

ABSTRAK

Inglebert Shoes Records merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa untuk memenuhi kebutuhan sepatu yang didirikan pada tahun 2019, Inglebert Shoes Records bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen mengenai layanan sepatu dikarenakan memerlukan keahlian khusus untuk bisa melakukan *treatment* pada sepatu. Tujuan dalam penelitian Inglebert Shoes Records adalah untuk mengembangkan strategi bauran komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Inglebert Shoes Records. Ada beberapa alasan utama mengapa pendapatan Inglebert Shoes Records tidak mencapai target. Pemilik Inglebert Shoes Records ingin meningkatkan strategi bauran komunikasi pemasaran mereka untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi. Perancangan strategi menggunakan metode *quantitative strategic planning matrix* (QSPM) ialah metode pemilihan beberapa alternatif strategi dan menghasilkan strategi pilihan yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Dalam merancang strategi, metode *quantitative strategic planning matrix* (QSPM) membuat beberapa alternatif strategi yang didukung dan digunakan oleh *matrix internal factor evaluation* (IFE), *matrix external factor evaluation* (EFE), *matrix faktor eksternal internal* (IE) dan matriks SWOT. Data yang digunakan untuk merancang strategi ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara dengan pemilik dan pelanggan Inglebert Shoes Records, yang kemudian berubah menjadi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Data sekunder diperoleh dari studi literatur dan lima kekuatan porter yang dapat menghasilkan faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman. Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah pembobotan dan evaluasi. Hal ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pemilik Inglebert Shoes Records. Bobot dan skor digunakan untuk menghitung matriks IFE, matriks EFE, dan QSPM. Setelah dilakukan perhitungan matriks IFE dan EFE didapatkan nilai matriks IFE sebesar 2.766 dan nilai matriks EFE sebesar 2.631. Skor dimasukkan ke dalam matriks IE dan hasil Inglebert Shoes Records termasuk dalam kuadran kelima. Artinya, strategi Inglebert Shoes Records relatif bertahan. Hal ini menunjukkan bahwa alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk dapat digunakan. Setelah memahami strategi yang berlaku,

langkah selanjutnya adalah membuat matriks SWOT yang menghasilkan alternatif strategi bauran komunikasi pemasaran. Langkah terakhir dalam desain strategi adalah menggunakan metode QSPM. Alternatif strategi yang diperoleh melalui matriks SWOT dievaluasi untuk menghasilkan prioritas strategis yang dapat diimplementasikan. Setelah menerima hasil rancangan strategi, lalu akan melakukan verifikasi dan validasi strategi dengan pemilik Inglebert Shoes Records. Strategi yang divalidasi dan disetujui untuk implementasi awal antara lain membuat konten yang menarik untuk dapat bersaing dengan kompetitor, memberikan layanan antar jemput gratis kepada konsumen baru untuk meningkatkan penjualan, melakukan promosi di media sosial untuk memperluas pangsa pasar, memberikan kupon gratis 1 kali cuci kepada konsumen yang telah melakukan 4 kali transaksi di Inglebert Shoes Records untuk menciptakan kepercayaan konsumen, menerapkan 2 layanan jasa langsung kepada konsumen untuk meningkatkan daya saing dengan kompetitor, membuat konten yang inovatif untuk mengenalkan jasa Inglebert Shoes Records lebih dalam dan meningkatkan kepercayaan. Strategi ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan Inglebert Shoes Records.

Kata kunci: **Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, matriks QSPM, Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran.**