

ABSTRAK

Di zaman sekarang perkembangan *fashion* mengalami peningkatan yang signifikan. Banyak masyarakat yang menyukai tren masa kini sehingga menyebabkan permintaan yang tinggi akan *fashion*. *Fashion* merupakan hal yang tidak dapat dilewatkan bagi para perempuan yang memiliki kebiasaan konsumtif dalam membeli sesuatu yang menurutnya menarik seperti membeli baju, tas, dan dompet. Hal tersebut merupakan sebuah peluang untuk menciptakan bisnis dalam industri *fashion* perempuan. Kesempatan tersebut tidak disia-siakan oleh toko *online* yang menjual di *Instagram*, yaitu Luxurie.me. Luxurie.me menjual sepatu, tas, dompet, dan lainnya di *Instagram*. Penjualan yang dilakukan Luxurie.me tidak mencapai target penjualan yang ditetapkan. Penjualan mengalami penurunan tiap bulannya. Terdapat beberapa akar masalah yang menyebabkan menurunnya penjualan pada toko Luxurie.me yaitu salah satunya adalah metode strategi bauran komunikasi pemasaran masih belum maksimal. Pemasaran yang dilakukan tidak dapat meningkatkan penjualan. Hal tersebut merupakan masalah untuk toko Luxurie.me. Sehingga toko Luxurie.me harus mengatasi masalah tersebut dengan cara merancang strategi bauran komunikasi pemasaran baru untuk meningkatkan kembali penjualan dari toko Luxurie.me. Perancangan tersebut menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). QSPM merupakan sebuah metode yang dapat menghasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran terbaik. Metode tersebut dibantu oleh Matriks *Internal Factor Evaluation* dan *External Factor Evaluation*, Matriks *Internal External*, dan Matriks SWOT yang mana nantinya akan menghasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran terbaik yang dapat meningkatkan penjualan *item* pada toko Luxurie.me. Dalam menentukan hasil rancangan dilakukan wawancara terlebih dahulu kepada *owner* dan *customer* dari pada Luxurie.me. Hal tersebut dilakukan untuk mencari analisis internal yang nantinya akan menjadi kekuatan dan kelemahan dari Luxurie.me. Selanjutnya adalah melakukan studi literatur terhadap lingkungan yang memengaruhi Luxurie.me untuk mencari analisis eksternal yang nantinya akan menjadi peluang dan ancaman bagi Luxurie.me. Setelah analisis internal dan eksternal selesai tahap selanjutnya adalah memberikan questioner kepada pihak

internal dari Luxurie.me untuk menentukan bobot dan rating yang akan dihitung dalam matriks IFE, EFE, dan QSPM. Setelah menentukan bobot dan rating selanjutnya menghitung matriks IFE dan EFE yang mana hasilnya didapat total skor sebesar 2,516 untuk skor keseluruhan matriks IFE dan 2,870 untuk skor keseluruhan matriks EFE. Kemudian skor tersebut dipetakan ke dalam matriks IE yang mana hasilnya masuk ke kuadran 5. Kuadran 5 memiliki arti bahwa Luxurie.me berada dalam posisi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh Luxurie.me berdasarkan matriks IE adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Maka dari itu, strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk akan diusulkan sebagai strategi yang dapat mengatasi masalah yang ada di Luxurie.me. Selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Luxurie.me. Hasil dari matriks SWOT adalah beberapa strategi bauran komunikasi pemasaran yang akan diusulkan kepada pihak Luxurie.me. Setelah itu strategi-strategi yang telah dihasilkan dihitung dalam matriks QSPM untuk dievaluasi dan menentukan prioritas strategi yang akan diimplementasikan. Setelah itu dilakukan verifikasi dan validitas dengan *owner* Luxurie.me terhadap strategi yang diusulkan. Hasilnya setelah melakukan verifikasi dan validasi strategi yang akan diimplementasikan adalah melakukan *endorsement* untuk memperluas pasar dan meningkatkan audiens, melakukan promosi media sosial untuk menarik *customers* dan meningkatkan *followers*, mengadakan promo produk dan lebih responsif untuk meningkatkan daya jual, menghadirkan testimoni dari pembeli untuk meningkatkan kepercayaan, membuat konten-konten yang menarik dan unik untuk meningkatkan daya saing dengan competitor, dan membuat konten yang interaktif dengan *customers* untuk menciptakan kepercayaan *customers*. Diharapkan beberapa strategi tersebut dapat meningkatkan penjualan di toko Luxurie.me.

Kata Kunci : ***QSPM, Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran, SWOT***