

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS *STRENGTH WEAKNESS
OPPORTUNITY THREAT* (SWOT) PADA USAHA PENYEWAAN
LAPANGAN FUTSAL DI SCUDETTO FUTSAL BANYUWANGI**

E-JOURNAL

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh:
Rido Insan Raharjo
NIM 13603141016

**PROGAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2018**

PENDAHULUAN

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. Melihat akan peluang ini, banyak orang yang tertarik untuk membuka usaha

penyewaaan 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 pelangganya 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 (Kotler dan Armstrong, 2001:8).

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. 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. Keadaan tersebut memaksa pengelola usaha untuk lebih baik dalam merencanakan strategi-strategi agar tetap mampu bertahan.

Terkait dengan perkembangan usaha jasa sewa lapangan futsal penulis memilih usaha penyewaan lapangan futsal "Scudetto Futsal 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 "Scudetto Futsal Banyuwangi" agar produk yang ditawarkan dapat terus bersaing di pasar konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan mengetahui kelebihan, kekuarangan, peluang, ancaman pada usaha lapangan futsal Scudetto Futsal.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan maret sampai april 2017 di Scudetto Futsal Banyuwangi

yang merupakan usaha pada bidang penyewaan lapangan futsal.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah manajer, karyawan, konsumen. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2002: 107). Dalam mendapat data yang tepat dan valid maka diperlukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan ciri-ciri yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat.

Subjek yang akan digunakan penulis pada penelitian ini adalah pelaku pada usaha jasa sewa lapangan futsal Scudetto Futsal Banyuwangi yang terdiri dari satu manajer perusahaan, dua karyawan, dan tiga konsumen.

Definisi Operasional

SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) merupakan identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman bagi perusahaan.

Strategi pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2008: 146) berpendapat bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri dibantu dengan instrumen lain yaitu pedoman wawancara dan observasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang didapat sehingga benar-benar sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (2007: 20) yaitu interactive model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lingkungan Internal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor lingkungan internal memiliki kekuatan antara lain yaitu lokasi yang strategis, produk berkualitas unggulan dan beragam, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang ramah. Sedangkan pada kelemahannya adalah karyawan datang terlambat, kurang memaksimalkan pemasaran, kurangnya fasilitas penunjang, kebersihan yang kurang terjaga, kurangnya p3k.

Lingkungan Eksternal

Pada faktor eksternal yaitu peluang yang dimiliki adalah meningkatnya permintaan konsumen, peluang pasar yang luas, meningkatkan pemasaran melalui media sosial, dan kualitas produk diakui konsumen. Ancaman yang dihadapi yaitu adanya pesaing yang sama, pesaing memberikan harga miring, dan mulai tumbuh perusahaan yang baru.

Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT

Analisis strategi pemasaran berdasarkan matrik SWOT mempunyai empat alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan yang diperoleh dari analisis faktor internal dan eksternal. Strategi *Strength Opportunity*, *Weakness Opportunity*, *Strength Threat*, *Weakness Threat*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Menggunakan analisis faktor internal dan eksternal seperti yang sudah dijelaskan, maka dapat diketahui empat strategi yang terangkum dalam matrik SWOT yang dapat dijadikan

pertimbangan perusahaan untuk diterapkan. Strategi tersebut adalah *strengths opportunities* (SO), *strengths threats* (ST), *weakness opportunities* (WO) dan strategi *weakness threats* (WT).

Strategi SO yang dapat diterapkan adalah membuka cabang baru, mengintensifkan promosi pada pasar. Strategi ST yang dapat diterapkan adalah memperluas pemasaran melalui media sosial, menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Strategi WO yang dapat diterapkan adalah menggunakan media promosi yang menarik minat konsumen, menjamin keamanan barang konsumen. Strategi WT yang dapat diterapkan adalah menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah diusahakan sebaik-baiknya namun tidak lepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada, yaitu: (1) Menggunakan sumber perwakilan dari beberapa karyawan dan konsumen, tidak menutup kemungkinan adanya unsur kurang obyektif. (2) Dilakukan waktu yang terbatas, tidak menutup kemungkinan adanya unsur kurang obyektif. (3) Analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran masih terbatas sehingga perlu dilakukan penelitian lain untuk merumuskan strategi pemasaran Scudetto Futsal Banyuwangi secara menyeluruh.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan analisis lingkungan internal Scudetto Futsal Banyuwangi memiliki kekuatan antara lain yaitu lokasi yang strategis, produk berkualitas, unggulan, dan beragam, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang ramah. Sedangkan kelemahannya karyawan datang terlambat, dan minimnya pemasaran. Pada kondisi eksternal, peluang yang dimiliki meningkatnya permintaan konsumen, peluang pasar yang luas, meningkatkan pemasaran melalui media sosial, dan kualitas produk diakui konsumen. Ancaman yang dihadapi yaitu adanya pesaing yang sama, pesaing memberikan harga miring, dan mulai tumbuh perusahaan yang baru. Strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan

membuka cabang baru, mengintensifkan promosi pada pasar, menjaga kualitas produk yang ditawarkan, memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi, dan memberikan fasilitas berupa *locker room* agar konsumen merasa lebih aman dalam menyimpan barangnya.

Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yaitu menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat kepada Scudetto Futsal Banyuwangi untuk mengetahui strategi pemasaran berdasarkan hasil dari analisis SWOT. Pengelola Scudetto Futsal Banyuwangi lebih memahami faktor-faktor yang dapat berperan dalam strategi pemasaran yang baik, dengan demikian untuk kedepannya pengelolaan usaha dapat lebih baik.

Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan. (1) Scudetto Futsal Banyuwangi harus meningkatkan pemasaran mereka melalui media sosial atau *website* yang saat ini sering digunakan banyak orang. (2) Scudetto Futsal Banyuwangi diharapkan memperhatikan karyawan agar setiap

hari selalu tepat waktu karena hal tersebut sudah sesuai jam kerja yang diatur perusahaan. (3) Scudetto Futsal Banyuwangi diharapkan dapat terus memenuhi permintaan konsumen agar tidak beralih ke perusahaan lain. (4) Scudetto Futsal Banyuwangi diharapkan memunculkan inovasi baru dalam perusahaannya agar tetap memiliki daya tarik bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kotler, P dan Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran terjemahan, Edisi 1*. Jakarta: Erlangga
- Milles, B dan Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Melalui Analisis *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi” yang disusun oleh Rido Insan Raharjo, NIM 13603141016, ini telah disetujui pembimbing dan reviewer.

Yogyakarta, 9 Mei 2018

Dosen Pembimbing,

Dosen Reviewer



Dr. Sigit Nugroho, M. Or.
NIP. 198009242006041001

Prof. Dr. Sumaryanto, M. Kes.
NIP. 196503011990011001

