



Bab II

Analisis Industri

Analisis industry harus dilakukan para wirausaha yang ingin memulai usaha, sehingga usaha yang direncanakan dapat lebih focus pada tren yang sedang terjadi. Menurut Hisrich (2010:225), “Analisis industry (Industry Analisis) atau pemindaian lingkungan berfokus pada upaya identifikasi dan evaluasi trend dan kejadian yang berada di luar kendali satu perusahaan.”

Analisis Industri harus dilakukan terlebih dahulu agar dapat memprediksikan apa yang akan terjadi pada suatu bisnis agar dapat melakukan pencegahan terhadap hal-hal yang tidak diinginkan. Analisis industry memberikan banyak hasil penelitian yang sangat berguna bagi bisnis jangka panjang. Dari Analisis Industri penulis juga dapat mengetahui apakah bisnis ini dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaingnya.

Dalam dunia bisnis kebanyakan wirausahawan memiliki ancaman dari pesaing-pesaing yang ada, sehingga seorang wirausahawan haruslah menyiapkan diri untuk menghadapi persaingan dan ancaman dari pihak pesaing. Dan wirausahawan pun harus tahu siapa saja yang jadi pesaingnya dan kekuatan serta kelemahan dari pesaingnya tersebut.

Analisis Industri berguna untuk mengidentifikasi beberapa karakteristik penting dari industri sebagaimana juga untuk mencoba mengidentifikasi keunggulan bersaing perusahaan. Analisis juga berguna untuk melihat posisi perusahaan saat ini dan bagaimana kemampuan perusahaan tersebut untuk mempertahankan ataupun

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.



memperbesar pangsa pasarnya di masa yang akan datang, di tengah lingkungan persaingan yang ketat dan saling memperebutkan pangsa pasar di bidangnya.

A. Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan sangat diperlukan agar dapat mengetahui bagaimana perkembangan usaha yang dibangun kelak di kemudian hari dan sebagai saran untuk meminimalisasi resiko yang terdapat dalam suatu usaha, sebagai salah satu usaha preventif menghadapi kemungkinan terburuk dalam suatu usaha yaitu salah satunya adalah kebangkrutan. Sehingga perlu dipelajari bagaimana perilaku konsumen, daya beli, dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen.

Dengan banyaknya hal yang harus diperhatikan, maka dibutuhkan suatu pandangan yang kreatif dan inovatif untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup dari usaha yang dijalankan. Tanpa adanya suatu pandangan yang kreatif dan inovatif, perusahaan akan sulit untuk bersaing dengan competitor atau akan ditinggal oleh pelanggan karena merasa bosan dan jenuh.

Visi dari Kelapa Gading Badminton Hall adalah menjadikan lapangan badminton terbaik dari segi kualitas dan pelayanan serta kenyamanan yang maksimal.

Misi dari Kelapa Gading Badminton Hall adalah:

1. Memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik bagi para pencinta olahraga badminton dengan biaya yang terjangkau.
2. Melakukan pelatihan SDM untuk meningkatkan kemampuan personal dalam melayani pelanggan.
3. Memperkenalkan Kelapa Gading Badminton Hall ke seluruh Jakarta dan menjadi lapangan badminton yang terbaik dan unik di Jakarta.



B. Analisis Lingkungan Makro

Menurut analisis secara luas (analisis makro) dalam pendirian suatu bisnis menurut Kotler dan Keller terdapat lima aspek yang harus diperhatikan, yaitu lingkungan ekonomi, lingkungan social-budaya, lingkungan alam, lingkungan teknologi, dan lingkungan politik-hukum. Berikut penjelasan aspek-aspek tersebut:

1. Faktor Ekonomi

“Daya beli yang tersedia dalam ekonomi tergantung pada penghasilan, harga, tabungan, utang, dan ketersediaan kredit saat ini. Pemasar harus memperhatikan tren yang mempengaruhi daya beli, karena tren tersebut bisa memberikan pengaruh kuat pada bisnis” (Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran,2009:86).

2. Faktor Sosial dan Budaya

“Masyarakat membentuk kepercayaan, nilai, dan norma yang menggambarkan sebagian besar selera dan preferensi konsumen. Pandangan tentang diri sendiri, bahwa manusia adalah “pencari kesenangan” mencari kesenangan, perubahan, dan tempat pelarian” (Kotler dan Keller dalam Bob Sabran,2009:87).

Seperti yang telah diungkapkan oleh Kotler dan Keller bahwa manusia adalah pencari kesenangan, perubahan, dan pelarian sehingga ini akan menjadi sebuah peluang besar bagi bisnis olahraga dan hiburan seperti **Kelapa Gading Badminton Hall**.

3. Faktor Lingkungan Alam

“Kerusakan lingkungan alam menjadi masalah global yang utama. Ada kekhawatiran besar tentang “gas rumah kaca” di atmosfer akibat pembakaran bahan bakar fosil; tentang penipisan lapisan ozon akibat zat kimia tertentu dan pemanasan global; dan tentang semakin langkanya air”. (Kotler dan Keller dalam Bob Sabran,2009;89).

Berdasarkan usaha yang akan dibuka, tidak akan mengakibatkan kerusakan lingkungan alam yang telah menjadi masalah global utama. **Kelapa Gading**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Badminton Hall tidak menggunakan pembakaran apapun karena tidak bergerak di bidang usaha makanan.

4. Faktor Lingkungan Teknologi

Pertumbuhan sebuah bisnis akan sangat berpengaruh terhadap pemanfaatan kemajuan teknologi. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa pernyataan manfaat teknologi sebagai berikut:

1. Teknologi telah membantu untuk komunikasi yang lebih mudah, lebih cepat, dan lebih efisien.
2. Teknologi juga membawa efektivitas biaya dengan membantu untuk komputerasi proses bisnis sehingga perampingan bisnis untuk membuat mereka sangat hemat biaya.

[\(http://kuantum-mikro.com/manfaat-ti-teknologi-informasi-dalam-dunia-bisnis/\)](http://kuantum-mikro.com/manfaat-ti-teknologi-informasi-dalam-dunia-bisnis/).

Faktor teknologi tidak dapat dipungkiri lagi sebagai salah satu faktor pendorong majunya sebuah bisnis, oleh karena itu **Kelapa Gading Badminton Hall** memanfaatkan media online untuk promosi, lalu kerjasama dengan pihak bank dalam menyediakan akses *debit payment dan credit payment* agar konsumen tidak repot untuk menyediakan uang tunai.

C. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan bentuk perilaku memahami idea yang ada di lapangan lain dengan cara memetakan ide-ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang.

Analisis pesaing berusaha memahami perilaku pesaing dalam jangka panjang. Berikut ini adalah cara memperoleh informasi mengenai pesaing:

Mengunjungi ke lapangan lain untuk mengamati kelebihan dan kekurangan dari lapangan tersebut.



2. Berbicara dengan pelanggan lapangan tersebut tentang keluhan dan hal positif dari lapangan tersebut.



3. Mempelajari cara promosi dari lapangan tersebut.

Para kompetitor Kelapa Gading Badminton Hall adalah lapangan badminton yang ada di sekitar kelapa gading dan sunter, dan pesaing utamanya adalah :

Olympic Badminton :

Olympic Badminton merupakan pesaing terberat karena dari segi kualitas lapangan tersebut sudah terbukti baik dan merupakan lapangan yang dimiliki oleh Susi Susanti dan Alan Budikusuma akan tetapi lapangan tersebut sudah penuh dengan jadwal orang-orang tetap dan lapangan tersebut kurang dalam layanannya karena customer service di lapangan tersebut kurang lihai dalam melayani pelanggan dan banyak keluhan dari pelanggan akan pelayanan dari orang tersebut.

2. Gor Sunter :

GOR sunter juga merupakan pesaing berat karena lapangan ini terbilang murah sehingga menarik bagi orang-orang yang gemar bermain badminton. Akan tetapi kekurangan dari lapangan ini adalah lapangannya yang licin dan banyaknya angin yang membuat kurang nyaman bagi yang ingin bermain serius. Dan juga system booking bagi anggota tetap yang sangat dikeluhkan karena sulit untuk mendapat lapangan.

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146), hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 1.1.

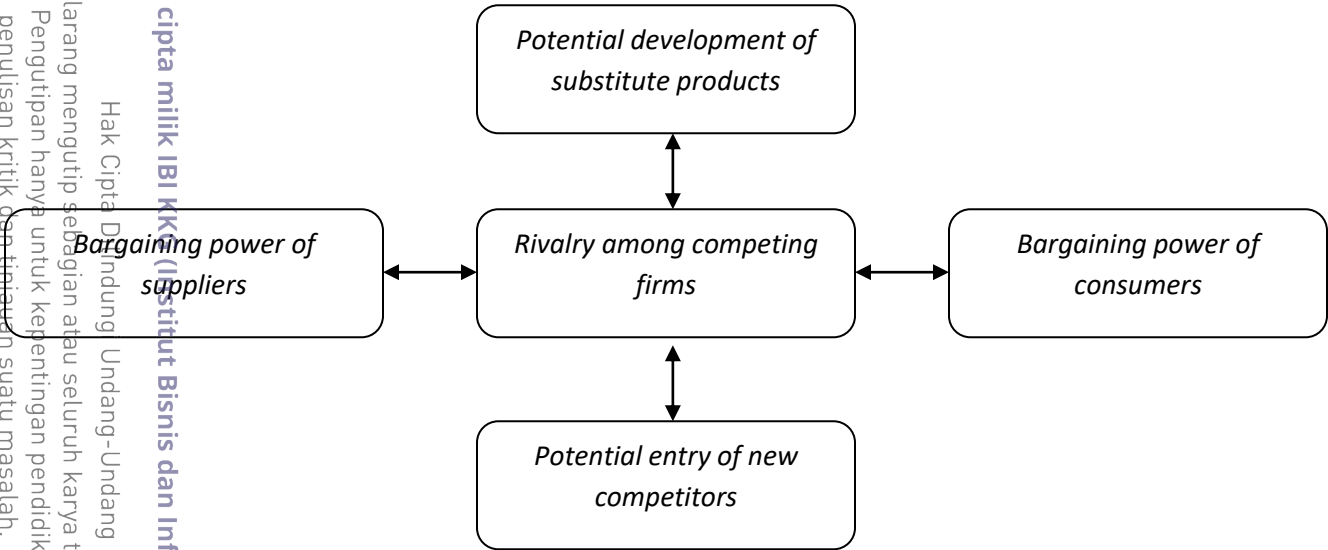
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Bagan 2.1

Porter's five forces model



Sumber : Fred.R David

(2013:106)

Ancaman Pendetang Baru

Ancaman masuknya pendatang baru dalam bisnis ini dipengaruhi oleh beberapa

factor antara lain : berkembangnya hobby olahraga badminton di kalangan masyarakat, dan manajemen dari bisnis ini yang mudah dijalankan sehingga membuat mudahnya pesaing baru. Untuk bertahan dalam industry ini, Kelapa Gading Badminton Hall akan menggunakan strategi pelayanan yang terbaik dan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik.

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

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



2. Kekuatan Tawar Pemasok

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

Kekuatan tawar pemasok berpengaruh terhadap intensitas persaingan dalam suatu industri. Pemasok maupun produsen ingin memberikan harga yang masuk akal, perbaikan kualitas, dan keuntungan. Oleh karena itu, perlu dicari solusi yang terbaik, dimana adanya simbiosis mutualisme sehingga kemitraan dapat terjalin dengan baik. Karena tidak membutuhkan banyak barang dapat diambil kesimpulan bahwa tekanan dari daya tawar pemasok rendah.

3. Daya Tawar Konsumen

Daya Tawar Konsumen juga mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu bisnis. Terutama untuk perusahaan jasa, konsumen cenderung akan menawar harga. Oleh karena itu, Kelapa Gading Badminton Hall menetapkan harga yang masuk akal dan memang sebanding dengan apa yang didapatkan untuk menghindari daya tawar konsumen yang terlalu tinggi. Sehingga tekanan dari daya tawar konsumen termasuk tinggi

4. Persaingan antar perusahaan saingan

Dalam memulai suatu usaha maka hal yang perlu dipertimbangkan juga adalah perusahaan pesaing. Semakin banyaknya pesaing semakin sulit pula untuk perusahaan menjadi market leader di suatu pasar. Untuk menghadapinya **Kelapa Gading**

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.



Badminton Hall menggunakan strategi differensiasi. Menurut Michael Porter dalam mengatasi pesaing perusahaan harus menerapkan beberapa strategi yaitu:

a. Product Introduction

Tentang pelayanan **Kelapa Gading Badminton Hall** akan memberikan penjelasan dan pengenalan akan jasa dan informasi akan jasa yang disediakan. Hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pengetahuan pelanggan.

b. Advertising Battle

Iklan sangatlah penting dalam kesuksesan sebuah usaha. Untuk itulah **Kelapa Gading Badminton Hall** akan memasang spanduk, memasang iklan di majalah langganan agar cepat diketahui oleh masyarakat sekitar Kelapa Gading maupun di luar Kelapa Gading.

c. Price Competition

Dalam hal ini **Kelapa Gading Badminton Hall** akan menyesuaikan harga sebaik mungkin dan akan membandingkan dengan harga pesaing sehingga akan membawa kelebihan dibanding dengan pesaing lain.

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.



5. Potensi pengembangan produk-produk pengganti
- Ⓒ Segmen pasar tertentu menjadi tidak menarik ketika ada produk pengganti yang membahayakan pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman yang besar bagi produk lain karena mampu menjadi alternative dari sebuah produk yang ada. Tetapi dalam hal potensi produk pengganti ini nampaknya tidak begitu memberi pengaruh yang signifikan bagi usaha saya karena usaha yang saya buat adalah usaha jasa yang terbelang tidak terpengaruh oleh produk substitusi.

Kelapa Gading Badminton Hall akan dibuka di Kelapa Gading, Jakarta

Utara. Berikut adalah pesaing-pesaing yang berada di sekitar Jakarta Utara:

1. Olympic Badminton Hall

Nama Perusahaan: Sudah dikenal oleh masyarakat Kelapa Gading dalam semua kategori umur.

Lokasi : Lokasi Olympic Badminton Hall berada di belakang Balai Samudera (di depan Mall Of Indonesia). Walau berada di belakang tapi Olympic sangat terkenal karena fasilitas nya yang sudah bertaraf International membuat Olympic menjadi saingan utama kami.

Harga : Harga yang ditawarkan untuk menyewa lapangan dibagi menjadi 2 yaitu weekend dan weekdays. Untuk weekend Olympic menawarkan seharga Rp 50.000,- dan untuk Weekdays Olympic menawarkan sebesar Rp 60.000,- dan Untuk minuman nya harganya berkisar antara Rp 4.000 – Rp 10.000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak Cipta Milik 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.



Kondisi Ruangan: Kondisi Ruangan di Olympic sangat baik dan bersih membuatnya sangat digemari oleh semua kalangan penggemar badminton di Kelapa Gading.

2. GOR SUNTER

Nama Perusahaan : Nama dari GOR satu ini sangat dikenal karena lapangan badminton ini sudah berdiri sejak lama dan yang pertama buka di kawasan Jakarta Utara.

Lokasi : Lokasi lapangan ini sangat strategis yaitu di depan hotel SunLake dan sudah dikenal oleh masyarakat sekitar dan merupakan pesaing yang harus diperhatikan.

Harga : Harga yang ditawarkan oleh GOR Sunter sangatlah murah yaitu Rp 5.000,- per jam. Hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas yang memadai dibandingkan dengan Olympic. Dan target pasar dari GOR Sunter memang untuk kalangan ke bawah.

Kondisi Ruangan : Kondisi Ruangan GOR Sunter cukup memperhatikan karena banyak atap yang sudah bolong dan jendela-jendela yang terbuka sehingga mengganggu kenikmatan bermain.

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.



Tabel 2.1
Kelapa Gading Badminton Hall
Perbandingan Pesaing

Faktor Penentu	Kelapa Gading Badminton Hall	Gor Sunter	Olympic Badminton Hall
Fasilitas	Baik	Kurang	Baik
Lokasi	Strategis	Strategis	Kurang Strategis
Harga	Terjangkau	Murah	Terjangkau
Kualitas Bahan Lapangan	Baik	Kurang	Baik
Kondisi Lapangan	Baik	Kurang	Baik
Jumlah Lapangan	Banyak	Sedikit	Banyak
Kondisi Cedung	Baik	Kurang	Baik
Promosi	Kurang	Kurang	Kurang
Pengalaman Manajemen	Kurang	Kurang	Baik
Loyalitas Konsumen	Kurang	Cukup	Baik

Sumber: Hasil pengamatan, 2015

Terlihat dari tabel di atas dapat diketahui tujuan dan strategi pesaing, **Kelapa Gading Badminton Hall** dapat menilai posisi bersaing di antara pesaing-pesaing utama menggunakan Competitive Profil Matrix yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya.

1. Dengan menggunakan Competitive Profil Matrix, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.2
Kelapa Gading Badminton Hall
TABEL ANALISIS CPM (Company Profil Matrix)

Faktor Penentu	Bobot	Kelapa Gading Hall		GOR Sunter		Olympic hall	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Fasilitas	0,2	4	0,8	2	0,4	4	0,8
Lokasi	0,1	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Harga	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Kualitas alat dan lapangan	0,2	4	0,8	1	0,2	4	0,8
Jumlah lapangan	0,1	4	0,4	1	0,1	4	0,4
Kondisi Gedung	0,1	4	0,4	1	0,1	4	0,4
Promosi	0,025	1	0,025	1	0,025	1	0,025
Pengalaman Manajemen	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15
Loyalitas konsumen	0,025	2	0,05	3	0,075	4	0,1
TOTAL	1		3,125		1,75		3,175

Sumber: Kelapa Gading Badminton Hall, 2015

Keterangan :

Bobot diperoleh melalui survey yang dilakukan oleh penulis. Dimana angka 1 (Kurang baik), angka 2 (cukup baik), 3 (baik), dan 4 (sangat baik). Total Bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah satu.

Ketatnya persaingan di Kelapa Gading, membuat ***Kelapa Gading Badminton Hall*** harus memiliki keunggulan yang menjadi pembeda antara saingan usaha yang lain. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, ada beberapa hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalann usaha ini, yaitu :

- 1. Fasilitas



Fasilitas umum seperti kamar mandi, tempat bilas wastafel ternilai penting, karena apabila fasilitas tersebut tidak baik maka akan mengganggu kenyamanan dari para customer. Di **Kelapa Gading Badminton Hall** semua fasilitas tersebut ada dan dijamin kebersihannya. Kebanyakan dari lapangan badminton yang ada kurangnya perhatian akan fasilitas umum membuat kesan buruk bagi para pelanggan dan meninggalkan berbagai keluhan negative. Maka dari itu setelah survey yang dilakukan, penulis akan lebih memperhatikan kepada fasilitas yang ada agar dapat tercipta lingkungan yang nyaman bagi para pelanggan.

2. Lokasi

Lokasi yang strategi sangat mempengaruhi dari sebuah usaha. Dan **Kelapa Gading Badminton Hall** mempunyai lokasi yang strategis berada tepat di tengah-tengah kelapa gading. Selain itu terdapat juga toko Susy sport dekat dengan lapangan, sehingga mempermudah para pelanggan apabila ada peralatan dari masing-masing pelanggan yang rusak atau butuh perbaikan yang cepat di sana juga disediakan berbagai peralatan-peralatan badminton ternama.

3. Harga

Melihat begitu banyak pesaing yang ada, harga menjadi salah satu penentu utama usaha tersebut dapat tetap bertahan dalam persaingan atau tidak. Target pasar utama **Kelapa Gading Badminton Hall** adalah semua kalangan dari anak-anak sampai lanjut usia sekalipun karena olahraga tidak terbatas oleh umur. **Kelapa Gading Badminton Hall** memberikan harga yang terjangkau dan setara dengan fasilitas dan kelebihan yang diberikan.

4. Kualitas alat

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.



Kualitas peralatan merupakan hal penting diperhatikan. Bila kualitas tersebut buruk konsumen akan kecewa dan tidak akan datang lagi, apalagi kelebihan yang ditawarkan oleh **Kelapa Gading Badminton Hall** adalah kualitas alat bertaraf international. Pemilik ingin memberikan kenyamanan dan kualitas peralatan yang baik bagi konsumennya agar konsumen merasa nyaman dan puas saat menggunakannya. Dengan kepuasan tersebut, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan memunculkan kesetiaan konsumen.

5. Jumlah Lapangan

Jumlah lapangan sangat penting, sebaiknya jumlah lapangan disesuaikan dengan property yang ada sehingga dapat menyediakan ruang bagi fasilitas lain, ditambah pemilik juga menambahkan konsep reflexiology yang mana membutuhkan tempat yang cukup besar agar nyaman bagi para konsumen.

6. Kondisi Gedung

Kondisi Gedung juga ternyata banyak diperhatikan oleh para konsumen. Kondisi Gedung yang baik dapat menciptakan lingkungan yang baik sehingga konsumen dapat nyaman bermain. Pemilik juga akan lebih memperhatikan untuk faktor kebersihan gedung, di balai samudra atap bangunan tersebut sangat kotor dan banyak debu membuat ruangan tersebut terlihat tidak nyaman.

7. Promosi

Salah satu hal penting dijalankan dalam sebuah usaha adalah promosi. Tanpa adanya hal ini, konsumen tidak akan mengetahui keberadaan usaha dan tidak tertarik mengunjunginya. Promosi yang dilakukan **Kelapa Gading Badminton Hall** adalah



dengan menggunakan sosial media, spanduk, serta promosi melalui pertandingan promo.

Dari pertandingan promo tersebut pemilik dapat memperkenalkan lapangannya dan memperlihatkan kelebihan lapangan **Kelapa Gading Badminton Hall** agar dapat menarik banyak konsumen untuk menjadi pelanggan tetap.

8. Pengalaman Manajemen

Dalam suatu usaha manajemen sangat diperlukan. Manajemen yang baik akan membuat usaha itu akan berkembang. Dalam hal ini pemilik **Kelapa Gading Badminton Hall** akan melibatkan dirinya sendiri dalam manajemen karena pemilik merupakan S1 manajemen. Dan akan melakukan training bagi para karyawannya, sehingga mereka dapat bekerja secara maksimal dan profesional.

9. Loyalitas konsumen

Loyalitas konsumen merupakan hal yang harus dibangun dengan sesegera mungkin. Untuk membangun loyalitas konsumen, pemilik akan memperhatikan kualitas dan pelayanan kepada konsumen. Loyalitas konsumen akan timbul apabila konsumen tersebut merasa puas dan nyaman dengan suatu toko atau perusahaan tertentu. Kepuasan yang diterima konsumen akan membuat konsumen kembali lagi. Untuk mendukung loyalitas pemilik akan terus meningkatkan kualitas dengan cara menerima kritik dan saran dari konsumen.

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.



Kesimpulan dari analisis CPM jika dilihat dari variabel-variabel yang telah disebutkan diatas maka ***Kelapa Gading Badminton Hall*** memiliki nilai yang besar dan mampu bersaing di industri otomotif dengan pesaing paling dekat yaitu GOR sunter dan Balai Samudra.

SWOT

Dalam memilih strategi yang diterapkan perusahaan maka perusahaan harus melakukan penilaian SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan analisis dahulu. Analisa organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Berikut adalah analisis SWOT ***Kelapa Gading Badminton Hall*** :

1. Strengths

a. Kualitas alat dan lapangan terbaik

Kualitas alat dan lapangan ***Kelapa Gading Badminton Hall*** adalah kualitas bertaraf international, hal ini dibutuhkan karena dalam bermain suatu olahraga dengan adanya peralatan yang mendukung akan menambah antusias dan semangat bermain.

b. Jumlah lapangan yang banyak

Jumlah lapangan merupakan factor penting karena apabila lebih banyak lapangan tentu akan menambah profit dan mengurangi jumlah waiting list.

c. Kondisi Gedung yang nyaman



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

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.

Kondisi gedung dibuat senyaman mungkin untuk memberikan kenyamanan penuh bagi pelanggan. Kebanyakan lapangan badminton mempunyai kondisi gedung yang buruk dan membuatnya menjadi pengap sehingga menurunkan nilai dari lapangan tersebut. Terlebih ***Kelapa Gading Badminton Hall*** mempunyai canteen yang akan menambah kenyamanan bagi yang menunggu lapangan atau menjemput.

d. Fasilitas yang terbaik

Kelapa Gading Badminton Hall menggunakan fasilitas yang terbaik dimulai dari toilet, wastafel sampai pada ventilasi yang baik membuat lapangan kami tidak pengap. Dan peralatan pijit refleksi yang baik.

e. Lokasi

Lokasi yang strategis sangat menentukan suksesnya suatu bisnis. Lokasi yang nyaman serta akses yang mudah membuat pelanggan atau customer menyukai lapangan ***Kelapa Gading Badminton Hall***.

f. Harga

Harga yang baik tentu merupakan keunggulan bagi suatu usaha. Dalam hal ini ***Kelapa Gading Badminton Hall*** menetapkan harga yang bersaing dengan fasilitas yang bertaraf internasional sehingga

customer mendapatkan kepuasan dalam bermain di **Kelapa Gading Badminton Hall**.

2. Weakness
 - a. Belum memiliki Brand Awareness

Kelapa Gading Badminton Hall belum dikenal secara luas karena masih tergolong usaha baru sehingga harus melakukan promosi yang lebih.

- b. Loyalitas customer yang masih rendah

Pada tahap pengenalan **Kelapa Gading Badminton Hall** masih belum memiliki pelanggan tetap. Hal ini terjadi karena tidak banyak konsumen yang mengenal **Kelapa Gading Badminton Hall**.

- c. Pengalaman manajemen yang kurang

Dalam hal ini pemilik masih kurang berpengalaman karena baru memulai usaha olahraga ini. Namun dari pengamatan mendapat banyak informasi tentang usaha olahraga ini.

3. Opportunities
 - a. Gaya Hidup

Gaya hidup masyarakat Jakarta pada umumnya Kelapa Gading sedang berpusat pada kegiatan olahraga. Hal ini merupakan peluang besar untuk membuka sarana olahraga. Dan lagi maraknya olahraga badminton yang dikarenakan atlet-atlet badminton Indonesia yang terus berprestasi yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.



mendorong olahraga ini menjadi pamor dan bergengsi. Serta olahraga Badminton tidak membutuhkan orang banyak hanya cukup 2 orang saja minimal sudah bisa bermain. Dan tidak membutuhkan biaya yang besar untuk bermain olahraga badminton.

b. Belum ada lapangan yang mempunyai konsep yang sama

Di daerah Kelapa Gading lapangan Badminton yang mempunyai konsep yang disertai dengan reflexology belum ditemukan sehingga hal ini menjadi sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan. Selama ini menurut pengalaman pemilik terkadang sangat lelah akibat bermain. Sehingga atas pemikiran tersebut pemilik memasukan konsep reflexology.

c. Pertumbuhan penduduk di Jakarta Utara yang sangat meningkat

Peningkatan jumlah penduduk dari tahun ke tahun menyebabkan peningkatan kebutuhan akan sarana olahraga. Hal ini sangat berpengaruh dan menjadi kesempatan bagi industry dimana perusahaan bergerak. Dengan adanya dampak yang saling berhubungan tersebut akan menimbulkan dampak positif bagi industry olahraga ini.

d. Indonesia terkenal sebagai Negara Bulutangkis

Indonesia sangat terkenal akan olahraga bulutangkisnya, karena olahraga ini merupakan satu-satunya olahraga yang sukses dalam kejuaraan dunia. Membuatnya sangat bergengsi di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini sangat menguntungkan untuk membuat usaha olahraga badminton.

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Threats

- a. Pesaing lama yang sudah eksis

Pesaing-pesaing lama yang sudah dahulu membuka usaha di bidang olahraga ini mempunyai pelanggan dan jalur koneksi yang baik sehingga menjadi ancaman.

- b. Persaingan harga tinggi di pasar

Persaingan harga dengan pesaing memungkinkan menurunnya penjualan. Hal ini disebabkan oleh pasar yang lebih memilih perusahaan lama yang sudah terkenal

- c. Letak pesaing yang berdekatan

Lokasi *Kelapa Gading Badminton Hall* yang letaknya berdekatan dengan pesaing utama, memungkinkan para konsumen untuk lebih mengunjungi pesaing lain yang telah lama 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.3
Kelapa Gading Badminton Hall
Analisis SWOT Matrix

<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas alat dan lapangan terbaik 2. Jumlah lapangan yang banyak 3. Kondisi gedung yang nyaman 4. Fasilitas terbaik 5. Lokasi 6. Harga 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki brand awareness 2. Pengalaman manajemen yang kurang 3. Loyalitas konsumen yang masih rendah
<p>Opportunities (O)</p> <p>Gaya Hidup masyarakat Kelapa Gading yang sehat Pertumbuhan penduduk di Jakarta Utara yang signifikan Bulutangkis adalah olahraga yang paling diminati masyarakat.</p>	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan fasilitas dan alat-alat yang terbaik dengan harga yang terjangkau (S1,S4,S5,S6,O2,O3) 2. Menjaga kondisi gedung dan lapangan agar terus prima dan nyaman untuk digunakan masyarakat. (S3,S5,S4,O1,O3)
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing lama yang sudah eksis 2. Persaingan harga yang tinggi di pasar 3. Letak pesaing utama yang berdekatan 	<p>ST Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meyakinkan pelanggan dengan adanya lapangan yang mempunyai harga terjangkau dengan fasilitas yang lebih baik dan bertaraf international. (S1,S3,S4,S6,T1) 2. Tetap memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik dengan harga yang terjangkau. (S4,T1,T2)
<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan brand image melalui promosi yang menarik dan menyangkut kompetisi. (W1,O2,O3) 2. Merekrut tenaga kerja (W2,O1,O2) 	<p>WT Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membina hubungan yang baik antara supplier, pelanggan, dan agar Kelapa Gading Badminton Hall dapat terus maju dan berkembang (W1,W2,W3,T1,T3) 2. Meningkatkan loyalitas yang tinggi melalui peningkatan kualitas SDM secara berkala. (W2,W3,T2,T3)

Sumber: Hasil Olahan 2015

Berdasarkan table 2.3 di atas, dapat dijelaskan bahwa Analisis Matriks SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknes*) dan ancaman (*threats*). Penerapan strategi SWOT Matrix adalah sebagai berikut :

a. Strategi SO

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.



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Menyediakan fasilitas dan alat-alat terbaik

Dengan adanya fasilitas serta alat-alat terbaik tentu akan menambah semangat dan antusias bermain para pelanggan, karena itulah Kelapa Gading Badminton Hall memberikan fasilitas dan alat-alat terbaik sehingga pelanggan akan loyal dan nyaman bermain terus di Kelapa Gading Badminton Hall.

2. Menjaga kondisi gedung dan lapangan agar terus prima dan nyaman

Banyak usaha lapangan badminton ini yang kurang memperhatikan dan menganggap remeh akan kondisi gedung dan lapangan. Karena terbukti dari salah satu pesaing Kelapa Gading Badminton Hall yang mengalami hal seperti ini dan mendapat banyak keluhan dari para pelanggan, hal ini lah yang sangat dihindari sehingga Kelapa Gading Badminton Hall terus dalam keadaan yang prima dan menjadi kesukaan masyarakat dan pelanggan.

Strategi WO

1. Meningkatkan brand image melalui promosi yang menarik

Dengan melakukan promosi yang berbeda akan membuat penasaran para pelanggan dan meningkatkan antusias dari para pencinta badminton. Biasanya dari kompetisi tercipta komunitas baru dan sekaligus memperkenalkan ***Kelapa Gading Badminton Hall***.

2. Merekrut tenaga kerja

Dengan pertumbuhan penduduk di Jakarta yang terus meningkat setiap tahunnya, maka akan meningkatkan jumlah tenaga kerja potensial sehingga dapat direkrut

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

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.

untuk menutupi kelemahan manajemen **Kelapa Gading Badminton Hall** yang minim pengalaman dalam bidang bisnis ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi ST

1. Meyakinkan pelanggan dengan adanya lapangan dengan fasilitas terbaik dan bertaraf international
Melalui promosi akan diperkenalkan fasilitas-fasilitas yang ada dan bertaraf international. Sehingga menambah antusias calon pelanggan karena fasilitas yang baik. Kebanyakan dari lapangan badminton tidak mempunyai fasilitas yang baik sehingga mendapat banyak keluhan dari para pelanggan tetap.
2. Tetap memberikan fasilitas yang terbaik dengan harga yang terjangkau
Dengan fasilitas yang terbaik tentu akan menimbulkan pertanyaan tentang harga yang akan diberlakukan, namun **Kelapa Gading Badminton Hall** akan menggunakan harga yang terjangkau dan tidak berbeda jauh dengan saingan-saingan yang ada.

d. Strategi WT

1. Membina hubungan yang baik dengan supplier dan pelanggan
Dalam hal ini membina hubungan dengan supplier sangatlah penting sehingga dapat membawa keuntungan bagi kedua belah pihak terlebih dengan pelanggan ketika pelanggan merasa dihormati mereka akan merasa nyaman dan akan terus berlangganan sehingga membawa keuntungan bagi kedua belah pihak.
2. Meningkatkan loyalitas yang tinggi melalui peningkatan kualitas SDM secara berkala.



Tidak melupakan arti penting dari karyawan yang ada, Kelapa Gading Badminton Hall juga turut memberi pelatihan dan arahan kepada karyawannya untuk melayani customer, dan tidak hanya sampai situ saja karyawan tersebut akan dievaluasi setiap bulannya dan akan ditanyakan langsung kepada customer tentang performa kerja karyawan kami. Hal tersebut dilakukan agar tingkat pelayanan Kelapa Gading Badminton Hall selalu dalam performa terbaik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Segmentasi Pasar

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane (2009:223) segmentasi pasar berguna untuk menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan. Variabel segmentasi yang utama adalah :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti Negara, wilayah, Negara bagian, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar. Suatu perusahaan mungkin memutuskan untuk beroperasi di satu atau beberapa wilayah geografis, atau beroperasi di seluruh wilayah tetapi member perhatian pada perbedaan geografis dalam kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:215)

Berdasarkan segmentasi geografis, *Kelapa Gading Badminton Hall* terletak di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Letak lokasinya berada di Jalan Puteri Salju no 5, Jakarta Utara. Jakarta merupakan ibukota yang sangat padat penduduknya. Kepadatan penduduk merata di setiap bagian Jakarta, tidak terkecuali Jakarta Barat dan Timur. Jakarta menampung 9.991.788 pada tahun 2012 (BPS, 2013:86). Sedangkan Jakarta Timur menampung 2.693.896 orang.



Daya tarik yang kuat menjadikan Jakarta sebagai Ibukota yang memiliki berbagai variasi perkembangan industry di dalamnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variable seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi dan kebangsaan. Faktor demografis adalah dasar yang paling umum digunakan untuk menetapkan segmentasi kelompok pelanggan (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:215).

Kelapa Gading Badminton Hall menetapkan segmentasinya pada usia dan kelamin. Pada dasarnya hampir semua orang suka berolahraga. Yang menjadi target *Kelapa Gading Badminton Hall* adalah untuk semua kalangan yang berkisar antara 15-50thn. Tetapi tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat yang usianya di atas usia di atas untuk bermain di *Kelapa Gading Badminton Hall*. Lalu untuk segmentasi jenis kelamin, tidak hanya laki-laki saja yang suka bermain badminton sekarang wanita pun turut aktif dan gemar bermain badminton. Maka akan menjadi peluang besar untuk membuka usaha ini.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi menjadi kelompok berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama bisa memiliki komposisi psikografis yang sangat berbeda (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:218).

Kelapa Gading Badminton Hall menargetkan kepada gaya hidup masyarakat yang gemar bermain badminton, apalagi ketika liburan biasanya setiap lapangan di Kelapa Gading sangat penuh di booking. Gaya hidup masyarakat inilah yang menjadi target pasar *Kelapa Gading Badminton Hall* yang menjadi kesempatan utama untuk membuka bisnis olahraga 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.



E. Ramalan Industri dan Pasar

Target pasar yang dituju oleh **Kelapa Gading Badminton Hall** adalah masyarakat yang berada di sekitar Jakarta Utara terutama Kelapa Gading. Tetapi **Kelapa Gading Badminton Hall** juga mengharapkan masyarakat di luar Kelapa Gading dapat datang dan bermain di sana.

Tabel 2.4 menggambarkan proyeksi penduduk kota Jakarta pada tahun 2009-2013

Tabel 2.4

Proyeksi Penduduk Jakarta tahun 2016

TAHUN	2009	2010	2011	2012	2013
Jumlah penduduk	9.146.000	9.223.000	9.607.787	10.187.959	10.500.320

Sumber Data:
BPS Provinsi DKI Jakarta
Updated: 11-8-2011

matematika.studentjournal.ub.ac.id/index.php/.../68

Potensi pasar **Kelapa Gading Badminton Hall** terbilang baik mengingat adanya pertumbuhan penduduk yang signifikan per tahunnya. Peningkatan ini merupakan peluang baik bagi **Kelapa Gading Badminton Hall**. Dapat dilihat dari pesaing-pesaing yang mempunyai bisnis usaha yang sama pengunjung setiap harinya sangat tinggi terutama ketika weekend atau hari libur biasanya lapangan di sekitar kelapa gading dan sunter sudah penuh terbooking.

Diharapkan dalam tahun-tahun ke depan bisnis atau usaha lapangan badminton ini dapat semakin maju dan berkembang pesat mengingat gaya hidup masyarakat yang sehat serta pamor olahraga badminton di Indonesia yang sangat tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.