

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MEMBER PADA PUSAT KEBUGARAN FISIK
PARADISE BALI - SANUR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh:
Putu Ayu Emi Lestari
NIM 2215764038

PRODI RPL D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MEMBER PADA PUSAT KEBUGARAN FISIK
PARADISE BALI - SANUR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh
Putu Ayu Emi Lestari
NIM 2215764038

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

1. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Member Pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali - Sanur
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Ayu Emi Lestari
 - b. Nim : 2215764038
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional



Badung, 22 Agustus 2023

Menyetujui :

Pembimbing I,

Handwritten signature of I Wayan Wirga in black ink.

I Wayan Wirga, SE, MBA
NIP. 196107261988111001

Pembimbing II,

Handwritten signature of I Made Sarjana in black ink.

I Made Sarjana, SE., MM.
NIP. 196012311988111001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MEMBER PADA
PUSAT KEBUGARAN FISIK PARADISE BALI - SANUR**

Oleh :

PUTU AYU EMI LESTARI
NIM : 2215764038

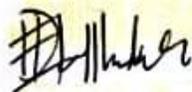
Disahkan:

Ketua Penguji,



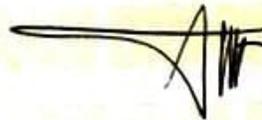
I Made Sarjana, SE., MM.
NIP. 196012311988111001

Penguji I,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Penguji II,



Gede Pradiva Adiningrat, S.AB., M.AB.
NIP. 199201312019031011

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 22 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Ketut Vini Elfaroza, SE., M.M
NIP. 197612032008122001

MOTTO

“ Kepercayaan akan diri sendiri adalah rahasia utama untuk sukses.”

Carl Rogers

PERSEMBAHAN

Puji Syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala karunia dan kesempatan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Member Pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali - Sanur”** dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya.

Adapun tujuan penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk untuk memperoleh Ijasah Diploma IV serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M).

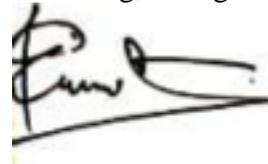
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya Skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama melaksanakan Pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D., selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan selama melakukan perkuliahan serta penyusunan Skripsi.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, saran serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak I Wayan Wirga SE., MBA dan Bapak I Made Sarjana, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran, serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Andriana Meiddy selaku staff Paradise Gym Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan penelitian di Paradise Gym Bali.
6. Orang tua dan kerabat dekat yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan agar Skripsi ini tersusun dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran.

Badung, 22 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fani', written over a horizontal line.

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Member Pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali – Sanur”** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Denpasar, 22 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Putu Ayu Emi Lestari

NIM. 2215764038

ABSTRAK

Padatnya aktivitas pada setiap manusia menyebabkan kurangnya waktu untuk memperhatikan pola hidup yang baik. Dengan memperhatikan pola hidup maka akan berpengaruh pada kesehatan fisik dan juga pikiran manusia. Kesehatan menjadi peran yang sangat penting dalam diri seseorang, dengan menjaga kesehatan maka akan terbentuk pola hidup yang teratur sehingga seseorang menjadi lebih bugar dan bahagia. Melihat banyaknya minat masyarakat terhadap Gym centre, membuka peluang keuntungan bagi para pelaku bisnis. Pangsa pasar yang tinggi ini, menyebabkan para pelaku bisnis gencar untuk mencari keuntungan yang besar. Banyaknya Gym centre yang telah berdiri di Denpasar menyebabkan persaingan semakin ketat, oleh karena itu para pengusaha yang ada di bisnis gym ini harus mampu mengelola usaha ini dengan baik dengan memperhatikan strategi pemasaran yang mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dan mampu untuk mempertahankan member-membarnya. Adapun rumusan masalah nya yaitu “Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah member pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali – Sanur”. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Luaran yang diharapkan dari penelitian ini yaitu perlu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki kepada peluang yang ada dan Bali harus lebih memperhatikan kelemahan internal perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada.

Kata Kunci : SWOT, Pemasaran, Pusat Kebugaran Fisik, Member

ABSTRACT

The density of activity in every human being causes a lack of time to pay attention to a good lifestyle. By paying attention to lifestyle, it will affect physical health and also the human mind. By paying attention to lifestyle, it will affect physical health and also the human mind. Health becomes a very important role in a person, by maintaining health, a regular lifestyle will be formed so that someone becomes fitter and happier. Seeing the many public interest in the Gym center, it opens up profit opportunities for business people. This high market share causes business people to aggressively seek large profits. The number of gym centers that have been established in Denpasar causes increasingly fierce competition, therefore entrepreneurs in this gym business must be able to manage this business well by paying attention to marketing strategies that are able to attract as many customers as possible and be able to retain their members. The formulation of the problem is "How is the marketing strategy in increasing the number of members at the Paradise Bali Physical Fitness Center – Sanur". The data analysis technique used is using qualitative data analysis. The expected outcome of this research is that it is necessary to optimize its strengths to existing opportunities and Bali must pay more attention to the company's internal weaknesses to avoid existing threats.

Keywords : SWOT, Marketing, Physical Fitness Center, Member

PRAKATA

Puji Syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala karunia dan kesempatan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Member Pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali - Sanur”** dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya.

Adapun tujuan penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk untuk memperoleh Ijasah Diploma IV serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya Skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama melaksanakan Pendidikan di Politeknik Negeri Bali.

2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D., selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahannya selama melakukan perkuliahan serta penyusunan Skripsi.
3. Bapak I.B Artha Adnyana, M.Hum Ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, saran serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak I Wayan Wirga SE., MBA dan Bapak I Made Sarjana, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahannya, bimbingan, saran, serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Andriana Meiddy selaku staff Paradise Gym Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan penelitian di Paradise Gym Bali.
6. Orang tua dan kerabat dekat yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan agar Skripsi ini tersusun dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran.

Badung, 22 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fauz' or similar, written over a horizontal line.

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Telaah Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4 Analisis SWOT	16
2.1.5 Tahap Analisis SWOT	20

2.1.6 Segmentasi Pasar.....	22
2.1.7 Perilaku Konsumen	23
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	24
2.3 Kerangka Teoritis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis dan Sumber Data	30
3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	41
4.2.1 Strategi Bauran Pemasaran 7P	41
4.2.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	54
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	86
BAB V PENUTUP	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi	38
Tabel 4. 2 Harga Jasa pada Paradise Gym Bali	43
Tabel 4. 3 Faktor Internal Paradise Gym Bali.....	54
Tabel 4. 4 Faktor Eksternal Paradise Gym Bali.....	56
Tabel 4. 5 Responden Kuisisioner Indikator Internal dan Eksternal	58
Tabel 4. 6 IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Strategi Promosi pada Paradise Gym Bali.....	61
Tabel 4. 7 EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) Strategi Promosi pada Paradise Gym Bali.....	65
Tabel 4. 8 Matriks IE (Internal Eksternal) Paradise Gym Bali	74
Tabel 4. 9 Matriks SWOT Paradise Gym Bali.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah Data Member	4
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	18
Gambar 2. 2 Matriks SWOT	21
Gambar 2. 3 Kerangka Teoritis Penelitian.....	29
Gambar 4. 1 Produk Jasa Paradise Gym Bali	42
Gambar 4. 2 Tempat Paradise Gym Bali	45
Gambar 4. 3 Social Media Facebook Paradise Gym Bali.....	46
Gambar 4. 4 Social Media Instagram Paradise Gym Bali	47
Gambar 4. 5 Website Paradise Gym Bali.....	48
Gambar 4. 6 Influencer/Celebrity Endorsement	49
Gambar 4. 7 Staff Paradise Gym Bali.....	51
Gambar 4. 8 Paradise Gym Bali.....	53
Gambar 4. 9 Diagram SWOT Posisi Paradise Gym Bali.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Form Bimbingan Dosen Pembimbing I

Lampiran 2 : Form Bimbingan Dosen Pembimbing II

Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Wawancara dengan karyawan Paradise Bali Sanur

Lampiran 4 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 5 : Hasil Tabulasi Kuisisioner

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

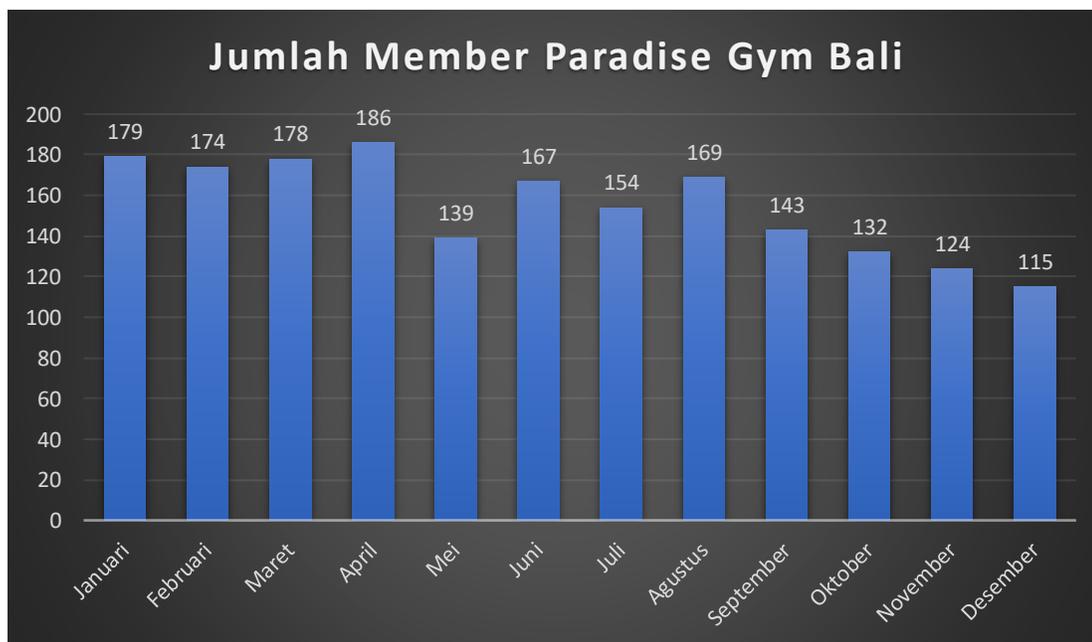
Pada umumnya dalam usaha untuk mencapai tujuan pada sebuah perusahaan, setiap perusahaan mempunyai strategi untuk dapat mengembangkan usahanya agar dapat berkembang dengan luas. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat melihat peluang yang ada sehingga siap untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Dewasa ini banyak pelaku bisnis mencari peluang, dengan mengikuti tren yang ada salah satunya yaitu tren olahraga kebugaran fisik. Padatnya aktivitas pada setiap manusia menyebabkan kurangnya waktu untuk memperhatikan pola hidup yang baik. Dengan memperhatikan pola hidup maka akan berpengaruh pada kesehatan fisik dan juga pikiran manusia. Kesehatan menjadi peran yang sangat penting dalam diri seseorang, dengan menjaga kesehatan maka akan terbentuk pola hidup yang teratur sehingga seseorang menjadi lebih bugar dan bahagia. Menurut National Institutes of Health (2022), olahraga dapat meningkatkan kesehatan mental dan suasana hati, termasuk mengurangi risiko stress dan depresi. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia lebih banyak menghabiskan waktu untuk pekerjaannya serta pada saat ini

kebanyakan masyarakat cenderung mengurangi gerak gerik, budaya malas gerak menjadi kebiasaan yang dominan dilakukan oleh masyarakat, ditambah dengan tingkat stress yang tinggi serta pola makan yang tidak teratur semakin menambah potensi gangguan kesehatan (Fajar, 2022). Dari situasi tersebut olahraga merupakan kegiatan yang jarang dipilih. Namun, tidak sedikit dari mereka yang sadar akan kesehatan, dan tetap meluangkan waktunya untuk berolahraga. Salah satu gaya hidup sehat yang terpenting adalah dengan berolahraga. Mereka akan cenderung memilih tempat yang fleksibel tempat dan waktu, serta mengikuti gaya hidup sehat yang sedang tren. Tren gaya hidup sehat ini biasanya sudah banyak tersebar di kota – kota besar dan merupakan olahraga yang tergolong berada di dalam ruangan (indoor). Salah satu olahraga yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat adalah Gym (Olahraga Kebugaran) dan menjadi tren serta gaya hidup bagi kalangan masyarakat. *Gym centre* atau *fitness* adalah tempat pusat kebugaran fisik, dimana kegiatannya dilakukan secara berkala dengan tujuan untuk menjaga vitalitas tubuh dan berlatih disiplin (Muhammad Faiq, 2023). *Gym centre* merupakan salah satu alternatif olahraga di era modern sekarang ini dan banyak diminati karena tempat dan waktu yang terbilang fleksibel. Dikatakan fleksibel tempat dan waktu karena *Gym centre* menyediakan berbagai macam alat untuk berolahraga dalam satu ruangan dan biasanya jam operasional *Gym centre* itu *closed* (tutup) di malam hari, dan cocok untuk mereka yang ingin berolahraga pada jam pulang kerja.

Melihat banyaknya minat masyarakat terhadap *Gym centre*, membuka peluang keuntungan bagi para pelaku bisnis. Pangsa pasar yang tinggi ini, menyebabkan para pelaku bisnis gencar untuk mencari keuntungan yang besar. Banyaknya *Gym centre* yang telah berdiri di Denpasar menyebabkan persaingan semakin ketat, oleh karena itu para pengusaha yang ada di bisnis gym ini harus mampu mengelola usaha ini dengan baik dengan memperhatikan strategi pemasaran yang mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dan mampu untuk mempertahankan member-membarnya. Adapun salah satu strategi untuk menarik pelanggan yaitu dengan menawarkan suatu keunggulan yang tidak ada di *Gym centre* lainnya di daerah tersebut dengan menggunakan teknik pemasaran. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial, menurut Ari Saputra (2022) berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Member Di Life Gym Fitness Yogyakarta. Paradise Gym Bali merupakan salah satu pusat kebugaran yang ada di daerah Sanur, yang beralamat di Jalan Danau Tamblingan, No. 174, Sanur, Denpasar Selatan. Paradise Gym Bali menawarkan keunggulan dibandingkan dengan tempat lainnya yaitu menyediakan kelas *crossfit* dan memiliki alat – alat gym dengan kualitas alat berstandar internasional. Adapun Paradise Gym Bali memiliki beberapa

penawaran program yaitu : Spin, Crossfit Class, Crossfit Teens, HIIT 45, Booty / Abs Burner, Stretch Mobility, Gym, Fitness Club, Yoga dan Sauna.

Setiap perusahaan memiliki suatu tujuan bersama. Dalam mencapai tujuan bersama, perusahaan biasanya akan menuntut setiap pegawai atau pekerjanya untuk mencapai suatu target yang telah ditetapkan. Hal tersebut dilakukan agar segala proses yang ada dalam perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya, terutama dalam bidang pemasaran yang merupakan poin penting dalam meningkatkan penjualan di era persaingan yang ketat.



Gambar 1. 1 Jumlah Data Member

Sumber : Paradise Gym Bali 2021

Paradise Gym Bali berada di daerah Sanur dan terlihat pada hasil kurun waktu 1 tahun yaitu pada bulan Januari 2021 sebanyak 179 total member yang mendaftar, pada bulan Februari sebanyak 174 member, bulan Maret sebanyak 178 member, bulan April sebanyak 186 member, bulan Mei sebanyak 139 member, bulan Juni sebanyak 167 member, bulan Juli sebanyak 154 member, bulan Agustus sebanyak 169, bulan September sebanyak 143 member, bulan Oktober sebanyak 132 member, bulan November sebanyak 124 member, bulan Desember sebanyak 115 member. Adapun Paradise Gym Bali masih menargetkan untuk peningkatan jumlah member baru sehingga fokus utamanya yaitu revenue dari member baru. Selanjutnya Paradise Gym Bali belum mencapai target untuk menyelaraskan target pasarnya secara merata yaitu member baru maupun member lama, sehingga hal ini perlu evaluasi pihak Paradise Gym Sanur untuk terus memberikan perhatian baik pada member baru ataupun member lama. Dengan adanya permasalahan tersebut penulis menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*), serta menggunakan bauran pemasaran yang meliputi 7P yaitu produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) serta untuk mengetahui bagaimana penerapan dari strategi pemasaran tersebut dengan jumlah member di Paradise Bali. Maka penulis tertarik untuk mengangkat judul

“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Member Pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali – Sanur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah member pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali – Sanur ?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah member pada Pusat Kebugaran Fisik Paradise Bali – Sanur.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Kontribusi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :
Penelitian ini dibuat guna memberikan pengetahuan tambahan kepada mahasiswa dalam bidang pemasaran. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan evaluasi pada Paradise Bali dalam melakukan strategi pemasaran, sehingga dapat mempersiapkan diri untuk bersaing dalam meningkatkan jumlah member.

1.5 Sistematika Penulisan

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, dan sistematika penulisan

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai telaah teori, kajian empiris, dan kerangka pemikiran teoritis

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, hingga metode analisis data.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas gambaran umum perusahaan, hasil analisis dan pembahasan hingga implikasi hasil penelitian.

e. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang simpulan dari pembahasan dan pemberian saran-saran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh Paradise Gym Bali yaitu dengan menggunakan *Social Media Marketing* melalui *platform Facebook, Website, Instagram* dan *Influencer/Celebrity Endorsement*. Penelitian ini menggunakan strategi bauran pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik). Pada diagram SWOT menjelaskan bahwa Paradise Gym Bali berada pada kuadran I yang berarti situasi perusahaan saat ini sedang menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih kemajuan omset yang lebih maksimal. Dalam Matriks IE (Internal Eksternal) Paradise Gym Bali berada pada sel 1 *growth* dimana pada posisi ini sebaiknya menerapkan strategi penetrasi padar dan pengembangan pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu disarankan kepada pihak Paradise Gym Bali dalam proses promosinya berkaitan dengan kelemahan serta ancaman agar dapat melakukan perbaikan kedepannya, yaitu:

1. Saran pertama untuk pihak Paradise Gym Bali yaitu perlu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki kepada peluang yang ada dengan menjadi Gym pertama di Bali dengan lokasi yang indah, luas, nyaman, dan menggunakan konsep Café, CrossFit, dan Gym serta terdapat *coach* yang berasal dari luar yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk menjadi member sehingga pendapatan perusahaan meningkat.
2. Saran kedua Paradise Gym Bali harus lebih memperhatikan kelemahan internal perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada dengan melakukan aktivitas di media sosial yaitu aktif meng-*update* aktivitas secara konsisten untuk mengetahui *trend* saat ini dan tetap dapat berinteraksi dengan konsumen sehingga perusahaan tetap eksis di mata konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, T. F. (2021)). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). . *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Amirrudin K. (2021). Strategi Pemasaran Multi Level Syariah PT. Ahad Net Indonesia dan Multi Level Konvensional PT. DXN Indonesia Cabang Makassar
- Ari Saputra. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah *Member* Di *Life Gym Fitness* Yogyakarta.
- Dwi Vinta Bella (2022). Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSPSS BTM Sumatera Barat.
- Faiq. (2023). Tingkat Kepuasan Member Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Melia Gym Bantul Yogyakarta.
- Fajar Rodli. (2022). Strategi Marketing *Public Relations* Celebrity Fitness Solo Paragon Mall Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di Masa Pandemi.
- Khafidin, K. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*. 3(1), 73-92.
- Nurfadillah, L. &. (2021). Peranan Segmentasi Pasar Dalam Menentukan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bergas Coffee Surabaya. . *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(2).
- Nur Syakirah Ahmada (2016). The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health.
- Rompas, D., Tumbuan, W. J., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. *Jurnal EMBA:*, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 5(3).
- Tamara, A. ((2016).). Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis. . *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, 4(3).
- Tri Palupi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Member Dewa Ruci Gym di Kabupaten Jember.
- Wahyuni, S. E. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 192-202.
- Wisma Dana (2022). Strategi Pemasaran Kendaraan Mitsubishi Berdasarkan Analisis SWOT Pada PT Sun Star Motor Badung.

Yulianti, Y. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung). (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).