



BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. *Segmentation*

Segmentasi pasar menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) meliputi usaha membagi-bagi pasar menjadi segmen pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda, yang mungkin membutuhkan strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang berbeda-beda juga. Secara umum, segmentasi pasar dapat dilakukan dengan membagi pasar menurut empat variabel:

a. Segmentasi secara geografi

Segmentasi ini, membagi pasar ke dalam daerah geografis yang berbeda seperti regional, negara, provinsi, kota, dan kabupaten. Sebuah perusahaan mungkin memutuskan untuk beroperasi pada satu atau beberapa atau pada semua area, tetapi harus memperhatikan adanya perbedaan kebutuhan dan keinginan pada masing-masing wilayah geografi.

Lunar Futsal akan memilih lokasi Pangeran Jayakarta, Jakarta Utara sebagai tempat lokasi usahanya. Lokasi ini dipilih karena berdekatan dengan ruko – ruko yang memiliki banyak karyawan dan juga sekitar pemukiman penduduk setempat sehingga mampu menarik banyak konsumen.

b. Segmentasi secara demografi

Segmentasi ini membagi pasar ke dalam segmen berdasarkan variabel seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan,

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.



pekerjaan atau profesi, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan. Faktor demografi merupakan salah satu cara segmentasi yang paling populer.

Target pasar yang akan dipilih oleh Lunar Futsal adalah konsumen laki-laki dan perempuan yang berumur minimal 15 tahun, dengan tingkat pendidikan SMA dan mahasiswa, karyawan, wirausaha, dan menasar kelas menengah ke atas karena Lunar Futsal mengharapkan memiliki konsumen yang mampu untuk membayar biaya sewa lapangan.

c. Segmentasi secara psikografi

Segmentasi ini membagi pembeli menjadi segmen yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik personal atau seseorang. Orang-orang yang berada dalam demografi yang sama dapat memiliki karakteristik psikografi yang sangat berbeda.

Lunar Futsal memilih segmen pasar orang-orang dengan kelas menengah ke atas karena kelas sosial ini biasanya yang mengikuti tren gaya hidup sehat dan tren olahraga sepakbola.

d. Segmentasi secara perilaku

Segmentasi ini membagi pembeli ke dalam segmen berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon pada sebuah produk. Banyak pemasar yang percaya bahwa variabel perilaku merupakan cara terbaik dalam memulai membangun segmen pasar.

Lunar Futsal menargetkan orang yang menyukai olahraga sepakbola dan memandang olahraga ini sebagai cara atau jalan untuk menyalurkan hobi serta

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



menjaga kesehatan. Secara penggunaan, Lunar Futsal menasar konsumen yang ingin melakukan olahraga sepakbola secara teratur (menjadi anggota).

C

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

2) Targeting

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 214) *targeting* terdiri dari mengevaluasi daya tarik setiap segmen pasar yang ada, kemudian memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Strategi *targeting*, dapat dibagi ke dalam beberapa tingkatan yaitu:

a. *Undifferentiated Marketing*

Pada strategi ini, sebuah perusahaan memutuskan untuk tidak memperdulikan perbedaan pada berbagai segmen pasar yang ada dan menargetkan seluruh pasar sebagai pasar sasarannya dengan sebuah penawaran yang sama.

b. *Differentiated marketing*

Pada strategi ini, sebuah perusahaan memutuskan untuk menargetkan beberapa segmen pasar sebagai pasar sasarannya dan mendesain penawaran yang berbeda-beda untuk setiap segmen pasar yang berbeda.

c. *Concentrated marketing*

Pada strategi ini, sebuah perusahaan memilih untuk menargetkan sebuah atau beberapa segmen yang kecil (*niches*) sebagai pasar sasarannya dibandingkan menargetkan segmen yang besar. Filosofi di balik strategi ini adalah lebih baik menasar segmen yang kecil dan menguasai bagian (*share*) yang besar dari segmen itu, daripada menargetkan segmen yang besar, tetapi hanya menguasai sebagian kecil segmen tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



d. *Micromarketing*

3 Pada strategi ini, perusahaan mendesain produk dan program pemasaran mereka agar sesuai dengan keinginan seorang konsumen dan lokasi. Strategi ini lebih spesifik daripada strategi pemasaran *differentiated* dan *concentrated* yang hanya mendesain penawaran dan program pemasaran untuk beberapa segmen pasar.

Target segmen Lunar Futsal adalah segmen yang berada di wilayah Jalan Pangeran Jayakarta, Mangga Besar, dan Mangga Dua, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berumur minimal 15 tahun, murid SMA dan mahasiswa, orang yang memiliki profesi sebagai karyawan atau wirausaha, berada pada kelas ekonomi menengah ke atas, mengikuti tren gaya hidup sehat dan olahraga sepakbola, serta memandang olahraga ini sebagai cara untuk menyalurkan hobi dan menjaga kesehatan.

3 *Positioning*

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) *positioning* terdiri atas usaha mengatur penawaran pasar agar menempati posisi yang jelas, khusus atau istimewa, dan lebih diinginkan dibanding produk kompetitor. Lunar Futsal memposisikan usahanya sebagai usaha penyedia jasa lapangan futsal yang lengkap, bersih, murah, dan nyaman di Jakarta dengan tersedianya 2 unit lapangan futsal berumput sintetis, kamar ganti untuk pria dan wanita, ruang tunggu, dan kantin yang menjual makanan ringan dan minuman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



B. Strategi Penetapan harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap sebuah produk atau jasa. Dalam kaitannya dengan bisnis penulis, maka harga dapat dikatakan sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh para anggota Lunar Futsal agar dapat menggunakan fasilitas yang ada. Selanjutnya, menurut Kotler dan Armstrong (2012:315), secara umum ada tiga strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga:

1. *Customer value-based pricing*

Strategi ini menggunakan persepsi pembeli akan nilai, bukannya biaya penjual sebagai kunci dari penetapan harga. Strategi ini dibagi menjadi dua:

a. *Good-value pricing*

Menawarkan kombinasi kualitas dan pelayanan yang baik pada harga yang wajar.

b. *Value-added pricing*

Pada strategi ini, daripada memotong harga agar sama dengan kompetitor, perusahaan memilih untuk menggunakan pendekatan penambahan nilai pada fitur dan pelayanan untuk membuat diferensiasi pada penawaran mereka yang kemudian akan menaikkan harga dari penawaran tersebut.

2. *Cost-based pricing*

Strategi ini meliputi penetapan harga berdasarkan biaya untuk memproduksi, distribusi, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian untuk upaya dan resiko. Penetapan harga berdasarkan biaya, dapat dibagi lagi menjadi dua:



a. *Cost-plus pricing*

Menaikkan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke dalam biaya sebuah produk.

b. *Break-even analysis* dan *target profit pricing*

Perusahaan berusaha untuk menentukan harga di mana akan mencapai titik impas atau membuat target pengembalian yang dicari.

3. *Competition-based pricing*

Pada strategi ini, penetapan harga didasarkan pada strategi, biaya, harga, dan penawaran dari pesaing.

Lunar Futsal, menggunakan gabungan dari *customer value-based pricing* dan *cost-based pricing* sebagai penetapan harga dan biaya keanggotaan. Penulis menggunakan strategi tersebut karena:

1. *Customer value-based pricing*

- *Good-value pricing*

- i. Lunar Futsal menawarkan keanggotaan (*membership*) untuk konsumen agar selalu bermain futsal di lapangan yang disediakan dengan fasilitas yang lengkap.

2. *Cost-based pricing*

- *Break-even analysis* dan *target profit pricing*

- i. Penulis menggunakan *break even analysis* untuk menargetkan jumlah anggota dan pendapatan yang harus diperoleh untuk mencapai titik impas.

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.



Analisis ini penting bagi penulis untuk dapat menetapkan harga yang tepat agar pencapaian titik impas dapat sesuai dengan perencanaan. Analisis *break-even* juga penting untuk memataui kinerja bisnis dan penetapan strategi.

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

Berikut adalah daftar biaya sewa lapangan Lunar Futsal

- | | |
|---|---------------------|
| 1. Biaya pendaftaran <i>membership</i> | : Rp 20.000 / kartu |
| 2. Biaya sewa lapangan Senin - Minggu (09.00 – 14.00) | : Rp 200.000 / jam |
| 3. Biaya sewa lapangan Senin - Minggu (14.00 – 23.00) | : Rp 230.000 / jam |

C. Distribusi (*Distribution*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:367), perusahaan mendesain saluran distribusi untuk membuat produk dan jasa mereka tersedia bagi konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Setiap lapisan atau tingkatan dari perantara pemasaran yang berusaha untuk membuat produk dan kepemilikannya lebih dekat dengan pembeli akhir disebut *channel level*. Jenis saluran distribusi dapat dibagi menjadi dua, yaitu *customer marketing channels* dan *business marketing channels*. Lunar Futsal sendiri menggunakan *customer marketing channels* dengan tipe *direct marketing channels* (tidak menggunakan perantara) karena konsumennya berupa pengguna jasa tempat futsal yang akan langsung datang ke tempat futsal untuk menggunakan jasa yang disediakan.

Oleh karena konsumen Lunar Futsal harus langsung datang untuk menggunakan jasa penyedia lapangan futsal yang ditawarkan, maka tempat futsal ini harus memilih lokasi (*place*) yang strategis untuk menjadi tempat berdirinya. Lunar Futsal akan memilih



Jalan Pangeran Jayakarta sebagai tempat berdirinya karena jalan tersebut merupakan salah satu jalan utama yang dilewati banyak orang setiap harinya sehingga mudah untuk ditemukan. Di samping itu, belum ada tempat futsal yang berdiri pada daerah tersebut padahal Jalan Pangeran Jayakarta dekat dengan banyak segmen yang dapat menjadi pasar sebuah tempat lapangan futsal.

D. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:432) bauran promosi atau bauran komunikasi pemasaran terdiri atas campuran spesifik dari alat-alat *advertising*, *public relations*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *direct marketing* yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Secara umum, alat-alat promosi dibagi menjadi lima, yaitu:

1. *Advertising* : segala bentuk pembayaran untuk presentasi non-personal dan promosi atas ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang dapat diidentifikasi.
2. *Sales promotion* : insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan atas sebuah produk atau jasa.
3. *Personal selling* : presentasi personal oleh armada penjualan perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
4. *Public relations* : membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan.
5. *Direct marketing* : koneksi langsung kepada konsumen individu yang telah ditargetkan dengan teliti untuk memperoleh respon yang langsung dan mengolah hubungan pelanggan yang berkelanjutan.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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 IBKKG.

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



Sebagai sebuah perusahaan, Lunar Futsal akan melakukan berbagai promosi dengan menggunakan alat-alat promosi yang ada. Alat-alat yang akan dipakai adalah :

1. *Advertising*

Dalam persiapan sebelum pembukaan, Lunar Futsal akan membuat dan membagikan spanduk dan brosur ke pasar-pasar potensial seperti pemukiman penduduk dan perkantoran / ruko - ruko. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan Lunar Futsal dan memberitahukan promosi-promosi *launching* kepada calon konsumen. Promosi-promosi yang ditawarkan akan dijelaskan pada *sales promotion*.

2. *Sales Promotion*

- a. Lunar Futsal akan memberikan gratis pendaftaran biaya *membership* selama 3 bulan pertama awal pembukaan bisnis.
- b. Lunar Futsal akan mengadakan turnamen pertandingan futsal berhadiah uang tunai untuk menarik minat para konsumen untuk bermain di Lunar Futsal.
- c. Lunar Futsal akan memberikan gratis minuman berupa air mineral sebanyak 10 botol ukuran 660ml untuk penyewa lapangan minimum 2 jam sewa selama 1 tahun pertama.

3. *Public Relation*

Lunar Futsal akan membuat akun pada media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggannya. Akun pada sosial media akan meng-*update* informasi-informasi terbaru seputar Lunar Futsal seperti promo terbaru, jam operasional ketika hari libur nasional, *event* turnamen, dan lain-lain. Para karyawan Lunar Futsal juga



wajib untuk ikut mempromosikan tempat futsal ini melalui media sosial pribadi mereka.



E. Orang (*People*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Orang (*People*), terutama dalam perusahaan jasa merupakan salah satu faktor yang memegang peranan paling penting. Hal ini dikarenakan karyawan tidak hanya menjalankan kegiatan operasional tetapi juga proses bisnis perusahaan jasa membuat konsumen atau dalam bisnis tempat futsal disebut anggota berhubungan langsung dengan para karyawan. Dengan adanya hubungan langsung ini, maka para karyawan harus dapat memenuhi standar pelayanan yang diinginkan oleh konsumen.

Seperti yang kita ketahui, dalam perusahaan jasa, semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai tenaga penjual, maka pemasaran juga menjadi pekerjaan semua personel organisasi jasa. Oleh sebab itu, perilaku orang-orang yang ikut andil dalam pembuatan jasa tersebut atau bahkan dalam pemasaran secara langsung sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan *image* perusahaan yang bersangkutan.

Para karyawan Lunar Futsal harus memiliki etos kerja yang baik, dan juga memberikan pelayanan yang baik pula kepada setiap anggota. Sangat penting bagi semua karyawan untuk berorientasi kepada konsumen. Untuk itu, Lunar Futsal akan merekrut orang-orang yang memiliki etos kerja dan kualifikasi yang sesuai sebagai karyawannya. Hal ini dapat dicapai melalui proses seleksi yang baik yang akan dilakukan oleh Lunar Futsal. Tempat penyedia lapangan futsal ini juga akan mengevaluasi kinerja karyawan

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.



dan mempertahankan karyawan yang memiliki keterampilan, sikap, dan komitmen yang baik serta mampu membangun hubungan baik dengan anggota.

F. Proses (*Process*)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan, dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas tertentu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Proses pelayanan jasa yang diberikan oleh Lunar Futsal merupakan proses yang sederhana, cepat, dan dapat diandalkan sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dari konsumen. Awalnya, para calon konsumen yang datang ke Lunar Futsal akan mengunjungi meja administrasi dan keuangan untuk menanyakan biaya sewa lapangan atau melihat – lihat sendiri fasilitas yang disediakan. Setelah itu konsumen yang hendak bermain akan memesan lapangan untuk bermain. Selain itu, admin akan menawarkan keanggotaan (*membership*) yang ditawarkan oleh Lunar Futsal. Kemudian konsumen berhak untuk mendaftar menjadi *member* atau tidak. Apabila ada konsumen yang ingin menjadi *member*, maka admin akan melayani dengan memberikan *form* untuk diisi dan menerima uang pendaftaran *member* (setelah melewati masa promo 3 bulan). Kemudian konsumen menikmati fasilitas yang disediakan oleh Lunar Futsal dan membayar biaya sewa setelah selesai bermain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 IBKKG.

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



G. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Lingkungan fisik mencerminkan keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Lingkungan fisik juga mencakup situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakan dan *layout* yang nampak. Hal ini selain berhubungan dengan kenyamanan yang ingin diberikan kepada konsumen juga berhubungan dengan citra yang ingin dibentuk oleh perusahaan itu sendiri.

Berkaitan dengan aspek ini, Lunar Futsal berlokasi di jalan Pangeran Jayakarta, Jakarta yang merupakan salah satu jalan utama yang dilalui oleh banyak orang setiap harinya sehingga mudah untuk diakses. Bagian dalam dinding gedung akan bertema warna putih dengan sedikit *list* berwarna biru sebagai tema utama Lunar Futsal yang memiliki tema bulan. Fasilitas yang disediakan juga ditata sedemikian rupa sehingga terlihat rapi dan enak dipandang serta tidak mengganggu antar fasilitas yang satu dengan yang lainnya.

Penerangan yang diberikan oleh Lunar Futsal didominasi oleh ventilasi yang besar yang ada di sisi – sisi ruangan pada pagi dan siang hari ketika mendapat sinar matahari, dan pencahayaan tambahan yang dihasilkan dari lampu – lampu yang telah disediakan ketika hari menjelang sore sampai pada malam hari. Pengharum ruangan juga disediakan oleh Lunar Futsal pada beberapa sisi ruangan untuk menjaga aroma ruangan agar tidak berbau yang tidak sedap yang menyebabkan konsumen kurang nyaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



H. Gambaran Pasar

Industri olahraga sepakbola mencakup banyak industri yang lebih kecil di dalamnya seperti industri pakaian, industri peralatan sepakbola, industri minuman berenergi, industri olahraga, dan perlengkapan sepakbola. Lunar Futsal sendiri merupakan bisnis yang bermain dalam industri olahraga. Industri olahraga sepakbola sendiri dapat dibagi menjadi beberapa macam:

1. Lapangan Sepakbola

Pada ukuran industri ini, permainan sepakbola dimainkan pada ukuran lapangan yang besar dan berjumlah 11 orang pemain pada setiap tim. Olahraga ini dimainkan oleh 2 tim yang berarti memiliki jumlah setidaknya 22 orang dalam satu lapangan (belum terhitung pemain cadangan).

2. Lapangan Futsal

Jenis olahraga yang dimainkan sama seperti yang dijelaskan sebelumnya, namun pada kategori ini memiliki ukuran lapangan yang lebih kecil. Jumlah pemain dalam 1 tim sebanyak 5 orang (belum termasuk cadangan). Jika dalam satu permainan terdiri dari 2 tim, maka bisa dikatakan terdapat kurang lebih 10 orang (tidak termasuk cadangan) dalam satu lapangan.

Lunar Futsal termasuk dalam kategori olahraga sepakbola lapangan futsal yang memiliki skala lebih kecil dari ukuran lapangan sepakbola. Usaha ini memiliki fasilitas yang lebih lengkap daripada lapangan sepakbola yang besar pada umumnya. Biasanya lapangan sepakbola yang besar hanya menyediakan 1 unit lapangan dan bangku penonton sisi – sisi lapangannya. Namun, lapangan futsal umumnya menyediakan minimal 2 unit



lapangan sebagai sarana bermain, kamar ganti untuk pria dan wanita, dan kantin kecil yang menjual makanan kecil dan minuman, serta ruang tunggu yang berdekatan dengan meja administrasi dan keuangan.

I. Peluang Strategis

Industri olahraga khususnya olahraga sepakbola berhubungan erat dengan kondisi ekonomi masyarakat. Semakin baik kondisi ekonomi masyarakat, maka akan semakin banyak orang yang peduli dengan isu-isu kesehatan. Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia saat ini terus menunjukkan tren yang baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pendapatan per kapita Indonesia.

Sepanjang tahun 2014, pendapatan per kapita masyarakat Indonesia mengalami peningkatan menjadi Rp 41,81 juta . Mengutip data Badan Pusat Statistik (BPS), Kamis, 5 Februari 2015, pendapatan per kapita tahun lalu mengalami kenaikan sekitar Rp 3,53 juta atau sebesar Rp 38,28 juta per tahun. Dalam tiga tahun terakhir, kantong masyarakat Indonesia memang semakin tebal. PDB setiap satu orang penduduk Indonesia pada 2012 tercatat baru berada di level Rp 35,11 juta. (sumber: <http://www.dream.co.id/dinar/pendapatan-penduduk-indonesia-rp-41-jutatahun-150205t.html>, diakses pada 15 Desember 2015)

J. Karakteristik Pasar

Secara umum, pasar produk atau jasa dapat dibagi menjadi dua yaitu pasar umum dan pasar ceruk. Lunar Futsal sendiri menargetkan segmen yang sama dengan target segmen tempat futsal pada umumnya. Pada dasarnya, pasar dari bisnis tempat futsal



adalah pasar umum dan tidak ada perbedaan yang terlalu berarti. Hal ini dikarenakan olahraga sepakbola merupakan olahraga permainan atau hobi sehingga pasar dari industri tempat futsal adalah orang-orang yang menyukai olahraga ini.

K Ramalan Pendapatan

Ramalan Pendapatan menjelaskan perkiraan pendapatan yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu. Berikut adalah ramalan pendapatan Lunar Futsal pada tahun pertama dan ramalan pendapatan Lunar Futsal tahun 2019-2023 yang akan ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.1

Ramalan Pendapatan Lunar Futsal Tahun 2019 – 2023 (dalam Rupiah)

Tahun	Total
2019	484.680.000
2020	537.080.000
2021	622.520.000
2022	601.640.000
2023	663.520.000

Sumber : Lampiran 1, Lampiran 2, Lampiran 3, Lampiran 4, Lampiran 5

*asumsi kenaikan harga sebesar Rp. 30.000 dimulai pada tahun ke-3

L. Pengendalian Pemasaran

Di lingkungan usaha yang semakin cepat perubahannya, maka persaingan menjadi semakin ketat dan munculnya peristiwa-peristiwa yang tidak terprediksi juga terus

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



bertambah. Strategi yang sudah direncanakan terkadang menjadi tidak relevan dan tidak dapat diimplementasikan. Oleh karena itu, sebuah bentuk pengamanan untuk menjaga agar kegiatan usaha khususnya bidang pemasaran tetap berada pada panduan yang telah direncanakan sebelumnya maka pengendalian pemasaran menjadi hal yang perlu untuk dilakukan.

Pengendalian pemasaran membantu perusahaan melihat kenyataan yang ada di lapangan lalu dibandingkan dengan kondisi yang diharapkan perusahaan, setelah itu mengambil tindakan korektif yang diperlukan untuk menyesuaikan rencana dengan situasi yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, diharapkan bahwa perusahaan tidak salah mengambil langkah dan tidak tertinggal oleh para pesaing. Pengendalian pemasaran ini akan dilakukan dengan:

1. *Feedback*

Lunar Futsal sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan. Oleh karena itu, penulis 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 Lunar Futsal. Lunar Futsal peduli akan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis berharap para pengunjung juga memberikan *feedback*, sehingga kinerja-kinerjanya dapat terus diperbaiki menjadi lebih baik demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

2. Melakukan evaluasi secara berkala

Evaluasi kinerja diawali dengan mengolah *feedback* untuk mengidentifikasi apa yang masih harus diperbaiki dan apa yang bisa diperbaiki, atau ada kinerja yang menurun, lalu membahas solusinya bersama. Hal ini dilakukan setiap

minggu dan didukung dengan perbaikan kualitas manajemen pengawasan terhadap karyawan dan manajemen keuangan yang lebih baik. Tujuannya adalah tetap menjaga standar kualitas pelayanan tetap tinggi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.