

STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA ARENA FUTSAL

Bayu Panji Wicaksono P, Ade Rachmawati, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : strategi pemasaran

Abstraksi :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan ARENA FUTSAL dan untuk mengetahui keberhasilan dari strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan pelanggan yang diterapkan oleh ARENA FUTSAL, dengan menggunakan bauran pemasaran (Marketing Mix) yang terdiri dari Place, Price, Product, Promotion, People, Proses, dan Phisycal Evidence (7P) dan Analisis SWOT. Dan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam menerapkan Bauran Pemasaran, perusahaan telah menerapkan strategi dengan baik antara lain : harga yang relatif terjangkau oleh kalangan mahasiswa dan pelajar serta memberikan kualitas jasa pelayanan yang baik. Namun, ada satu kendala dengan SDM atau tenaga kerja yang dimiliki perusahaan yaitu petugas lapangan yang kurang sigap dalam melayani konsumennya. Sedangkan dengan analisis SWOT diketahui bahwa ARENA FUTSAL mempunyai kekuatan yang lebih besar dengan ancaman yang ada disekitarnya.