

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga merupakan permainan yang populer dan saat ini mulai digemari oleh seluruh masyarakat Indonesia. Futsal adalah permainan bola yang dimainkan oleh dua tim yang masing-masing tim beranggotakan lima orang. Futsal merupakan olahraga yang permainannya seperti sepak bola, yaitu setiap tim berusaha untuk memasukkan bola ke dalam gawang lawan. Futsal pertama kali dipopulerkan di Uruguay oleh Juan Carlos Ceriani pada tahun 1930. Di Indonesia sendiri futsal tercatat mulai masuk tahun 2002 bersama dengan ditunjuknya sebagai penyelenggara putaran final kejuaraan futsal tingkat asia oleh AFC (*Asian Football Confederation*). Olahraga bukanlah hal yang baru bagi manusia di era sekarang ini. Aktivitas fisik yang bertujuan untuk menjaga kebugaran dan kesehatan sudah dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya berbagai sarana olahraga bukanlah hal yang mengejutkan karena hal tersebut muncul sebagai salah satu indikasi bahwa manusia peduli bahwa kesehatan merupakan suatu hal yang penting dalam hidup.

Perkembangan bisnis futsal di Indonesia saat ini sangat pesat. Futsal seakan menjadi pilihan yang tepat ketika sempitnya lahan di kota-kota besar untuk membangun lapangan sepak bola yang besar. Selain itu, olah raga futsal semakin digemari sejak masuknya olahraga ini pada tahun 2002 di Indonesia. Futsal tidak hanya dimainkan oleh laki-laki, tetapi olahraga futsal kini sudah dimainkan oleh wanita. Hal itu didukung dengan adanya liga atau kompetisi olahraga futsal berbagai daerah yang menyelenggarakan kategori putri. Olahraga futsal kini sudah menjadi trend orang di Indonesia dikarenakan sudah sedikitnya lapangan sepakbola khususnya di daerah perkotaan. Melihat akan peluang ini, banyak orang yang tertarik untuk membuka usaha penyewaan lapangan futsal, terutama di kota-kota besar di Indonesia. Kegiatan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh hasil berupa keuntungan atau laba usaha. Setiap perusahaan akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggannya dan menentukan strategi yang tepat yang akan berdampak pada maju mundurnya sebuah perusahaan dengan taktik dan strategi yang harus diselaraskan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sangat penting karena pemahaman yang baik akan kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen akan memberikan masukan penting untuk merancang strategi pemasaran yang tepat guna membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalanya (Kotler dan Armstrong, 2016).

Bisnis usaha futsal di Banyuwangi berkembang cukup pesat, bisa dilihat dengan cukup banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal seperti mega futsal genteng, Scudetto futsal, Dadapan futsal, Cendikia Futsal, Arena futsal, dan lain-lain. Banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal tentunya membuat persaingan bisnis semakin kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran tersendiri agar dapat tetap menarik minat konsumen untuk menyewa lapangan futsal, strategi pemasaran yaitu suatu cara menjabarkan ekspektasi perusahaan atau rencana kegiatan yang bertujuan menganalisis dan memilih pasar sasaran untuk mendapatkan kapan kegiatan akan dilakukan dan bertujuan untuk mendapatkan suatu bauran pemasaran yang tepat (Kotler dan Keller, 2016), .Bisnis usaha penyewaan lapangan futsal juga harus memperhatikan beberapa poin agar dapat tetap berkembang dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Lingkungan eksternal dan lingkungan internal merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Lingkungan yang positif merupakan penunjang dalam kelangsungan kegiatan usaha dan lingkungan negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan usaha. Oleh Karena itu perusahaan perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi.Lingkungan internal dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dalam segi kekuatan dapat dilihat apakah jasa tersebut memiliki produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Sisi kelemahan dapat dilihat apakah perusahaan jasa tersebut memiliki produk yang memiliki kualitas rendah, harga yang terlalu

tinggi, pelayanan yang kurang memuaskan. Faktor eksternal perusahaan meliputi peluang dan ancaman usaha. Faktor peluang merupakan permintaan yang diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat mengambil keuntungan dari keadaan yang terjadi. Ancaman adalah kondisi yang bersifat negatif dan tidak dapat diprediksi sebelumnya oleh perusahaan yang menyebabkan gangguan kegiatan usaha.

Pada masa perekonomian saat ini persaingan antar perusahaan akan lebih dituntut untuk mengembangkan usahanya agar menjadi lebih baik untuk waktu yang akan datang. Mengembangkan usahanya tersebut dibutuhkan aktivitas pada bidang operasional, pemasaran, keuangan secara baik agar perusahaan tersebut mencapai tujuan dan target perusahaan. Dunia bisnis di Indonesia memiliki banyak persaingan dalam usaha. Keadaan tersebut memaksa pengelola usaha untuk lebih baik dalam merencanakan strategi-strategi agar tetap mampu bertahan di dalam pasar dengan cara memperhatikan perubahan-perubahan lingkungan. Semakin baik 4 posisi bisnis sebuah perusahaan diantara perusahaan sejenis akan menanam *brand image* dibenak konsumen, dengan kata lain perusahaan dapat menjadi *leader* dan keuntungan yang mungkin diperoleh akan semakin besar. *Positioning* yang tepat dan diferensiasi yang kuat menciptakan *brand image* dan *brand identity* yang kuat di benak pelanggannya (Kartajaya, 2013).

Salah satu usaha yang berkembang pada saat ini adalah usaha penyewaan lapangan futsal. Terkait dengan perkembangan usaha jasa sewa lapangan futsal penulis memilih usaha penyewaan lapangan futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” sebagai objek penelitian. Peneliti sadari usaha penyewaan lapangan futsal saat ini memiliki kompetitor pada bidang usaha yang sama maka perlu adanya strategi pemasaran yang inovatif dan kreatif yang harus dilakukan usaha penyewaan lapangan futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” agar produk yang ditawarkan dapat terus bersaing di pasar konsumen menurut (Tjiptono, 2017) strategi pemasaran yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk lainnya di pasar sasaran. dimana usaha penyewaan lapangan futsal Mega Futsal Genteng Banyuwangi Saat ini memiliki lima lapangan dengan jenis yang berbeda. Untuk karyawan di Mega Futsal Genteng Banyuwangi menggunakan sistem *freelance*. Promosi yang dilakukan oleh Mega Futsal Genteng Banyuwangi adalah dengan memberikan diskon lebih hemat apabila bermain langsung selama dua jam. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mega Futsal Genteng Banyuwangi saat ini masih kurang, dengan promosi yang dilakukan hanya *mouth to mouth*. Berbanding jauh dengan kompetitor pada usaha yang sama yang telah melakukan berbagai penawaran kepada konsumen baru maupun lama. Mega Futsal Genteng Banyuwangi harus melakukan strategi-strategi yang baru dengan melihat posisi 5 perusahaan agar dapat tetap menjadi prioritas konsumen dalam menggunakan jasanya. Strategi pemasaran sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan perusahaan, maka usaha penyewaan lapangan futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” perlu memperhatikan aspek lingkungan. Mempelajari aspek lingkungan maka dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). “Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi perusahaan” (Rangkuti, 2009). Hal ini akan membuat perusahaan harus menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran. Instrumen ini akan membantu memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi dan hal apa yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut.

Usaha penyewaan lapangan futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” ini juga harus membuat analisis SWOT dengan menekankan pada kekuatan perusahaan untuk menutupi kelemahan serta menggunakan peluang-peluang yang terlihat dari analisis tersebut untuk menutupi ancaman dari segi eksternal. Analisis yang dilakukan usaha penyewaan lapangan futsal ini nantinya akan dapat melihat posisinya terhadap pesaing yang lain di usaha yang sama. Analisis ini juga dapat dirumuskan untuk melakukan strategi memenangkan pasar. Penelitian ini penting karena dapat menganalisis kelemahan dan kelebihan usaha penyewaan lapangan futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” sehingga dapat mengurangi terjadinya ancaman dari usaha futsal yang lain. Penggunaan analisis SWOT dapat

memberikan masukan kepada pemilik usaha penyewaan lapangan 6 futsal “Mega Futsal Genteng Banyuwangi” berhubungan dengan strategi pemasaran yang di terapkan. Memasarkan suatu produk atau jasa Perusahaan membutuhkan pendekatan yang fleksibel (*marketing mix*) tidak hanya itu, menurut (Kotler dan Amstrong, 2019) bauran pemasaran adalah “ serangkaian alat pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh Perusahaan untuk mencapai tujuan Perusahaan dalam pasar sasaran”. Bauran pemasaran semakin berkembang terutama dalam bidang jasa tidak hanya meliputi *product, promotion and price* namun juga meninjau dari segi place, people, process atau lebih dikenal dengan istilah (7p). Berdasarkan uraian yang diungkap sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT yang diterapkan pada usaha penyewaan lapangan Mega Futsal Genteng Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal di Mega Futsal Genteng Banyuwangi?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka tujuan dari penulis penelitian ini antara lain:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mega Futsal Genteng, Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mendeskripsikan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran di Mega Futsal Genteng, Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian yang diharapkan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan atau sebagai bahan masukan bagi Mega Futsal Genteng, Banyuwangi, dalam menentukan kebijakan perusahaan terhadap strategi pemasaran yang diberikan.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam perencanaan usaha, serta sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang.

c. Bagi penulis

Harapan dari hasil penelitian ini digunakan penulis untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan pada bidang manajemen khususnya pada bidang pemasaran.