

Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Babe Gym Bandar Lampung

¹Fiqih Alpriansyah Nurbari, ²Adisty Wicoko, ³Adi Riyanto, ⁴Iqbal Sobri Permana Agung, ⁵Vicky F Sanjaya

^{1,2,3,4,5}Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung

*E-mail: fiqihalpriansyah@gmail.com, adistyowicoko@gmail.com, adiktb89@gmail.com, iqbalsobrio@gmail.com, vicky@radenintan.ac.id

Kata Kunci	Abstrak
Diagram Kuadran; EFE IFE; Strategi Pemasaran; SWOT;	Peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat mendorong pertumbuhan industri kebugaran di Indonesia, termasuk di Kota Bandar Lampung. Babe Gym merupakan salah satu pelaku usaha di bidang ini yang perlu merumuskan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kepuasan pelanggan Babe Gym dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan penyebaran kuesioner kepada manajemen dan pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks IFE dan EFE untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang kemudian dimasukkan ke dalam Matriks SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Babe Gym memiliki kekuatan pada aspek harga yang terjangkau dan komitmen pemilik terhadap kenyamanan pelanggan. Namun, kelemahan mencakup lokasi yang kurang strategis, minimnya promosi, dan keterbatasan fasilitas. Peluang utama berasal dari meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan potensi kerja sama dengan mitra bisnis suplemen. Ancaman yang dihadapi adalah rendahnya loyalitas pelanggan dan ketidakfokusan pada layanan serta keselamatan peralatan. Posisi strategis Babe Gym berada pada Kuadran I (Grow and Build), yang merekomendasikan strategi agresif untuk ekspansi dan peningkatan layanan. Strategi tersebut meliputi peningkatan fasilitas, kerja sama eksternal, serta penguatan promosi dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan dasar strategis bagi pengembangan layanan kebugaran yang kompetitif dan berkelanjutan.
Keyword	Abstract
Kuadran Diagram; EFE IFE; Marketing Strategy; SWOT;	Increasing public awareness of the importance of a healthy lifestyle encourages the growth of the fitness industry in Indonesia, including in the city of Bandar Lampung. Babe Gym is one of the business actors in this field that needs to formulate a strategy to maintain and increase customer satisfaction in the midst of fierce competition. This study aims to analyze internal and external factors that affect Babe Gym's customer satisfaction using a SWOT analysis approach. The research was conducted through a qualitative approach with observation methods, in-depth interviews, and the distribution of questionnaires to management and customers. Data analysis is carried out using IFE and EFE Matrices to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threat factors, which are then incorporated into the SWOT Matrix to formulate the right development strategy. The results of the study show that Babe Gym has strength in terms of affordable price and the owner's commitment to customer comfort. However, the disadvantages include a less strategic location, lack of promotion, and limited facilities. The main opportunities come from the increasing public interest in healthy lifestyles and the potential for cooperation with supplement business partners. The threats faced are low customer loyalty and a lack of focus on service and equipment safety. Babe Gym's strategic position is in Quadrant I (Grow and Build), which recommends an aggressive strategy for expansion and service improvement. The strategy includes improving facilities, external cooperation, and strengthening promotions and customer loyalty. This research provides a strategic basis for the development of competitive and sustainable fitness services.

PENDAHULUAN

Menunjukkan perubahan penting dalam pemahaman orang Indonesia tentang nilai kebugaran dan gaya hidup sehat. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis kebugaran telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran ini. Sebagai salah satu negara dengan populasi terpadat di dunia, Indonesia memiliki masalah kesehatan yang signifikan, seperti meningkatnya insiden penyakit jantung, obesitas, dan kondisi lain yang terkait dengan gaya hidup yang tidak banyak bergerak. Semakin banyak orang yang menerapkan gaya hidup sehat dan olahraga teratur sebagai solusi untuk masalah ini.

Karena gaya hidup kita yang sibuk dan kesadaran akan kesehatan yang terus meningkat, pusat kebugaran telah muncul sebagai sumber daya penting bagi siapa pun yang berusaha untuk tetap bugar dan sehat secara fisik. Daya saing gym telah meningkat sebagai hasil dari peningkatan eksplosif industri olahraga. Untuk menarik klien baru dan mempertahankan klien yang sudah ada, operator pusat kebugaran harus secara teratur melakukan analisis mendalam tentang kepuasan pelanggan dan kualitas layanan.

Secara umum Tujuan dari penelitian Analisis SWOT ini adalah untuk menentukan elemen eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Babe Gym Bandar Lampung. Rencana yang efektif untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan kualitas layanan, dan memenuhi harapan pelanggan harus dapat dikembangkan dengan bantuan penelitian ini

Manfaat yang signifikan dari penelitian ini yaitu manajemen Babe Gym dapat belajar lebih banyak tentang kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal yang berdampak pada kepuasan konsumen dari penelitian ini juga membantu pengembangan rencana yang lebih kuat

untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas layanan. Lalu penelitian ini mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang bertujuan untuk meningkatkan persaingan di pasar kebugaran Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Analisis ini merupakan analisis kualitatif di mana kami melakukan eksplorasi berupa wawancara dan observasi terhadap responden yaitu manajemen Babe gym. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat, bisnis, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, dan ekonomi. Tujuan utama analisis yang menggunakan pendekatan kualitatif ialah mengembangkan pengertian, konsep-konsep, yang pada akhirnya menjadi teori, tahap ini dikenal sebagai "Theory of planned behavior". Menurut Sugiyono , Ketika melakukan penelitian pada kondisi alam (bukan eksperimen), penelitian kualitatif menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, melakukan triangulasi (menggabungkan) metode pengumpulan data, menggunakan analisis data induktif, dan mengutamakan makna daripada generalisasi dalam temuannya. Level dalam analisis ini adalah level individu yang ada di dalam bisnis Babe gym. Sampel dalam penelitian ini merupakan usaha tempat kebugaran yang ada di Kota Bandar Lampung. Analisis ini untuk mengukur dan mengetahui manajemen strategi dari Babe gym.

Secara khusus strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, penciptaan kebijakan dan rencana yang ditargetkan untuk mencapai tujuan dan menjamin pelaksanaannya yang benar., sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. (George A. Steiner & John B. Miner, 2011).

Data yang digunakan berasal dari dua

sumber, yaitu data sekunder dan data primer. Data primer adalah data primer yang dapat berupa observasi dan wawancara merupakan informasi yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan (Situmorang & Lutfi, 2012). Data primer berupa observasi dan temuan wawancara mengenai penelitian yang dilakukan di Babe Gym, serta metode pengumpulan data yang digunakan dalam proyek ini, meliputi penarikan kuesioner, wawancara, dan observasi.

Metode yang dilakukan adalah dengan mengevaluasi lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan, yang berfungsi sebagai landasan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang mencantumkan peluang dan ancaman

perusahaan, dan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang mencantumkan kekuatan dan kelemahan terbesar perusahaan. dan kelemahan bisnis, serta matriks IE (*Internal Eksternal*) yang menampilkan posisi perusahaan saat ini dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang menggambarkan peluang dan tantangan yang dihadapi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Matriks IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFE menunjukkan kondisi internal Perusahaan berupa ekuuan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 1. Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No	Faktor Internal Dominan	NS 1	NS 2	NS 3	NS 4	NS 5	NS 6	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN											
1	Pemilik memiliki komitmen dengan kenyamanan	4	3	4	4	4	4	23	0,24	3,83	0,91
2	Harga membership relatif murah	4	3	4	3	4	4	22	0,24	3,83	0,91
3	Hasil gym memuaskan pelanggan	3	3	3	2	3	2	16	0,16	2,67	0,44
	Total Kekuatan							62	0,64		2,26
Kelemahan											
1	Lokasi gym kurang strategis	1	2	2	2	2	2	11	0,11	1,83	0,21
2	Kurang promosi yang efektif	2	2	2	2	2	2	12	0,12	2,00	0,25
3	Fasilitas & peralatan kurang lengkap	2	3	2	2	2	2	13	0,13	2,00	0,25
	Total Kelemahan							35	0,36		0,71

No	Faktor Internal Dominan	NS 1	NS 2	NS 3	NS 4	NS 5	NS 6	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Total Keseluruhan							97	1,00		1,55

2. Analisis Matriks EFE

Sejauh mana pengaruh variabel eksternal perusahaan dipastikan dengan menggunakan matriks EFE. Matriks EFE

yang didasarkan pada rating dan bobot menunjukkan keadaan peluang dan ancaman perusahaan.

Tabel 1. Matrik EFE (External Factor Evaluation)

No	Faktor Eksternal Dominan	NS 1	NS 2	NS 3	NS 4	NS 5	NS 6	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Peluang										
1	Kesadaran atas pentingnya kesehatan	2	4	3	4	4	4	23	0,22	3,83	0,84
2	Kolaborasi antara pemilik dan mitra usaha suplemen	2	4	3	2	2	4	15	0,14	2,50	0,35
3	Memberikan kebebasan positif terhadap pelanggan	3	3	4	4	4	4	22	0,21	3,66	0,76
	Total Peluang							60	0,57		1,95
	Ancaman										
1	Tidak fokus pada kualitas layanan dan fasilitas	1	2	2	3	2	1	13	0,12	2,16	0,25
2	Alat yang di bawah standar keselamatan	2	3	2	3	2	2	14	0,13	2,33	0,30
3	Pelanggan yang tidak loyal	4	3	3	2	4	3	19	0,18	3,16	0,56
	Total Kelemahan							47	0,43		1,11
	Total Keseluruhan							104	1,00		0,84

Salah satu kualitas BABE GYM seperti terlihat pada tabel 1 adalah dedikasi pemiliknya terhadap kenyamanan yang mendapat skor 0,91. Dengan skor 0,91, biaya keanggotaan menempati posisi kedua karena harganya yang terjangkau. Kemudian dengan skor 0,44 hasil gym urutan ketiga memuaskan klien.

Dari sisi kelemahan, lokasi gym pada

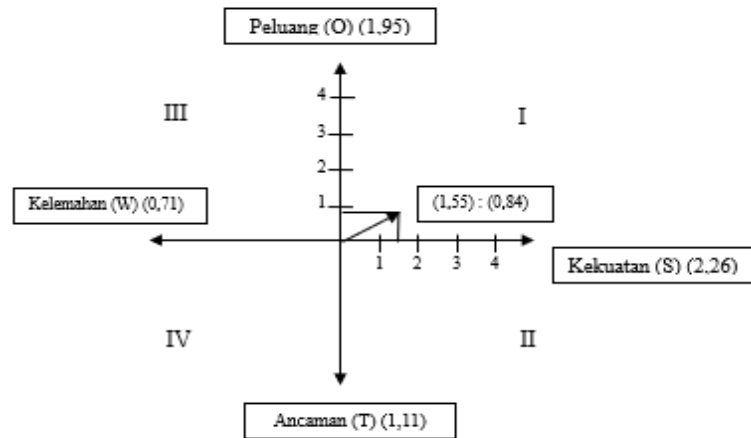
peringkat pertama kurang strategis dengan skor 0,21. Kedua, dengan skor 0,25, tidak ada promosi yang berhasil. Dengan skor 0,25, sarana dan prasarana kurang lengkap menempati urutan ketiga.

Tabel 2 menunjukkan peluang utama yang bisa dimanfaatkan oleh BABE GYM yaitu pertama, Kesadaran atas pentingnya kesehatan dengan skor 0,84. Kedua,

Kolaborasi antara pemilik dan mitra usaha suplemen dengan skor 0,35. Ketiga, Memberikan kebebasan positif terhadap pelanggan dengan skor 0,76.

Kemudian ancamannya yaitu pertama,

Tidak Fokus pada kualitas pelayanan dan fasilitas dengan skor 0,25. Kedua, Alat yang dibawah standar keselamatan dengan skor 0,30. Ketiga, Pelanggan yang tidak loyal dengan skor 0,56.



Gambar 1. Diagram Kuadran Analisis SWOT BABE GYM

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Pemilik memiliki komitmen dengan kenyamanan 2. 2. Harga Membership relatif murah 3. Hasil gym memuaskan pelanggan	1. Lokasi gym kurang strategis 2. Kurang Promosi yang efektif 3. Fasilitas & peralatan kurang lengkap
Eksternal		
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Kesadaran atas pentingnya kesehatan 2. Kolaborasi antara pemilik dan mitra usaha suplemen 3. Memberikan kebebasan positif terhadap pelanggan	1. Mengembangkan produk/jasa yang nyaman dan mendukung gaya hidup sehat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin sadar akan kesehatan. 2. Memanfaatkan harga membership yang terjangkau untuk menarik lebih banyak anggota melalui program diskon khusus pada produk mitra usaha suplemen. 3. Meningkatkan pengalaman pelanggan	1. Menyediakan layanan online seperti kelas virtual atau konsultasi personal trainer secara daring.
		2. Memanfaatkan kolaborasi dengan mitra usaha untuk meningkatkan efektivitas promosi melalui jaringan dan sumber daya yang dimiliki mitra usaha.
		3. Menyediakan fasilitas tambahan yang mendukung kebebasan positif pelanggan, seperti layanan mandiri.

	dengan menyediakan program gym yang lebih fleksibel dan disesuaikan, sehingga tetap memuaskan pelanggan.	
hreats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Tidak Fokus pada Kualitas Layanan dan Fasilitas 2. Alat yang di bawah standar keselamatan 3. Pelanggan yang tidak loyal	1. Meningkatkan kenyamanan dengan memastikan bahwa layanan dan fasilitas juga mendukung pengalaman terbaik. 2. Menonjolkan harga murah sebagai nilai tambah sambil mengomunikasikan rencana peningkatan fasilitas kepada pelanggan. 3. Mengembangkan program loyalitas pelanggan dengan memanfaatkan kepuasan hasil gym sebagai nilai jual utama.	1. Melakukan survei pelanggan untuk mengetahui kebutuhan layanan dan fasilitas yang paling diinginkan, kemudian meningkatkan prioritas pada aspek tersebut. 2. Fokus pada promosi keselamatan dalam meningkatkan keamanan untuk memperkuat citra perusahaan. 3. Meningkatkan kualitas fasilitas dan peralatan untuk menarik pelanggan yang lebih setia.

Berdasarkan temuan laporan, BABE GYM terletak pada diagram analisis SWOT kuadran I. Berdasarkan posisinya di Kuadran I, BABE GYM memiliki prospek dan kemampuan yang sangat baik sehingga memungkinkan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kebijakan pertumbuhan yang agresif (berorientasi pada pertumbuhan strategi) didukung oleh keadaan ini. Sehingga tidak menutup kemungkinan BABE GYM untuk memperluas pangsa pasar fitness dan kebugaran yang dapat ditawarkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Babe Gym di Bandar Lampung menawarkan beberapa keuntungan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan klien, termasuk dedikasi pemilik terhadap kenyamanan, biaya

keanggotaan yang wajar, dan hasil gym yang positif. Lokasi yang kurang menguntungkan, pemasaran yang tidak efektif, dan fasilitas serta peralatan yang tidak memadai adalah beberapa kekurangan yang harus diatasi.

2. Babe Gym, menawarkan banyak prospek, termasuk meningkatnya kesadaran publik tentang nilai kebugaran, bekerja sama dengan mitra perusahaan, dan memenuhi permintaan pelanggan untuk layanan yang lebih adaptif. Risikonya termasuk loyalitas klien yang rendah, peralatan yang tidak mematuhi peraturan keselamatan, dan kemungkinan kualitas layanan yang salah arah. Taktik yang disarankan, yang didasarkan pada analisis SWOT, termasuk menciptakan layanan yang mendorong hidup sehat, menggunakan kerja sama tim untuk

promosi, menawarkan kursus online, meningkatkan infrastruktur dan menciptakan inisiatif loyalitas klien

Saran

1. BABE GYM diharapkan dapat meningkatkan kualitas terhadap pelayanan,kenyamanan, keamanan serta peralatan yang digunakan oleh konsumen BABE GYM.
2. BABE GYM terus berinovasi dengan memanfaatkan media social dan berkolaborasi dengan binaragawan untuk selalu mengingatkan akan pentingnya kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi bisnis dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah kopiah resam mentari kota pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 61-74.
- Kurniati, N. (2023). Analisa Lingkungan Bisnis Internal Dan Eksternal Perusahaan. *Jurnal Pusedansi*, 2(5).
- Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2),58-70.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103