

ABSTRAK

Little Step Shoes Clean merupakan usaha yang memberikan pelayan perawatan sepatu, yang memiliki beberapa pelayanan diantaranya *fast clean*, *deep clean*, dan *white shoes treatment*, *Little Step Shoes Clean* hadir untuk memenuhi kebutuhan bagi orang yang senang merawat sepatu dengan simple karena proses perawatan sepatu terbilang tidak mudah. Pada *Little Step Shoes Clean* mempunyai permasalahan pada proses pemasaran yang menyebabkan penjualan menurun dan proses pemasaran terbilang sulit jika tidak dilakukan sesuai dengan prosedur dan metode yang tepat, maka dari itu dilakukan penelitian terkait perancangan strategi bauran pemasaran yang nantinya dapat di terapkan oleh *Little Step Shoes Clean* agar proses pemasaran berjalan dengan lancar. Pada penelitian ini diperlukan data primer dan sekunder dimana data primer merupakan data yang diperoleh dari kegiatan wawancara dan *market research* terhadap *owner* dan pelanggan *Little Step Shoes Clean* dan data sekunder merupakan data yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian dan dilakukan analisis menggunakan metode *five force porter*. Adapun metode yang digunakan dalam melakukan perancangan bauran pemasaran yaitu metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), Pada perancangan startegi bauran pemasaran menggunakan metode QSPM tidak lepas dengan bantuan dari metode SWOT, matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*), EFE (*External Faktor Evaluation*), dan Matrik IE (*Internal & External*) dari matriks SWOT nantinya akan menciptakan strategi bauran pemasaran alternatif yang dapat diterapkan oleh *Little Step Shoes Clean* dan dilakukan perankingan menggunakan matriks QSPM. Pada perancangan strategi ini digunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara *owner* serta penyebaran kuisisioner kepada pelanggan yang menghasilkan data internal berupa kelemahan dan kekuatan sedangkan data sekunder didapatkan dari analisis *five force porter* dan studi literatur yang menghasilkan data eksternal berupa peluang dan ancaman. Setelah diperoleh data internal dan eksternal *Little Step Shoes Clean*, langkah selanjutnya yaitu melakukan perhitungan matriks IFE, EFE, dan QSPM. Pada penelitian ini didapatkan nilai matriks IFE sebesar 2,371 dan matriks EFE sebesar 2,75, nilai

tersebut akan dimasukkan kedalam matriks IE dan hasil dari *Little Step Shoes Clean* berada pada kuadran lima yang berarti tumbuh dan pertahankan maka strategi yang harus dilakukan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Setelah mengetahui strategi yang berlaku, selanjutnya melakukan penentuan strategi alternatif menggunakan matriks SWOT. Langkah selanjutnya yaitu melakukan perankingan strategi menggunakan matriks QSPM yang bertujuan untuk mengetahui strategi yang dapat diprioritaskan untuk di implementasikan pada *Little Step Shoes Clean*. Langkah yang terakhir yaitu melakukan validasi bersama *owner*, dengan tujuan untuk mengetahui strategi diterima atau ditolak, pada penelitian ini terdapat enam strategi yang diterima, satu strategi dipertimbangkan, dan satu strategi ditolak. Adapun strategi yang diterima yaitu membuat inovasi konten, memberikan reward berupa gratis 1 kali cuci sepatu kepada konsumen yang telah bertransaksi sebanyak 5 kali, mengaktifkan sosial media secara konsisten, memberikan layanan antar jemput gratis kepada konsumen yang berada disekitar *Telkom University* dengan syarat minimal mencuci dua pasang sepatu, melakukan penambahan akun sosial media, menambahkan jenis produk/jasa cuci sepatu yang beragam. Adapun strategi yang dipertimbangkan yaitu melakukan pengurangan harga untuk meningkatkan daya saing dan terdapat strategi yang ditolak yaitu melakukan pengadaan *offline store* sekitar *Telkom University*. Strategi yang diterima diharapkan dapat mengatasi masalah yang dihadapi oleh *Little Step Shoes Clean*.

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