



## BAB V

### RENCANA PEMASARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. *Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)*

##### 1. Segmentasi Pasar

Menurut wikipedia, segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar.

Beberapa tipe segmentasi pasar sebagai berikut:

##### a. Segmentasi Geografi

Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan wilayah geografik, seperti regional atau kota. Berdasarkan wilayah, segmentasi geografi dari *Energy Futsal* mencakup masyarakat yang ada di Cibubur dan sekitarnya.

##### b. Segmentasi Demografi

Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan variabel-variabel demografi (kependudukan), diantaranya sebagai berikut:

- 1) Umur yaitu membagi pasar berdasarkan usia. *Energy Futsal* menargetkan pasar dari kalangan remaja – dewasa yang berusia mulai dari 15 sampai

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.



dengan 50 tahun. Namun, pada kenyataannya tidak ada batasan untuk umur konsumen yang akan datang.

2) Jenis kelamin, membagi pasar berdasarkan jenis kelamin.

*Energy Futsal* akan mesasar kaum pria sebagai salah satu segmen yang ingin dituju. Namun bukan berarti *Energy Futsal* tertutup bagi kaum wanita.

3) Pendapatan, yaitu membagi pasar berdasarkan pendapatan yang dihasilkan.

Pada usaha ini, orang tidak berpenghasilan juga bisa disasar, misalnya seperti pelajar, mereka masih dapat menjadi konsumen melalui pembiayaan dari orang tua. Namun, *Energy Futsal* ingin bermain pada kalangan menengah ke bawah dengan penetapan harga yang terjangkau.

#### Segmentasi Psikografi

Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai.

1) Gaya Hidup

Segmen yang disasar oleh *Energy Futsal* adalah orang-orang dengan gaya hidup sehat dan memiliki hobi dalam bidang sepakbola.

2) Nilai

Nilai yang diberikan dari *Energy Futsal* adalah komitmen agar orang-orang yang mencintai sepakbola, futsal atau pun olahraga sejenisnya dapat tersalurkan meskipun dari kalangan pendapatan rendah.

#### Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon terhadap sebuah produk. Banyak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



pemasara percaya bahwa variable perilaku adalah titik awal terbaik untuk membangun segment pasar.

C

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dengan segmentasi tersebut, *Energy Futsal* menargetkan pasar pada kaum laki-laki dari ekonomi rendah hingga menengah ke atas dan memposisikan diri sebagai tempat futsal dengan harga terjangkau tetapi bukan hanya sebagai tempat orang-orang yang bermain futsal tetapi juga dapat menjadi tempat orang untuk makan dan menikmati fasilitas-fasilitas yang diberikan seperti musik *modern*.

## B. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual-belikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.

*Energy Futsal* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa penyediaan sewa lapangan futsal yang menasar segmen laki-laki di semua kalangan usia. Dalam proses bisnisnya, *Energy Futsal* menawarkan jasa sewa lapangan futsal, menjual minuman, dan menyewakan sebagian ruang bagi para *tenant* untuk berjualan di area kantin. Untuk jasa sewa lapangan futsal, *Energy Futsal* menyediakan lapangan berbahan rumput sintetis dan lapangan berbahan rumput sintetis. Sementara jasa penyewaan ruang akan disediakan 7 ruang kosong (lihat Gambar 4.3 di Bab IV) yang ditujukan untuk penyewa yang ingin berjualan makanan dan peralatan olahraga. Penyewaan kios-kios dan lapangan ini akan menjadi pendapatan lain dari usaha *Energy Futsal*,

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.



Tabel 5.1

Produk yang Ditawarkan

Jasa yang Ditawarkan	Jumlah (Unit)
Penyewaan Lapangan Futsal Rumput Sintetis	2
Penyewaan kios-kios	7

Sumber: *Energy Futsal*

Harga

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:345), “harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah yang di tukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Berdasarkan definisi di atas menurut penulis harga merupakan suatu faktor yang terpenting dalam membantu keberhasilan sebuah usaha, bila sebuah usaha memiliki harga yang tidak dapat bersaing dengan kompetitornya maka usaha tersebut lama kelamaan akan tersingkir. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli/menggunakan atau tidak. Menurut Philip kotler dan Gary Armstrong ada beberapa strategi dalam menetapkan harga tapi dalam usaha ini *Energy Futsal* menggunakan tiga strategi, yaitu :

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Customer-value-based pricing*). Menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjualan, sebagai kunci penetapan harga. Perusahaan pertama menilai apa yang menjadi kebutuhan pelanggan kemudian menetapkan harga dengan membandingkan manfaat yang diberikan dan nilai tambah yang akan dimiliki oleh pelanggan ketika menggunakan produk tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Milik Saja IBIKKG (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.



2. Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost-based pricing*). Penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar sebagai imbalan bagi usaha dan resiko.

3. Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik (*Good-value pricing*) kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

Pendekatan harga yang dilakukan oleh *Energy Futsal* adalah penetapan harga berdasarkan ketiga strategi di atas, dimana perusahaan harus menetapkan biaya yang dikeluarkan dalam operasi, setelah melakukan evaluasi biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dapat melihat harga yang ada di pasar atau para pesaing, harga yang ditetapkan perusahaan sudah dapat mencakup nilai tambah dari pelayanan yang baik.

Dalam menetapkan harga sewa pada konsumen selain perusahaan menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan juga melihat konsumen agar tidak terlalu membuat perusahaan merugi karena biaya operasi lebih besar dari hasil pendapatan laba dari jasa ini. Selanjutnya *Energy Futsal* juga mempertimbangkan nilai yang diberikan pada konsumen dari jasa dan produk yang tersedia, sehingga harga yang dipilih sesuai dengan kualitas layanan dan produk yang diberikan. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka *Energy Futsal* menetapkan harga untuk penyewaan lapangan dan penjualan di kantin :

**Tabel 5.2**

**Harga Sewa Lapangan *Energy Futsal* Tahun 2017-2019**

Hari	Harga Sewa (Rupiah/Jam)
	Rumput Sintetis
Senin-Jumat (09.00-15.00)	100.000
Senin-Jumat (15.01-00.00)	120.000
Sabtu-Minggu (07.00-01.00)	140.000

Sumber: *Energy Futsal*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institusi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 5.3

**Harga Sewa Lapangan *Energy Futsal* Tahun 2020-2021**

Hari	Harga Sewa (Rupiah/Jam)
	Rumput Sintetis
Senin-Jumat (09.00-15.00)	120.000
Senin-Jumat (15.01-00.00)	140.000
Sabtu-Minggu (07.00-01.00)	180.000

Sumber: *Energy Futsal*

Tabel 5.4

**Perbandingan Harga Sewa Lapangan oleh Pesaing**

<b>Chirpy Futsal</b>	Senin - Jumat ( 08.00 - 16.00 ) <b>110.000</b>	Senin - Jumat ( 16.01 - 24.00 ) <b>150.000</b>	Sabtu - Minggu ( 08.00 - 00.00 ) <b>150.000</b>
<b>Indirama Futsal</b>	Senin - Minggu ( 08.00 - 16.00 ) <b>100.000</b>	Senin - Minggu ( 16.01 - 24.00 ) <b>135.000</b>	-
<b>Dragon Futsal</b>	Senin - Minggu ( 08.00 - 17.00 ) <b>100.000</b>	Senin - Minggu ( 17.01 - 01.00 ) <b>150.000</b>	-
<b>Energy Futsal</b>	Senin - Jumat ( 09.00 - 15.00 ) <b>100.000</b>	Senin - Jumat ( 15.01 - 24.00 ) <b>120.000</b>	Sabtu - Minggu ( 07.00 - 01.00 ) <b>140.000</b>

Sumber: Chirpy Futsal, Indirama Futsal, Dragon Futsal, dan *Energy Futsal*

Tabel 5.4 menunjukkan perbandingan harga antara *Energy Futsal* dan para pesaingnya. Harga sewa yang digunakan oleh *Energy Futsal* merupakan harga sewa dari lapangan berbahan rumput sintetis. Hal ini dikarenakan para pesaing tersebut hanya menawarkan lapangan berbahan rumput sintetis. Harga sewa yang ditawarkan oleh *Energy Futsal* tidak jauh berbeda dari para pesaingnya. Harga sewa *Energy Futsal* lebih rendah dari semua pesaingnya.

Hal ini memberikan keleluasaan tersendiri bagi *Energy Futsal* dalam menetapkan harga agar dapat bersaing dengan pesaing disekitar *Energy Futsal*. Dengan menetapkan harga yang lebih rendah dari pesaing, sehingga hal ini diharapkan menjadi keuntungan untuk wilayah tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sedangkan untuk pendapatan sekunder dari penyewaan ruang untuk para *tenant* adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.5**

**Harga Sewa Ruang untuk Para *Tenant***

**Makanan**

Tahun	Jumlah Bulan	Harga Sewa ( Rp/Bulan )	Jumlah Unit
2017	10	1500000	4
2018	12	1800000	4
2019	12	2100000	4
2020	12	2400000	4
2021	12	2700000	4

Sumber: *Energy Futsal*

**Minuman**

Tahun	Jumlah Bulan	Harga Sewa (Rp/Bulan)	Jumlah Unit
2017	10	1500000	2
2018	12	1800000	2
2019	12	2100000	2
2020	12	2400000	2
2021	12	2700000	2

Sumber: *Energy Futsal*

**Baju bola dan peralatan sport**

Tahun	Jumlah Bulan	Harga Sewa ( Rp/Bulan )	Jumlah Unit
2017	10	1500000	1
2018	12	1800000	1
2019	12	2100000	1
2020	12	2400000	1
2021	12	2700000	1

Sumber: *Energy Futsal*

Tabel 5.5 menunjukkan harga sewa bagi para *tenant* lebih mahal mengingat adanya fasilitas air yang diberikan secara cuma-cuma. Oleh karena itu, selisih harga sewa tersebut akan dialokasikan untuk biaya air selama sebulan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
 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.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



## D. Distribusi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:40), saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu membuat sebuah produk atau jasa siap untuk di gunakan atau konsumsi oleh pengguna konsumen atau bisnis.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:43) ada dua, macam tingkat saluran distribusi, yaitu :

1. Saluran pemasaran langsung adalah saluran yang tidak menggunakan perantara
2. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu atau lebih perantara.

Distribusi yang di lakukan *Energy Futsal* menggunakan jalur distribusi langsung karena jasa penyewaaan lapangan futsal dan kios yang menggunakan jalur distribusi langsung tidak menggunakan perantara.

## E. Promosi

Promosi yang di lakukan *Energy Futsal* agar dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk/jasa tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:117) ada lima alat utama promosi yaitu:

1. Periklanan : semua terbentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa dengan sponsor tertentu.
2. Promosi penjualan : insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk dan jasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBI KKG (Asosiasi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Hubungan masyarakat : membangun hubungan baik dengan semua kalangan untuk membangun publisitas, membangun citra yang baik, dan menghadapi rumor atau berita yang tidak baik.
4. Penjualan personal : presentasi pribadi seorang pemasar untuk tujuan menghasilkan penjualan dan menghasilkan hubungan dengan pelanggan
5. Hubungan langsung dengan konsumen individu atau kelompok yang di targetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan secara langsung.

Berikut ini promosi yang akan di lakukan oleh *Energy Futsal* :

#### 1. Spanduk dan Banner

Memasang spanduk dan banner di depan tempat usaha agar orang-orang lewat dapat melihat kalau ada tempat futsal ini. Biaya pembuatan banner seharga Rp 650.000,- ukuran 4 meter lebarnya dan 5 meter tingginya sebanyak 5 buah.

#### 2. Internet/ Media sosial

*Energy Futsal* akan mengiklankan jasa penyewaan lapangan futsal dengan internet dari blog atau iklan di website, serta lewat media sosial seperti *FaceBook, Twitter, Path, Line, Instagram*, dll. Promosi lewat internet/media sosial terbilang murah dan dapat menjangkau lebih luas.

#### 3. Brosur

*Energy Futsal* akan membuat brosur dan membagikan kepada target pasar seperti, lembaga pendidikan, perkantoran, dan perumahan sekitar Cibubur. Brosur yang akan di cetak sebanyak 1000 lembar dengan ukuran A5 yang berisikan tentang informasi waktu operasi, lokasi, harga penyewaan, dan identitas *Energy Futsal* dan akan di sebarkan lima hari sebelum pembukaan dan sampai dua bulan pasca pembukaan, di sebarkan di daerah Cibubur.



#### 4. Kompetisi futsal lokal

*Energy Futsal* akan mengadakan kompetisi futsal lokal guna mengangkat citra perusahaan di mata konsumen.

#### 5. Diskon

*Energy Futsal* akan memberikan diskon pada saat pembukaan sebesar 25% dari biaya sewa seluruhnya dan selanjutnya akan memberikan diskon 15% untuk para konsumen yang mempunyai kartu anggota dengan minimal penyewaan lapangan lebih dari 7 jam, diskon 10% untuk para konsumen yang menyewa lebih dari 3 jam, diskon 5% untuk penyewaan lebih dari 1 jam.

6. Memasarkan ke sekolah-sekolah disekitar cibubur dan assosiasi sepak bola yang ada.

7. Ikut partisipasi ke dalam komunitas atau *network* futsal yang ada.

8. Menggunakan Jasa iklan di majalah/ tabloid olahraga, karena ada beberapa orang yang mencari tempat untuk berolahraga lewat majalah-majalah olahraga.

### F. Partisipan (*People*)

Konsep dasar manajemen adalah 6M, yaitu *Man, Money, Materials, Machines, Market dan Method*. Manusia merupakan unsur mutlak dan yang terpenting di dalam manajemen. Sebagai sumber tenaga kerja utama, manajemen tidak akan berjalan tanpanya. Dalam manajemen, manusia dibedakan menjadi dua golongan yaitu yang dipimpin dan yang memimpin.

Hubungan antara manusia yang dipimpin dan yang memimpin akan dijalani secara kekeluargaan. Dalam *Energy Futsal*, manusia yang dipimpin adalah karyawan kasir atau operasional dan karyawan jaga lapangan dan kebersihan. *Energy Futsal* akan



mempekerjakan 8 orang karyawan yang terdiri dari 2 karyawan bagian kasir dan 6 karyawan bagian jaga lapangan dan kebersihan.

### G. Proses

Proses bisnis yang dilakukan oleh *Energy Futsal* sangatlah sederhana dan memberlakukan sistem kepercayaan. Berikut poin-poinnya:

1. Calon pengguna jasa sewa lapangan futsal melakukan pemesanan lapangan.

Waktu untuk melakukan pemesanan tidak dibatasi tetapi akan memerhatikan aspek ketersediaan lapangan. Pengguna jasa wajib meninggalkan nama dan nomor telepon yang bisa dihubungi serta *down payment* sebesar 30% dari harga sewa. *down payment* dapat di bayarkan dengan *transfer* melalui bank dan dapat mengikrimkan bukti ke *email* yang sudah tersedia.

2. Pengguna jasa datang dan mengonfirmasi pesanannya kepada karyawan operasional yang sedang bertugas dikantor.

3. Karyawan menunjukkan lapangan yang akan digunakan, dan pengguna sudah diizinkan untuk menggunakan lapangan tersebut sesuai pesanannya.

4. Setelah waktu habis, karyawan akan menginformasikan kepada pengguna jasa yang ada dilapangan. Kemudian pengguna jasa melakukan pelunasan.

### H. Physical Evidence

Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.



*Energy Futsal* sangat berkomitmen untuk memenuhi kepuasan pengguna jasa.

Oleh karena itu, selama proses bisnis terjadi, *Energy Futsal* akan memberikan kenyamanan dengan berbagai aspek yang menjadi nilai tambah. Adapun bukti fisik yang dapat dilihat dan dirasakan adalah sebagai berikut:

### 1. Sirkulasi Udara

Sering sekali pelanggan yang menyewa lapangan pada siang hari merasa kepanasan, sehingga mereka tidak puas saat bermain akibat terlalu cepat kelelahan. Oleh karena itu *Energy Futsal* memasang beberapa peralatan untuk dapat memperlancar sirkulasi udara di lapangan seperti *exhaust* dan *turbin ventilator* serta kipas angin dan *standing AC*.

### 2. *Shower, Toilet, dan Locker*

Dengan adanya fasilitas ini, diharapkan pengguna jasa dapat kembali beraktivitas seperti biasa setelah berolahraga, sehingga pengguna jasa tidak perlu pusing mengenai waktu mereka berolahraga, apakah sebelum jam kuliah, sebelum jam ketemu pacar karena mereka dapat membersihkan diri setelah berolahraga dengan fasilitas *shower, toilet, serta locker* yang dapat digunakan untuk menyimpan dan menjaga barang tetap aman.

### 3. Kantin dan TV untuk "NoBar"

Fasilitas kantin dibuat agar pengunjung nyaman saat menunggu jam sewanya tiba. Kemudian setelah berolahraga, pengunjung juga dapat memulihkan energi yang ada dengan makan di kantin. Kantin juga akan dilengkapi dengan fasilitas *standing AC* dan TV untuk "nobar" yang akan membuat pengunjung semakin nyaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Asosiasi) Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie 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. Ramalan Pendapatan

Penulis akan memperkirakan tingkat pendapatan yang akan dicapai selama bisnis dijalankan. Tentunya perlu dilihat apakah pendapatan tersebut dapat memberikan keuntungan. Dalam 5 tahun ke depan, pendapatan akan terus meningkat mengingat akan diadakannya pergelaran akbar sepakbola, yaitu Piala Dunia 2018, Piala Eropa 2020, dan keinginan Asosiasi Futsal Indonesia untuk memajukan industri futsal di Indonesia yang diharapkan dapat membangkitkan animo masyarakat terhadap sepakbola, futsal, dan olahraga sejenis.

**Tabel 5.6**

**Ramalan Pendapatan atas Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (dalam Rupiah)**

Tahun	Hari	Jam Kerja	Estimasi/Hari	Estimasi/Minggu	Estimasi / Tahun	2 Lapangan
2017	Senin - Jumat	09:00 - 15:00	2	10	430	860
	Senin - Jumat	15:00 - 00:00	4	20	860	1720
	Sabtu - Minggu	07:00-01:00	10	20	860	1720

## J. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran membantu perusahaan dalam melihat kenyataan yang ada di lapangan lalu membandingkan dengan kondisi yang diharapkan perusahaan, setelah itu mengambil tindakan korektif apa yang diperlukan untuk mengembalikan ke rencana semula dan juga mengambil langkah-langkah tambahan untuk menyesuaikan situasi sebenarnya yang terjadi. Dengan demikian diharapkan tindakan korektif maupun tindakan penyesuaian yang diambil dapat diambil dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Adapun pengendalian pemasaran yang dilakukan adalah:

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.

© Hak Milik BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## 1. Feedback

**E**nergy Futsal sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan/ Oleh karena itu, kami akan menyediakan kotak kritik dan saran sebagai media untuk kritik dan saran. *Feedback* juga dapat disalurkan melalui *e-mail*, sms, dan sosial media yang dimiliki oleh *Energy Futsal*. *Energy Futsal* peduli akan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, *Energy Futsal* berharap para pengunjung juga memberikan *feedback*, sehingga kinerja-kinerjanya dapat terus diperbaiki menjadi lebih baik demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Melakukan evaluasi berkala

Evaluasi kinerja diawali dengan mengolah *feedback* mengidentifikasi apa yang masih harus diperbaiki dan apa yang bisa diperbaiki. Atau ada kinerja yang menurun, lalu membahas soursinya bersama. Hal ini dilakukan setiap minggu. Didukung dengan perbaikan kualitas manajemen pengawasan terhadap karyawan dan manajemen keuangan yang lebih baik. Tujuannya adalah tetap menjaga standar kualitas pelayanan tetap tinggi.

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.