

BAB I

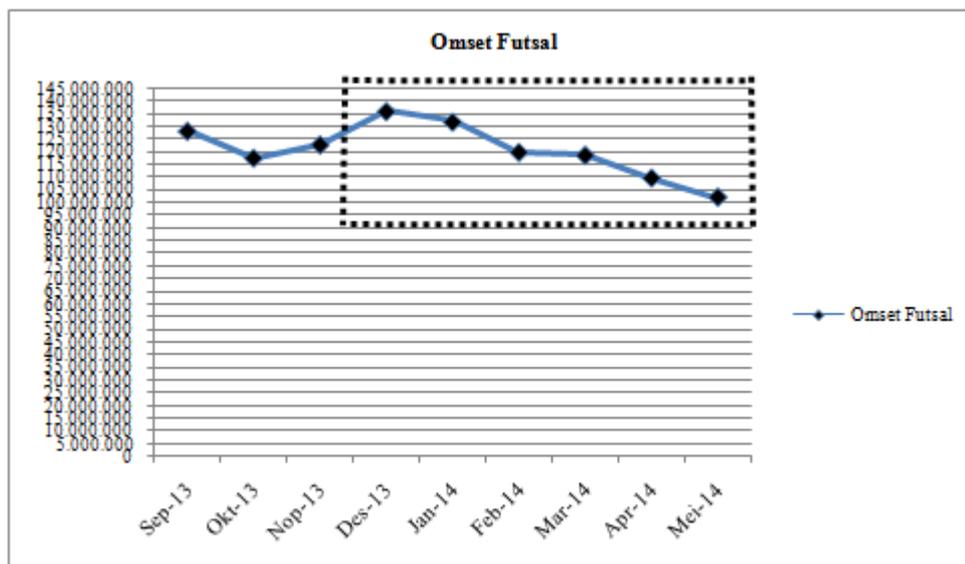
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri yang sangat cepat telah mendorong tiap individu untuk lebih meningkatkan produktivitasnya. Hal tersebut dapat tercapai jika setiap orang memiliki kualitas kesehatan yang baik sehingga pekerjaan menjadi efektif dan efisien yang kemudian akan berdampak terhadap peningkatan produktivitas. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk memperoleh kondisi tubuh yang sehat yaitu dengan mengonsumsi makanan bergizi dan berolahraga secara teratur. Akan tetapi kesibukan yang cukup tinggi membuat tidak banyak orang memiliki waktu yang cukup untuk berolahraga secara teratur. Apalagi di beberapa kota besar ketersediaan sarana dan prasarana olahraga publik yang sedikit dan kurang terpelihara dengan baik membuat suasana berolahraga menjadi tidak nyaman. Berdasarkan permasalahan tersebut kini mulai bermunculan industri yang menyewakan sarana dan prasarana yang lengkap dengan jam operasional yang relatif panjang sehingga tiap orang dapat lebih fleksibel dalam menentukan waktu untuk berolahraga.

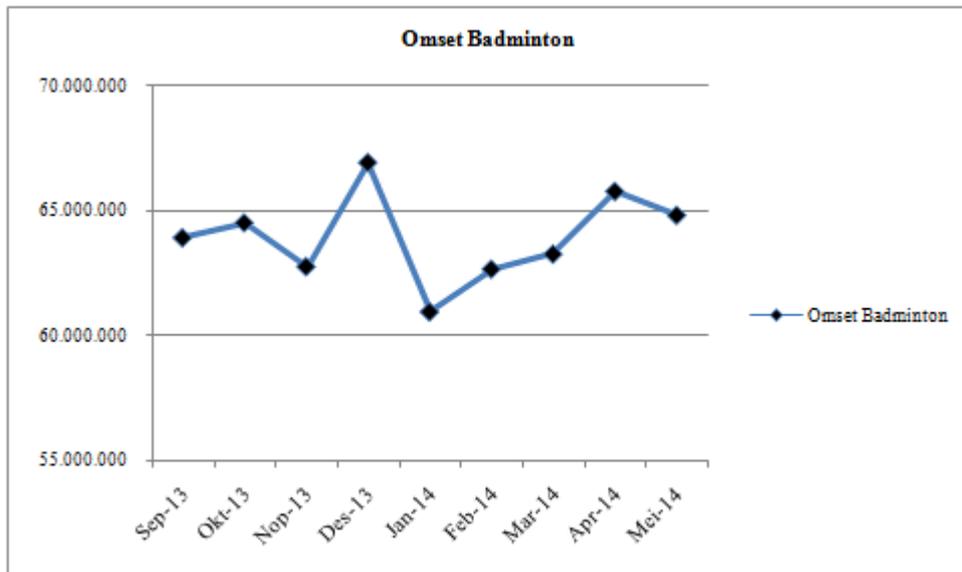
Beberapa *sport center* yang sedang mengalami perkembangan di Kota Cirebon salah satunya yaitu Katiyasa Sport Center yang berlokasi di Jl. Katiyasa no. 35, Penggung, Cirebon. Tempat penyedia sarana dan prasarana yang cukup lengkap ini berdiri sejak 2009 di tanah seluas ± 1 ha. Beberapa jenis sarana olahraga yang tersedia di lokasi ini antara lain lapangan badminton, lapangan futsal, dan fasilitas *fitness*, sedangkan prasarana yang tersedia yaitu parkir mobil/motor, ruang ganti, toilet, serta *counter* makanan dan minuman. Akan tetapi kondisi fisik *sport center* dengan fasilitas yang cukup lengkap tersebut tidak berbanding lurus dengan peningkatan penyewaan fasilitas utama di Katiyasa Sport Center. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Chandra, selaku *owner* Katiyasa Sport Center, telah terjadi penurunan omset penyewaan fasilitas olahraga

selama beberapa bulan terakhir. Ia berpendapat penurunan omset tersebut kemungkinan diakibatkan oleh adanya persaingan usaha sejenis oleh kompetitornya, yaitu Pemuda Sport Center, yang berlokasi di Jalan Pemuda no. 42, Cirebon. Jarak antara keduanya yang terpaut ± 1 km ini mengakibatkan persaingan usaha *sport center* menjadi lebih kompetitif. Omset yang dapat diperoleh Katiyasa Sport Center per bulan \pm Rp 250 juta. Setelah terjadinya penurunan omset kini pihak Katiyasa Sport Center hanya dapat memperoleh \pm Rp 200 juta. Penurunan yang relatif signifikan pada beberapa periode menyebabkan daya saing Katiyasa Sport Center terhadap kompetitornya semakin berkurang. Hal tersebut tentu dapat mengancam keberlangsungan usaha yang dijalani pihak Katiyasa Sport Center. Berikut ini grafik yang menunjukkan penurunan omset lapangan futsal, lapangan badminton, dan fasilitas *fitness*, sebagai berikut :



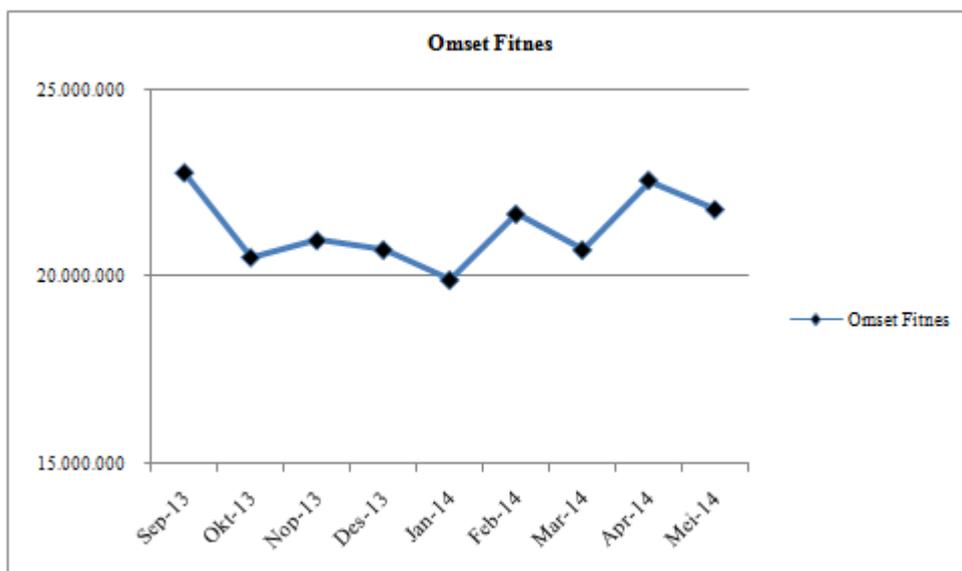
Gambar 1.1
Omset Futsal/bulan

Dampak dari penurunan yang terjadi pada fasilitas futsal ini cukup signifikan terhadap omset yang mampu didapat pihak Katiyasa Sport Center secara keseluruhan sehingga perbaikan terhadap fasilitas ini menjadi prioritas utama untuk meningkatkan omset. Berdasarkan gambar 1.1 telah terjadi tren penurunan omset penyewaan lapangan futsal pada periode Desember 2013 s/d Mei 2014.



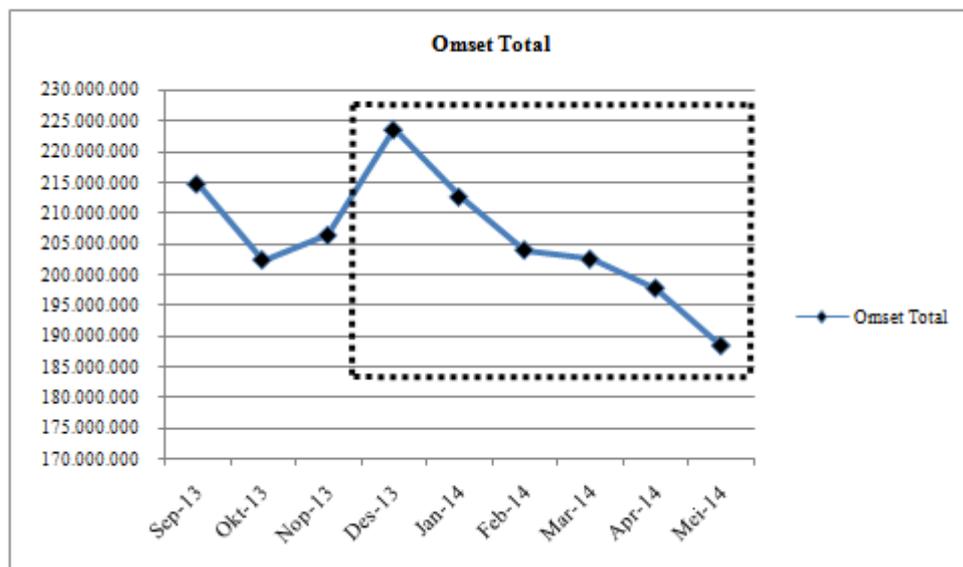
Gambar 1.2
Omset Badminton/bulan

Penurunan omset yang terjadi pada fasilitas penyewaan lapangan badminton pada beberapa periode relatif tidak signifikan sehingga dianggap tidak memengaruhi omset keseluruhan Katiyasa Sport Center. Berdasarkan gambar 1.2 terlihat bahwa telah terjadi tren kenaikan mulai periode Januari 2014 s/d April 2014.



Gambar 1.3
Omset Fitness/bulan

Penurunan omset yang terjadi pada fasilitas penyewaan *fitness* pada beberapa periode relatif tidak signifikan sehingga dianggap tidak memengaruhi omset keseluruhan Katiyasa Sport Center. Faktor yang menyebabkan omset penyewaan fasilitas *fitness* ini relatif stabil yaitu sudah diterapkannya sistem paket dalam melakukan sewa fasilitas.



Gambar 1.4
Total Omset/bulan

Berdasarkan gambar 1.4 mengenai omset total yang diperoleh Katiyasa Sport Center telah terjadi penurunan yang cukup signifikan antara periode Desember 2013 s/d Mei 2014 sehingga diperlukan upaya perbaikan strategi pemasaran, khususnya fasilitas futsal.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa faktor – faktor yang mungkin menyebabkan penurunan jumlah sewa fasilitas di Katiyasa Sport Center, antara lain :

1. Belum diketahui faktor – faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat penyewaan lapangan futsal
2. Katiyasa Sport Center tidak mampu bersaing dengan kompetitor usaha dibidang sejenis

3. Konsumen tidak puas dengan kualitas lapangan futsal yang ditawarkan Katiyasa Sport Center sehingga membuat mereka beralih ke penyedia lapangan futsal lainnya
4. *Segmentation, targeting, dan positioning* saat ini masih belum tepat
5. Strategi pemasaran yang digunakan Katiyasa Sport Center belum optimal
6. Terjadi penurunan omset penyewaan tiap fasilitas pada beberapa periode tertentu di Katiyasa Sport Center, khususnya fasilitas lapangan futsal

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Batasan – batasan masalah yang diterapkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, yaitu :

1. Penetapan kompetitor utama dilakukan oleh pihak Katiyasa Sport Center dan kuesioner pendahuluan
2. Pembahasan pada penelitian ini hanya pada fasilitas futsal baik di Katiyasa Sport Center maupun kompetitornya. Tidak dibahasnya fasilitas lapangan badminton dan fasilitas *fitness* dikarenakan kedua fasilitas yang ada khusus di Katiyasa Sport Center ini omset/bulannya relatif stabil sehingga dianggap tidak memengaruhi secara signifikan terhadap penurunan omset total
3. Pengambilan data kuesioner penelitian sebanyak 120 responden dilakukan selama dua hari, yaitu pada hari Jumat – Sabtu antara pukul 14.00 – 18.00
4. Kuesioner penelitian diisi oleh responden yang sudah pernah menggunakan fasilitas futsal di Katiyasa Sport Center dan Pemuda Sport Center
5. Dalam pengisian kuesioner peneliti tidak memerhatikan rutinitas dari responden dalam menyewa lapangan futsal

1.4 Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah pada penelitian ini, diantaranya :

1. Hal – hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih fasilitas lapangan futsal futsal?

2. Apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan lapangan futsal yang diawarkan Katiyasa Sport Center dengan pesaingnya?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas lapangan futsal yang disewakan Katiyasa Sport Center?
4. Bagaimana *segmentation*, *targetting*, dan *positioning* Katiyasa Sport Center?
5. Usulan strategi pemasaran optimal seperti apa yang akan diberikan kepada Katiyasa Sport Center sehingga dapat lebih kompetitif?
6. Bagaimana upaya untuk mengatasi terjadinya trend penurunan omset penyewaan tiap fasilitas pada beberapa periode tertentu di Katiyasa Sport Center, khususnya fasilitas futsal?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari hasil rumusan masalah yang ditetapkan, beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mengetahui hal – hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih fasilitas *sport center*, khususnya futsal
2. Mengetahui apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan fasilitas yang ditawarkan Katiyasa Sport Center dengan pesaingnya
3. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas yang disewakan perusahaan
4. Mengetahui bagaimana *segmentation*, *targetting*, dan *positioning* Katiyasa Sport Center
5. Mengetahui usulan strategi pemasaran optimal seperti apa yang akan diberikan kepada Katiyasa Sport Center sehingga dapat lebih kompetitif
6. Mengetahui upaya untuk mengatasi terjadinya penurunan omset penyewaan tiap fasilitas pada beberapa periode tertentu di Katiyasa Sport Center, khususnya fasilitas futsal

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian. Adapun urutan penyusunan pada bab ini, yaitu indentifikasi masalah, batasan masalah dan asumsi, rumusan masalah yang diperoleh dari indentifikasi masalah, dan tujuan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai penggunaan literatur – literatur dalam penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar terdapat kesesuaian penggunaan metode penelitian dengan teori – teori dan sumber referensi mengenai pemasaran produk/jasa.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai langkah – langkah proses berlangsungnya penelitian. Penjelasan mengenai tahapan tersebut digambarkan dalam bentuk *flowchart* sistematika penelitian. Tujuannya yaitu agar dalam melakukan proses penelitian terdapat panduan sehingga bagian awal dan akhir penelitian tersusun dengan sistematika yang baik.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini menjelaskan mengenai kebutuhan data – data dalam penelitian, misalnya data mengenai *job description* setiap bagian, profil masing – masing pekerja, dsb. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai penggunaan metode penelitian serta pengolahan data hasil wawancara dan penyebaran kuesioner. Beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, Uji Hipotesis dan Analisis *Segmentation, Targetting, Positioning (STP)*. Selanjutnya, hasil pengolahan menggunakan ketiga metode tersebut dilihat keterkaitannya masing – masing kesimpulan. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dibuatlah prioritas perbaikan secara berurutan dari pengolahan variabel tersebut.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari pengolahan data – data pada bab 5 yang disajikan kedalam butir – butir poin sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran dengan lebih mudah. Selain kesimpulan, juga terdapat saran yang bertujuan agar perusahaan mengetahui cara mentransformasi strategi pemasaran yang lama ke strategi pemasaran hasil penelitian ini.