

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Sekolah Sepak Bola Al-Hudud Karawang

Sugema Suryadi^{1*}, Netti Nurlenawati², Dexi Triadinda³

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Buana Perjuangan Karawang

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Buana Perjuangan Karawang

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRACT

The position of football in Indonesia has now begun to shift from football as a sport and then turned into a business field, as happened in previous European countries. This position places football into a new industry. The purpose of this research is to identify, analyze and explain internal and external environmental factors as well as positioning and marketing strategies at the Al Hudud Football School Karawang. The population of this study is the entire football school family. Al Hudud Falkirk, numbering 150 people. The sampling technique in this study was non-probability sampling with purposive sampling. The calculation of this research sample used the Lameshow formula. Data collection techniques in this study used direct observation and interview methods. Data analysis techniques in this study used Scale Range analysis and SWOT Analysis. The results showed that Al Hudud Soccer School obtained an IFAS of 1.26 and an EFAS of 1.45. The right marketing strategy for Al Hudud Football School is to maintain the trust of consumers or parents of students by improving the quality of service, providing quality assurance of good coaches to students or parents, expanding marketing through social media and always innovating on the facilities offered. Intensifying promotions in the intended consumer market, improve the quality of business management in order to create solid management and increase cooperation in order to create consumer trust. From the results of the research that has been done, it is hoped that there will be the development of marketing strategy research in football schools and the development of indicators for each variable. For further studies, it is necessary to carry out further research on marketing strategies in a wider soccer school.

Keywords: Marketing strategy_1, SWOT Analysis_2, IFAS-EFAS Factors_3, Matrix_4

✉ Corresponding author : Sugema Suryadi

Email Address : mm19.sugemasuryadi@mhs.ubpkarawang.ac.id (JL.HS Ronggowaluyo,puseurjaya, Telukjambe Timur,Kab Karawang 41361)

1. Pendahuluan

Sepak bola modern mulai benar-benar mengalami perkembangan besar pada tahun 1815. Beberapa universitas dan sekolah di Inggris menjadikan sepak bola sebagai salah satu olahraga bagi para pelajarnya. Sampai pada akhirnya pada tahun 1857, berdiri klub sepak bola pertama di dunia dengan nama *Sheffield Football Club* di Inggris. Pada tahun 1908, sepak bola menjadi salah satu olahraga resmi yang dipertandingkan dalam kompetisi olahraga terbesar di dunia, yaitu olimpiade. Selanjutnya, piala dunia sebagai kompetisi sepak bola internasional pertama kali dilaksanakan pada tahun 1930 di Uruguay. Sampai pada tahun 1996, sepak bola putri menjadi salah cabang olahraga dalam Olimpiade.

Organisasi sepak bola resmi yang pertama kali berdiri di Indonesia pada masa penjajahan Belanda, yaitu *Nederland Indische Voetbal Bond* (NIVB). Sesuai dengan namanya, organisasi sepak bola ini didirikan oleh orang-orang Belanda. Selanjutnya, pada sekitar tahun 1920 hingga 1930, berdiri organisasi sepak bola yang dibuat oleh orang Indonesia dengan menggunakan klub Bahasa Belanda, mulai dari *Vorstenlandsche Voetbal Bond* (VVB) yang sekarang lebih dikenal dengan nama Persis Solo dan *Bandoengsche Indonesische Voetbalbond* (BIVB) atau Persib Bandung. (Fandy, 2021)

Sepak bola sendiri menjadi salah satu permainan yang sangat digemari di Tanah Air. Dengan antusiasme penontonnya, sepakbola Indonesia tidak hanya sekadar olahraga atau permainan, sepak bola menjadi identitas dan kebanggaan bagi bangsa Indonesia.

Perkembangan pesat tim nasional Indonesia di Asia membuat tingkat persaingan sekolah sepak bola menjadi ketat, hal ini terlihat dari semakin banyak nya sekolah sepak bola di Indonesia baik di kota besar maupun di kabupaten termasuk di Kabupaten Karawang. Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang, merupakan sebuah Sekolah Sepak Bola yang menyediakan jasa bagi anak-anak dibawah usia 17 tahun untuk mengasah kemampuan mengolah bola di Karawang. Selain berlatih sepak bola para siswa SSB Al Hudud juga diberikan pembinaan dan pendidikan karakter untuk selalu berbuat baik kepada sesama, patuh terhadap orang tua, dan memiliki budi pekerti serta akhlak terpuji dalam pergaulan sehari-hari.

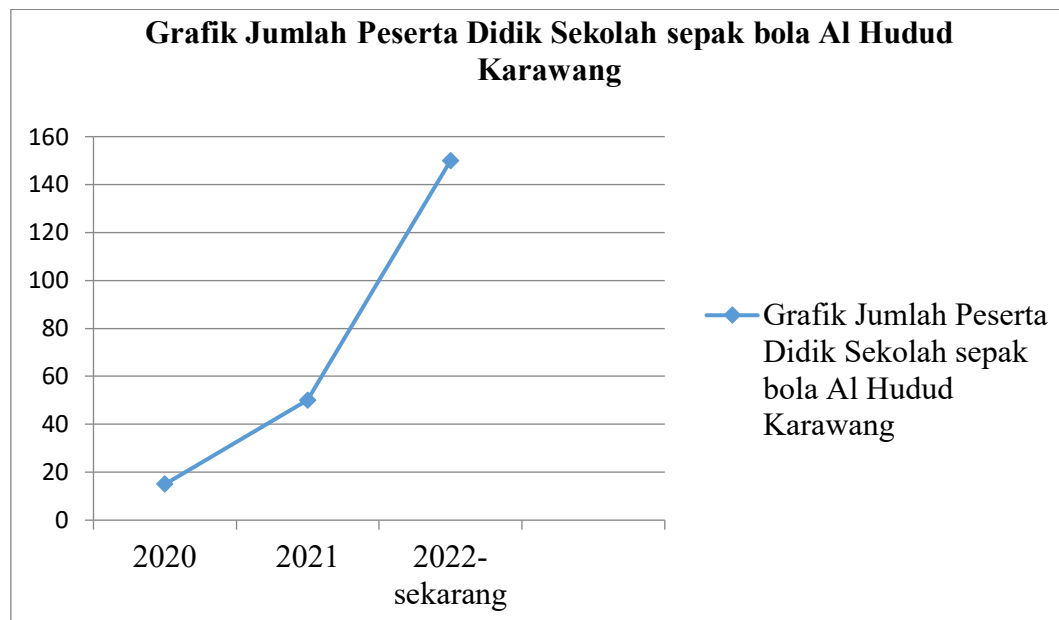
Berkembangnya sekolah sepak bola Al Hudud Karawang ini semakin meningkat, sekolah sepak bola Al Hudud Karawang ini mulai mengadakan event/kompetisi di Karawang dan hasilnya pun cukup baik jumlah peserta didik semakin meningkat. Tetapi kenyataan yang dialami oleh sekolah sepak bola Al Hudud Karawang bukanlah sekolah sepak bola yang pertama dan satu satunya di Karawang. Berikut adalah daftar nama-nama sekolah sepak bola di Karawang.

Tabel 1 Daftar Sekolah Sepak Bola di Kabupaten Karawang

No	Nama Sekolah Sepak bola	Alamat
1	Sekolah sepak bola Kancil mas	Jl. Mangga III, Nagasari, Kec. Karawang Barat, Kab Karawang
2	Akademi Persib Karawang	Jalan Jendral A. Yani By Pass Kabupaten Karawang
3	Sekolah sepak bola Benpica FC	Jl. Mashudi no 08 Desa Pangulah utara kec. Kotabaru. Kabupaten Karawang
4	Sekolah sepak bola Bina Patra	Jln Menati 1, Dusun Saptamarga Desa Sirnabaya Kec. Telukjambe Timur Kab. Karawang
5	Sekolah sepak bola Peruri	Parungmulya, Kec. Ciampel Kab. Karawang
6	Sekolah seak bola Al Hudud	Jln Syeh Quro, samping polsek talagasari Kab. Karawang

Sumber: Hasil observasi (2023)

Banyaknya sekolah sepak bola yang membuat persaingan menjadi ketat dengan para pesaingnya membuat mereka harus tetap mampu berinovasi dan memperbaiki kinerja mereka. Karena para pesaing juga akan memberikan ancaman.



Gambar 1.
Grafik Jumlah Peserta Didik Sekolah sepak bola Al Hudud Karawang

Sumber : Wawancara (2023)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah pertumbuhan peserta didik sekolah sepak bola Al Hudud Karawang . Ditahun 2020 sekolah sepak bola Al Hudud memiliki 20 siswa peserta didik, ditahun 2021 meningkat menjadi 40 siswa peserta didik, ditahun 2022 sekolah sepak bola Al Hudud Karawang mengadakan kompetisi U-13 antar SSB di Karawang, dengan diadanya kompetisi tersebut, semakin banyak masyarakat di Karawang khusus nya di Telagasari yang mendaftarkan anaknya ke-sekolah sepak bola Al Hudud Karawang dan membuat jumlah siswa di sekolah sepak bola Al Hudud meningkat.

Keberhasilan suatu usaha dalam memenangkan persaingan sangat tergantung pada strategi pemasaran yang dipilih dan diaplikasikan pada perusahaan. Pengembangan strategi pemasaran ini dipengaruhi beberapa hal, antara lain dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan dapat merumuskan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan untuk menerapkan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan. Sedangkan faktor eksternal, untuk mengembangkan suatu daftar peluang yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi dan daftar ancaman yang harus dihindari oleh organisasi (Fitriyani, 2022).

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan tentang faktor lingkungan internal maupun eksternal serta penentuan posisi dan strategi pemasaran pada Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang.

2. Kajian Literatur

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Astuti & Amanda, 2020:2). Menurut (Hery, Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

2019) manajemen pemasaran diartikan sebagai suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut (Yulia et al., 2019) manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

Analisis SWOT merupakan proses dimana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi kinerja organisasi di masa depan. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal akan digunakan untuk melakukan perencanaan strategi dan mengelola usaha dengan cara yang paling efektif dan efisien (Riyanto, Luthfi, Rahman.2021). Menurut (Hasiholan et al., 2021) Analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan output berupa arahan dan tidak memberikan solusi ajaib dalam sebuah permasalahan. Menurut (Fatimah, 2016) Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistenatis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat di simpulkan bahwa Analisis SWOT adalah suatu instrumen yang mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan memberikan output berupa arahan yang menentukan kinerja suatu perusahaan dan digunakan untuk merumuskan suatu strategi pada perusahaan.

Menurut Rangkuti (2015:7) “Membuat Strategi SO, WO, ST dan WT. Penjelasan di setiap Kuadran dari hasil penggabungan yaitu:

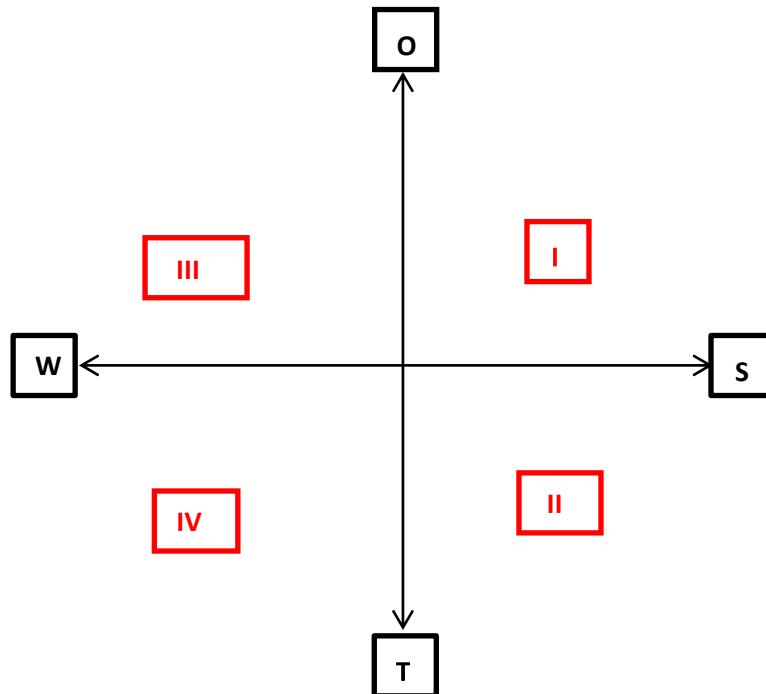
- a Kuadran S-O: Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang kita miliki untuk merebut peluang.
- b Kuadran W-O: Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang.
- c Kuadran S-T: Strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.
- d Kuadran W-T: Strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Menurut Rangkuti (2015:19) cara perhitungan koordinat Matriks SWOT agar strategitersebut dapat di Implementasikan, perlu disusun perincian strategi dengan membuat *Schedule* yang mencantumkan kapan waktu mulai dikerjakan dan kapan selesai di kerjakan.

- a Kuadran I: Ini adalah situasi yang sangat menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- b Kuadran 2: Terlepas dari berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal. Strategi untuk menggunakan dengan kuat menangkap peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi (produk dan layanan).
- c Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Perusahaan berfokus pada meminimalkan masalah internal untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik.
- d Kuadran 4: Ini adalah situasi yang paling tidak menguntungkan bagi perusahaan

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

karena mereka menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan orang dalam.



Gambar 2. Grafik Matriks SWOT
Sumber: Rangkuti (2015)

Koordinat (x,y) ditentukan dengan:

$X = \text{nilai total Strength} + \text{Weakness}$

$Y = \text{nilai total Opportunities} + \text{Threats}$

Menurut penelitian terdahulu Rycho Ipnu Wardana (2019). Strength(kekuatan) , Kualitas pelatih yang baik karena sudah berlisensi, Pemain yang berbakat. Weakness(kelemahan), Perlu perawatan sarana dan prasarana latihan. Opportunity(peluang), meraih sponsor untuk mendapatkan dana tambahan, menjadi sekolah sepakbola unggulan .Threats(ancaman), pemain berprestasi pindah ke SSB lain.

Menurut penelitian terdahulu Nodie Raffi Oktaruska dan Heri Wahyudi (2021). Strength (kekuatan), mencakup kualitas pelatih dan bakat pemain. Weakness (kelemahan) , meliputi minimnya dana dan sarana prasarana. Oppurtunities (peluang), meliputi suntikan dana, sedangkan Threats(ancaman) meliputi hilangnya motivasi atlet untuk berkembang.

Berkaitan dengan hal tersebut penulis tertarik melakukan pengembangan peneltian tentang Strategi pemasaran menggunakan Analisis SWOT pada Sekolah Sepak Bola khususnya Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang.

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

3. Metode, Data, Dan Analisis

Menurut Sugiyono (2018:20) "Analisis penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi" Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif.

Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Agustus 2023 dan tempat penelitian di Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh keluarga besar sekolah sepak bola Al Hudud Karawang yaitu berjumlah 150 Orang . Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan *sampling purposive*. Perhitungan sampel penelitian ini menggunakan rumus Lameshow dalam (Kamaruddin et al., 2022) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Dengan n = jumlah sampel, z = nilai standar (1,96), P = maksimal estimasi (50%), d = alpha (0,10) atau sampling error (10%). Dari hasil perhitungan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96 orang

Teknik pengumpulan data dalam Penelitian ini menggunakan metode kuesioner, observasi dan wawancara secara langsung.

Menurut (Sugiyono, 2018:178) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 2. Skor Skala Likert

Skor	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju
2	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Setuju
3	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
4	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Hasil Olah Penulis, (2023)

Dalam analisis SWOT pada matriks IFAS penulis dalam menentukan variabel dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak Sekolah sepak bola Al Hudud Karawang, penulis dapat mengetahui faktor yang dapat menjadi Kekuatan (*strengths*) bagi Sekolah Sepak Bola Al Hudud ataupun Faktor yang menjadi Kelemahan (*weaknesses*) bagi Sekolah Sepak Bola Al Hudud

Tabel 3. Variabel Kekuatan dan Kelemahan

Variabel Kekuatan dan Kelemahan Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang	
Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)
Akses menuju lokasi yang mudah	Kurangnya promosi
Biaya pendaftaran terjangkau	Lokasi tidak berada disekitar pusat kota
Pelatih berlisensi	Fasilitas tidak memadai

Hubungan yang baik dengan konsumen atau orang tua murid	Kurang inovasi dalam memperkenalkan SSB pada calon konsumen yang berada jauh dari lokasi
Siswa yang berbakat	Manajemen usaha yang belum maksimal

Sumber : Hasil Wawancara, (2023)

Sedangkan untuk Matriks EFAS penulis melakukan pengambilan 10 variabel tersebut dengan berdasarkan diskusi dan melihat dari berbagai penelitian terdahuludimana terdapat beberapa variabel yang biasa di jadikan pembandingan .Berikut ini merupakan Variabel Peluang dan Ancaman

Tabel 4. Variabel Peluang dan Ancaman

Variabel Peluang dan Ancaman Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang	
Peluang (<i>opportunities</i>)	Ancaman (<i>weaknesses</i>)
Peningkatan pendapatan di daerah Karawang	Lokasi usaha yang kurang strategis dibanding pesaing
Pertumbuhan tren yang cukup positif dengan meningkatnya prestasi TIMNAS Sepak bola	Muncul pesaing dengan biaya pendaftaran yang lebih murah
Sponsorship	Performa menurun dari TIMNAS Sepak bola
Meraih Prestasi yang lebih baik lagi dengan dilatih oleh pelatih yang kompeten	pesaing yang sudah mempunyai nama
Mulai bermunculan Liga anak usia dini di Karawang	Hilangnya motivasi atlet untuk berkembang

Sumber : Hasil Wawancara, (2023)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Rentang Skala dan Analisis SWOT

Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan Software SPSS (*Statistical Package for Service Solution*) aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis statistika tingkat lanjut, analisis data dengan *algorithm machine learning*, analisis *string*, serta analisis *big data* yang dapat diintegrasikan untuk membangun *platform* data analisis. Pada penelitian ini, software SPSS digunakan untuk uji validasi data dan uji reliabilitas data.

Uji validitas dalam kuesioner untuk menjamin agar kuesioner (alat ukur) yang digunakan mampu mengukur fenomena yang sebenarnya (Mursid et al., 2019:67). Uji validitas menggunakan korelasi product moment dengan kriteria

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item-item pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk koesioner. Jika nilai alpha > 0,70 maka reliabel (Sujarweni,2019:

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kekuatan (X1)

					Cronbach's
No	Item	rtabel	rhitung	Keterangan	Alpha

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

1	X1.1	0.463	0.783	Valid	0.83
2	X1.2	0.463	0.75	Valid	
3	X1.3	0.463	0.838	Valid	
4	X1.4	0.463	0.909	Valid	
5	X1.5	0.463	0.549	Valid	

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan variabel Kekuatan (X1) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan cronbach's alpha $0,83 > 0,70$ maka hasilnya dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kelemahan (X2)

No	Item	rtabel	rhitung	Keterangan	Cronbach's
					Alpha
1	X2.1	0.463	0.679	Valid	0.747
2	X2.2	0.463	0.774	Valid	
3	X2.3	0.463	0.808	Valid	
4	X2.4	0.463	0.679	Valid	
5	X2.5	0.463	0.632	Valid	

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan variabel Kelemahan (X2) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan cronbach's alpha $0,747 > 0,70$ maka hasilnya dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Validitas Variabel Peluang(X3)

No	Item	rtabel	rhitung	Keterangan	Cronbach's
					Alpha
1	X3.1	0.463	0.878	Valid	0.921
2	X3.2	0.463	0.841	Valid	
3	X3.3	0.463	0.903	Valid	
4	X3.4	0.463	0.892	Valid	
5	X3.5	0.463	0.845	Valid	

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan variabel Peluang (X3) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan cronbach's alpha $0,921 > 0,70$ maka hasilnya dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Validitas Variabel Ancaman(X4)

No	Item	rtabel	rhitung	Keterangan	Cronbach's
					Alpha

1	X4.1	0.463	0.758	Valid	0.851
2	X4.2	0.463	0.805	Valid	
3	X4.3	0.463	0.815	Valid	
4	X4.4	0.463	0.773	Valid	
5	X4.5	0.463	0.805	Valid	

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan variabel Ancaman (X4) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan cronbach's alpha $0,851 > 0,70$ maka hasilnya dinyatakan reliabel.

Menurut (Kristanto et al, 2017) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*oportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan misi, tujuan, strategi dengan kebijakan Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang.

Analisis SWOT merupakan proses dimana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi kinerja organisasi di masa depan. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal akan digunakan untuk melakukan perencanaan strategi dan mengelola usaha dengan cara yang paling efektif dan efisien (Riyanto, Luthfi, Rahman.2021)

Tabel 6. Analisis Tabel IFAS Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang

No	Faktor Internal	Bobot [B]	Rating [R]	Skor Bobot [BxR]
Strengths				
1	Akses menuju lokasi yang mudah	0,16	3,59	0,57
2	Biaya pendaftaran terjangkau	0,12	3,61	0,43
3	Pelatih berlisensi	0,12	3,65	0,44
4	Hubungan yang baik dengan konsumen atau orang tua murid	0,12	3,64	0,44
5	Siswa yang berbakat	0,12	3,54	0,42
Jumlah Strengths				2,31
Weaknesses				
1	Kurangnya promosi	0,08	2,82	0,23
2	Lokasi tidak berada disekitar pusat kota	0,04	2,97	0,12
3	Fasilitas tidak memadai	0,08	2,92	0,23
4	Kurang inovasi dalam memperkenalkan SSB pada calon konsumen yang berada jauh dari lokasi	0,08	2,89	0,23
5	Manajemen usaha yang belum maksimal	0,08	2,96	0,24
Jumlah Weakness		0,36		1,05
Jumlah Keseluruhan		0,36		3,35

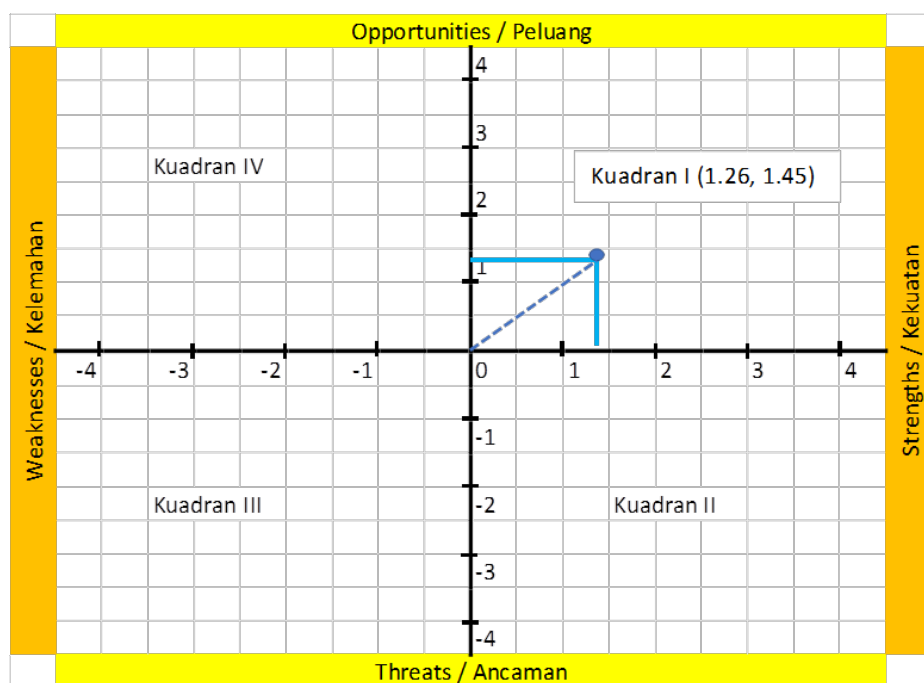
Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Tabel 7. Analisis Tabel EFAS Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang

No	Faktor Eksternal	Bobot [B]	Rating [R]	Skor Bobot [BxR]
Opportunities				
1	Peningkatan pendapatan di daerah Karawang	0,16	3,40	0,54
2	Pertumbuhan tren yang cukup positif dengan meningkatnya prestasi TIMNAS Sepak bola	0,12	3,57	0,43
3	Sponsorship	0,16	3,49	0,56
4	Meraih Prestasi yang lebih baik lagi dengan dilatih oleh pelatih yang kompeten	0,12	3,61	0,43
5	Mulai bermunculan Liga anak usia dini di Karawang	0,12	3,41	0,41
Jumlah Opportunities		0,68		2,37
Threats				
1	Lokasi usaha yang kurang strategis dibanding pesaing	0,08	2,91	0,23
2	Muncul pesaing dengan biaya pendaftaran yang lebih murah	0,08	2,85	0,23
3	Performa menurun dari TIMNAS Sepak bola	0,08	2,91	0,23
4	pesaing yang sudah mempunyai nama	0,04	2,85	0,11
5	Hilangnya motivasi atlet untuk berkembang	0,04	2,79	0,11
Jumlah Threats		0,32		0,92
Jumlah Keseluruhan		1,00		3,29

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh hasil analisis IFAS dengan Skor Kekuatan 2.31 dan Skor Kelemahan 1.05 dengan Jumlah Skor 3.35, Sedangkan Analisis EFAS diperoleh hasil Skor Peluang 2.37 dan Skor Ancaman 0.92 dengan jumlah Skor 3.29.



Gambar 4. Hasil Matrik SWOT

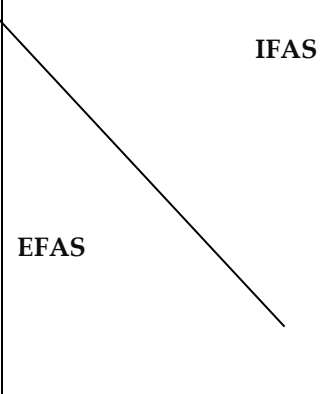
Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

Berdasarkan grafik diatas diketahui bahwa posisi bisnis berada di Kuadran I. Hal ini berarti perusahaan memiliki peluang lingkungan Internal sebesar 1.26 dan memiliki kekuatan Eksternal sebesar 1.45 . Membuat banner promosi disepanjang akses jalan menuju lokasi agar menarik sponsorship untuk datang Memelihara kualitas pelatih yang baik agar meraih prestasi di tingkat Nasional maupun Internasional dan menjaga kualitas permainan siswa yang berbakat agar dapat konsisten mengikut liga dan kompetisi di Karawang.

Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Berikut adalah matrik SWOT Sekolah Sepak Bola Karawang :

Tabel 8.Matriks SWOT Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang

 IFAS EFAS	Strengths(S) 1. Akses menuju lokasi yang mudah 1,3 2. Harga yang terjangkau 2,1 3. Kualitas pelatih yang baik 3,4 4. Hubungan yang baik dengan konsumen atau orang tua murid 5. Siswa yang berbakat 5, 5	Weakness(W) 1. Kurangnya promosi 2. Lokasi tidak berada disekitar pusat kota 3. Fasilitas tidak memadai 4. Kurang inovasi dalam memperkenalkan produk pada calon konsumen yang berada jauh dari lokasi 5. Manajemen usaha yang belum maksimal
Opportunities(O) 1. Peningkatan pendapatan di daerah Karawang 2. Pertumbuhan tren yang cukup positif dengan meningkatnya prestasi TIMNAS 3. Sponsorship 4. Meraih Prestasi yang lebih baik lagi dengan dilatih oleh pelatih yang kompeten 5. Mulai bermunculan Liga anak usia dini di Karawang	Strategi SO 1. Membuat banner promosi disepanjang akses menuju lokasi agar menarik Sponsorship untuk bekerjasama dengan Al Hudud 2. Memelihara kualitas pelatih yang baik agar meraih prestasi di tingkat Nasional maupun Internasional 3. Menjaga kualitas permainan siswa yang berbakat agar dapat konsisten mengikut liga dan kompetisi di Karawang 4. Membuat Promosi secara berkala dengan harga yang terjangkau agar menjangkau segala lapisan masyarakat termasuk masyarakat yang memiliki peningkatan pendapatan di Karawang 5. Para orang tua dari Al Hudud Membuat Komunitas Sepak Bola agar pertumbuhan tren dari TIMNAS dapat di kontrol.selain itu menjadi	Strategi WO 1. Mengintensifkan promosi pada pasar konsumen yang dituju agar meraih prestasi yang lebih baik 2. Meningkatkan kualitas dari manajemen usaha agar mampu bermain di Liga anak usia dini di Karawang dengan baik 3. Meningkatkan kerjasama agar terciptanya kepercayaan konsumen 4. Berinovasi dalam memperkenalkan produk pada calon konsumen agar masyarakat yang mempunyai pendapatan diatas rata-rata mau mendaftarkan anaknya ke Al Hudud 5. Meningkatkan fasilitas latihan agar meningkatkan kepercayaan dari pihak sponsor dan mendatangkan sponsor baru

	media Promosi bagi Al Hudud.	
Threat(T) 1. Lokasi usaha yang kurang strategis dibanding pesaing 2. Muncul pesaing dengan biaya pendaftaran yang lebih murah 3. Performa menurun dari TIMNAS 4. pesaing yang sudah mempunyai nama 5. Hilangnya motivasi atlet untuk berkembang	Strateg ST: 1. Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan 2. Meningkatkan kualitas permainan siswa agar meraih prestasi yang lebih baik 3. Menjaga kualitas pelatih yang ditawarkan 4. Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi	Strategi WT : 1. Menerakan harga yang kompetitif namun tidak merugikan 2. Memaksimalkan manajemen usaha yang solid agar terciptanya kepercayaan dari konsumen 3. Meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap berkualitas

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan hasil analisis adalah:

- IFAS diperoleh hasil 1,26 dimana hasil tersebut diperoleh dari Total skor kekuatan 2,31 dikurangi total skor kelemahan 1,05.
- EFAS diperoleh hasil 1,45 dimana hasil tersebut diperoleh dari total skor Peluang 2,37 dikurangi total skor Ancaman 0,92.

Analisis Matriks SWOT untuk Strategi SO

Berdasarkan analisis SWOT dilihat dari kekuatan dan peluang dalam analisis tersebut yang dimiliki oleh perusahaan dapat meningkatkan strategi dan memaksimalkan kekuatan serta memanfaatkan peluang yang ada untuk strategi pemasaran pada Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang yaitu Membuat banner promosi disepanjang akses jalan menuju lokasi agar menarik sponsorship untuk datang, memelihara kualitas pelatih yang baik agar meraih prestasi di tingkat Nasional maupun Internasional, menjaga kualitas permainan siswa yang berbakat agar dapat konsisten mengikut liga dan kompetisi di Karawang, Membuat Promosi secara berkala dengan harga yang terjangkau agar menjangkau segala lapisan masyarakat termasuk masyarakat yang memiliki peningkatan pendapatan di Karawang dan Para orang tua dari Al Hudud Membuat Komunitas Sepak Bola agar pertumbuhan tren dari TIMNAS dapat di kontrol.selain itu menjadi media Promosi bagi Al Hudud.

Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WO

Berdasarkan analisis SWOT dilihat dari kelemahan dan peluang yang di miliki Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang diharapkan agar dapat memperbaiki dengan melihat Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

peluang yang ada dengan cara Mengintensifkan promosi pada pasar konsumen yang dituju, Meningkatkan kualitas dari manajemen usaha agar terciptanya manajemen yang solid, Meningkatkan kerjasama agar terciptanya kepercayaan konsumen, Berinovasi dalam memperkenalkan produk pada calon konsumen agar masyarakat yang mempunyai pendapatan diatas rata-rata mau mendaftarkan anaknya ke Al Hudud dan Meningkatkan fasilitas latihan agar meningkatkan kepercayaan dari pihak sponsor dan mendatangkan sponsor baru

Analisis Matriks SWOT untuk Strategi ST

Dari hasil kekuatan dan ancaman, kekuatan di pakai untuk mengatasi ancaman yang ada pada Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang dengan cara Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan, Meningkatkan kualitas permainan siswa agar meraih prestasi yang lebih baik, Menjaga kualitas pelatih yang ditawarkan dan Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi.

Analisis Matriks SWOT untuk Strategi WT

Dari kelemahan dan ancaman Sekolah Sepak Bola Al Hudud Karawang dapat meminimalkan kelemahan internal yang ada untuk menghindari ancaman eksternal dengan cara, Menerakan harga yang kompetitif namun tidak merugikan, Memaksimalkan manajemen usaha yang solid agar terciptanya kepercayaan dari konsumen, Meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap berkualitas

5. Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan , posisi Sekolah Sepak Bola Al Hudud berada di kuadran I. Hal ini berarti Sekolah Sepak Bola Al Hudud memiliki peluang lingkungan Internal sebesar 1,26 dan memiliki kekuatan Eksternal sebesar 1,45 . Strategi Pemasaran yang tepat bagi Sekolah Sepak Bola Al Hudud yaitu membuat banner promosi disepanjang akses jalan menuju lokasi agar menarik sponsorship untuk datang memelihara kualitas pelatih yang baik agar meraih prestasi di tingkat nasional maupun internasional dan menjaga kualitas permainan siswa yang berbakat agar dapat konsisten mengikut liga dan kompetisi di Karawang

Referensi

- Astuti, M. & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Fitriani puspa samodra. (2022, November 11). Liputan6.com (<https://www.liputan6.com/hot/read/5122849/analisis-swot-apa-itu-simak-penjelasan-dan-contohnya>)
- Freddy, R. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis : Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasiholan, L. B., Amboningtyas, D., & Pambudy, A. P. (2021). *Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Franchise Panganan Ringan Di Kota Semarang*. Media Sains Indonesia.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia widiasarana indonesia.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran....

omset UKM percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. SESINDO 9, 2017

Mursid, M. C., Suliyanto, & Rahab. (2019). Menanamkan Nilai Inovasi Berbasis Syariah Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Baru Di Industri Keuangan Mikro Syariah. Khoirunnisa.

Nadhir, M. (2017, November 10). Kompas.com

Raffi Oktaruska & Wahyudi Heri (2021). Analisis SWOT pembinaan di Sekolah Sepak Bola mitra fc Kebun agung Sumenep . *Jurnal Kesehatan Olahraga Vol.09 No.4 Halaman 169-174*

Riyanto, S., Aziz, M.N., & Putera, A.R. (2021). Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisas. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian EValuasi* (Setiyawami (Ed.); 6th ed.). Alfabeta, cv

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kauntitatif*. Pustaka Barupress.

Wardana, Rycho (2019). Analisis SWOT di Sekolah Sepak Bola Hayam Wuruk Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Kesehatan Olahraga Vol.06 No.2 Halaman 168-174*.

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79). CV Budi Utama