

ABSTRAK

Seperti yang diketahui bersama, bisnis jasa penyewaan lapangan futsal sekarang sedang *booming*. Di Sampit, banyak laki-laki yang menggemari bola dan melampiaskan kegemarannya tersebut dengan bermain futsal di gang-gang kecil, halaman sekolah, hingga di tanah-tanah yang kosong. Respon yang sangat baik tersebut dijadikan peluang usaha oleh investor-investor Sampit untuk mendirikan usaha penyewaan lapangan futsal, mulai dari yang pertama adalah Futsal 79, Pelita Futsal, dan CFC Futsal. Namun dari ketiga penyewaan lapangan yang tersedia saat ini sama sekali belum memenuhi permintaan dan memuaskan konsumen. Itu dikarenakan sarana, fasilitas dan kualitas yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang telah dikeluarkan oleh konsumen untuk menyewa lapangan. Selain itu susahny menyewa lapangan futsal dengan jam yang diinginkan karena sudah terisi atau terisi penuh pada hari itu, sehingga harus dari jauh hari memesan lapangan tersebut agar dapat bermain, adanya peluang usaha ini perlu solusi untuk mengatasinya, yaitu dengan membuat studi kelayakan penyewaan lapangan futsal yang berorientasi pada keinginan dan kebutuhan konsumen beserta fasilitas penunjangnya.

Pada aspek pasar diketahui bahwa pendirian usaha futsal baru di Sampit memiliki peluang pasar besar yaitu 59% dengan *consumer loyalty* terhadap pesaing hanya 41% dengan minat responden 90% datang ke futsal baru dengan persyaratan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu juga dilakukan perhitungan pasar potensial, pasar potensial efektif, dan permintaan efektif yang berdasarkan perhitungan dapat mendukung kuisioner bahwa permintaan cukup besar dan meningkat tiap tahunnya, yaitu sebesar 4.410 orang datang pada tahun pertama meningkat hingga 5.292 orang datang pada akhir horison perencanaan yaitu pada tahun 2019. Selain itu dilakukan analisis pesaing dengan *Matrix SWOT*, strategi pemasaran meliputi *segmentation, targeting, positioning, and differentitaion* serta *marketing mix* untuk memenuhi kepuasan konsumen serta mempertahankan konsumen untuk loyal kepada perusahaan.

Pada aspek teknis dilakukan perhitungan kapasitas gedung dan parkir sebesar 5.880 orang dapat ditampung dalam satu tahun, dan kapasitas parkir yang disiapkan sebanyak 84 motor dan 12 mobil dalam satu siklus bermain futsal. Selain itu dibuat empat lapangan yaitu dua lapangan parkir yang mayoritas tertinggi dipilih konsumen sebesar 30% dan dua lapangan berjenis semen untuk outdoor yang sangat berguna untuk *event* Futsal sesuai keinginan responden.

Pada aspek manajemen dibahas mengenai kepemilikan/sumber pendanaan, struktur organisasi, jumlah karyawan, serta *job description and job spesification*. Usaha futsal baru ini milik perorangan dengan berbadan usaha CV dengan modal sepenuhnya milik pribadi. Struktur organisasi yang dibuat adalah struktur organisasi fungsional.

Pada aspek keuangan dilakukan *Total Project Cost, Break Even Point*, proyeksi laporan keuangan, dan mengevaluasi kriteria penilaian nilai investasi. *Total Project Cost* yang dibutuhkan untuk usaha futsal baru ini sebesar Rp. 3.588.752.600,-. *Net Present Value* usaha futsal ini lebih besar dari nol sebesar Rp. 270.685.760,-. Nilai *Discount Payback Period* sebagai pedoman dalam menghitung lama pengembalian modal usaha adalah 4,66 tahun yang lebih pendaek dari horison perencanaan (7 tahun). Nilai *Internal Rate of Return* dari usaha ini lebih besar dari *Minimum Attractive Rate of Return* (12,25%) yaitu sebesar 14,6%. Analisis sensitivitas dilakukan terhadap penurunan pendapatan, besarnya penurunan pendapatan yang diizinkan dalam usaha ini tetap layak adalah sebesar 5,54%. selain itu juga dilakukan analisis rasio keuangan baik raio aktivitas maupun rasio profitabilitas yang menunjukkan bahwa kinerja perusahaan cukup baik.

Kata Kunci : futsal, strategi pemasaran, kelayakan, kepuasan konsumen, peluang usaha.