

**ANALISIS PERSAINGAN LAPANGAN FUTSAL  
(Studi Kasus di Lapangan Futsal Meteor Arena)**

**JURNAL TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik Mencapai  
Gelar Sarjana Strata Satu Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas  
Teknik Universitas Kristen Maranatha**

**Disusun oleh :**

**Nama : Yulius Haliman**

**NRP : 0323087**



**FAKULTAS TEKNIK JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA  
BANDUNG**

**2007**

## **ANALISIS PERSAINGAN LAPANGAN FUTSAL (Studi Kasus di Lapangan Futsal Meteor Arena)**

### **FUTSAL FIELD COMPETITION ANALYSIS**

Yulius Haliman.<sup>1</sup>, Indah Victoria S.<sup>2</sup>

[Batsok@yahoo.com](mailto:Batsok@yahoo.com), [indahvictoria@yahoo.com](mailto:indahvictoria@yahoo.com)

#### **ABSTRAK**

*Lapangan futsal Meteor Arena terletak di jalan Peta no 232. Lapangan futsal ini didirikan pada tahun 2005. Menurut pihak pengelola lapangan futsal Meteor Arena pada awal pembukaan lapangan futsal ini banyak konsumen yang menggunakan penjualan jasa dari lapangan tersebut, sehingga dapat diperoleh penjualan ±18 juta rupiah per bulan. Tetapi memasuki awal tahun 2006 terjadi penurunan penjualan menjadi ±11 juta rupiah per bulan. Metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat (SWOT), Correspondence Analysis (CA), dan juga menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). Dari hasil penelitian, diketahui bahwa strategi yang digunakan mengacu pada strategi korporat yaitu Growth dan Stability yang merupakan hasil dari matrik IFAS (Internal Strategic Faktors Analysis Summary) dan EFAS (External Strategic Faktors Analysis Summary). Setelah diketahui strategi korporat maka dapat dibuat strategi SO, ST, WO, dan WT. Usulan yang diberikan dibuat berdasarkan 3 prioritas. Prioritas pertama berdasarkan kaitan antara hasil metode SWOT, CA dan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen. Prioritas kedua berdasarkan metode CA. Prioritas ketiga berdasarkan metode SWOT.*

*Kata kunci: Manajemen, Persaingan*

#### **ABSTRACT**

*Futsal Meteor Arena field was located on jalan Peta 232. This Futsal field was founded in 2005. According to Meteor Arena futsal field's owner, in the early opening of this futsal field, it had lots of consumers using the field, so that it could obtain sales 18 million rupiah per month. However, entering early 2006 the sales was decreasing to 11 million rupiah per month. The Methods used in this research was Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat (SWOT), Correspondence Analysis (CA), and mix marketing 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). From result of research, it was known that the cooperate strategy was Growth and Stability representing result of from IFAS matrik ( Internal Faktors Analysis Summary) and EFAS ( External Faktors Analysis Summary). Strategies could be developed from the corporate strategy SO strategy, ST, WO, and WT. The recommendations divided inti 3 priorities. The first priority was resulted from*

*the intersections of the results of SWOT, CA, and customers' satisfaction rate. Second priority was from CA. Finally, the third priority was from SWOT.*

*Keywords: Management, Competition.*

<sup>1</sup> Yulius haliman, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

<sup>2</sup> Indah Victoria Sandroto, dosen jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

## 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada saat ini banyak lapangan futsal yang ada di daerah Bandung contohnya lapangan futsal Meteor Arena, Pasadena, Euro, Produta, Parahyangan Setiabudi, dan Obisi. Dengan adanya berbagai lapangan futsal yang ada di kota Bandung maka dapat menimbulkan persaingan antar pengusaha yang mendirikan lapangan futsal. Menurut pihak Meteor Arena telah terjadi penurunan penjualan jasa penyewaan lapangan futsal Meteor Arena yang diakibatkan terjadi persaingan diantara lapangan futsal yang berada dekat dengan daerah sekitar Meteor Arena.

## 1.2 KAJIAN PUSTAKA

Dari total skor perkalian bobot dan rating matrik IFAS dan EFAS, maka dapat diketahui strategi perusahaan yang lebih detail. Strategi ini digambarkan seperti berikut:

Tabel 1.1

Model Untuk Strategi Korporat

	4.0 Tinggi	3.0 Rata-rata	2.0 Lemah	1.0
Tinggi 3.0	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal	RETRENCHMENT Turnaround	
Rata-rata 2.0	STABILITY Hati-hati	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal  STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	RETRENCHMENT Divestasi	
Lemah 1.0	GROWTH Diversifikasi Kosentrik	GROWTH Diversifikasi Konglomerat	GROWTH Bangkrut/Likuidasi	

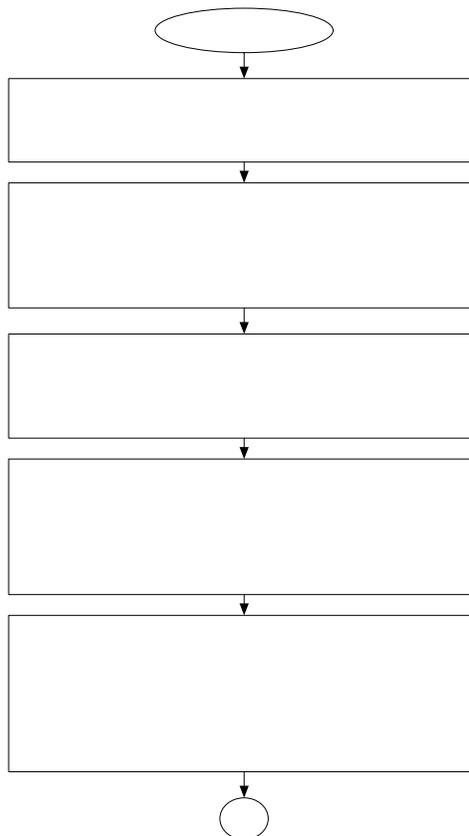
Sumber Rangkuti (8,31)

Menurut Rangkuti (8,42), dari GE-Model dapat diidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama yaitu:

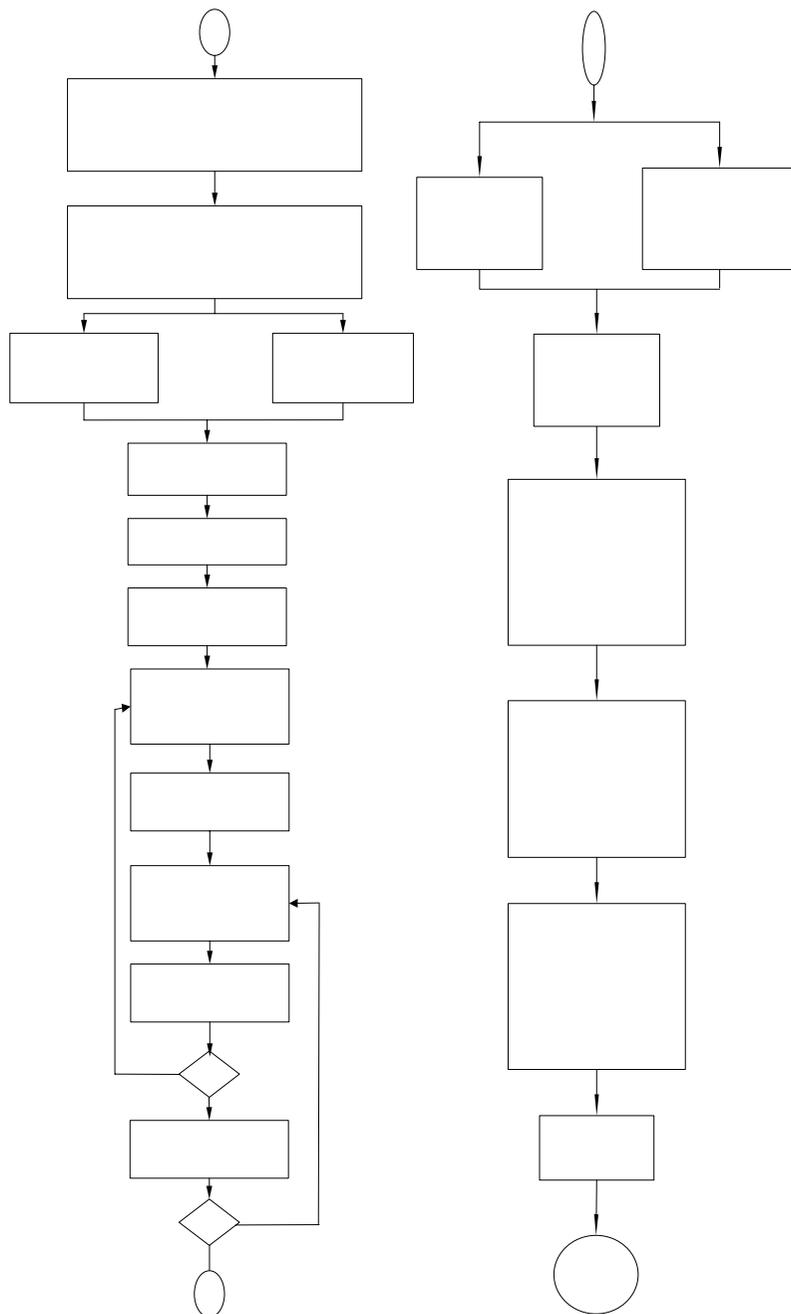
- a. *Growth Strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2, dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).
- b. *Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang ditetapkan.
- c. *Retrenchment Strategy* (sel 3, 6, 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

### 1.3 METODOLOGI PENELITIAN

Dibawah ini merupakan langkah-langkah melakukan penelitian:



Gambar 1.1  
Metodologi Penelitian



Gambar 1.1  
Metodologi Penelitian Lanjutsn

**Identifikasi**

- Konsep 7 P(Procedural Physical Evidence)
- Strength, Weakness

**Penentuan**

- Wawancara dengan
- Observasi
- kuisioner

#### 1.4 PENGUMPULAN DATA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Uwat selaku pemilik lapangan futsal Meteor Arena, maka diperoleh data untuk pengolahan metode SWOT mengenai *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*. Item pertanyaan untuk metode SWOT diambil dari konsep 7P dan juga dari model lingkungan bisnis (11,75). Adapun hasil wawancara sebagai berikut, yaitu:

##### *Strength*

- Bagaimanakah kualitas pelayanan di Meteor Arena?
  - Kualitas pelayanan yang ada di Meteor Arena sudah cukup baik, ini bisa dilihat dari kerja karyawan yang disiplin dan tidak pernah meninggalkan pekerjaannya pada jam kerja, selain itu juga karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab sesuai dengan masing – masing pekerjaannya.
- Bagaimanakah sarana yang tersedia di lapangan Futsal Meteor Arena?
  - Sarana yang ada di Meteor Arena sudah cukup memadai, hal ini bisa dilihat dari keadaan toilet yang bersih, dan juga tersedia lapangan parkir yang cukup luas sehingga konsumen tidak perlu kesulitan untuk memarkir kendaraannya.
- Bagaimanakah harga yang ditawarkan untuk lapangan futsal Meteor Arena dibandingkan lapangan futsal Parahyangan ?
  - Harga untuk lapangan futsal Meteor Arena relatif bersaing, artinya untuk standar lapangan futsal berkisar antara 50.000-75.000 rupiah, tetapi apabila dibandingkan dengan lapangan futsal Parahyangan, harga lapangan futsal Meteor Arena lebih murah.
- Bagaimana lokasi tempat futsal Meteor Arena?
  - Lokasi lapangan futsal Meteor Arena cukup strategis, karena terletak di daerah perkotaan dan berada di jalan Peta.
- Bagaimanakah pangsa pasar yang ada pada Meteor Arena saat ini?
  - Pangsa pasar yang ada pada Meteor Arena mulai berkembang, karena di daerah komplek Taman Kopo sudah mulai dibuka cabang baru dari Meteor Arena. Sehingga dengan adanya cabang baru ini dihadapkan dapat memperluas pangsa pasar Meteor Arena.

### ***Weakness***

- Bagaimana dukungan keuangan terhadap Meteor Arena?
  - Dukungan dana masih kurang, sehingga masih perlu dukungan dana dari pihak investor yang mau menanamkan modal bagi usaha lapangan futsal Meteor Arena ini.
- Bagaimanakah prosedur konsumen untuk pemesanan lapangan futsal?
  - Prosedur konsumen dalam pemesanan lapangan futsal adalah dengan datang ke tempat futsal Meteor Arena dan membayar sebagian uang muka untuk pemesanan lapangan. Dengan prosedur demikian akan menyulitkan konsumen untuk memesan lapangan futsal.
- Bagaimanakah cara kerja sistem keuangan yang ada dalam perusahaan Meteor Arena?
  - Kerja sistem keuangan tidak berjalan sesuai dengan prosedur, karena pemasukan perusahaan masih tidak stabil, dan sering terjadi kehilangan pada kas perusahaan.
- Bagaimanakah cara promosi yang dilakukan oleh pihak Meteor Arena saat ini?
  - Cara promosi yang dilakukan Pihak Meteor Arena masih kurang baik, karena promosi yang dilakukan hanya pembagian brosur, sehingga masyarakat tidak terlalu mengenal lapangan futsal Meteor Arena.
- Bagaimanakah kualitas lapangan futsal di Meteor Arena?
  - Kualitas lapangan futsal yang ada di Meteor Arena saat ini masih harus diperbaiki lebih lanjut, karena lantai lapangan futsal sudah mulai rusak akibat penggunaan yang terlalu lama, jaring gawang sering rusak, dan juga atap ruangan sering bocor akibat hujan.

### ***Oppportunity***

- Bagaimanakah reaksi masyarakat sekitar dengan berdirinya lapangan futsal Meteor Arena?
  - Masyarakat sekitar sangat mendukung pendirian usaha lapangan futsal Meteor Arena, karena masyarakat juga sangat gemar untuk berolahraga khususnya olahraga futsal.
- Bagaimana pengaruh perkembangan teknologi terhadap perkembangan lapangan futsal Meteor Arena?
  - Perkembangan teknologi sangat membantu perkembangan lapangan futsal, karena dengan adanya teknologi seperti

handphone dan transportasi secara tidak langsung membantu penyampaian informasi terhadap perkembangan lapangan futsal.

- Bagaimana pengaruh harga pesaing terhadap perkembangan lapangan futsal Meteor Arena?
- Harga pesaing yaitu lapangan futsal Parahyangan lebih tinggi dibandingkan dengan lapangan futsal Meteor Arena, dengan hal ini akan sangat membantu Pihak Meteor Arena untuk mengembangkan usahanya, karena masyarakat lebih memilih lapangan futsal yang lebih murah.

### *Threat*

- Bagaimana pengaruh biaya perizinan untuk lapangan futsal Meteor Arena?
- Sama seperti Pajak dari pemerintah, biaya perizinan untuk mendirikan bangunan cukup tinggi, karena pendirian bangunan ini terletak di daerah perkotaan.
- Bagaimana pengaruh kenaikan biaya listrik terhadap perkembangan lapangan futsal Meteor Arena?
- Kenaikan biaya listrik sangat berpengaruh, karena dengan kenaikan biaya listrik otomatis akan memperbesar pengeluaran Meteor Arena.
- Bagaimana pengaruh sistem perpajakan dari pemerintah terhadap perkembangan lapangan futsal Meteor Arena?
- Pajak untuk lapangan futsal Meteor Arena cukup tinggi, karena pemerintah menganggap bahwa pendirian lapangan futsal ini akan menghasilkan penghasilan yang besar.
- Bagaimanakah pengaruh perkembangan olahraga terhadap perkembangan perusahaan Meteor Arena?
- Perkembangan olahraga lain sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan Lapangan futsal Meteor Arena, karena dengan berkembangnya olahraga lain seperti basket, volley, badminton, dan olahraga lainnya akan menjadi ancaman bagi perkembangan perusahaan.
- Bagaimana pengaruh persaingan dalam industri lapangan futsal terhadap perkembangan Lapangan futsal Meteor Arena?
- Dengan adanya persaingan lapangan futsal pada lokasi yang berdekatan akan sangat merugikan pihak Meteor Arena, tetapi pihak Meteor Arena menghadapi persaingan itu sebagai hal yang positif.

## 1.5 PENGOLAHAN DATA

### 1.5.1 Metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Uwat selaku pemilik lapangan futsal Meteor Arena, maka diperoleh matrik IFAS dan EFAS sebagai berikut, yaitu:

Tabel 1.2  
*Internal Strategic Faktors Analysis Summary (IFAS)*

<i>Faktor-faktor Internal</i>	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>Skor</i>	<i>Keterangan</i>
<b>Strength (S)</b>				
* Kualitas pelayanan cukup baik	0.1	3	0.3	Dapat meningkatkan kepuasan konsumen
* Lokasi lapangan futsal strategis	0.1	2	0.2	Mempermudah konsumen untuk menggunakan produk
* Harga lapangan futsal lebih murah dibandingkan lapangan futsal Parahyangan	0.15	4	0.6	Baik untuk menghadapi persaingan
* Pangsa pasar cukup luas	0.05	2	0.1	Membantu dalam perkembangan produk
* Memiliki Sarana pendukung yang cukup baik	0.1	1	0.1	Membantu dalam perkembangan produk
<b>Weakness (W)</b>				
* Kualitas lapangan futsal kurang baik	0.05	2	0.1	Meningkatkan kualitas lapangan futsal
* Dukungan keuangan masih kurang	0.2	3	0.6	Perlu mencari dukungan dana
* Promosi masih rendah	0.1	3	0.3	Perlu melakukan promosi untuk mencari konsumen
* Sistem manajemen keuangan masih kurang baik	0.15	3	0.45	Memperbaiki sistem manajemen
* Tidak memiliki jalur pemesanan melalui telepon	0.5	2	0.1	Memasang telepon
	1		2.85	

Tabel 1.3  
*External Strategic Faktors Analysis Summary (EFAS)*

<i>Faktor-faktor Eksternal</i>	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>Skor</i>	<i>Keterangan</i>
<b>Opportunities (O)</b>				
* Adanya reaksi positif dari masyarakat sekitar	0.15	3	0.45	Memiliki reputasi baik di masyarakat
* Adanya perkembangan teknologi	0.1	2	0.2	Membantu dalam perkembangan produk
* Harga pesaing relatif tinggi	0.15	4	0.6	Kunci sukses dalam memasarkan produk
<b>Threats (T)</b>				
* Adanya pengaruh perkembangan olahraga lain	0.15	3	0.45	Perlu hati-hati
* Terjadi kenaikan biaya listrik	0.1	2	0.2	Adanya ancaman dari pemerintah
* Adanya pesaing di lokasi yang berdekatan	0.1	2	0.2	Perlu membuat cabang baru
* Biaya perizinan cukup tinggi	0.2	3	0.6	Adanya ancaman dari pemerintah
* Pajak dari pemerintah cukup tinggi	0.1	2	0.2	Adanya ancaman dari pemerintah
	1		2.9	

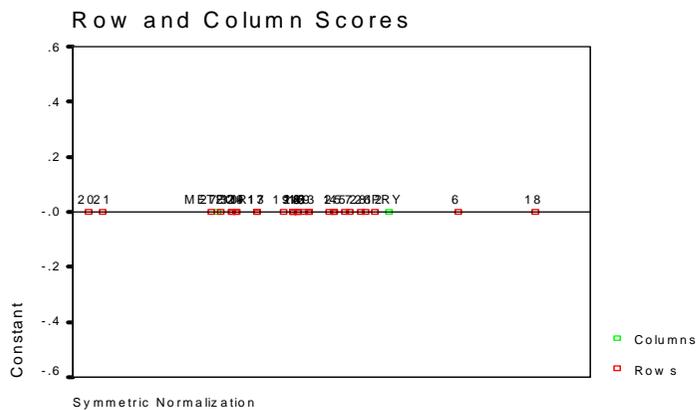
Dari hasil matrik EFAS dan IFAS didapatkan matrik SWOT sebagai berikut :

Tabel 1.4  
Matrik SWOT

<b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Kualitas pelayanan cukup baik</li> <li>* Lokasi lapangan futsal strategis</li> <li>* Harga lapangan futsal lebih murah dibandingkan lapangan futsal Parahyangan</li> <li>* Pangsa pasar cukup luas</li> <li>* Memiliki Sarana pendukung yang cukup baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Kualitas lapangan futsal kurang baik</li> <li>* Dukungan keuangan masih kurang</li> <li>* Promosi masih rendah</li> <li>* Sistem manajemen keuangan masih kurang baik</li> <li>* Tidak memiliki jalur pemesanan melalui telepon</li> </ul>
<b>EFAS</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<b>Opportunities (O) :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mempertahankan Harga lapangan futsal untuk menekan harga pesaing yang relatif tinggi</li> <li>* Meningkatkan perkembangan teknologi untuk memperluas pangsa pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Meningkatkan kualitas lapangan futsal untuk menghadapi saingan</li> <li>* Meningkatkan perkembangan teknologi dengan cara pemasangan telepon di Meteor Arena agar memudahkan konsumen untuk memesan lapangan futsal</li> </ul>
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Adanya pengaruh perkembangan olahraga lain</li> <li>* Terjadi kenaikan biaya listrik</li> <li>* Adanya pesaing di lokasi yang berdekatan</li> <li>* Biaya perizinan cukup tinggi</li> <li>* Pajak dari pemerintah cukup tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Meningkatkan kualitas pelayanan untuk menekan produk pesaing yang ada di daerah berdekatan</li> <li>* Meningkatkan pangsa pasar agar mampu bersaing dalam persaingan olahraga futsal</li> <li>* Mempertahankan harga sewa produk agar konsumen tidak beralih pada olahraga lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Melakukan promosi dengan cara penyebaran brosur, melalui media cetak, dan radio</li> </ul>

1.5.2 Metode CA (Correspondence Analysis)

Dari hasil pengolahan dengan metode CA diperoleh grafik *row and column scores* yang menampilkan objek penelitian beserta atribut yang mengikutinya.



Gambar 1.2  
Grafik Rows and Columns Scores

Berdasarkan grafik diatas, maka dapat ditentukan kelebihan dan kekurangan dari lapangan futsal Meteor Arena dan juga lapangan futsal Parahyangan.

Tabel 1.5  
Kelebihan lapangan futsal Meteor Arena

Nama	Atribut
Meteor Arena	2. Ukuran lapangan futsal cukup besar
	3. Dinding lapangan futsal terbuat dari bahan yang aman
	8. Harga sewa lapangan berkisar antara 50.000-75.000 rupiah
	9. Lokasi strategis
	10. Pemasangan iklan di media cetak
	11. Pemasangan iklan dengan menyebarkan brosur
	13. Keramahan karyawan dalam melayani
	14. Ketanggapan karyawan dalam melayani
	15. Kecepatan karyawan dalam melayani
	16. Kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan
	17. Kejujuran karyawan dalam melayani
	19. Karyawan sabar dalam melayani konsumen
	20. Tersedia lapangan parkir yang cukup luas
	21. Ruangan lapangan memiliki ventilasi udara yang cukup baik
	24. Tersedia toilet yang bersih
27. Tersedia tempat duduk untuk penonton	
29. Perhitungan pembayaran dilakukan dengan tepat	
30. Bel dibunyikan sebagai tanda penyewaan lapangan telah selesai	

Tabel 1.6  
Kelebihan lapangan futsal Parahyangan

Nama	Atribut
Parahyangan	1. Lantai lapangan futsal memiliki kualitas yang cukup baik
	4. Tersedia bola futsal dengan kualitas yang cukup baik
	5. Tersedia ruang ganti pemain
	6. Tersedia ruang tunggu pemain
	7. Pencahayaan lapangan futsal cukup terang
	12. Melakukan promosi melalui radio
	18. Karyawan menanggapi keluhan konsumen
	22. Bangunan terlihat megah
	23. Terdapat tempat jaga untuk keamanan parkir
	25. Terdapat café untuk makan dan minum
26. Tersedia loker untuk menyimpan barang	
28. Perhitungan pembayaran dilakukan dengan cepat	

## 1.6 Analisis

Dari hasil analisis berdasarkan metode SWOT, CA dan tingkat kepuasan maka didapatkan hasil sebagai berikut, yaitu:

1. Persamaan Metode SWOT, Metode CA dan tingkat kepuasan.
  - Berdasarkan kaitan antara Strategi SO pada metode SWOT dan kelebihan pada metode CA serta tingkat kepuasan dari Meteor Arena diketahui bahwa harga yang ditawarkan untuk lapangan futsal Meteor Arena lebih murah dibandingkan dengan harga lapangan futsal Parahyangan. Oleh karena itu pihak Meteor Arena perlu mempertahankan harga yang telah ada, agar konsumen tidak beralih menggunakan lapangan futsal lain.
  - Strategi ST pada metode SWOT menjelaskan tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak Meteor Arena sudah cukup baik. Kelebihan metode CA dan berdasarkan tingkat kepuasan menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan khususnya untuk keramahan, ketanggapan, dan kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan sudah cukup baik. Oleh sebab itu pihak Meteor Arena perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang telah ada.
  - Berdasarkan kaitan antara Strategi WO pada metode SWOT dan kelemahan pada metode CA serta ketidakpuasan konsumen terhadap lapangan futsal Meteor Arena diketahui bahwa kualitas lapangan futsal di Meteor Arena khususnya lantai lapangan futsal, dan bola futsal memiliki kualitas kurang baik. Oleh karena itu sebaiknya pihak Meteor Arena meningkatkan kualitas lapangan futsal dengan cara mengganti lantai lapangan futsal dengan lantai yang baru, agar konsumen merasa puas dengan kualitas lapangan yang ada di Meteor Arena.
2. Perbedaan Metode SWOT, Metode CA dan tingkat kepuasan.
  - Strategi WT pada metode SWOT menjelaskan tentang strategi promosi yang dilakukan pihak Meteor Arena masih rendah. Kelebihan pada metode CA dan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan Meteor Arena sudah cukup baik yaitu melalui penyebaran brosur dan media cetak, akan tetapi promosi melalui media radio tidak dilaksanakan oleh pihak Meteor arena. Oleh karena itu pihak Meteor Arena sebaiknya lebih memperhatikan strategi untuk melakukan promosi melalui media radio.
3. Atribut yang hanya dimiliki oleh metode CA.
  - Lapangan futsal Meteor Arena memiliki beberapa kelebihan yaitu ukuran lapangan futsal yang cukup besar, dinding

lapangan futsal terbuat dari bahan yang aman, harga berkisar antara 50.000-75.000 rupiah, lokasi strategis, pelayanan yang cukup baik, promosi yang cukup baik, tersedia lapangan parkir cukup luas, ruangan memiliki ventilasi udara yang cukup baik, toilet yang bersih, tersedia tempat duduk untuk penonton. Hal ini tentu saja harus dipertahankan oleh pihak Meteor Arena agar konsumen merasa puas dengan adanya kelebihan dari masing-masing atribut yang ada.

- Lapangan futsal Meteor Arena juga memiliki beberapa kelemahan yaitu mengenai kualitas lantai lapangan futsal yang kurang baik, bola futsal dengan kualitas yang kurang baik, jumlah ruang ganti pakaian sedikit, ruang tunggu pemain masih kurang baik, pencahayaan lapangan futsal kurang terang, tidak melakukan promosi melalui radio, café untuk tempat makan dan minum masih kurang baik, loker yang ada di Meteor Arena berjumlah sedikit. Hal ini tentu saja akan menjadi masukan bagi pihak Meteor Arena agar lebih memperhatikan kekurangan yang ada di Meteor Arena, agar memperbaiki kelemahan yang ada.

4. Atribut yang hanya dimiliki oleh metode SWOT.

- Dari hasil SWOT diketahui faktor-faktor yang menjadi Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*threat*).

- Dari hasil SWOT diketahui bahwa pihak Meteor Arena sebaiknya memanfaatkan seluruh kekuatan dalam merebut pangsa pasar dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Untuk itu strategi lain yang diterapkan adalah dengan membuka cabang di beberapa tempat sehingga memperluas pemasaran produk dan memudahkan konsumen dalam menggunakan lapangan futsal Meteor Arena.

- Dari hasil SWOT diketahui bahwa pihak Meteor Arena sebaiknya memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Untuk itu perlu diterapkan strategi lainnya yakni melakukan promosi melalui radio agar masyarakat lebih mudah mengenal lapangan futsal Meteor Arena.

- Dari hasil SWOT juga diketahui bahwa pihak Meteor Arena sebaiknya menerapkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Untuk itu diterapkan strategi dengan

cara meningkatkan kualitas lapangan futsal untuk menghindari perpindahan konsumen pada lapangan futsal pesaing.

### 1.7 Usulan

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat dibuat usulan sebagai berikut, yaitu:

1. Untuk prioritas pertama yaitu berdasarkan kaitan antara Metode SWOT, Metode CA, dan berdasarkan tingkat kepuasan. Alasan menetapkan sebagai prioritas pertama, karena usulan yang diberikan ini mencakup ketiga metode diatas.
  - ❖ Berdasarkan Metode SWOT khususnya strategi WT, **kekurangan** dari CA dan **ketidakpuasan** konsumen terhadap lapangan futsal Meteor Arena untuk promosi. Usulan yang diberikan pada pihak Meteor Arena, yaitu:
    - Sebaiknya pihak Meteor Arena melakukan suatu promosi melalui media radio, khususnya radio-radio yang digemari oleh pria dewasa yaitu, promosi melalui radio 99.9ers (100,00 FM), Ozt (103.10 FM), dan juga Ardan (105,9 FM).
  - ❖ Berdasarkan Metode SWOT khususnya strategi WO, **kekurangan** dari CA dan **kepuasan** konsumen terhadap lapangan futsal Meteor Arena untuk kualitas lapangan futsal. Usulan yang diberikan pada pihak Meteor Arena yaitu:
    - Sebaiknya pihak Meteor Arena meningkatkan kualitas lapangan futsal khususnya untuk lantai lapangan futsal. Saat ini karpet karet lapangan futsal Meteor Arena telah rusak, sehingga perlu diperbaiki agar konsumen merasa puas dengan kualitas lapangan futsal Meteor Arena. Untuk bola futsal yang ada di Meteor Arena sebaiknya diganti dengan kualitas yang lebih baik.
  - ❖ Berdasarkan Metode SWOT khususnya strategi ST, **kelebihan** dari CA dan **ketidakpuasan** konsumen terhadap lapangan futsal Meteor Arena untuk atribut kecepatan, kejujuran, dan kesabaran karyawan dalam melayani konsumen. Usulan yang diberikan pada pihak Meteor Arena yaitu:
    - Sebaiknya pihak Meteor Arena meningkatkan kualitas pelayanan dengan lebih memperhatikan kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan kecepatan karyawan dalam melayani, karyawan harus sabar dalam melayani

konsumen, dan karyawan harus jujur dalam hal pembayaran untuk lapangan futsal, maupun dalam hal pembayaran café. Untuk itu sebaiknya perlu dilakukan training terhadap karyawan yang bekerja di Meteor Arena.

- ❖ Berdasarkan Metode SWOT khususnya strategi SO dan ST, **kelebihan** dari CA dan **kepuasan** konsumen terhadap lapangan futsal Meteor Arena untuk atribut harga lapangan futsal dan kualitas pelayanan untuk atribut keramahan, ketanggapan, kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan. Usulan yang diberikan pada pihak Meteor Arena yaitu:
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena mempertahankan harga sewa lapangan futsal, hal ini bertujuan agar konsumen tidak berpindah ke lapangan futsal lain.
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena mempertahankan, sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan dari karyawan khususnya untuk atribut keramahan, ketanggapan, kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan.

2. Untuk prioritas kedua yaitu berdasarkan Metode CA. Alasan menetapkan sebagai prioritas kedua, karena usulan yang diberikan ini berdasarkan kelebihan dan kelemahan yang didapatkan dari Metode CA, sehingga lebih pada usulan ini lebih difokuskan terhadap persepsi responden tentang lapangan futsal Meteor Arena dan juga lapangan futsal pesaing.

- ❖ Berdasarkan **Kelebihan** dari Metode CA
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena mempertahankan apa yang menjadi kelebihan dari lapangan futsal Meteor Arena, sehingga konsumen merasa puas dengan atribut-atribut yang ada di Meteor Arena. (lihat tabel 5.11)
- ❖ Berdasarkan **Kekurangan** dari Metode CA
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena menambah ruang ganti pemain. Pada saat ini ruang ganti yang ada di Meteor Arena berjumlah 2 ruangan, seharusnya pihak Meteor Arena menambah ruang ganti pakaian menjadi 5 ruangan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen supaya tidak mengantri apabila harus mengganti pakaiannya.
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena menempatkan ruang tunggu pemain yang selama ini berada di dalam lapangan futsal dipindahkan di luar lapangan futsal, tetapi pemain masih bisa menonton walaupun berada di luar lapangan.

Hal ini bertujuan untuk menghindari kecelakaan pada pemain yang menunggu di ruang tunggu.

- Sebaiknya pihak Meteor Arena menambahkan lampu sorot yang tadinya berjumlah 6 menjadi 8. Hal ini bertujuan untuk menerangi lapangan futsal apabila digunakan pada malam hari.

- Sebaiknya pihak Meteor Arena memperbaiki eksterior bangunan yang ada agar terlihat lebih megah. Pada saat ini bangunan yang ada di Meteor Arena terlihat kusam, sehingga perlu di cat agar bangunan lebih terlihat lebih menarik.

- Sebaiknya pihak Meteor Arena memperbaiki tempat jaga untuk keamanan parkir. Pada saat ini letak tempat jaga untuk keamanan parkir yang ada di Meteor Arena terlalu jauh dari lokasi tempat parkir, seharusnya tempat jaga untuk keamanan parkir terletak berdekatan dengan lokasi kendaraan yang di parkir. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa nyaman dengan keamanan parkir apabila konsumen membawa kendaraan pribadi.

- Sebaiknya pihak Meteor Arena menambah jumlah loker yang awalnya berjumlah 8 buah ditambah menjadi 20 buah. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi barang bawaan konsumen agar tidak hilang, sehingga konsumen tidak komplain akibat banyaknya barang bawaan yang hilang.

- Sebaiknya pihak Meteor Arena menyediakan cafe dengan fasilitas yang dapat memuaskan konsumen, misalnya dengan cara menyediakan fasilitas televisi. Selain itu, pihak Meteor Arena juga menambah jumlah kursi yang ada di Meteor Arena. Pada saat ini jumlah kursi yang ada di Meteor Arena berjumlah 4 buah, seharusnya ditambah menjadi 10 buah. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih nyaman apabila membeli makanan dan minuman.

3. Untuk prioritas ketiga yaitu berdasarkan Metode SWOT. Alasan menetapkan sebagai prioritas ketiga, karena usulan yang dibuat hanya berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di perusahaan. Sehingga usulan yang diberikan tidak relevan, mengingat jumlah responden yang ditanyakan hanya manajer Meteor Arena.

- ❖ Berdasarkan Strategi SO dan WO

- Sebaiknya pihak Meteor Arena meningkatkan perkembangan teknologi dengan cara pemasangan telepon agar memudahkan konsumen untuk memesan lapangan futsal.
- ❖ Berdasarkan Strategi ST
  - Sebaiknya pihak Meteor Arena meningkatkan kualitas pelayanan untuk menekan produk pesaing yang ada di daerah berdekatan. Caranya yaitu dengan melakukan training terhadap karyawan yang bekerja di lapangan futsal Meteor Arena.

### 1.8 DAFTAR PUSTAKA

1. Blank, Leland.; *“Statistical Procedures For Engineering, Manajement, and Science”*, 1982.
2. Kotler, P.; *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”*, Jilid 1, edisi 9, Erlangga, Jakarta, 1997.
3. Kotler, P.; *“Manajemen Pemasaran”*, edisi 10, PT Prenhallindo, Jakarta, 2002.
4. Lupiyoadi, R., *“Manajemen Pemasaran Jasa: Teori & Praktik”*, Salemba Empat, 2001.
5. Muis, R.; *“Diktat Kuliah Analisis Data Statistik”*, Bandung, 2004
6. *“Panduan Lengkap: SPSS 11.50 for Windows”*, Lembaga Pendidikan Komputer Wahana Semarang dan Penerbit Andi Yogyakarta, 1997.
7. Parulian, Tulus, .; *“Diktat Kuliah Manajemen Pemasaran”*, Bandung, 2004.
8. Rangkuti, F.; *“Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis”*, Gramedia, Jakarta, 1997.
9. Sugiyono; *“Metode Penelitian Administrasi”*, Cetakan kesembilan, Alfabeta, Bandung, 2002.
10. Tjiptono, F.; *“Manajemen Jasa”*, Penerbit Andi Yogyakarta, 1996.
11. Umar, Husein.; *“Strategic Management in Action”*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2005.
12. Walpole, Ronald E.; *“Pengantar Statistika”*, edisi ke 3, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1993.