

**FORMULASI MANAJEMEN STRATEGI SPA TRADISI
DI NURKADHATYAN SPA**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Kelulusan
Program Magister Tata Kelola Seni.**



Yohana Maya Lalita

1720125420

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta

2020

**PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS
TATA KELOLA SENI**

**Formulasi Manajemen Strategi SPA Tradisi
di Nurkadhatyan SPA**

Oleh

Yohana Maya Lalita

NIM. 1720125420

Telah dipertahankan pada tanggal 20 Februari 2020

di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Pembimbing,

Penguji Ahli,


T. Handono Eko Prabowo, M.B.A., Ph. D


Prof. Dr. M. F. Shelyana Junaedi, M.Si.


Ketua Tim Penilai


Kurniawan Adi Saputro, Ph.D

Yogyakarta, 06 Maret 2020

Direktur,




Prof. Dr. Djohan, M.Si.

NIP 19611217 199403 1 001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa karya tulis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun. Tulisan ini merupakan hasil penelitian dan mengacu pada berbagai referensi yang disebutkan dalam karya tulis ini. Saya menjamin keaslian tesis ini dan bersedia menerima sanksi jika ditemukan kecurigan di kemudian hari.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis Panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Alam Semesta, atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Magister Seni pada Program Studi Tata Kelola Seni, Pascasarjana ISI (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta. Adapun judul Tesis penelitian ini adalah: Formulasi Manajemen Strategi SPA Tradisi di Nurkadhatyan SPA.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari segi konten maupun tata cara penulisan sehingga penulis sangat terbuka terhadap berbagai kritik, saran, nasehat dan masukan. Terwujudnya karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Prof. Dr. Djohan Salim M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
3. T. Handono Eko Prabowo, MBA., Ph. D, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan koreksi, saran, dan motivasi.

4. Prof. Dr. M.F. Shelyana Junaedi, M.Si selaku dosen penguji ahli, yang telah bersedia memberikan arahan terkait penulisan, berbagi pengalaman, dan cerita kehidupan.
5. Dr. Dewanto Sukistono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Kelola Seni.
6. Seluruh narasumber yang penulis hormati : GKR Bendera, Ibu Woro, Mbak Ria, Mbak Diah, seluruh staff manajemen Nurkadhatyan SPA, dan Ibu Wulan (Ketua ASTI untuk DIY)
7. Kedua orangtua penulis (YC.Supardi dan A.M. Prasetyo Murni) serta adik (Yustinus Aristya Prabowo) yang telah mendukung dalam doa dan segala hal.
8. Keluarga besar Mangun Wignyo Pawiro dan Keluarga besar Romanus Sudomo.
9. Kedua kakak tersayang K.R.A Tejo bagus Sunaryo, MA. Dan Nyi Mas Setyo Panggih Pratiwi, S.Sn yang telah mengajarkan banyak hal dan mendampingi penulis dalam masa studi.
10. Keluarga besar Keraton Surakarta Hadiningrat beserta seluruh abdi dalem.
11. Seluruh sahabat dan saudara/saudari penulis.
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

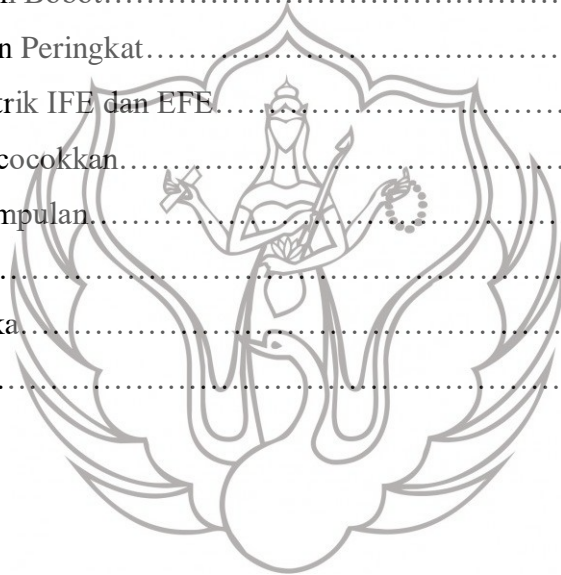
Yogyakarta, 04 Februari 2020

Penulis.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
Abstract.....	xiii
Bab I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
Bab II Tinjauan Pustaka.....	8
A. Health and Wellness Tourism.....	8
B. SPA.....	10
C. Tradisi SPA di Indonesia.....	13
D. Manajemen Strategi.....	16
E. Penelitian Terdahulu.....	18
F. Kerangka Pikir.....	22
Bab III Metode Penelitian.....	23
A. Metode Penelitian.....	23
B. Tehnik Pengumpulan Data.....	23
C. Metode Analisis Data.....	28

D. Lingkup Penelitian.....	35
E. Batasan Penelitian.....	35
BAB IV Hasil Penelitian, Analisis, dan Pembahasan.....	36
A. SPA di Indonesia.....	36
B. Nurkadhatyan SPA.....	39
C. Produk Nurkadhatyan SPA.....	43
D. Proses Bisnis Nurkadhatyan SPA.....	49
E. Analisis SWOT.....	50
F. Pemberian Bobot.....	52
G. Pemberian Peringkat.....	57
H. Hasil Matrik IFE dan EFE.....	63
I. Hasil Pencocokkan.....	66
BAB V Kesimpulan.....	74
Saran.....	76
Daftar Pustaka.....	77
Lampiran.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>International Analysis of Health and Wellness Assets</i>	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. Variabel Internal dan Eksternal.....	27
Tabel 4. Contoh Tabel Pemberian Bobot Faktor Internal.....	30
Tabel 5. Contoh Tabel Pemberian Bobot Faktor Eksternal.....	31
Tabel 6. Pemberian Peringkat.....	31
Tabel 7. Matriks IE SWOT.....	33
Tabel 8. Alternatif strategi dalam matriks SWOT.....	34
Tabel 9. Detil Umum Nurkadhatyan SPA.....	41
Tabel 10. Detil Usaha Nurkadhatyan SPA.....	42
Tabel 11. Tabel Analisis Kekuatan Nurkadhatyan SPA.....	50
Tabel 12. Tabel Analisis Kelemahan Nurkadhatyan SPA.....	51
Tabel 13. Tabel Analisis Peluang Nurkadhatyan SPA.....	51
Tabel 14. Tabel Analisis Ancaman Nurkadhatyan SPA.....	51
Tabel 15. Pemberian bobot faktor internal (kekuatan dan kelemahan) pada bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	53
Tabel 16. Pemberian bobot faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	55
Tabel 17. Pemberian Peringkat.....	57
Tabel 18. Pemberian peringkat faktor kekuatan bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	58
Tabel 19. Pemberian peringkat faktor kelemahan bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	59
Tabel 20. Pemberian peringkat faktor peluang bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	61

Tabel 21. Pemberian peringkat faktor ancaman bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	62
Tabel 22. Hasil Analisis matrik IFE bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	63
Tabel 23. Hasil Analisis matrik EFE bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA....	64
Tabel 24. Matrik IE Nurkadhatyan SPA.....	67
Table 25. Alternatif strategi bisnis SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA dalam matriks SWOT.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Demarcation of wellness tourism in terms of demand</i>	8
Gambar 2. Salah satu relief di Candi Borobudur yang menggambarkan aktivitas meracik ramuan (jamu).....	13
Gambar 3. Salah satu relief di Candi Borobudur yang menggambarkan aktivitas merawat tubuh.....	14
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Manajemen Strategi SPA Tradisi di Nurkadhatyan SPA.....	22
Gambar 5. Proses Bisnis Nurkadhatyan SPA.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Angket Faktor Internal	79
Lampiran 2. Hasil Angket Faktor Eksternal.....	80
Lampiran 3. Daftar Produk Perawatan di Nurkadhatyan SPA.....	81
Lampiran 4. Dokumentasi Foto Wawancara dengan GKR Bendara.....	82
Lampiran 5. Dokumentasi Foto Wawancara dengan Ibu Woro dan staff terapis.....	83
Lampiran 6. Dokumentasi Foto Wawancara dengan Staff R and D (Mbak Ria dan Mbak Diah).....	84
Lampiran 7. Dokumentasi Foto Wawancara dengan Ibu Panggih Pratiwi.....	84
Lampiran 8. Wawancara dengan Hilario dan Eloisa.....	85
Lampiran 9. Dokumentasi Foto Wawancara dengan Ibu Wulan, Ketua ASTI untuk DIY.....	86
Lampiran 10. Foto <i>Souvenir Aromatherapy Candle</i> (Lilin Aromaterapi) Nurkadhatyan SPA.....	86
Lampiran 11. Foto Souvenir Body Wash dan Shampoo Nurkadhatyan SPA....	87
Lampiran 12. Foto Ramuan/Racikan Lulur di Nurkadhatyan SPA.....	87
Lampiran 13. Panduan Pertanyaan untuk Pendiri/Pemilik Nurkadhatyan SPA : GKR. Bendara.....	88
Lampiran 14. Panduan Pertanyaan untuk Ahli/Master SPA Tradisi : Ibu Woro...	89
Lampiran 15. Panduan Pertanyaan untuk Manager/Staff Nurkadhatyan SPA.....	90
Lampiran 16. Panduan Pertanyaan Untuk Konsumen di Nurkadhatyan Spa.....	91
Lampiran 17. Panduan Pertanyaan Untuk Ahli Bidang Pariwisata Minat Khusus Kesehatan dan Kebugaran.....	92

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis formulasi manajemen SPA tradisi di Nurkadhatyan SPA. SPA merupakan salah satu wisata minat khusus kesehatan dan kebugaran yang sedang berkembang. Namun masyarakat dunia belum minat pada aset tradisi dan spiritual yang menjadi aset pada bidang kesehatan dan kebugaran.

Provinsi DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) merupakan destinasi wisata dengan minat khusus budaya. Maka kelima putri Sri Sultan HB X (gubernur dan raja Keraton Yogyakarta) mendirikan SPA tradisi Jawa dengan nama Nurkadhatyan SPA. Peneliti telah mengidentifikasi perusahaan tersebut terkait dengan strategi bisnis yang diterapkan dan bagaimana perusahaan dapat bertahan dan mengatasi persaingan dengan penyedia jasa SPA serupa serta keberhasilan bisnis SPA.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara dan analisis SWOT (*Strenght-Weakness-Opportunity-Threats*). Metode SWOT digunakan untuk mengetahui posisi bisnis Nurkadhatyan SPA berdasarkan faktor internal dan eksternal. Serta untuk mengetahui formulasi strategi bisnis yang bisa digunakan untuk mendukung keberlanjutannya.

Posisi bisnis Nurkadhatyan SPA melalui matriks internal-eksternal (IE) menunjukkan *growth and build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi IV. Kuadran analisis SWOT bisnis Nurkadhatyan SPA berada pada kuadran I yaitu *Expansion*. Dengan hasil tersebut maka formulasi strategi yang bisa digunakan adalah SO (*strength-opportunity*), memanfaatkan kekuatan dan peluang.

Kata Kunci : Formulasi Strategi, Bisnis SPA Tradisi, Nurkadhatyan SPA.

ABSTRACT

This study analyzes traditional SPA management formulations at Nurkadhatyan SPA. SPA is one of the special interests tourism health and wellness that is developing. But people are not interested yet in traditional and spiritual assets which are in the health and wellness fields.

DIY Province (Yogyakarta Special Region) is a tourist destination with special cultural interests. Then the five daughters of Sri Sultan HB X (governor and king of the Yogyakarta Palace) established the Javanese SPA named Nurkadhatyan SPA. Researchers have identified the company in terms of the business strategy adopted and how the company can survive and overcome competitions with similar SPA service providers and the success of the SPA business.

This study uses a qualitative method with interviews and SWOT analysis (Strength-Weakness-Opportunity-Threats). The SWOT method is used to determine Nurkadhatyan SPA's business position based on the internal and external factors. And to find out the business strategy formulation which can be used to support its sustainability.

Nurkadhatyan SPA's business position through internal-external matrix (IE) shows in position IV which means growth and build. The Nurkadhatyan SPA business SWOT analysis quadrant, the position is in quadrant I which means Expansion. With these results produce the formulation strategies is SO (strength-opportunity) can be used in the business, utilizing some factors of strengths and opportunities.

Keywords: Strategy Formulation, Tradition SPA Business, Nurkadhatyan SPA.