

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA SEWA “COLOR FUTSAL” DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT DI BATI BATI (PELAIHARI)

Abdul Hapis, Dosen Pembimbing 1 : H.Akmad Samhudi,

Dosen Pembimbing 2 : Hj.Susiladewi

Prodi Manajemen,Kode Prodi 61201,Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM 16310940

Prodi Manajemen,Kode Prodi 61201,Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 0006075902

Prodi Manajemen,Kode Prodi 61201,Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1106066401

Email : zifakhando@gmail.com

ABSTRAK

Abdul Hapis ,2019,Analisis Strategi Pemasaran Jasa Sewa “Color Futsal”Dengan Pendekatan Metode Swot di Bati Bati (Pelaihari), Pembimbing 1 : Drs.H.Akmad Samhudi,SE.MM. Pembimbing 2 : Hj.Susiladewi,SE.MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :1.faktor internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan. 2. Untuk mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan kedepan. 3.Untuk menentukan kebijakan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif , yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme , digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball. Sedangkan untuk memecahkan permasalahan digunakan metode analisa deskriptif dengan mengumpulkan dan mengklarifikasi data yang diperoleh. Serta menggunakan analisa metode deduktif untuk membandingkan teori yang ada dengan keadaan sebenarnya.

Hasil Penelitian Menunjukkan : 1. Data dari Target sewa tidak terealisasi dengan sempurna pada tahun 2017 dan 2018. 2. Adanya perbedaan harga sewa pada waktu weekend. 3. Responden pelanggan didominasi oleh anak muda.

Kata kunci : kelemahan, kekuatan, ancaman, peluang dan realisasi

ABSTRACT

Abdul Hapis, 2019, Analysis of "Color Futsal" Rental Services Marketing Strategy with the Swot Method Approach in Bati Bati (Pelaihari), Supervisor 1: Drs.H.Akmad Samhudi, SE.MM. Supervisor 2: Hj.Susiladewi, SE.MM

This study aims to determine: 1. the company's internal factors (strengths and weaknesses) as a consideration in determining company policy. 2. To determine the external factors (opportunities and threats) of the company as a consideration in determining the company's future marketing strategy. 3. To determine company policy in determining the right marketing strategy.

This research uses a qualitative approach, which is a research method based on the philosophy of postpositivism, used to examine the conditions of a scientific object where the researcher is the key instrument. The sampling of data sources was done purposively and snowbaal. Meanwhile, to solve the problem used descriptive analysis method by collecting and classifying the data obtained. As well as using deductive method analysis to compare the existing theory with the actual situation.

The Research Results Show: 1. Data from rental targets are not realized perfectly in 2017 and 2018. 2. There are differences in rental prices at the weekend. 3. Customer respondents are dominated by young people.

Keywords: weakness, strength, threat, opportunity and realization

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. kegiatan bisnis sebagai aktivitas menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau di inginkan konsumen, dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum, serta usaha informal lainnya.

Jenis kegiatan usaha dibagi menjadi dua dilihat dari produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu tangible goods (barang) dan intangible goods (jasa)". Yang dimaksud dengan tangible good yaitu barang-barang yang dapat diindra oleh panca indra manusia, seperti mobil, rumah, perkakas, alat tulis dan lain lain. Sedangkan intangible goods adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, tetapi dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut. Misalnya jasa transportasi, jasa hukum dan jasa kesehatan.

Pelaku usaha harus memperhatikan berbagai aspek dalam melakukan kegiatan usaha", antara lain: 1). Memahami konsep produk maupun jasa secara baik. 2).Mempunyai visi misi bisnis. 3). Mempunyai mental yang tangguh dan mau belajar agar menjadi pelaku usaha yang sukses. 4).Membuat perencanaan dan strategi bisnis agar mampu meminimalkan usaha dari resiko bisnis dan keuangan. 5). Memahami strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu usaha dibidang jasa adalah usaha Penyewaan Lapangan Futsal yang merupakan sarana penyediaan tempat olahraga.

Hasil survey yang dilakukan peneliti terdapat beberapa kompetitor di daerah tersebut yang menjadi pesaing jasa sewa bagi usaha tersebut. Menyadari bahwa usaha sewa lapangan futsal banyak diminati dan jumlah pesaing cukup banyak maka perlu adanya strategi yang kreatif dan inovatif yang harus dilakukan usaha sewa tempat " Color Futsal" agar jasa yang ditawarkan dapat bersaing di pasar konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil judul penelitian mengambil judul. " Analisis Strategi Pemasaran Jasa Sewa Color Futsal dengan Pendekatan Metode Swot ".

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball. Sedangkan untuk memecahkan permasalahan digunakan metode analisa deskriptif dengan mengumpulkan dan mengklarifikasi data yang diperoleh. Serta menggunakan analisa metode deduktif untuk membandingkan teori yang ada dengan keadaan sebenarnya. Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di Jl. A.Yani RT 03 RW 05 Desa Bati – Bati Kecamatan Bati – Bati.

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian Menunjukkan : 1). Data dari Target sewa tidak terealisasi dengan sempurna pada tahun 2017 dan 2018. Hal ini tentu saja mempengaruhi jumlah pendapatan yang diterima dan jika hal ini terus saja dibiarkan tanpa ada inisiatif dari pihak intern untuk meningkatkan pendapatan dan memperbaiki kualitas fasilitas yang ada serta mencoba berbagai inovasi untuk menarik minat pelanggan. Hal ini mungkin dapat membantu meningkatkan realisasi sewa tiap tahunnya. Sehingga keberlangsungan usaha kedepannya tidak terganggu. 2). Adanya perbedaan harga sewa pada waktu weekend. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ada perbedaan harga sewa pada hari senin – kamis, jum'at – sabtu, dan hari minggu. Dimana ada kenaikan harga sewa sebesar Rp 25.000. hal ini dikarenakan jum'at, sabtu dan minggu adalah termasuk hari weekend sehingga biasanya pada hari hari tersebut banyak pelanggan yang datang menyewa lapangan. 3). Responden pelanggan didominasi sekitar 50% oleh anak muda.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil analisis data SWOT pada usaha jasa sewa “ Color Futsal” berdasarkan keterangan pada tabel faktor eksternal dan internal maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

(1) Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut serta memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. memanfaatkan kondisi lapangan dan fasilitas yang ditawarkan di “ Color Futsal “ baik untuk merebut citra baik perusahaan di mata konsumen. Strategi yang cocok untuk usaha sewa “ Color Futsal “ adalah mengintensifkan promosi pada pasar dengan menampilkan kualitas lapangan dan fasilitas pada iklan dengan memanfaatkan media online serta rutin melakukan perawatan lapangan dan fasilitas sehingga tetap terjaga. Perusahaan juga perlu memberikan pelatihan khusus kepada karyawan mengenai etika pelayanan terhadap pelanggan.

(2) Strategi ST

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh usaha sewa “ Color Futsal “. Perusahaan menggunakan lapangan yang terjaga kualitasnya untuk mengatasi tuntutan konsumen serta pemasangan free wifi dan penambahan pemasangan CCTV. Perusahaan juga menetapkan harga sewa yang kompetitif guna menghindari ancaman tingginya usaha sewa di daerah yang bersangkutan.

(3) Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Memanfaatkan respon positif dari konsumen terhadap upaya perusahaan dalam melayani konsumen, perusahaan memberikan beberapa pilihan paket sewa dengan harga terjangkau serta menambah lapangan dan fasilitas dengan skema kerja sama yang saling menguntungkan. Perusahaan juga perlu menambah karyawan yang bertanggung jawab dan jujur. sehingga dapat meminimalis kelemahan usaha jasa sewa “Color Futsal”.

(4) Strategi WT

Strategi ini diterapkan saat perusahaan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman usaha yang akan dihadapi. Perusahaan menetapkan harga sewa yang kompetitif namun tidak merugikan perusahaan agar tidak kalah dengan perusahaan lain. Perusahaan juga perlu menambah lapangan dengan desain yang inovatif sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Serta melakukan perawatan rutin terhadap lapangan dan fasilitas untuk menjaga kualitasnya.

PENUTUP

Berdasarkan Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Jasa Sewa “ Color Futsal “ menggunakan metode swot dapat disimpulkan bahwa :

1. Tidak terealisasinya hasil sewa pada tahun 2016, 2017 dan 2018 dengan target sewa yang telah di rencanakan sebelumnya, meskipun pada tahun 2019 realisasi sewa pelanggan melebihi target sewa yang telah direncanakan.
2. Kemungkinan tidak terealisasinya sewa padatahun 2016,2017 dan 2018 dikarenakan masih kurangnya promosi yang dilakukan, serta munculnya tempat-tempat usaha jasa sewa olahraga yang lain.
3. Kurangnya minat orang dewasa untuk bermain futsal. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.4 yang menunjukkan Usia responden atau pelanggan pada usaha sewa “ Color Futsal “ didominasi oleh anak muda.
4. Kurangnya strategi pemasaran sehingga menyebabkan beberapa tahun target sewa dan realisasi sewanya tidak sesuai dengan yang ingin dicapai usaha sewa “Color Futsal”.
5. Tidak ada strategi yang khusus dari usaha jasa sewa “Color Futsal” untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

REFERENSI

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

Moleong, 2005, *Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya

Basu, Swasta, 2003, *Azas – azas Marketing*, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta

Kotler, Philip dan Gery Amstrong, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 jilid 2, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan, PT. Indeks

Kotler, Philip, 2002, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Damos

Sihombing, **M.BA**, Jilid II Edisi 8, Erlangga, Jakarta

Rangkuti , Freddy, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif* , Gramedia Pustaka Utama

-----, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa oleh Hendra Teguh SE. AK dan Rony Rusly SE. AK, PT. Prenhalindo, Jakarta

----- 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid 2, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan, PT. Indeks

Mc. Daniel, *Pemasaran*, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta, 2001

Rangkuti, F. 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.