

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Bermain futsal bukan lagi menjadi hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Bahkan hingga saat ini, futsal terus dimainkan oleh para kalangan muda hingga kalangan tua. Futsal saat ini mulai menjadi salah satu gaya hidup orang Indonesia. Pada mulanya orang-orang berolahraga untuk kebutuhan jasmani yang lebih sehat. Namun, lambat laun faktor orang untuk bermain futsal mulai berubah menjadi mempererat hubungan.

Pertumbuhan penduduk juga disertai dengan komitmen Asosiasi Futsal Indonesia (AFI) untuk memajukan futsal Indonesia, yang diungkapkan oleh Ketua Umum AFI, Hary Tanoesoedibjo, yang dilansir oleh okezone.com “Komitmen saya adalah membuat futsal menjadi industri, karena olahraga itu akan naik turun kalau hanya sebatas hobi. Di mana pun di dunia kalau itu menjadi industri itu pasti akan langgeng.

Pergeseran faktor orang bermain futsal tersebut membuat *Energy Futsal* dapat menysasar pasar potensial yang lebih luas, apabila sebelumnya hanya sebatas pecinta futsal atau sepakbola, kini usaha ini dapat menysasar komunitas anak sekolah, komunitas keagamaan, atau para pekerja, dan lain-lain. Sedangkan jumlah penduduk yang terus meningkat membuat peluang pertumbuhan industri ini untuk dapat terus meningkat serta komitmen AFI untuk memajukan futsal Indonesia dengan menjadikannya sebagai industri, kompetisi akan terus bergulir, dengan demikian intensitas latihan akan





meningkat. Dengan meningkatnya latihan kemampuan dan prestasi juga akan terus meningkat, maka dampaknya adalah peningkatkan peminat futsal.

B. Analisis Pesaing Sejati/Langsung

Pesaing adalah orang atau perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang *Energy Futsal* tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat (superior) dan pesaing yang lemah (inferior) atau ada pesaing yang dekat pada level yang setara atau memiliki produk yang mirip (produk substitusi).

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menganalisis pesaing, diantaranya sebagai berikut:

1. Wawancara / Kuisisioner

Wawancara atau kuisisioner merupakan cara yang paling sering digunakan oleh orang untuk melakukan penelitian. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi kepuasan pelanggan terhadap pesaing secara luas, termasuk alasan kenapa mereka bisa puas. Dengan begitu Penulis bisa mulai mengidentifikasi keunggulan, kelemahan, bahkan identitas usaha pesaing.

2. Bertindak sebagai Konsumen

Ada sebuah istilah “penulis (provider) yang baik berasal dari pembaca (user) yang baik pula”. Penulis perlu bertindak menjadi konsumen agar Penulis dapat merasakan bagaimana pelayanan pesaing, bagaimana keunggulan dan kelemahannya, mengetahui apa faktor yang membuat pesaing dapat memberikan kepuasan pelanggan.



3. Mengumpulkan Informasi dari Berbagai Sumber

Pada saat ini informasi yang paling mudah diakses adalah melalui teknologi internet. Dalam internet orang-orang dapat terhubung tanpa batasan geografi, di sana orang-orang juga dapat memperoleh saran dari forum-forum bisnis yang dapat diikuti secara bebas. Tujuan mengumpulkan informasi dari internet ini adalah supaya Penulis dapat melihat apa tuntutan pasar untuk usaha sejenis.

C. Analisis PESTEL (Politik (*Political*), Ekonomi (*Economical*), Sosial (*Social*), Teknologi (*Technological*), Lingkungan (*Environmental*), dan Legalitas (*Legal*))

1. Politik (*Political*)

Peristiwa politik yang terjadi di Indonesia saat ini meresahkan sejumlah pebisnis yang ada di Indonesia serta memberikan dampak merugikan pada kegiatan ekonomi di Indonesia. Setelah mengalami proses perubahan demokrasi, yang mengakibatkan timbulnya berbagai peristiwa sosial dan politik yang menimbulkan ketidakpastian peta politik di Indonesia. Untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan *Energy Futsal* bermaksud untuk mem-paten-kan nama *brand* serta akan memperbaharui *standard* pelayanan yang akan diberikan.

2. Ekonomi (*Economical*)

Perubahan perekonomian tentunya akan mempengaruhi tarif harga yang akan ditetapkan perusahaan kepada konsumen, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas konsumen. *Energy Futsal* akan tetap berusaha untuk mengimbangi pasar dengan tetap memberikan harga yang masuk akal kepada

konsumennya. Biasanya harga akan naik jika perubahan perekonomian mengalami inflasi besar.

3. Sosial (*Social*)

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan di subbab Trend dan Pertumbuhan Industri di atas, bahwa faktor pendorong masyarakat telah berubah. Banyak dari mereka yang tadinya bermain hanya untuk sekadar *hobby* atau karena iseng-iseng telah berubah menjadi suatu keinginan karena *passion* yang dimiliki.

4. Teknologi (*Technological*)

Perkembangan teknologi tidak terlalu berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menyewa lapangan, walaupun masyarakat akan mengikuti trend yang berkembang. dalam bisnis ini apabila ada pesaing baru masuk dengan modal yang besar dengan fasilitas teknologi baru, kecenderungan penurunan pendapatan tidak terlalu berpengaruh. *Energy Futsal* akan juga mengikuti teknologi yang ada, dan sering digunakan, seperti *Sound System* di area futsal dan kantin, komputer di kantor Dan TV di kantin.

5. Lingkungan (*Environmental*)

Energy Futsal berada pada Cibubur yang tidak jauh dari kompleks perumahan, perkantoran, sekolah, pusat perbelanjaan dan pusat wisata. Faktor lingkungan ini tentu akan menjadi peluang bagi *Energy Futsal*. Sebagai usaha yang menerapkan etika dalam bisnis, maka *Energy Futsal*



perlu untuk menjaga lingkungan sekitar dan tidak merusaknya sebagaimana yang diatur dalam Perda yang berlaku. Bagi *Energy Futsal*, isu-isu mengenai lingkungan tidak akan menjadi hambatan, karena *Energy Futsal* tidak menghasilkan polusi dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan. Bahkan, *Energy Futsal* berkomitmen untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan sebagai sebuah timbal balik.

D. Analisis Pesaing

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan,

Gambar 3.1

5 Model Kekuatan Pesaing



Sumber: Fred.R David (2010:146)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Persaingan antar perusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Intensitas persaingan antar perusahaan saingan cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih superior dalam hal ukuran dan kapabilitas. *Energy Futsal* merupakan penyedia jasa lapangan futsal yang berbahan rumput sintetis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Masuknya pendatang baru akan menimbulkan sejumlah dampak bagi perusahaan yang sudah ada, misalnya kapasitas bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar. Hambatan-hambatan yang ada bagi pendatang baru antara lain : kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, penggunaan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, lokasi yang kurang menguntungkan, kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya pengetahuan, kepemilikan paten, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Ancaman masuknya pendatang baru pada *Energy Futsal* di pengaruhi beberapa faktor: Pertama, membangun sebuah bisnis usaha futsal terbilang tidak sulit, sehingga pendatang baru yang ingin memasuki industri ini menjadi mudah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kedua, adanya pendatang baru yang mempunyai modal yang besar serta mempunyai fasilitas lebih baik. Untuk memasuki bisnis ini, *Energy Futsal* akan memberikan pelayanan yang terbaik, fasilitas yang baik, dan memberikan promosi untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Intensitas persaingan dari daya tawar pemasok rendah, karena pada saat ini sangat mudah untuk menemukan pemasok untuk jasa sewa lapangan futsal. Adapun pemasok yang umum digunakan adalah kontraktor bangunan, pasokan bola, material lapangan, lampu, dan sebagainya sudah sangat mudah ditemukan melalui internet.

Namun, salah satu pemasok yang dianggap dapat memberi pengaruh besar datang dari tuan tanah. *Energy Futsal* melakukan usaha di atas tanah yang disewa, oleh karena itu, *Energy Futsal* sangat tergantung dengan tuan tanah.

4. Daya Tawar Konsumen

Konsumen lebih suka membeli produk dengan harga serendah mungkin dengan kualitas yang baik. Hal ini mengakibatkan usaha dapat memperoleh pengembalian laba serendah mungkin. Konsumen akan menuntut kualitas yang lebih tinggi, pelayanan yang lebih baik serta harga yang murah, dimana hal ini mendorong persaingan antar perusahaan dalam suatu bisnis. Dalam hal ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kekuatan tawar konsumen relatif kecil karena dalam usaha jasa biasa sudah menetapkan harga terlebih dahulu. Masih belum banyaknya jasa sewa tempat futsal yang baik serta harga di setiap sewa tempat futsal relatif sama hanya fasilitas dan pelayanan yang akan membedakannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Produk Substitusi

Apabila harga yang ditawarkan jasa pengganti tersebut lebih murah/rendah dan mutu serta kemampuan kinerja produk pengganti tersebut sama atau melebihi dari produk sebelumnya maka tentu konsumen akan memilih produk pengganti. Hadirnya produk pengganti membuat batas tertinggi harga yang dapat diberikan kepada konsumen. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu.

E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Sebuah bisnis penting untuk mengetahui posisi persaingan yang ada didalam pasar. Menurut Kotler (2010:328), mengklasifikasi posisi persaingan perusahaan kedalam empat posisi persaingan.

1. Pemimpin pasar (*market leader*) yang memiliki pangsa pasar terbesar yaitu 40%.

Sebagai market leader perusahaan harus mengambil tiga tindakan yaitu:

a. Memperluas total pasar, ketika total pasar bertambah perusahaan yang dominan biasanya akan mendapat paling banyak.

Mempertahankan pangsa pasar, dimana sambil perusahaan memperluas pasar, perusahaan juga harus terus aktif mempertahankan pasar yang sudah ada.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Memperluas pangsa pasar, persaingan menjadi begitu kuat dibanyak pasar yang dapat. Meskipun demikian peningkatan di banyak pangsa pasar tidak otomatis meningkatkan laba.

2. Penantang pasar (*market challenger*) yang memiliki pangsa pasar sebesar 30%. Penantang pasar adalah perusahaan yang berusaha memperluas pangsa pasar mereka yang dalam usaha mereka berhadapan langsung dengan pemimpin pasar. Ada dua hal penting yang harus dilakukan penantang pasar yaitu:

- Mendefinisikan tujuan strategis dan lawan. Seperti menyerang pemimpin pasar, menyerang perusahaan-perusahaan seukuran, atau menyerang perusahaan kecil.
- Memilih strategi menyerang. Menggunakan strategi frontal, sisi, pengitaran, melewati ataupun griliya.

3. Pengikut pasar (*market follower*) memiliki pangsa pasar 20%. Perusahaan yang tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri pada kondisi-kondisi pasar. Strategi pengikut pasar dilakukan untuk dapat mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumen, agar tidak dapat balasan dari pihak lawan 3 strategi :

- Cloner* upaya meniru dan menyamai bauran pemasaran pemimpin pasar.
- Imitator* melakukan *differensiasi* tapi tetap meniru pemimpin pasar dalam hal pembaruan dan bauran pasar.
- Adopter* mencontoh produk pemimpin pasar dan mengimpovisasi.

4. Penceruk pasar (*market nicher*) memiliki 10%. Hanya melayani pasar yang diabaikan pemimpin pasar guna untuk menghilangkan persaingan terhadap perusahaan besar dan kecil. Strategi dari pencerukan pasar yaitu, hanya melayani pelanggan tertentu, seperti menjual pada satu perusahaan saja.

Dari posisi pasar yang ada *Energy Futsal* termasuk kedalam Pengikut pasar (*market follower*), dimana untuk menghindari dari persaingan dengan pemimpin pasar,



maka dari itu meniru dan menyamai produk pemimpin pasar dengan melakukan perbedaan terhadap jasa yang di berikan, dari fasilitas, lapangan yang disewakan dan pelayanan yang akan di berikan.

F. Keunggulan Dibandingkan Dengan Pesaing

Setiap perusahaan atau bisnis pasti mempunyai persaingan, banyak bermacam- macam persaingan, mulai dari persaingan harga, pelayanan, fasilitas, lokasi, dan promosi-promosi yang akan diberikan untuk menarik konsumen.

Harga sewa yang terlalu mahal membuat konsumen enggan datang kembali, tetapi jika harga sewa sesuai dengan fasilitas, pelayanan yang diberikan konsumen akan datang kembali. *Energy Futsal* menetapkan harga relatif murah untuk sewa lapangan dengan ukuran lapangan standard. Lokasi *Energy Futsal* yang mudah di akses menggunakan kendaraan pribadi ataupun angkutan umum, karena banyak angkutan umum lewat ke lokasi *Energy Futsal*.

Fasilitas yang di berikan yaitu ruang bilas air hangat, TV, majalah olahraga untuk menunggu, *standing AC*, dan memberikan potongan harga pemilik kartu anggota saat menyewa lapangan.

G. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrixes (CPM)*)

Pesaing *Energy Futsal* adalah tempat penyewaan jasa futsal yang berada di daerah Cibubur, Depok. Para pesaing adalah: *Chirpy Futsal*, *Indirama Futsal*, dan *Dragon Futsal*. Para pesaing *Energy Futsal* cenderung mempunyai spesifikasi yang hampir sama, karena mereka sama hanya penyedia jasa penyewaan tempat futsal, yang membuat berbeda adalah fasilitas dan keunggulan dalam memberikan pelayanan pada konsumen.



Dalam Analisis *CPM* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. **Faktor Penentu Keberhasilan**
Merupakan faktor yang terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Biasanya hal-hal ini mengacu pada hal-hal mana saja yang dianggap penting dari sisi konsumen terhadap sebuah usaha.
2. **Bobot**
Merupakan poin yang berguna untuk menilai penting tidaknya suatu faktor dalam faktor penentu keberhasilan terhadap kesuksesan perusahaan tersebut. Bobot berkisar dari 0,00 yang berarti sangat tidak penting hingga 1,00 sangat penting. Semua bobot yang dianalisis jika ditotal harus sama dengan 1,00.
3. **Rating**
Rating menunjukkan tanggapan atau respon perusahaan terhadap Faktor Penentu Keberhasilan. Nilainya berkisar dari 1 yang berarti kelemahan minor sangat lemah hingga 4 yang berarti merupakan kekuatan mayor perusahaan.
4. **Nilai**
Merupakan hasil perkalian dari bobot dan peringkat dari masing-masing perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Jumlah Nilai

Jumlah Nilai dari masing-masing perusahaan. Berkisar antara 1,00 (rendah) hingga 4 (tinggi). Rata-rata total adalah 2,50, sehingga jika perusahaan memiliki nilai di bawah 2,50 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif lemah dalam persaingan. Sementara itu jika nilai di atas 2,50 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif kuat dalam persaingan.

Tabel 3.1

Tabel Analisis CPM (*Company profil matrix*)

Faktor keberhasilan	Bobot	Energy Futsal		Dragon Futsal		Chirpy Futsal		Indirama Futsal	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Lokasi	0,25	4	1	4	1	3	0,75	3	0,75
Daya saing	0,18	3	0,54	3	0,54	4	0,72	4	0,72
Loyalitas konsumen	0,13	2	0,26	3	0,39	3	0,39	2	0,26
Pelayanan	0,13	3	0,39	3	0,39	3	0,39	2	0,26
Fasilitas	0,18	3	0,54	3	0,54	2	0,36	2	0,36
Promosi	0,13	2	0,26	2	0,26	1	0,13	1	0,13
	1		2,99		3,12		2,74		2,48

Sumber data: data Energy Futsal 2016

H. Analisis Industri dan Strategi Persaingan

Pertumbuhan jasa sewa lapangan futsal di Cibubur, ada beberapa pesaing yang mempunyai keunggulan dalam persaingan dan juga memiliki kelemahan. Pesaing dari *Energy Futsal* adalah *Dragon Futsal*, *Chirpy Futsal* dan *Indirama Futsal* berikut ini keunggulan dan kelemahan pesaing.



Tabel 3.2

Pesaing dalam Industri

Nama perusahaan pesaing	Keunggulan	Kelemahaan
Dragon Futsal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai beberapa jenis lapangan 2. Sudah terciptanya loyalitas konsumen 3. Jumlah parkir yang banyak 4. Lokasi yang mudah di jangkau. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang kurang memadai 2. Fasilitas yang kurang terawat 3. Ruang bilas kotor tidak terawat.
Chirpy Futsal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang mudah di jangkau 2. Sudah terciptanya loyalitas konsumen 3. Jumlah parkir yang banyak 4. Tidak adanya pesaing disekitar lokasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang kurang memadai 2. Kurangnya sirkulasi udara 3. Tempat yang terlalu sempit.
Indirama Futsal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang mudah di jangkau 2. Sudah terciptanya loyalitas konsumen 3. Mempunyai 2 jenis lapangan 4. Harga yang murah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang kurang memadai 2. Kurangnya sirkulasi udara 3. Pelayanan yang kurang baik 4. Terlalu dekat dengan pesaing lain.

Sumber: *Energy Futsal* 2016-09-23

Dapat dilihat pada tabel 3.2 di atas keunggulan dan kelemahan para pesaing dari *Energy Futsal*, ada yang mempunyai keunggulan kapasitas lapangan banyak dan juga ada dengan harga sewa lapangan yang murah.

Strategi bersaing yang akan di berikan *Energy Futsal* adalah dengan fokus dimana akan melayani segmen pasar dengan baik dan bukan dengan mengejar seluruh pasar. *Energy Futsal* memfokuskan pada fasilitas yang memberikan kenyamanan kepada konsumen, dan dari harga yang akan diberikan cukup terjangkau agar dapat masuk semua kalangan.

Energy Futsal hanya mempunyai 2 lapangan rumput sintetis dan kantin yang besar untuk menutupi kekurangan itu harus menjaga kebersihan area *Energy Futsal* agar tetap bersih, pelayanan yg baik dan menambah fasilitas seperti *standing AC*, TV untuk nobar, *Shower* air hangat dan musik modern yang memberikan nyaman bagi konsumen.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



I. Analisis *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT)

Analisis SWOT merupakan analisis faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) perusahaan yang dapat digunakan sebagai pengetahuan untuk dapat merumuskan berbagai strategi.

Berikut SWOT dari *Energy Futsal*.

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Tersedianya kios-kios untuk berjualan makanan, minuman dan peralatan olahraga.
- Lokasi yang strategis.
- Harga yang murah dengan fasilitas yang bagus.
- Tersedianya fasilitas tambahan (*standing AC*, *sound system*, *locker*, dan *shower* air hangat)

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Kurangnya pengalaman penulis dalam menjalankan usaha ini. Serta melakukan promosi untuk memajukan usaha ini, karena promosi yang dapat dilakukan tergolong sama dengan pesaing
- Image baru yang banyak orang belum tau sehingga harus di publikasikan kepada banyak orang.

3. *Opportunities* (Peluang)

- Kepadatan penduduk dan berlokasi pada pusat kota cibubur dapat memberikan dampak positif.
- Sulitnya lahan untuk bermain sepakbola membuat konsumen akan menggunakan jasa sewa lapangan ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. Adanya trend futsal yang meningkat dikalangan anak muda dan masyarakat.

c. Belum banyak pesaing pasar yang memasuki bisnis jasa penyewaan lapangan futsal yang memiliki fasilitas yang memadai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Threats (Ancaman)

a. Kestabilan pendanaan dan *brand image* dari pesaing yang dapat dengan mudah “menyerang” *Energy Futsal*.

b. Adanya pesaing baru yang akan masuk ke jasa lapangan futsal dengan fasilitas atau tempat yang lebih baik.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3
Matriks SWOT
Energy Futsal

	Strengths – S	Weaknesses - W
<p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis. 2. Tersedianya kios yang disewakan untuk kantin. 3. Harga yang murah dengan fasilitas yang bagus. 4. Fasilitas yang memadai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang pengalaman pemilik melakukan promosi 2. Brand image baru
	Opportunities – O	SO Strategi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertambahnya penduduk di kota cibubur. 2. Adanya trend futsal yang meningkat di kalangan anak muda dan masyarakat. 3. Sulitnya lahan bermain sepak bola. 4. Belum banyak pesaing yang memiliki fasilitas yang memadai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan kemajuan jaman sekarang banyak anak muda yang ingin berolahraga tetapi tidak ingin terkena panas atau matahari. 2. Bertambahnya potensi konsumen baru yang hobi bermain sepakbola berpindah bermain futsal. 3. Dengan adanya fasilitas yang belum banyak di miliki pesaing menjadikan suatu keuntungan bagi <i>Energy Futsal</i>. 4. Memberikan kepuasan dan pengalaman bermain futsal yang menyenangkan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Walaupun dengan kekurangan pengalaman dalam menjalankan bisnis jasa penyewaan lapangan futsal ini tetapi dengan adanya trend futsal yang <i>booming</i> tidak sulit untuk memajukan usaha ini. 2. Harus lebih memeberikan promosi untuk mengangkat citra. 3. Bila usaha futsal ini maju makan akan dipikirkan untuk <i>ekspansi</i> pembuatan lini lapangan baru di area yang masih kosong.
Threats - T	ST Strategi	WT Strategi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendanaan dan brand image dari pesaing. 2. Akan adanya pesaing baru yang masuk dan lebih bagus. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan pelanggan yang setia dan loyal sehingga bila adanya pesaing yang lebih baik maka pelanggan akan tetap loyal. 2. Lebih banyak melakukan promosi agar brand image semakin meningkat di kalangan masyarakat sekitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik harus membangun hubungan langsung dengan pelanggan. 2. Meningkatkan pencitraan dan pemasaran yang baik di berbagai media sosial dan media kawasan agar lebih cepat dikenal oleh publik 3. Menjadi market leader untuk menguasai pasar.

Sumber : *Energy Futsal* 2016-09-23