derma Center Pondok Indah ini dan sejujurnya dengan Erha Lippo yang mama aku juga cocok. Jadi, sejujurnya merasa cocok-cocokan juga ya sama dokternya karena pengalaman aku, aku merasa tidak semua dokter bisa memberikan resep obat yang cocok ke muka kita. Gitu sih. Jadi intinya, aku tahu dan memutuskan memakai Erha itu karena aku mendapatkan advokasi yang aku rasa dari orang yang aku dekat trus yang aku rasain juga aku puas dengan hasilnya tapi kalau boleh *compare* akhirnya aku tidak pakai Erha karena aku merasa jadi ketergantungan dan jadi kurang sehat aja. Tapi itu di Erha Clinic yang aku tidak cocok sama dokternya. Gitu aja sih.”

N : “Oke, baik. Mungkin aku bisa bertanya ke pertanyaan selanjutnya, apakah Kak Zanet pernah mencoba ke klinik kecantikan lainnya gitu?”

Z : “Oh, pernah dong.”

N : “Oh, tidak pernah ya, Kak?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Z : “Oh, pernah pernah. Aku itu termasuk yang *maniac* dengan perklinikan, ke *aesthetic clinic* gitu lah, seambis itu aku sama kulit wajah, sampai akhirnya ya itu, aku berlabuh di Erha Derma Center Pondok Indah, karena Erha Derma Center Pondok Indah juga aku merasa tidak perlu khawatir ketergantungan lagi dengan obat. Karena dia yang benar-benar membuat wajah aku, pokoknya berubah sekali. *Life’s changing* sekali aku rasakan di Erha Derma Center Pondok Indah ini sih.”

N : “Oke, baik. Jadi, bisa dibilang nilai lebih Kak Zanet memutuskan untuk memilih Erha Derma Center Pondok Indah itu karena Kak Zanet benar-benar merasakan perubahan yang baik pada kulit wajah Kak Zanet, seperti itu ya. Jadi, permasalahan kulit Kak Zanet itu mendapatkan solusinya ya di Erha Derma Center Pondok Indah.”

Z : “Iya, benar banget.”

N : “Oke, baik Kak Zanet. Berarti ini juga berpengaruh ke nilai lebih dari dokternya ya, dokter yang menanganinya.”

Z : “Benar, benar. Aku sangat amat *picky* dengan dokternya. Jadi, bahkan pas aku mengantar mamaku, karena aku yang merekomendasikan mama untuk pakai Erha, sebelumnya mamaku ingin ke salah satu klinik kecantikan lain, lalu ternyata *bad* banget hasilnya, kacau. Trus akhirnya aku bilang ke mamaku “Sudah, Ma. Kita ke Erha aja ya.”, dan karena kebetulan dapat pengalaman baik juga di Erha lalu aku menanyakan ke pegawainya, “Siapa dokter yang *popular*? Yang sering menanganinya orang-orang.” Lalu dijawab oleh pegawainya yaitu dokter Jenni kalau tidak salah. Yaudah, jadi aku ingin mamaku ditangani oleh dokter tersebut. Gitu. Jadi, aku benar-benar melihat dari data gitu loh, tidak mau sembarangan memilih dokter. Jadi, kalau bisa nih Erha bisa memberikan aplikasi untuk seperti Halodoc gitu ya, yang bisa memberikan *review* atau *rating* gitu kan tentang dokter, jadi bisa menjadi motivasi nih untuk dokternya untuk memberikan *good service*. Gitu sih.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N : “Oke, baik Kak Zanet. Ini untuk dokter Jenni itu berbeda ya berarti, bukan dokter *founder* yang Kak Zanet maksud.”

Z : “Berbeda, kalau yang *founder* itu laki-laki ya, sejujurnya aku lupa namanya. Jadi, itu aku *pure* mengajak mamaku untuk datang ke Erha. Cara memilih dokternya seperti itu.”

N : “Oke, baik Kak. Ini kemungkinan besar adalah dokter Ronny ya, Kak.”

Z : “Iya, benar itu. Dokter Ronny, sejujurnya cukup mahal ya, tapi *worth it*”

N : “Oke, baik Kak. Berarti apakah dengan menjalankan *treatment* bersama dokter Ronny ini mendapatkan hasil yang sesuai dengan klaim dari klinik, Kak?”

Z : “Iya, betul.”

N : “Baik, selanjutnya kalau membicarakan tentang harga nih kak, karena tadi sempat kita singgung juga, lumayan mahal ya tadi, tapi apakah menurut Kak Zanet itu *worth it* dengan hasil yang didapatkan oleh Kak Zanet?”

Z : “Kalau sama yang dokter Ronny itu *worth it* sekali ya, karena *life’s changing* lah. Lalu kalau yang pengalaman mamaku, karena ibaratnya nih aku yang transaksi dan mamaku hanya yang menikmati saja begitu ya, aku selalu *follow up* seperti “Bagaimana, Ma? Bagaimana wajahnya?” Gitu gitu, dan ternyata mamaku sedikit kecewa nih akhir-akhir ini, karena krim yang diterima mamaku itu sedikit tetapi harganya naik. Jadi seperti iya dinaikkan harganya, hanya kenapa milinya berkurang ya, lalu tidak tahu kenapa krimnya itu juga gampang menguap padahal ini sudah dimasukkan ke dalam kulkas loh, jadi mamaku berasumsi “Sepertinya begini ya, sepertinya begitu ya, sepertinya *packagingnya* kurang bagus apa ya.” Aku sejujurnya juga bingung nih, Nin. Jadi, akhir-akhir ini agak mempertanyakan kualitas *packagingnya*, tetapi untuk kualitas di kulit wajah itu masih terlihat ya, hanya saja masalah ketahanan atau *durability* dari produk ini. Lalu, harganya dengan yang kita dapatkan kok kurang sesuai, seperti agak kurang sesuai. Seperti itu sih.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N : “Oke, baik. Ini berarti ada sedikit masalah yang dialami karena *packaging* sama mungkin bisa dibilang isi dari krimnya, isi dari *product after treatmentnya* itu berkurang padahal harganya naik. Begitu ya.”

Z : “Iya, naik tapi berkurang. Mungkin ini, kalau misalnya memang ada perubahan *at least* boleh diinformasikan saja ke kita, jadi kitanya juga tidak menduga-duga. Karena ada *moment* mamaku mau *switch* ke klinik lain, seperti gimana ya, tapi di sisi lain sudah cocok dengan dokternya. Jadi *for the shake* karena cocok sama dokternya, tidak apa-apa dipertahankan. Gitu, jadi itu sih, ada keinginan untuk melepas karena agak kurang *worth it* gitu, kalau *consultation* dan obat, itu pasti akan menghabiskan kurang lebih 1,5 jutaan. Pasti itu. Segituan lah. Lalu, jadi seperti “Kok kurang *worth it* ya?” padahal kalau mama bisa pakai *skincare* gitu ya, itu bisa hemat banget, tapi memang beda ya, mamaku kan juga sudah tua dan berumur juga jadi perawatannya juga berbeda. Itu sih terkadang, udah ingin *switch* tapi mama masih berpikir dua kali untuk itu. Karena ya perawatan orang tua kan juga berbeda lagi ya.”

N : “Oke. Ini selanjutnya juga berkaitan dengan permasalahan kulit. Apakah Kak Zanet melakukan perawatan kulit di klinik kecantikan hanya karena kulit Kak Zanet bermasalah saja? Karena masih berpikir bahwa datang ke dokter itu memang saat ada permasalahan kulit, kalau kulitnya ibaratnya tidak kenapa-kenapa ya, itu tidak perlu dokter. Padahal mungkin, penting juga untuk menjaga kesehatan kulit”

Z : “Betul. Satu sih kenapa aku sudah tidak memakai lagi ke Erha. Aku merasa aku ingin produk untuk kecantikan wajah itu yang *reachable*, *accessible* dan *affordable*. Jadi, kenapa aku berani *leave* Erha karena *simply* produk yang aku butuhkan itu bisa aku temukan di Indomart jadi bisa tanpa *worry*, tanpa perlu ke klinik dulu, seperti itu. Itu yang bikin aku malas untuk melanjutkan perawatan di klinik. Dan intinya sih, produk-produknya si Erha ini kan ada karena orang-orang itu datang karena kulitnya bermasalah, itu



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang aku rasakan jujur dari awal sampai akhir tidak memakai lagi ya, karena menurut aku karena sudah tidak bermasalah ya tidak perlu pakai Erha. Jadinya aku berani, dan lagipula ribet harus pergi keluar, ke klinik. Itu sih paling yang membuat orang-orang itu ingin *switch*. Mungkin *better* Erha itu harus bisa membuat produknya itu *accessible*, maksudnya Ponds aja bisa dibeli di Indomart dengan mudah. Kira-kira bisa tidak ya Erha seperti itu? Mungkin kalau begitu akan menarik ya, kita juga lebih *accessible* lalu pasti harganya tidak terlalu mahal ya kalau ada di supermarket. Gitu.”

N : “Oke. Mungkin ini juga bisa menjadi masukan ya untuk Erha Clinic, begitu ya. Nah selanjutnya kalau berbicara tentang *accessible* seperti yang Kak Zanet katakan, nah saat melakukan perawatan kulit di Erha itu apakah merasakan adanya kemudahan, Kak? Mungkin karena tadi menyebut ada Erha di Lippo lalu Erha Derma Center Pondok Indah, yang berarti kan Erha ini memiliki banyak cabang ya, lalu dari segi penjadwalan ke klinik, dari *experienyanya* selama ini, dari mulai mencari klinik hingga datang ke klinik itu sebenarnya mendapatkan kemudahan atau tidak, Kak?”

Z : “Kemudahan iya, hanya saja waktu itu aku ada *bad experience* lagi ya, waktu itu aku sempat mengalami pengalaman yang kurang enak dengan Erha Lippo. Pokoknya ini aku juga kurang menyangka ya, karena kita sudah setia sekali nih sama Erha karena pakainya sudah lama si mama. Karena aku yang mengurus semua, jadi aku tahu *journey* yang mamaku alami. “Net, kok ini Erha udah sampai, tapi barangnya tidak sesuai sih sama yang kamu beli.” Gitu, kita saat itu mau pulang kampung kebetulan dan yang dikirim Erha ini aneh produknya. Lalu dia nego, “Yaudah Ibu bisa pakai ini,” ya terus kita balas seperti, “Ya tidak bisa, kan kita sudah biasa pakai yang dipesan.” Jadi dia minta ubah, aku merasanya kurang solutif gitu ya, jadi intinya mereka itu *jump to conclusion* saat memberikan produk yang dikirim. Ini nih, kekurangannya kalau *delivery* gitu ya, jadi enakya pesan langsung ke klinik. Tapi di sisi lain, ke klinik itu terkadang ribet ya. Jadi itu



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sih, terkadang kita juga ada rasa sebal karena kalau pakai layanan antar jauh jadi tetap harus ke klinik, harusnya *delivery* memudahkan ya, tetapi terkadang layanan yang diberikan kurang juga gitu ya.”

N : “Oke, baik. Ini berarti mamanya Kak Zanet sempat mencoba membeli produk Erha secara *online* ya. Ngga langsung datang ke klinik, tetapi membelinya secara *online*. Tapi ternyata kurang ada kesesuaian ya.”

Z : “Betul. Bahkan ya, *slow respond* sekali nih. Aku sudah sampai yang “*Please* sekali ya, Lippo nih.” Kita sudah setia sekali, kok bisa sih *slow respond* begitu ya. Karena saat itu kita mau pulang kampung kan, jadi pas ada kejadian seperti itu dan mereka balasnya lama, udah dibayar juga untuk produknya kan, tetapi tidak dikirim-kirim. Sampai waktu itu di *follow up* terlebih dahulu. Tidak ada kepastian juga. Jadi ujung-ujungnya kurang gitu ya, tahu seperti itu langsung ke Erha Lippo saja. Langsung deh, dibandingkan yang seperti ini, membuang tenaga juga. Membuang tenaganya tuh karena harus *make sure* ke dia, kecewa juga sama dia karena tidak sesuai sama *request* kita. Itu sih, masih ada *minus-minusnya* walaupun seharusnya itu memudahkan ya. Mungkin bisa seperti ini ya, karena kita modelnya *custom* ke dokter, walaupun sebenarnya itu produknya diracik dan disesuaikan konsumen tapi produk yang wajib-wajibnya bisa diberikan kemudahan untuk aksesnya. Kalau untuk yang *complimentarnya*, itu tidak apa-apa ya, ada dan tidak ada di supermarket seperti itu. Paling itu sih, kalau memang mau ada gebrakan dari Erha, aku rasa itu bisa menjadi *win-win solution* buat kita yang malas ke luar rumah.”

N : “Oke.”

Z : “Karena kan kalau konsultasi itu bisa lewat *handphone* ya, Nin. Walaupun memang agak *slow respond* tetapi itu cukup membantu, kalau kita tidak sempat ke kliniknya.”

N : “Oke, baik. Apakah untuk pemesanan produk yang Kak Zanet maksud itu lewat aplikasi atau WhatsApp personal dari Erha Lippo?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Z : “Tidak, lewat WhatsApp. Betul.”
- N : “Oke. Tapi mungkin dari Kak Zanet apakah merasakan perawatan kulit di Erha itu sudah cukup beragam dan lengkap?”
- Z : “ Beragam dan lengkap aku merasakan kok.”
- N : “Baik, berarti sudah cukup beragam dan lengkap ya, Kak. Untuk *result* yang didapatkan berarti apakah langsung merasakan *real result* setelah melakukan *treatment* di Erha Clinic?”
- Z : “Iya, betul. Selama cocok dengan dokternya ya. Jadi karena itu.”
- N : “Berarti masih menyesuaikan dengan dokter A, dokter B. Seperti itu ya, Kak?”
- Z : “Iya, betul. Karena terkadang resepnya cocok tidak cocok. Nah, di rumahku itu kan yang pakai Erha juga ada mamaku dan kakakku, nah aku suka ikutan memakai produk cuci muka punya kakakku. Tapi biasa aja, pas yang punya mamaku, enak gitu. Jadi ya itu, kurang menjamin ya, cocok-cocokan.”
- N : “Oke. Nah mungkin nih kak, jika dibayangkan secara keseluruhan, berarti ini kalau dari konsultasi lalu *treatment* lalu dapat rangkaian produk juga, itu kan istilahnya dibuat dalam satu program dan juga *plan* yang dibuat oleh dokternya Erha Clinic. Nah, kalau dari kesatuan paket tersebut, apakah bisa dibilang cukup terjangkau dari segi harganya?”
- Z : “Hm, kalau menurutku terjangkau sih karena *worth itnya* itu sih yang aku rasakan dengan hasilnya. Hanya saja *at least* kalau ada perubahan segala sesuatunya diinformasikan dan diberikan justifikasi kenapa kita harus bayar dengan kenaikan harga segini. Begitu sih, kalau dari aku. Sebenarnya tidak apa-apa, hanya saja bisa diinfokan dan jangan yang tiba-tiba naik lagi. Gitu sih.”
- N : “Oke, berarti sekarang yang dirasakan itu kurangnya informasi ya, Kak? Kurangnya transparansi untuk harganya.”
- Z : “Iya, benar. Kurangnya transparansi.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N : “Oke, baik kak. Selanjutnya, untuk perawatan di Erha ini berarti Kak Zanet merasanya sudah cukup dipersonalisasi ya, Kak? Khusus untuk masalah setiap konsumennya.”

Z : “Sudah. Betul.”

N : “Oke, baik. Nah ini kita akan kembali ke produk-produknya ya, Kak. Produk-produk *after treatment*nya. Apakah dari Kak Zanet merasa untuk bahan-bahan yang digunakan di dalam produknya Erha itu sudah aman dan nyaman untuk Kak Zanet sendiri? Pasti sudah sesuai BPOM misalnya, dan di kulit pun juga nyaman dipakainya.”

Z : “Kalau sesuai BPOM aku sudah cek ya, dan aku melihatnya aman. Hanya aku kurang tahu apakah itu ada bahan-bahan seperti *animal cruelty*, yang seperti itu, itu belum. Belum sampai sana sih, tetapi *I hope* tidak ya.”

N : “Jadi, *so far* untuk bahannya sudah dipastikan aman ya, Kak.”

Z : “Iya, *trusted* lah ya.”

N : “Oke, selanjutnya nih kak, dari Kak Zanet awal pakai dari *experienzenya*. Berarti untuk *first experienzenya* itu di waktu kapan, Kak? Kalau misalnya nih Kak Zanet ingat, tahun kapan mungkin.”

Z : “Aku tuh pakai Erha sudah dari SMA, Nin. Trus aku sambung lepas, sambung lepas. Lalu, ada *moment* dimana aku pakai Erha lagi, dan pakainya di Erha Derma Center Pondok Indah bersama dokter Ronny, karena kondisinya udah parah sekali ya. Lalu, papaku yang menyarankan untuk “Udah, pakai Erha lagi aja yang dokter Ronny.” Lalu aku balas kan, “Tapi aku sudah pernah pakai Erha”, lalu papaku bilang, “Ini beda sama yang kemarin. Ini *foundernya*.” Yaudah, aku dari SMA sih, bahkan dari SMP deh, intinya aku sudah dari kecil jadi *maniac* klinik estetika gitu.”

N : “Berarti bisa dibilang dari sepuluh tahun yang lalu ya, Kak?”

Z : “Iya, benar benar.”

N : “Oke. Nah, dari sepuluh tahun itu tadi, apakah Kak Zanet merasakan efek positifnya dari *treatment* yang dilakukan? Sampai sekarang masih



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dirasakan, jadi perawatannya tuh bisa dibilang merupakan jangka panjang bukan jangka pendek saja.”

Z : “Ada, tetapi itu yang aku rasakan di dokter Ronny saja ya. Sisanya tidak. Dokter Ronny yang aku rasakan sekali.”

N : “Oke. Apakah Kak Zanet pernah merasakan efek samping dari perawatan di Erha Clinic?”

Z : “Pernah banget, tetapi waktu itu aku di Erha Bintaro ya. Jadi, itu kan lumayan jauh ya, lalu aku rela kesana, karena dokternya itu kakaknya temenku, jadi aku percaya nih bahwa dokternya ini pintar jadi pasti bisa meracik. Tetapi ternyata kurang menjamin ya, sebentar-sebentar tuh jerawat aku muncul, kalau aku lagi tidak rajin memakainya, muka aku langsung kelihatan kusam. Jadi aku merasa ini sangat bergantung ya, jadi aku kurang suka. Lalu, akhirnya aku pindah ke Erha Derma Center Pondok Indah, nah disana itu *way much better*. Lama-lama yaudah, aku merasa bisa dilepas, jadinya aku lepas deh.”

N : “Oke. Nah sekarang aku mau bertanya lagi kak, misalkan Kak Zanet mengalami lagi permasalahan kulit yang dulu gitu ya, berarti punya permasalahan kulit yang berjerawat nih, Kak. Nah, apakah Kak Zanet akan memilih untuk datang ke Erha klinik lagi? Atau klinik lain?”

Z : “Bagaimana, Nin? *Sorry* boleh diulang?”

N : “Iya, jadi misalnya nih Kak Zanet mengalami lagi permasalahan kulit yang dulu gitu ya, nah ini kan *relat*nya dengan permasalahan kulit yang berjerawat. Nah apakah Kak Zanet mau untuk datang kembali ke Erha Derma Center Pondok Indah?”

Z : “Mau! Aku mau tapi ke dokter Ronny. Misalnya nih, *case* berjerawat, kan dulu aku lumayan parah sekali ya, sampai aku berpikir tidak tahu akan sembuh dimana, itu pasti ke dokter Ronny. Tetapi, misalnya aku merasanya itu hanya jerawat-jerawat kecil, aku merasa tidak perlu, aku akan pergi kalau merasa sudah parah banget. Gitu sih.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- N : “Oke.”
- Z : “Karena, *so far* untuk yang kecil-kecil aku bisa tangani lewat produk *skincare*ku sih.”
- N : “Oke. Ini detik-detik pertanyaan terakhir ya, Kak. Kalau misalnya Erha Clinic, tadi kan Kak Zanet merasa cocok sekali di Erha Derma Center Pondok Indah dengan dokter Ronny. Misalnya, hilang begitu, entah dokter Ronny ini tidak praktik kembali, atau Erha Derma Center Pondok Indah ini pindah ke tempat yang lebih jauh atau bahkan tutup begitu. Apakah Kak Zanet merasa kehilangan dengan hilangnya Erha Derma Center Pondok Indah beserta dokter Ronny atau tidak apa-apa dengan *case* tersebut, bahkan pindah ke klinik lain?”
- Z : “Merasa kehilangan, karena aku belum pernah merasakan dan bertemu dengan substitusi dokter Ronny Erha sih. Sampai saat ini.”
- N : “Oke. Nah ini-“
- Z : “Udah beragam, dari sempat dokter Ronny itu kan aku masih di Jakarta ya, lalu aku pindah ke Malang dan itu semua dokter kecantikan di Malang sudah aku coba, tidak semua tapi banyak lah. Itu juga tidak ada yang cocok. Jadi, hanya sementara saja lalu makin muncul. Belum ada yang sehebat dokter Ronny lah.”
- N : “Oke, berarti itu di Malang termasuk Erha dan sekaligus klinik-klinik kecantikan lainnya ya, Kak?”
- Z : “Iya, betul. Dulu aku sempat ke Erha-nya trus ya sudah, ya sudah saja gitu, tidak sampai yang WOW. Jadi, ya sudah lah lepas saja. Itu aku sering lepas pakai lepas pakai sih.”
- N : “Oke. Nah, mungkin terakhir kak. Untuk sebagai gambaran, Kak Zanet itu biasanya *spend budget* untuk *skincare* atau produk kecantikan ataupun *treatment* begitu ya, mungkin boleh *dishare* kak untuk *range* per bulan itu dari berapa sampai berapa?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Z : “Hm, satu juta. Eh tidak, bisa lima ratus hingga satu juta. Itu buat *skincare* saja ya.”
- N : “Oke. Kalau untuk *treatment* kecantikan, Kak?”
- Z : “Sebenarnya untuk *treatment* kecantikan aku sudah tidak lagi, udah tidak pernah *peeling* lagi, karena aku sudah menemukannya lewat berbagai macam *skincare* saja begitu. Jadi paling random aja sih, aku lagi ingin coba ini. Tetapi yang udah pasti aku beli itu yang seperti serum-serum gitu, ada lah, kalau *treatment* aku sudah tidak pernah pergi lagi. Trus pakainya yang sudah ada dari substitusi mereka saja. Karena kan sudah ada *peeling* dari *skincare* ya, sudah lah jadi pakai yang itu saja. Cukup pakai masker yang *peel off* itu udah bantu nge-*peeling*.”
- N : “Oke. Tapi mungkin kalau *dishare*, mungkin dulu ya kak saat masih ke Erha Clinic, itu kira-kira di *range* berapa kak?”
- Z : “Pasti satu jutaan lebih.”
- N : “Oke. Jadi sudah masuk ke *range* juta-jutaan ya, Kak.”
- Z : “Iya, tapi entah kenapa kalau sama Erha “Oke deh, aku percaya.” Begitu.”
- N : “Oke.”
- Z : “Tetapi, makin kesini aku kok seperti menemukan substitusi yang lebih oke di aku. Maksudnya ada hasilnya juga di aku juga, jadi aku mau *switch*. Begitu sih. Dan tentunya lebih murah juga nih, hemat, bisa hemat setengahnya lah.”
- N : “Oke, Kak. Mungkin itu sekian dari *interview* kita di malam hari ini. Terima kasih banyak Kak Zanet untuk waktunya sehingga bisa diwawancarai di sore hari ini untuk penelitian yang sedang aku lakukan. Jika ada pertanyaan lebih lanjut, aku akan hubungi Kak Zanet ya. Terima kasih sekali lagi.”
- Z : “Terima kasih, Nindy.”

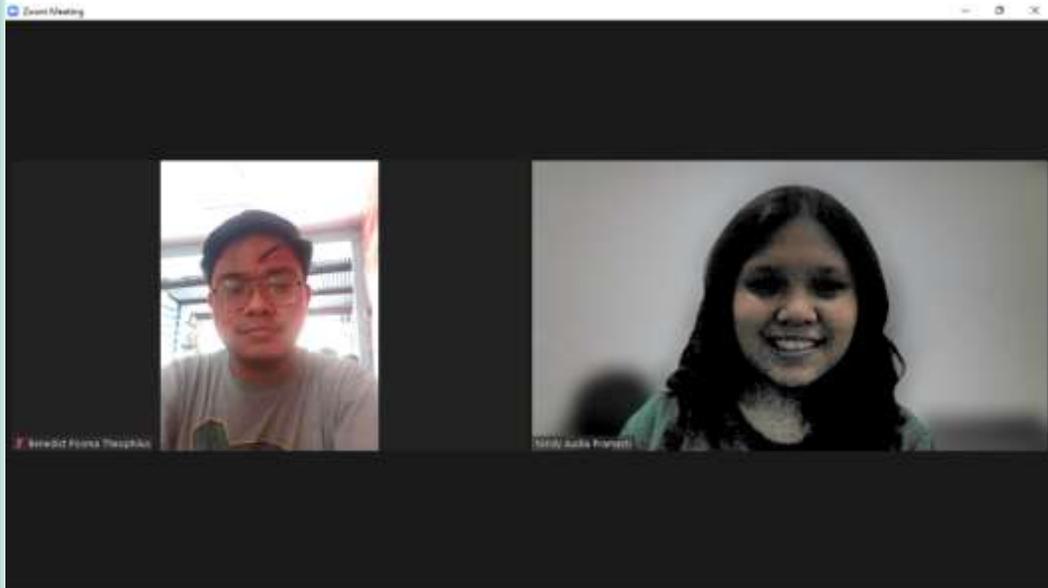


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Bukti Wawancara & Tautan Google Drive Wawancara dengan Konsumen 2 Erha Derma Center Pondok Indah



Tautan Google Drive:

<https://drive.google.com/file/d/1XfO1sYadQVgSnhlgAjb1mjxvui4rnOL4/view?usp=sharing>

(Dapat di akses dengan menggunakan e-mail Politeknik Negeri Jakarta)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Transkrip Wawancara dengan Konsumen 2 Erha Derma Center Pondok Indah

Nama : Benedictus Siregar
Pekerjaan : Mahasiswa Tingkat 3
Status Informan dalam Penelitian : Konsumen 2 Erha Clinic (2016)
Penyebutan : N (Nindy), B (Ben)
Tempat Pelaksanaan Wawancara : Zoom Meeting

Transkrip:

- N : “Halo, selamat sore, Kak Ben!”
- B : “Sore!”
- N : “Sebelumnya, perkenalkan saya Nindy Audia Pramesti, mahasiswi tingkat akhir di Politeknik Negeri Jakarta dari jurusan Administrasi Niaga. Terima kasih karena Kak Ben telah bersedia untuk diwawancarai terkait penelitian yang sedang saya lakukan yaitu tentang *value proposition* Erha Clinic. Nah, mungkin pertanyaan pertama yang ingin saya tanyakan adalah, apa alasan atau pengalaman yang membuat Kak Ben memutuskan untuk menjadi konsumen Erha Clinic? Silahkan kak boleh diceritakan.”
- B : “Oke, baik. Jadi alasan aku waktu itu pertama kali datang ke Erha karena rekomendasi dari beberapa orang sih awalnya. Jadi berawal dari orang-orang di sekitar, lalu kebetulan Erha itu posisinya di dekat rumah dan setahu aku itu Erha Clinic sendiri memiliki nama yang sudah besar gitu, sudah terkenal dimana-mana. Jadi, kombinasi tiga hal itu sih yang membuat aku pertama kali memutuskan datang ke Erha.”
- N : “Oke baik Kak Ben, mungkin untuk lebih dalam lagi bisa diceritakan ya kak, alasan pertama mendatangi Erha Clinic itu karena apa, Kak? Apakah mungkin karena mengalami permasalahan kulit atau karena ingin



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menambah estetika dari kulit Kak Ben saja? Boleh silahkan diceritakan dari Kak Ben”

B : “Ohiya, jadi dulu itu aku datang ke Erha saat masa-masa di akhir SMP sampai menginjak awal SMA ya. Bisa dibilang saat zaman masih pubertas gitu, ya. Jadi, dulu aku itu punya permasalahan jerawat, jerawat aku banyak banget gitu kan. Ternyata gitu terus, tidak ada perubahan, sampai aku mencoba krim-krim yang biasa dijual di apotek dan itu tidak terlalu efektif di wajah aku dan akhirnya mencoba ke *dermatologist* yang ada di Erha Clinic gitu. Oleh karena itu, ya itu alasan kenapa ke Erha di awal dulu.”

N : “Oke, baik. Mungkin bisa diceritakan kak untuk spesifik waktunya. Kira-kira itu di tahun berapa, Kak? Dan kalau dapat dihitung mungkin berapa tahun yang lalu?”

B : “Ke Erha Clinic itu di tahun.., sekitar tahun 2016 sampai 2017 ya, sekarang kan 2022 ya jadi sudah sekitar lima sampai enam tahun yang lalu lah.”

N : “Oke, berarti sudah cukup lama ya kak untuk pengalaman pertamanya di Erha Clinic. Oke, Kak, apakah boleh dijelaskan mungkin *first impression* atau kesan pertamanya saat mengunjungi Erha Clinic? Yang mungkin sampai sekarang itu tidak terlupakan gitu bagi Kak Ben.”

B : “Ohiya, kalau *first impression*nya tuh kaya ke rumah sakit sebenarnya, hanya saja dikhususkan untuk permasalahan kulit gitu, karena kalau dilihat dari *diplainya*, pajangan-pajangannya gitu ya, poster-poster gambar yang ada di Erha Clinic itu benar-benar menggambarkan tempat yang khusus untuk menangani permasalahan kulit gitu. Jadi tuh kesan pertamanya saat masuk tuh langsung seperti, “Ohiya nih tempat yang menyediakan solusi untuk permasalahan kulit kita”, gitu sih awalnya aku pertama kali masuk.”

N : “Oke baik, Kak. Nah mungkin nih, kalau dari susananya, interior yang ada di klinik, apakah cukup membuat nyaman? Dari fasilitas dan juga suasana



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang ditawarkan oleh Erha Clinic. Atau mungkin justru kurang nyaman bagi Kak Ben?”

B : “Oh, kalau dari interior dan suasana itu nyaman banget sih buat aku. Karena desainnya juga bagus ya di kliniknya, trus kesannya seperti apa... seperti enak saja berlama-lama disitu terus. Lalu, dari aromanya juga, Erha Derma Center Pondok Indah itu aromanya enak sekali, banyak aksesoris-aksesoris yang dipajang dan jika dilihat memang layout dalamnya itu bagus ya, menyambut orang-orang untuk datang kesana. Seperti itu.”

N : “Oke, mungkin sekarang kita bisa *sharing* lebih *deep* lagi gitu ya untuk pengalaman penanganan permasalahan kulit yang dialami Kak Ben. Jadi detailnya saat melakukan perawatan kulit di Erha Clinic. Nah, tadi Kak Ben juga sudah cerita ya bahwa Kak Ben itu melakukan perawatan kulit karena mengalami permasalahan kulit yaitu kulit berjerawat.

B : “Iya, betul.”

N : “Nah, saat Kak Ben melakukan perawatan kulit di Erha Clinic, apakah Kak Ben mendapatkan hasil yang memuaskan saat melakukan perawatan kulit di Erha Klinik? Dan apakah sesuai dengan klaim yang ditawarkan Erha Clinic?”

B : “Oh, sesuai sih dan memuaskan juga ya hasilnya. Karena klinik Erha itu, dari awal *dermatologist* yang menangani aku itu sudah langsung bilang, “Kalau perawatan ini mau berhasil, harus rajin ya.” Dan pas aku rajin memakai produknya gitu ya memang benar-benar kelihatan, wajahnya mulai bersih terus bekas-bekas jerawatnya juga hilang. Jadi ya bisa dibilang hasilnya sesuai sama yang dibilang oleh Erha.”

N : “Oke, berarti sesuai klaim yang diberikan klinik dan *dermatologist* yang waktu itu menangani, ya.”

B : “Iya, betul.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- N : “Nah, kalau dari segi harga nih kak. Apakah harga yang ditawarkan oleh Erha Clinic ini termasuk yang terjangkau kah untuk Kak Ben atau bisa dibilang cukup mahal?”
- B : “Jujur perawatan di Erha Clinic itu agak lumayan mahal, ya. Kalau tidak salah waktu itu aku itu mengeluarkan biaya di atas 500 ribu, kalau tidak salah. Jadi, untuk saat itu aku merasa lumayan mahal nih perawatannya. Jadi bisa dibilang bukan yang terjangkau banget gitu.”
- N : “Oke, baik. Tetapi, untuk hasilnya apakah *worth it* untuk mengeluarkan biaya sebesar itu?”
- B : “Kalau dari hasil *worth it* sih.”
- N : “Oke, jadi bisa dibilang ada harga ada kualitas gitu ya, Kak.”
- B : “Iya, betul”
- N : “Oke, mungkin boleh diceritain juga nih kak, apakah selain ke Erha Clinic pernah ke klinik kecantikan lainnya? Mungkin untuk mencoba, membandingkan atau sekadar penasaran saja kalau hasil di klinik kecantikan lain itu seperti apa.”
- B : “Selain ke Erha Clinic, dulu pernah sempat sekali ke praktik, jadi bukan klinik kecantikan mungkin ya, lebih ke praktik dokter kulit gitu, praktik dokter kulit individu, tapi untuk detailnya sejujurnya aku sudah tidak terlalu ingat ya. Dan hasilnya bisa dibilang tidak sebagus Erha Clinic sih, karena mungkin biayanya yang murah ya dan obat yang dipakai itu lebih sedikit, jadi ya itu tadi, hasilnya tidak sebagus perawatan di Erha Clinic.”
- N : “Oke, berarti disaat sudah melakukan perbandingan gitu ya, dari praktik individu dokter dan dibandingkan dengan Erha Clinic ternyata lebih *worth it* di Erha Clinic gitu ya untuk melanjutkan perawatan kulitnya.”
- B : “Iya, betul.”
- N : “Oke, baik Kak. Nah, mungkin selanjutnya boleh diceritain juga nih, tadi kan Kak Ben sempat cerita juga ya bahwa Kak Ben sudah perawatan kulit dan merasakan ada hasilnya. Apakah Kak Ben pernah ibaratnya berhenti



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melakukan perawatan kulit dan berhenti juga menggunakan rangkaian produk dari Erha Clinic? Dan apakah dari pemberhentian tersebut apakah ada efek sampingnya untuk Kak Ben sendiri?”

B : “Pas berhenti sih dari aku merasa ada efek samping ya. Aku tidak tahu ini bisa dibilang efek samping atau bukan sih, atau memang karena natural dari wajahnya saja, tapi begitu aku stop nih perawatan dan juga produk dari Erha itu langsung sempat balik lagi, balik lagi jerawatnya dan kulitnya mulai lagi berminyak-minyak gitu, jadi tidak bersih lagi. Jadi mungkin itu ya, *side effectnya* yang tadinya kulit aku sudah tertangani oleh obatnya jadi balik lagi.”

N : “Oke, baik Kak. Berarti bisa dibilang ini untuk hasil yang didapatkan dari Erha Clinic itu masih terhitung jangka pendek ya efeknya di Kak Ben? Bukan yang jangka panjang?”

B : “Hasilnya jangka pendek sih kalau di aku, jadi pas benar-benar berhenti memakai produknya lalu tidak melakukan perawatan langsung balik lagi, gitu loh.”

N : “Oke, baik Kak. Berarti kalau tidak diteruskan rangkaian produknya atau *treatmentnya* ada kemungkinan permasalahan kulit yang tadinya sudah membaik, tapi jadi kembali lagi. Seperti itu ya, Kak Ben.”

B : “Iya, benar.”

N : “Baik, Kak Ben. Nah, sekarang kita akan berbicara ke arah kemudahan mendapatkan informasi ya, Kak Ben. Misalnya, saat Kak Ben datang ke Erha Clinic dan menemui *dermatologistnya*, Kak Ben ini merasa mendapatkan konsultasi yang detail, mendapatkan penjelasan yang detail gitu ya dari dokternya, dan saat mencari informasi tentang Erha Clinic di internet juga mendapatkan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang *treatment* dan produk yang tersedia. Apakah Kak Ben merasakan hal tersebut?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

B : “Iya sih, seperti yang sudah aku sempat bilang kan, bahwa Erha Clinic ini sudah cukup terkenal. Jadi informasi tentang Erha itu ada dimana-mana, bahkan di dekat rumahku itu ada spanduk-spanduknya gitu, jadi di pinggir jalan ada terpampang informasi tentang Erha. Dan begitu sampai ke kliniknya, bertemu dengan *dermatologistnya*, itu aku mendapatkan informasi yang jelas kok tentang masalah kulitnya, alasan kenapa kulit aku mengalami masalah ini dan bagaimana cara *ngetreat* kulit aku ini. Jadi secara keseluruhan informasi tentang Erha itu cukup jelas.”

N : “Oke, baik Kak. Nah selanjutnya aku mau bertanya juga ke Kak Ben, misalnya Kak Ben sedang dalam situasi dan kondisi yang sedang tidak mengalami permasalahan kulit gitu ya. Jadi bisa dibilang, dari permasalahan jerawat yang dialami kemarin sudah membaik, wajahnya dalam kondisi yang baik gitu ya. Apakah Kak Ben akan tetap datang ke Erha Clinic jika tidak sedang mengalami permasalahan kulit dan hanya untuk keperluan estetika saja atau untuk meningkatkan kesehatan kulit wajah secara lebih lagi?”

B : “Berkaca dari pengalaman aku sebagai konsumen Erha Derma Center Pondok Indah, aku mau sih. Selain saat aku datang pas awal, diberikan informasi, berbicara dengan *dermatologistnya*, selain aku diberi tahu tentang permasalahan kulit yang aku alami, aku juga diberikan informasi tentang bagaimana cara merawat kulit yang baik dan tepat. Menurut aku penjelasan dari Erha Clinic itu bagus banget ya, jadi seandainya aku tidak ada masalah kulit sekalipun seperti dulu, aku akan tetap ke Erha Derma Center Pondok Indah dan melakukan perawatan kulit yang biasa agar kulit aku tetap terjaga gitu.”

N : “Oke, baik. Dari Kak Ben sendiri apakah merasa bahwa *treatment* yang ada di Erha Clinic sudah dipersonalisasi khusus untuk permasalahan kulit yang dialami Kak Ben?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- B : “Ohiya, itu sudah ya. Pas awal aku datang itu, obatnya keluar cukup lama ya, karena ternyata ada proses penyesuaian terlebih dahulu untuk setiap orangnya. Dan kalau tidak salah ingat, Erha Clinic itu memang membangun *brandnya* dengan perawatan kulit yang dipersonalisasi, jadi aku percaya bahwa tidak semua orang yang datang diberikan *treatment* dan obat yang sama. Jadi dilihat dari *case by case* konsumennya.”
- N : “Oke. Nah berbicara tentang produk nih Kak Ben, ini berarti juga berkaitan dengan bahan-bahan yang ada di dalam produk tersebut gitu ya. Nah, mungkin dari Kak Ben apakah merasa aman dan nyaman dengan bahan-bahan yang ada di dalam produk Erha Clinic sendiri?”
- B : “Kalau amannya iya, aku yakin aman. Kalau nyamannya, aku tidak terlalu ya, karena saat dulu aku mencoba produknya tuh ada salah satu krim atau cairannya yang cara pakainya dioles ke seluruh wajah. Nah, pas pagi dipakai itu aku merasanya kulit wajah jadi kaku, itu jadi alasan aku juga kenapa tidak melanjutkan di Erha Clinic, karena itu. Aku merasa untuk efektif iya, tapi nyaman di wajahnya itu tidak. Jadi kalau aman aku merasa yakin tapi kalau nyaman aku tidak terlalu merasa nyaman.”
- N : “Oke, baik Kak. Selanjutnya, apakah Kak Ben merasa bahwa di Erha Derma Center Pondok Indah gitu ya terkhususnya, itu membuat Kak Ben *doctor-centric*? Jadi Kak Ben hanya merasa aman, nyaman, *treatmentnya* sesuai dengan Kak Ben jika ditangani dengan dokter A, jikalau dipindah ke dokter B maka Kak Ben akan menolak. Apakah Kak Ben merasakan hal tersebut?”
- B : “Aku tidak merasakan hal tersebut ya, sejauh pengalaman yang aku rasakan, aku merasanya semuanya sama saja, walaupun diganti *dermatologistnya* menurutku masih sama dari segi produk atau *treatmentnya* yang diberikan. Jadi aku merasa aku tidak *doctor-centric*, jadi dokternya yang manapun aku tidak menolak.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- N : “Oke, baik Kak Ben. Jadi merasa cocok dengan semua dokter yang ditemui, begitu ya Kak.”
- B : “Iya, benar.”
- N : “Oke. Misalnya nih kak, suatu saat Erha Clinic ibaratnya mungkin tutup praktik gitu ya di seluruh Indonesia. Nah jadi Erha Clinic sudah tidak ada di Indonesia, apakah dari Kak Ben sendiri akan merasa kehilangan dan merasa “Wah ini mau kemana lagi ya jika ingin mencari klinik kecantikan?” karena Erha Clinic terkhusus Erha Derma Center Pondok Indah tidak ada.”
- B : “Jujur iya sih, karena selain Erha sudah *brand* besar dan terpercaya, lalu terbukti juga hasilnya efektif gitu ya, rasanya akan sayang sekali layanan yang sudah membantu begitu banyak orang harus tutup. Jadi pastinya aku akan merasa kehilangan.”
- N : “Oke, baik. Pertanyaan terakhir untuk Kak Ben, dari Kak Ben sendiri apakah ada kritik dan saran yang entah sudah disampaikan ke Erha Derma Center Pondok Indah atau mungkin ada yang masih belum tersampaikan dari *experience* yang sudah Kak Ben alami. Mungkin boleh kak disampaikan kritik dan sarannya.”
- B : “Kalau kritik aku tidak ada ya, tapi kalau untuk saran aku ingin menyarankan untuk kombinasi obat atau produk yang harus dipakai itu jangan terlalu banyak, ya. Karena menurut aku sendiri ya, faktor terbesar aku tidak Erha lagi karena itu, obat yang harus dipakai itu terlalu banyak, jadi *effort* aja gitu, ribet. Jadi itu sih mungkin saran dari aku.”
- N : “Oke, baik. Terima kasih ya Kak Ben untuk waktunya sehingga bisa diwawancarai di sore hari ini untuk penelitian yang sedang saya lakukan terkait *value proposition* Erha Clinic. Semoga dari penelitian ini, kedepannya Erha Clinic khususnya Erha Derma Center Pondok Indah bisa memberikan solusi yang paling baik untuk permasalahan yang dialami konsumennya sehingga sesuai juga dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Sekali lagi, terima kasih Kak Ben. Selamat sore!”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

B : “Oke. Selamat sore!”





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iin Fitri Mayasari
Pekerjaan : *Area Manager* Area 1 Erha Clinic

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Nindya Audia Pramesti
Pekerjaan : Mahasiswa
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan : Administrasi Niaga
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis
NIM : 1805421052

Saya telah menyetujui dan memverifikasi isi hasil wawancara sesuai dengan yang disampaikan dan benar.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Jakarta, 15 Juni 2022

Iin Fitri Mayasari



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Suseno
Pekerjaan : *Supervisor* Erha Derma Center Pondok Indah

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Nindy Audia Pramesti
Pekerjaan : Mahasiswa
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan : Administrasi Niaga
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis
NIM : 1805421052

Saya telah menyetujui dan memverifikasi isi hasil wawancara sesuai dengan yang disampaikan dan benar.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Jakarta, 17 Juni 2022

Agus Suseno



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaneta Azzahra Izdihar
Pekerjaan : Konsumen 1 Erha Derma Center Pondok Indah

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Nindy Audia Pramesti
Pekerjaan : Mahasiswa
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan : Administrasi Niaga
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis
NIM : 1805421052

Saya telah menyetujui dan memverifikasi isi hasil wawancara sesuai dengan yang disampaikan dan benar.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Jakarta, 14 Juni 2022

Zaneta Azzahra



MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Benedictus Siregar
Pekerjaan : Konsumen 2 Erha Derma Center Pondok Indah

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Nindy Audia Pramesti
Pekerjaan : Mahasiswa
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta
Jurusan : Administrasi Niaga
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis
NIM : 1805421052

Saya telah menyetujui dan memverifikasi isi hasil wawancara sesuai dengan yang disampaikan dan benar.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Jakarta, 20 Juni 2022

Benedictus Siregar