

ABSTRAK

Bulumotto 77 (BM77) merupakan salah satu klub bulutangkis tertua di Bandung, dijalankan secara turun temurun sejak tahun 1977. Berlokasi pada Jl. Pasirlayung Selatan no.7-9. Cibeunying kidul, Kec. Pasirlayung, Kota Bandung. Kesehariannya Bulumotto 77 menyediakan fasilitas seperti empat lapangan bulutangkis, satu ruang *fitnes*, satu ruang studio, dan menyediakan berbagai macam peralatan bulutangkis, tidak hanya digunakan untuk pelatihan. Bulumotto 77 juga membuka penyewaan lapang untuk masyarakat sekitar untuk berolahraga. Dengan harapan dapat berfokus mencetak dan mengantarkan para atlet muda menggapai cita-citanya. Seiring dengan berjalannya waktu saat ini Bulumotto 77 mengalami beberapa gejala permasalahan yang dialami seperti jumlah atlet yang berlatih masih fluktuatif, munculnya banyak pesaing baru yang menawarkan jaminan prestasi secara instan, masih melakukan promosi dengan cara tradisional dengan unsur kepercayaan, setra kurangnya memanfaatkan media sosial dengan maksimal. Dengan permasalahan yang sudah dituliskan maka terdapat 4 alternatif solusi yang dihasilkan yaitu *product, price, place, promotion*. Dari keempat alternatif strategi tersebut diolah menggunakan metode analisis SWOT untuk menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal pada Klub BM77, sebagai perbaikan *promotion* dilakukannya Metode QSPM untuk menentukan strategi pemasaran untuk mengembangkan setra memperkuat daya saing sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Dari kedua metode tersebut menghasilkan tiga alternatif strategi dengan nilai TAS tertinggi yaitu menggunakan perkembangan teknologi dengan cara membuat konten mengenai kondisi sarana dan prasarana pada media digital, merubah kegiatan promosi tradisional menjadi modern dengan cara digitalisasi menggunakan media sosial, mengundang para *influencer* untuk berolahraga di Bulumotto 77.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM

