



Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal pada saat Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kendal Tahun 2021

Naufali Amri Yasin^{1✉}, Supriyono²

Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan,
Universitas Negeri Semarang, Indonesia

History Article

*Received : 30 January 2022
Accepted : June 2022
Published : June 2022*

Keywords

Strategi; Covid-19; Futsal

Abstract

Kabupaten Kendal terdapat 11 tempat bisnis lapangan futsal dengan 6 tempat bisnis lapangan futsal yang masih berjalan dan 5 tempat bisnis lapangan futsal yang tutup akibat pandemi Covid-19, dampaknya pihak bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal harus merubah strategi pemasaran di masa pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal Pada Saat Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kendal Tahun 2021 menggunakan bauran 7p (Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence) dan analisis SWOT. Hasil penelitian menyatakan bahwa kekuatan (strength) bisnis lapangan futsal memiliki kualitas lantai lapangan yang bagus, memiliki fasilitas pendukung fisik yang bagus dan menerapkan protokol kesehatan, kekurangan (weakness) kurang lengkapnya proses membuat pengunjung semakin kurangnyaman dalam aktivitasnya, peluang (opportunities) semakin diminatinya olahraga futsal karena bisa meningkatkan imun di masa pandemi, ancaman (threat) dengan adanya pandemi membuat bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal bisa gulung tikar.

Abstract

Kendal Regency there are 11 futsal field business places with 6 futsal field business places that are still running and 5 futsal field business places which were closed due to the Covid-19 pandemic, the impact of the futsal field business in Kendal Regency had to change its marketing strategy during the Covid-19 pandemic. The purpose of this study is to find out how the Futsal Field Marketing Strategy Analysis During the Covid-19 Pandemic in Kendal Regency in 2021 using a 7p mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) and SWOT analysis. The results of the study stated that the strength (strength) of the futsal field business had a good quality of field floor, had good physical support facilities and implemented health protocols, the weakness (weakness) of incomplete processes makes visitors less comfortable in their activities, the opportunities (opportunities) are increasingly interested in sports. futsal because it can increase immunity during a pandemic, the threat (threat) of a pandemic has made the futsal field business in Kendal Regency go out of business.

How To Cite :

Yasin, N.A., & Supriyono, (2022). Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal pada saat Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kendal Tahun 2021. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 3(1),113 - 120.

✉ Corresponding author :
E-mail: Naufaliy79@gmail.com

PENDAHULUAN

Olahraga adalah suatu aktivitas fisik yang bertujuan untuk membangun kebugaran jasmani maupun rohani. Pada umumnya olahraga adalah kegiatan aktivitas fisik dan psikis seseorang yang bermanfaat untuk menjaga dan menambah kualitas kesehatan seseorang (Kuntjoro, 2020). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia yang mengatur tentang Sistem Keolahragaan Nasional yang tercantum pada BAB VI pasal 17 mengenai ruang lingkup olahraga yang mencakup olahraga pendidikan, olahraga prestasi, dan olahraga rekreasi (Okillanda, 2018).

Olahraga rekreasi merupakan olahraga yang biasanya di gunakan oleh sekumpulan orang atau khalayak ramai yang bertujuan untuk kesehatan, kegembiraan dan kesenangan yang diadopsi dari budaya warga masyarakat setempat atau penduduk asli yang ada (Nababan, Dewi, & Akhmad, 2018). Pada hakikatnya olahraga rekreasi bisa dilakukan kapan pun saat waktu luang. Oleh sebab itu banyak warga masyarakat yang meluangkan waktunya setelah melakukan pekerjaan sehari hari yang menguras pikiran. Olahraga rekreasi banyak dilakukan dikarenakan cara dan waktunya menyesuaikan, terbukti adanya pengusaha-pengusaha yang bergerak di bidang futsal maupun penyewaan lapangan futsal.

Futsal merupakan suatu olahraga yang dilakukan dan dimainkan oleh dua tim yang bertujuan memasukan bola ke gawang lawan dengan jumlah sebanyak banyaknya dengan waktu dua puluh menit perbabak, setiap tim memiliki lima orang yang salah satunya menjadi penjaga gawang. Kabupaten Kendal adalah salah satu kabupaten yang menghasilkan bibit-bibit atlet futsal yang tak lepas dari fasilitas lapangan futsal cukup baik yang di antara nya Arena Futsal Pusaka Mas, Sami futsal, Gor Rejosari, Lapangan Futsal Spbu Sambungsari, RSS Futsal, Lapangan Futsal Wonotenggeng, Lapangan Futsal Brotomulyo, Bhara Futsal, Lapangan Futsal One, Gor Total, dan 3R. Selain menyediakan fasilitas futsal, ada beberapa pemilik lapangan yang menyediakan fasilitas tambahan yaitu gym, toilet, tempat parkir dan juga kantin. Pihak pengelola selalu membuat inovasi yang baru untuk bisa mendorong kualitas tempat yang lebih baik.

Pada tahun 2020 masyarakat dunia digemparkan oleh virus baru yang tidak tau asal muasalnya. *Covid-19* atau bias disebut Coronavirus adalah RNA strail tunggal yang positif, bersegmen dan tidak berkapsul, Coronavirus termasuk ke dalam keluarga

Coronaviridae dengan ordo Nidovirales, dan struktur pembentuk coronavirus tersebut berlokasi di permukaan virus dan membentuk seperti kubus (Yuliana, 2020). Bencana *Covid-19* yang terjadi di Wuhan, Hubai, China, yang terjadi oleh jenis coronavirus strain baru yaitu *SARS-CoV-2*, hingga tanggal 3 Maret 2020, tercatat terdapat 90.870 kasus terkonfirmasi yang menyebar hingga 72 negara termasuk Indonesia dengan angka kematian 3.112 (CFR 3,4 %) (Morfi et al., 2020).

Untuk pertama kalinya pemerintah Indonesia mengumumkan kasus pertama kalinya pada bulan maret 2020 pada tanggal 2, telah terkonfirmasi dua warga Indonesia yang terkena virus tersebut secara tidak langsung telah berkontak dengan warga masyarakat jepang yang bermukim di Indonesia, dan pada tanggal 12 Maret 2020 terkonfirmasi warga Solo provinsi Jawa Tengah yang berusia 59 tahun meninggal akibat virus coronavirus (Sukur, Kurniadi, Haris, & N Faradillahisari, 2020).

Berdasarkan informasi yang di update pada rabu 14 Oktober 2021 total kasus positif korona di Jateng yang terkonfirmasi mencapai angka 483.661. Yang mana grafik menunjukkan angka yang melonjak dengan sebanyak 278 orang yang terdampak *Covid-19*. Adapun yang sedang menjalani isolasi mandiri sebanyak 3.293 pasien, bahwa ini menandakan grafik kenaikan sebesar 156 orang yang sedang melakukan isolasi mandiri atau sedang dalam perawatan dan yang sudah menyelesaikan masa isolasi di Jawa Tengah sebesar 448.151 orang (Syah, 2021).

Menurut laman berita resmi Pemerintah Kabupaten Kendal sabtu, 16 Oktober 2021 menyebutkan bahwa di Kabupaten Kendal dalam monitoring data *Covid-19* bahwa terdapat 16285 terkonfirmasi terpapar corona, 4080 tersupek, 177 kasus probable, 28470 pelaku perjalanan dan kontak erat 19192 (Kendal, 2021).

Untuk mencegah merambatnya virus *Covid-19* pelajar, pekerja, mahasiswa bahkan pemilik usaha di anjurkan untuk beraktivitas di rumah dikarenakan berbahayanya virus coronavirus tersebut. Hal tersebut yang membuat pemilik usaha harus berfikir merubah strategi pemasaran yang mereka jalankan dari yang semula biasa bertatap secara langsung antara pengelola dan pelanggan sekarang di alihkan dengan menggunakan media terkini untuk promosi yaitu media social. Banyak tempat penyewaan lapangan futsal yang harus mengganti jam operasionalnya bahkan ada juga yang menutup akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan (PPKM) level 4 Jawa-Bali

yang mengakibatkan pihak manajemen harus merubah strategi pemasaran.

Strategi merupakan beberapa cara untuk memenangkan keunggulan dan untuk membuat berkesinambungan antara perusahaan yang memproduksi barang atau jasa, strategi pemasaran bisa digunakan sebagai dasar untuk menyusun perencanaan perusahaan secara keseluruhan (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015).

Strategi pemasaran yaitu suatu cara menjabarkan ekspetasi perusahaan atau rencana kegiatan yang bertujuan menganalisa dan memilih pasar sasaran untuk mendapatkan kapan kegiatan ini akan di lakukan dan juga bertujuan untuk mendapat bauran pemasaran yang tepat (Hestu Kuncoro, 2018).

Sejak selesainya di terapkan nya PPKM level 4 Jawa-Bali yang di mulai pada tanggal 3 juli 2021 memaksa membatasi semua kegiatan di luar ruang an secara umum, termasuk kegiatan di sector penyewaan lapangan futsal. Lapangan futsal di kabupaten Kendal merupakan salah satu sector yang harus terdampak oleh virus *Covid-19* ini. Dengan ditiadaknya nya perkumpulan yang melibatkan sekelompok orang maka dengan terpaksa penyewaan lapangan futsal se Kendal terpaksa harus tutu sementara.

Pandemi *Covid-19* ini menjadikan tantangan baru terhadap peradaban manusia atau sering di sebut *new normal*. *New normal* merupakan sebuah penerapan kegiatan kehidupan yang baru untuk menjalankan perilaku hidup secara normal, dengan menggunakan tambahan protocol kesehatan bertujuan untuk terhindarnya dari virus *Covid-19* (Rosidi & Nurcahyo, 2020).

Dengan diberlakukannya *new normal* membuat pemilik usaha harus berputar untuk memikirkan strategi yang harus di gunakan di saat pemberlakuan *new normal*, tak terlepas dengan pemilik usaha penyewaan lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Adanya peraturan Menpora nomor 6.11.1/MENPORA/VI/2020 tentang protokol pencegahan penularan corona virus disease (Covid-19) pada kegiatan kepemudaan dan keolahragaan dalam mendukung keberlangsungan pemulihan kegiatan melalui adaptasi perubahan pola hidup dalam tatanan normal baru. Dengan syarat menerapkan protokol kesehatan dan menyediakan tempat cuci tangan, menjaga jarak, menggunakan masker dan menerapkan PHBS, hal tersebut membuat tantangan tersendiri pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini adalah adanya

pandemi Covid-19 terhadap bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yang belum maksimal, belum jelas strategi pemasaran yang dipakai oleh bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal dimassa pandemi *Covid-19* sebagai alternatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

METODE

Jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu pendekatan dekriptif kualitatif dengan subjek penelitian 6 bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yang masih beroperasi di massa pandemi. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tempat penelitian ini dilakukan di 6 bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu Arena Futsal Pusaka Mas, Sami futsal Stadium, Gor Rejosari, Lapangan Futsal Spbu Sambungsari, Bhara Futsal, RSS Futsal. Adapun sasaran dalam penelitian ini yaitu pengelola, karyawan, dan pengunjung lapangan futsal di Kabupaten Kendal Tahun 2021, dengan 6 lokasi lapangan dengan jumlah sasaran di setiap sasaran yaitu 1 pengelola, 1 karyawan lapangan futsal, dan 3 pengunjung. Dan dengan 6 lokasi terkumpul 30 narasumber.

Data penelitian dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan, gambar atau foto tindakan yang diambil dari sumber data, yaitu manusia/orang (person), tulisan (paper), dan lokasi (place). Person yaitu sumber data dari berupa subjek orang (responden/informan) yang bertemu dan mengajukan pernyataan dan melalui proses wawancara. Paper adalah sumber data berupa dokumen. Place merupakan sumber data berupa tempat dan fasilitas yang akan diamati, seperti lapangan futsal, tempat parkir, penerangan, dll.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: *Person* (Pengelola, karyawan, dan pengunjung). *Paper* (Dokumen tentang pemasaran penyewaan lapangan futsal di Kabupaten Kendal). *Place* (Sarana dan prasarana lapangan futsal di Kabupaten Kendal). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data yaitu wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Dalam penelitian ini narasumber dari pelaksanaan wawancara adalah pengelola, karyawan, dan pengunjung lapangan futsal di Kabupaten Kendal. Data sekunder merupakan data penunjang yang dibutuhkan dalam penelitian yang berasal dari literatur dan jurnal. Data sekunder juga dapat diperoleh dari

observasi di dalam lapangan dan dokumentasi, hal ini akan digunakan dalam untuk melengkapi komponen struktural yang diperoleh melalui kinerja yang dicapai oleh perusahaan. Teknik keabsahan datanya melalui triangulasi data untuk membandingkan hasil dari pengumpulan dan teknik analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data untuk ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini yaitu tentang Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal pada Massa Pandemi *Covid-19* di Kabupaten Kendal Tahun 2021. Hasil penelitian ini diambil dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi oleh peneliti dengan narasumber pengunjung, karyawan, dan pengelola di penyewaan lapangan futsal di Kabupaten Kendal pada masa pandemi *Covid-19* dilakukan pada tanggal 17 November 2021.

Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis dan mengetahui bagaimana strategi pemasaran lapangan futsal di Kabupaten Kendal. Yang mana fungsi strategi pemasaran lapangan futsal pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Kendal yang mencakup bauran 7p produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), orang (*people*), lingkungan fisik (*physical evidence*), proses (*process*) dan swot kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*).

Berdasarkan hasil penelitian dari 11 penyewaan lapangan futsal di Kendal dengan 6 lapangan futsal masih aktif dan 5 lapangan sudah tidak aktif beroperasi terkumpul 30 narasumber dengan perincian sebagai berikut yaitu 18 orang pelanggan, 6 pengelola, dan 6 karyawan.

Penelitian telah dilakukan pada 16 November 2021 sampai 30 November 2021 dengan sasaran pengelola, karyawan, dan pengunjung pada lapangan futsal di Kabupaten Kendal. Penelitian ini telah melakukan analisis SWOT meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) dan pada strategi pemasaran 7p yang, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), lingkungan fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*). Sehingga kita jabarkan sebagai berikut.

Produk (*Product*) Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Produk merupakan barang atau jasa yang dibuat produsen untuk konsumen akhir, dan produk biasanya dibedakan atas barang dan

jasa (Suherly, Affif, & Guterres, 2016). suatu konsep keseluruhan dari nilai suatu benda atau jasa yang secara keseluruhan diberikan kepada konsumen. Dengan adanya konsumen dalam mengikat nilai dari suatu produk, maka suatu produk harus mengedepankan manfaat dan fungsi yang di butuhkan konsumen.

Kekuatan (*Strength*) produk bisnis lapangan futsal yang berada di Kabupaten Kendal yaitu menggunakan lantai lapangan yang berbahan sintetis, semen, dan vinyl yang bagus serta nyaman digunakan, ditambah penerapan protokol kesehatan di massa pandemi *Covid-19* pada area lapangan membuat bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal lebih aman digunakan.

Kelemahan (*Weakness*) produk bisnis lapangan futsal yang berada di Kabupaten Kendal yaitu dengan pemakaian lantai lapangan terus menerus akan mengakibatkan bagian lantai akan mengelupas, dan juga dengan adanya pandemi *Covid-19* membuat adanya kontak fisik secara langsung yang memungkinkan terjadinya penularan.

Peluang (*Opportunities*) bisnis lapangan futsal yang berada di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya pandemi membuat minat masyarakat terhadap olahraga dimassa pandemi mengikat drastis, hal ini karena olahraga dapat meningkatkan imun untuk mencegah terjadinya penularan virus *Corona*. Menjadi peluang bagi bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yang menyediakan lantai berbahan semen, sintetis dan vinyl berkualitas dan membuat daya tarik masyarakat terhadap lapangan futsal di Kabupaten Kendal semakin banyak.

Ancaman (*Threat*) lapangan futsal yang berada di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya pandemi yang tidak kunjung usai membuat pemasukan pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal akan menurun dan akan mengakibatkan perawatan lapangan futsal di Kabupaten Kendal memerlukan biaya yang cukup banyak untuk melakukan perawatan.

Harga (*Price*) Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Harga merupakan suatu nilai dari produk yang berbentuk uang yang di gunakan konsumen untuk mendapatkan produk yang butuhkan (Setyowati & Soekotjo, 2020). Harga yang diterapkan di massa pandemi sangat berpengaruh pada lakunya suatu produk atau jasa.

Kekuatan (*Strength*) yang di miliki bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu selama pandemi pihak bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal menerapkan pembayaran dengan sistem *free* masker terbatas pada setiap

pembayarannya. Dengan harga mulai Rp.40.000,00/jam hingga Rp.100.000,00/jam. Para pelanggan bisa menikmati lapangan dan fasilitas yang murah dimassa pandemi.

Dengan adanya pandemi bisnis lapangan futsal yang berada di Kabupaten Kendal harus terpaksa lebih mengedepankan pembayaran non tunai, hal ini menjadi kekurangan (*Weakness*) dikarenakan pelanggan belum mengerti dan belum menggunakan pembayaran non tunai, sehingga ada pelanggan yang masih datang ke lapangan untuk membayar lapangan futsal yang akan berpotensi membawa virus *Covid-19*.

Virus *Covid-19* yang berasal dari Cina Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal adalah dengan adanya pandemi yang tidak tau kapan berhentinya membuat bisnis lapangan futsal mengambil kebijakan dengan tidak menaikkan harga lapangan futsal agar warga bisa menikmati lapangan futsal dengan harga yang terjangkau, ditambah *free* masker dimassa pandemi membuat minat berolahraga masyarakat menjadi lebih banyak.

Pada saat pandemi *Covid-19* yang membuat pembayaran di lapangan futsal di Kabupaten Kendal dituntut memiliki pembayaran secara non tunai, namun masyarakat lebih banyak menggunakan pembayaran tunai, hal ini sangat menjadi ancaman (*Threat*) bisnis lapangan futsal ketika pandemi tidak berangsur hilang, dampaknya akan membuat bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal terancam tidak laku.

Tempat (*Place*) Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Tempat merupakan area yang menjadi tempat distribusi barang atau jasa yang di siapkan untuk kebutuhan konsumen (Anjani, Irham, & Waluyati, 2018). Tempat juga berpengaruh atas laku dan tidaknya suatu jasa.

Pada saat pandemi *Covid-19* bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal sangat tergantung pada tempat dan strategi bisnis yang diterapkan, Kekuatan (*strength*) yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu tempat lapangan futsal dimiliki oleh pihak pribadi, sehingga dapat memudahkan dalam pengelolaan pada strategi pemasaran di massa pandemi *Covid-19*.

Pandemi *Covid-19* di Kabupaten Kendal datang secara tiba-tiba membuat kesiapan dan dana yang dikeluarkan untuk pencegahan terbilang sangat rendah, Kekurangan (*Weakness*) yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya *Covid-19* membuat penyediaan area penanganan *Covid-19* belum dimiliki.

Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu memiliki lokasi yang dekat dan terjangkau oleh masyarakat setempat serta mematuhi menerapkan peraturan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah tentang pandemi *Covid-19*. Termasuk mewajibkan untuk menggunakan masker di area lapangan. Sementara itu, menggunakan masker medis bisa meningkatkan kehati-hatian, menangkai kontak hidung dengan hidung dan tangan dengan mulut secara langsung, dan memagkas kontaminasi udara mikroorganisme parasite dari orang yang terkontaminasi (Ma et al., 2020).

Protokol kesehatan yang dikenakan pada saat berjalannya aktivitas di bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal selain sebagai pencegahan tertularnya virus *Covid-19* juga menjadi suatu Ancaman (*Threat*) yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya protokol kesehatan akan mengganggu *mobilitas* pengguna dan karyawan.

Promosi (*Promotion*) Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Promosi merupakan suatu kegiatan pemberian informasi tentang produk pada konsumen dan di tuntut bisa mempengaruhi untuk bisa membeli produk yang di promosikan (Wijaya et al., 2018). Promosi di massa pandemi sangat memerlukan suatu alat yang serba cepat dan efisien. Pada massa pandemi bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal memerlukan suatu benda yang mampu mengirimkan informasi dengan cepat. Bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal menggunakan media sosial untuk media promosi pada massa pandemi, hal ini merupakan suatu Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Kekurangan (*Weakness*) yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu mayoritas masyarakat lebih terfokus pada media sosial yang membahas isu tentang pandemi *Covid-19* di bandingkan dengan media bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Di massa pandemi ini media sosial pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal lebih menggunakan media sosial dibandingkan media non media sosial dikarenakan akses dan penyampaian informasi lebih efisien, hal ini menjadi peluang (*opportunities*) bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Ancaman (*Threat*) yang dimiliki pada sektor promosi lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan persaingan promosi yang sama lewat media sosial pada era pandemi, membuat masing-masing pemilik bisnis lapangan

futsal harus di tuntut kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi.

Orang (People) pada Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Orang merupakan individu atau sekumpulan orang yang berfungsi untuk membantu langsung pada kegiatan yang dijalankan (Abdillah & Hermawati, 2018). Masyarakat atau sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap jalanya suatu bisnis lapangan futsal.

Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki pada sektor sumber daya manusia lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu pada era pandemi pihak bisnis lapangan futsal lewat karyawan melakukan kebijakan dengan membatasi komunikasi secara langsung terhadap pelanggan untuk menghindari terpaparnya *Covid-19*.

Kekurangan (*Weakness*) yang dimiliki pada sektor sumber daya manusia di bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu pada saat pandemi *Covid-19* karyawan kesulitan melakukan komunikasi secara langsung dengan para pelanggan, yang mana pelanggan belum sepenuhnya paham bahwa pada saat pandemi komunikasi secara langsung akan bisa mengakibatkan terpaparnya virus Corona.

Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pada sektor sumber daya manusia di bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu adanya media sosial menjadi sarang komunikasi untuk menggantikan komunikasi langsung yang sudah berjalan pada saat sebelum adanya massa pandemi *Covid-19*.

Ancaman (*Threat*) yang dimiliki pada sektor sumber daya manusia di bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya pandemi komunikasi secara langsung kurang berjalan dengan baik, hal ini menjadi ketakutan bisnis lapangan futsal Kabupaten Kendal karena besar kemungkinan akan sepi pengunjung.

Pendukung Fisik (Physical Evidence) Lapangan Futsal Kabupaten Kendal

Bukti fisik adalah fasilitas yang disediakan secara fisik yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk bisa membeli produk yang diciptakan (Khotimah & Jalari, 2021). Hal ini bisa menjadi meningkatkan sebuah jasa tersebut. akibat adanya pendukung fisik maka dengan itu jasa tersebut akan senantiasa di pahami oleh konsumen (Pratama & Supriyono, 2021).

Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki pada sektor pendukung fisik lapangan futsal di Kabupaten Kendal, memiliki fasilitas pendukung yang cukup memadai yaitu mushola, toilet, tempat gym, area parkir, dan kantin. Dengan

tempat yang luas membuat proses di masa pandemi bisa diterapkan dengan baik.

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki pada sektor fasilitas pendukung lapangan futsal di Kabupaten Kendal pada masa pandemi yaitu dengan area yang luas dan karyawan yang minim membuat karyawan bekerja ekstra dalam melakukan kebersihan dan pengawasan tempat yang bebas dari virus *Covid-19*.

Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pada sektor bukti fisik lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan area yang luas dan tempat yang menerapkan proses dimassa pandemi membuat tempat bisa disewakan untuk acara lain. Seperti tempat latihan taekwondo.

Pandemi covid-19 ini telah berimbas pada berbagai sektor kesehatan, ekonomi, pariwisata, pendidikan, sosial, dan yang lainnya (Agustina & Sulaiman, 2020). Pada masa pandemi bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal dituntut untuk tidak hanya menerapkan protokol kesehatan yang baik saja, hal ini menjadi Ancaman (*Threat*) yang dimiliki pada sektor bukti fisik futsal di lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu menciptakan protokol kesehatan pada masa pandemi *Covid-19* yang memadai membutuhkan biaya yang cukup banyak.

Proses (Process) pada Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal

Proses merupakan aktivitas yang memperlihatkan operasional pelayanan yang dilakukan karyawan untuk terjadinya pembelian yang di lakukan konsumen (Khotimah & Jalari, 2021). Proses juga sangat berpengaruh pada baik buruknya dan lakunya suatu jasa terutama pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki pada sektor proses lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu kegiatan yang dijalankan pada masa pandemi *Covid-19* tetap berjalan sesuai protokol kesehatan yang telah diberlakukan sesuai peraturan pemerintah pada masa pandemi, dengan buka pukul 04.00 sore dan tutup pukul 20.00 malam.

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki pada sektor proses pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu pada pelaksanaannya sangat masih terdapat pelanggan yang tidak mematuhi prokes dari Pemerintah dan Dinas Kesehatan Kabupaten Kendal, meskipun sudah di himbau oleh karyawan pada bisnis lapangan futsal di Kabupaten Kendal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan ialah bauran pemasaran SWOT dan 7p diantaranya produk, promosi, harga, tempat, orang, lingkungan fisik, dan proses di Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal Pada Massa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 dalam pelaksanaannya dilakukan kurang baik, promosi yang dilakukan juga kurang optimal dan kurang baik.

Berikut kesimpulan dari bauran SWOT di Lapangan Futsal di Kabupaten Kendal Pada Massa Pandemi Covid-19 Tahun 2021. Bahwa kekuatan pada lapangan futsal di Kabupaten Kendal terletak pada produk lapangan futsal yang bagus dan layak digunakan. Bahwa kekurangan pada lapangan futsal di Kabupaten Kendal terletak pada kurang siapnya pelaksanaan menggunakan prokes yang ada. Bahwa peluang yang dimiliki lapangan futsal di Kabupaten Kendal terletak pada semakin diminatinya lapangan futsal karena masyarakat berolahraga untuk meningkatkan imun di masa pandemi. Bahwa ancaman pada lapangan futsal di Kabupaten Kendal yaitu dengan adanya pandemi serta kurang baiknya dalam melakukan promosi membuat lapangan futsal tidak memiliki pengunjung dan mengakibatkan pemasukan terkendala, hal ini membuat bisnis lapangan bisa terancam tutup.

REFERENSI

- Abdillah, W., & Hermawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325.
<https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Agustina, & Sulaiman, E. (2020). Proses Pembelajaran Penjasorkes dalam Situasi Pandemi Covid-19 pada Siswa Kelas XI SMA N 1 Paguyangan. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 1(2), pp.568-573.
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2018). Relationship Of 7P Marketing Mix And Consumers ' Loyalty In Traditional Markets Hubungan Penerapan Bauran Pemasaran 7P dan Loyalitas Konsumen di Pasar Tradisional. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261–273.
<https://doi.org/http://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Hestu Kuncoro, D. S. S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Clothing Line Sinkkink Pride. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kendal, D. K. K. K. (2021). Data Persebaran COVID-19 dan Rumah Isolasi Mandiri Desa PPKM Kab. Kendal. Retrieved from Pemerintah Kibupaten Kendal Tanggap Covid-19 website:
<https://corona.kendalkab.go.id/>
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94. Retrieved from <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kuntjoro, B. F. T. (2020). Rasisme Dalam Olahraga. *Jurnal Penjakora*, 7(1), 1–9. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PENJAKORA/article/view/19503>
- Ma, Q. X., Shan, H., Zhang, H. L., Li, G. M., Yang, R. M., & Chen, J. M. (2020). Potential utilities of mask-wearing and instant hand hygiene for fighting SARS-CoV-2. *Journal of Medical Virology*, 92(9), 1567–1571.
<https://doi.org/10.1002/jmv.25805>
- Morfi, C. W., Junaidi, A., Elesmita, Asrini, D. N., Pangestu, F., Lestari, D. L., ... Yani, F. Y. (2020). Kajian Terkini CoronaVirus Disease 2019 (COVID-19). *Jurnal Ilmu Kesehatan Indonesia*, 1(1), 1–8.
<https://doi.org/10.25077/jikesi.v1i1.13>
- Nababan, M. B., Dewi, R., & Akhmad, I. (2018). Analisis Pola Pembinaan Dan Pengembangan Olahraga Rekreasi Di Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia Sumatera Utara Tahun 2017. *Jurnal Pedagogik Olahraga*, 04, 38–55. Retrieved from <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpor/article/view/11963>
- Okillanda, A. (2018). Halaman Olahraga Nusantara. *Jurnal Ilmu Keolahragaan*, 1(vol.1), 1–132. Retrieved from <http://univpgri-palembang.ac.id>
- Pratama, F. A., & Supriyono, S. (2021). Analisis strategi pemasaran wahana rekreasi agro wisata Tirto Arum Baru Kendal ditengah pandemi covid-19 tahun 2020. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(2), 230–242.
<https://doi.org/10.53869/jpas.v2i2.93>
- Rosidi, A., & Nurcahyo, E. (2020). Penerapan New Normal (Kenormalan Baru) Dalam Penanganan Covid-19 Sebagai Pandemi Dalam

- Hukum Positif*, (21), 193–197.
- Setyowati, A., & Soekotjo, H. (2020). Effect Of Service Marketing Mix On Hospital Selection Mediated With Brand Image On Hospital's Outpatients Anik. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 1207–1214. Retrieved from <https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/IJE BAR%0AEFFECT>
- Suherly, H., Affif, F., & Guterres, A. D. (2016). Marketing Performance As The Impact Of Marketing Mix Strategy (7P) With Determination Of Market Attraction And Company ' S Resources Survey On Performers Of Tourism Industry In Timor Leste. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV(9), 569–587.
- Sujianto, P. P. P. (2020). Analisis Strategi Pemasaran 7p Di Kolam Renang Tirta Argo Siwarak Kabupaten Semarang. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 6(1), 1–7.
- Sukur, moch halim, Kurniadi, B., Haris, & N Faradillahisari, R. (2020). Penanganan Pelayanan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Kesehatan. *Journal Inicio Legis*, 1(1), 1–17. Retrieved from <https://journal.trunojoyo.ac.id/iniciolegis/article/download/8822/49>
- Syah, F. (2021). Update Covid-19 di Jawa Tengah, Kamis 14 Oktober 2021, Lengkap Seluruh Kota dan Kabupaten Kasus Harian 278. Retrieved from Zonabanten.com website: <https://zonabanten.pikiranrakyat.com/nasional/pr-232799550/update-covid-19-di-jawa-tengah-kamis-14-oktober-2021-lengkap-seluruh-kota-dan-kabupaten-kasus-harian-278>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wijaya, E., Marantika, P., Sekolah, A., Ilmu, T., Pelita, E., & Pekanbaru, I. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang a.Yani Pekanbaru. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2). Retrieved from www.ojk.go.id
- Yuliana. (2020). Corona virus diseases (Covid -19); Sebuah tinjauan literatur. *Parque de Los Afectos. Jóvenes Que Cuentan*, 2(February), 124–137. <https://doi.org/10.2307/j.ctvzxxb18.12>.