

ABSTRAK

Griya Fitnes merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa penyewaan alat-alat olahraga atau gym serta alat pijat untuk perorangan maupun tempat instansi atau perkantoran. Griya Fitnes mulai didirikan pada 18 Desember tahun 2017 berlokasi di Desa Meteseh, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah. Griya Fitnes menerima jasa penyewaan alat fitness, alat olahraga, dan alat perkakas dengan memberikan layanan pesan antar kepada para pelanggannya. Griya Fitnes memiliki permasalahan mengenai pendapatan yang fluktuatif cenderung tidak stabil, permasalahan tersebut didukung dengan adanya perolehan data grafik pendapatan Griya Fitnes dari tahun 2020 hingga September 2022 yang fluktuatif pada setiap tahunnya. Setelah melakukan observasi, in depth interview, dan survei pendahuluan. Permasalahan yang terjadi pada Griya Fitnes terjadi pada strategi pemasaran yang belum optimal. Penelitian Tugas Akhir ini memiliki tujuan untuk memperbaiki strategi pemasaran dengan menggunakan metode Analisis *SWOT* dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Perancangan strategi menggunakan analisis *SWOT* dan *QSPM* diawali dengan menentukan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan untuk mendapatkan matriks IFE dan matriks EFE. Matriks IFE didapatkan melalui perolehan data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dan kuesioner dengan pemilik Griya Fitnes sehingga dihasilkan faktor kekuatan dan kelemahan. Matriks EFE didapatkan melalui perolehan data sekunder yang didapatkan dari studi literatur dan observasi melalui analisis PEST dan *Five Force Porter* sehingga dihasilkan faktor peluang dan ancaman. Setelah mendapatkan matriks skor pembobotan IFE dan EFE sebesar 2,86 dan 2,77, selanjutnya dilakukan penggabungan menggunakan matriks IE yang memetakan IFE dan EFE berdasarkan skor pembobotan menjadi 9 sel yang didalamnya terbagi menjadi 3 wilayah yang memiliki alternatif strategi yang berbeda sesuai nilai pembobotan yang didapatkan. Griya Fitnes berada pada wilayah II di kuadran 5 yang artinya strategi usulan yang dapat digunakan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Tahapan selanjutnya adalah pembuatan matriks *SWOT* yang tujuannya adalah mendapatkan alternatif strategi yang berasal dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman)

yang telah diperoleh. Strategi yang diperoleh dari matriks SWOT berupa strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT, total strategi yang didapatkan melalui matriks SWOT adalah sebanyak 8 strategi usulan. Proses selanjutnya adalah pemilihan alternatif usulan strategi terbaik yang menggunakan perhitungan QSPM, pada perhitungan QSPM akan mencari nilai *Attractiveness Score (AS)* dan *Total Attractiveness Score (TAS)* antara strategi-strategi yang didapatkan dengan faktor internal dan eksternal perusahaan. Setelah didapatkan nilai TAS pada setiap strategi, maka akan dapat diketahui strategi yang menjadi prioritas utama untuk mengatasi permasalahan pada Griya Fitnes. Tahapan selanjutnya adalah proses verifikasi dan validasi hasil rancangan usulan strategi kepada pemilik Griya Fitnes. Setelah melalui validasi dari pemilik, diperoleh 7 strategi yang diterima oleh pemilik yang diantaranya adalah 5 strategi penetrasi pasar yang menjadi urutan 1 sampai 5 nilai tertinggi pada perolehan QSPM. Strategi penetrasi pasar yang menjadi prioritas Griya Fitnes untuk dapat dipertimbangkan untuk diterapkan adalah memaksimalkan dan memperbaiki saluran pemasaran sebagai media promosi usaha dengan nilai TAS 6,445, melakukan penetrasi pasar pada layanan sewa alat fitnes, alat perkakas, dan alat rumah tangga dengan nilai TAS 6,336, melakukan riset pasar secara berkelanjutan dengan nilai TAS 5,993, melakukan proses manajemen strategis untuk mencapai competitive advantage perusahaan dan mengoptimalkan kinerja dengan nilai TAS 5,881, melakukan kerja sama dengan pemerintah maupun perusahaan swasta untuk memperluas jangkauan pasar, riset dan pengembangan, dan pemasaran layanan dengan nilai TAS 5,840. Seluruh alternatif strategi pemasaran yang terpilih diharapkan untuk dapat diimplementasikan oleh Griya Fitnes untuk dapat mengatasi permasalahan.

Kata Kunci: *Griya Fitnes, Strategi Pemasaran, Matriks IE, SWOT, QSPM.*