

TRANSKIP WAWANCARA

A. Tio Nugroho (*Manager*)

- P : Pak, saya yang kemarin yang mau melakukan penelitian mengenai “Strategi Promosi Tifosi Futsal Yogyakarta Dalam Menarik Calon Siswa Sekolah Futsal”, bisa ngobrol sebentar ?
- Tio : Ya mas, apa yang bisa saya bantu ?
- P : Untuk mempersingkat waktu langsung saja ke pertanyaan ya mas ?
- Tio : Ya silahkan.
- P : Apa perencanaan strategi untuk Tifosi Futsal ?
- Tio : Saya selaku pemilik memiliki perencanaan strategi sebelum melakukan strategi promosi. Hal tersebut dilakukan agar promosi yang dilakukan di kemudian hari dapat berjalan sesuai perencanaan.
- P : Apa saja bentuk-bentuk strategi promosi ?
- Tio : Kalau urusan promosi itu sudah menjadi tugas *manager marketing*, tapi saya sebagai pemilik itu selalu mengontrol. Bentuk-bentuk promosinya itu seperti menempel pamflet, brosur, melalui sosial media, *twitter*, *facebook*. Jadi promosi yang dilakukan itu macamnya banyak, agar Tifosi dan sekolah futsalnya segera dikenal orang banyak tentunya.
- P : Apakah Tifosi futsal memiliki sasaran dan target ?
- Tio : Kalau soal sasaran dan target kita ada.
- P : Sasaran dan targetnya seperti apa ?
- Tio : Kita targetnya itu anak-anak sampai remaja karena kalau anak-anak itu lebih diajari, kita bisa membentuk *skill*-nya dari sekarang. Kalau targetnya itu pengennya satu angkatan itu minimal 100 siswa.
- P : Untuk biaya promosi berapa ya untuk Tifosi ?
- Tio : Kalau soal berapa besaran untuk promosi pihak kami tidak dapat menyebutkan karena itu terkait dengan keuangan Tifosi sendiri
- P : Apakah Tifosi Futsal selalu mengadakan evaluasi ?
- Tio : Kalau evaluasi itu ada, kita selalu mengadakan evaluasi setiap ajaran baru maupun pertengahan semester.
- P : Evaluasi yang seperti apa ?
- Tio : Memang promosi yang dilakukan sudah lumayan gencar ya, tapi hasilnya memang akhir-akhir ini melemah dan belum signifikan sesuai targetnya. Kita sedang membuat gebrakan baru lagi baik dari kurikulum pembelajaran maupun fasilitas yang diperoleh agar sekolah futsal kami diminati kembali.
- P : Apa solusi untuk Tifosi Futsal mengenai kendala-kendala yang dihadapi ?
- Tio : Solusinya itu kami memberikan seperti diskon bagi yang mendaftar secara bersama-sama. Misalnya yang mendaftar 5 orang, kami beri diskon berapa berlaku kelipatannya, dengan cara seperti itu, agar mereka berminat, ditambah juga dengan fasilitas memadai, seperti ruang ganti pakaian, toilet dan lapangan standart nasional tentunya yang diperoleh apabila menjadi siswa Tifosi Futsal. Disamping itu, kami juga mencoba untuk memberikan fasilitas kepada siswa yang terbaik, seperti desain tas sepatu yang menarik, kostum latihan yang bagus

dan nyaman. Tak kalah pentingnya, kami juga mengusahakan dan menjanjikan bagi mereka yang punya prestasi baik dan *skill* bagus, akan kami bawa ke Jakarta untuk belajar dan *sparing partner* dengan tim futsal nasional disana. Harapan kami ini yang menjadi salah satu ketertarikan mereka untuk belajar futsal di sekolah kami dan hal ini jarang ditemui di sekolah futsal lain khususnya di Yogyakarta.

P : Tertimakasih atas waktunya mas Tio.

Tio : Sama-sama.

B. Armando Pribadi (Pengurus Asprov. PSSI DIY Bidang Futsal)

P : Mas, saya yang kemarin sudah janji ingin melakukan wawancara.

Armando : Ya silahkan mas. Jadi apa yang bisa saya bantu.

P : Wawancara ini digunakan untuk penelitian saya. Bisa saya langsung ke pertanyaan-pertanyaan saya ?

Armando : Silahkan.

P : Bagaimana menurut anda mengenai perencanaan strategi untuk sekolah futsal ?

Armando : Menurut saya perencanaan strategi harus disusun secara matang, karena futsal termasuk olahraga yang sangat bagus apabila dapat mencetak generasi-generasi yang sangat unggul dalam melakukan permainan futsal dan futsal sekarang ini sudah masuk ke dalam cabang olahraga yang dipertandingkan di *event* ASEAN, sehingga perlu mendidik dan mencetak dari anak-anak berbakat sedini mungkin.

P : Lalu apakah setiap sekolah memerlukan macam-macam bentuk strategi promosi ?

Armando : Menurut saya iya, macam dan bentuknya kan banyak.

P : Lalu bagaimana untuk target dan sasaran untuk sekolah futsal yang dijalankan Tifosi Futsal selama ini ?

Armando : Saya memberikan apresiasi yang sangat baik kepada Tifosi Futsal karena Tifosi Futsal menentukan sasaran sekolah futsalnya itu di kalangan usia anak-anak dan remaja. Hal ini bisa menjadi regenerasi. Jadi, memang lebih disarankan kalau membuka pendidikan futsal itu untuk anak-anak dan remaja agar generasi pemain futsal dapat terus muncul dan terpantau. Hal ini juga sesuai dengan apa yang diprogramkan oleh PSSI dengan membidik pemain futsal usia anak-anak untuk dijadikan pemain profesional.

P : Lalu bagaimana anda melihat persaingan antar sekolah futsal sekarang ?

Armando : Sekarang ini sekolah futsal itu memang banyak sekali bermunculan, jadi memang perlu strategi yang bagus dan cemerlang untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Inikan juga sudah menjadi peluang bisnis. Jadi banyak juga para pebisnis

yang melirik usaha ini. Kalau saya sih setuju aja. Karena itu bagus ya buat perkembangan olahraga futsal, khususnya di Yogyakarta dan Indonesia pada umumnya. Oh ya mas, maaf lho ini saya tidak punya banyak waktu.

P : Iya mas, kalau begitu terimakasih banyak atas waktunya.

Armando : Sama-sama mas.

C. Kiki Riyanila (*Marketing*)

P : Selamat sore mbak ?

Kiki : Sore, oh mas yang waktu itu janji mau wawancara ya. Silahkan mas.

P : Terima kasih mbak atas waktunya. Saya langsung saja ya pertanyaannya, takut mbak sibuk.

Kiki : Silahkan mas.

P : Bagaimana perencanaan strategi Tifosi Futsal itu mbak ?

Kiki : Sebagai *marketing*, saya dan mas tio selaku *manager* dan pemilik Tifosi sudah menyusun perencanaan strategi setiap tahunnya. Saya dengan bawahan saya juga melakukan perencanaan strategi, agar strategi promosi tersebut sesuai dengan rencana dan satu pemahaman dengan karyawan lainnya, karena Tifosi Futsal sedang mengalami penurunan jumlah siswa. Oleh karena itu, strategi promosi Tifosi Futsal membutuhkan hal yang baru atau beda dengan sekolah futsal lainnya di Yogyakarta.

P : Lalu bagaimana bentuk promosi Tifosi Futsal ?

Kiki : Bentuk promosinya itu antara lain, seperti iklan-iklan lewat pamflet-pamflet, iklan di televisi local Jogja, internet (media sosial) atau dengan cara menyebar brosur di sekolah-sekolah formal, radio di Jogja paling seperti itu. Banyaknya tempat pendidikan futsal membuat kita harus banyak ide agar sekolah futsal kita dapat bersaing dengan sekolah futsal lainnya.

P : Bagaimana terkait dengan waktu promosinya ?

Kiki : Waktu promosi itu dilakukan setiap hari, kalau misalnya lewat online itu kita updatenya setiap hari. Kalau pamflet, brosur atau seperti iklan lainnya di televisi atau radio nanti kita itu ada waktunya sendiri. Dari kita sudah ada jadwalnya.

P : Untuk target dan sasaran sekolah futsal di Tifosi Futsal ini bisa dijelaskan mbak ?

Kiki : Targetnya itu anak-anak sampai remaja umur 6-8 tahun, 9-12 tahun, 13-16 tahun dan usia 17 tahun ke atas. Kami memberikan kategori usia, agar tidak terlalu jauh dari segi kemampuannya, sehingga kami kelompokkan sesuai usia siswanya. Kalau sasaran, pengennya bisa mendapatkan minimal itu 100 siswa, ya karena kami ingin Tifosi menjadi lebih maju, sehingga kami mematok sasaran minimal 100 siswa.

P : Berapa besaran biaya promosi yang dikeluarkan oleh Tifosi futsal ?

Kiki : Kalau masalah biaya promosi, kami tidak bisa memberikan informasinya. Itu hanya mas tio yang tahu dan mungkin beliau juga tidak kan mengutarakannya. Yang jelas kami tetap menganggarkan untuk biaya promosi setiap tahunnya.

- P : Untuk masalah evaluasi bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Tifosi futsal itu sendiri mbak ?
- Kiki : Tifosi secara terus-menerus melakukan promosi, agar sekolah futsal kami dapat mencapai target ya minimal 50% lebih dari target terpenuhi. Namun, hasilnya ya demikian, belum terlihat nyata. Mungkin karena banyaknya persaingan sekolah futsal di jogja ini, maka dalam menarik siswa di sekolah kami butuh kerjakeras yang lebih optimal lagi. Kami selalu melakukan evaluasi agar promosi yang kita lakukan ini dapat menarik minat calon siswa untuk melakukan promosi tentunya. Program promosi yang kurang efektif kita buang dan yang dirasa efektif kita jalankan terus bahkan kita tingkatkan. Setiap ada kendala langsung kami cari solusinya dan setiap muncul ide baru juga kami terapkan saat itu juga. Jadi kami, tidak berpikir terlalu lama lagi untuk melakukan promosi.
- P : Apa saja solusi atas kendala di Tifosi futsal ?
- Kiki : Solusinya itu kami sebagai *marketing* memberikan potongan harga bagi calon yang akan menjadi siswa di Tifosi Futsal secara *kolektif*, contohnya seperti ini, kalau mereka mendaftar minimal 5 orang, kami akan memberikan diskon misalnya 10% per orang, hal tersebut berlaku kelipatannya.
- P : Terimakasih mbak atas waktunya. Semoga Tifosi selalu maju.
- Kiki : Sama-sama mas, terimakasih.

D. Ricky (Pelatih)

- P : Selamat sore mas ?
- Ricky : Ya. Ada yang bisa saya dibantu ?
- P : Saya bisa minta waktu untuk wawancara sebentar ?
- Ricky : Silahkan.
- P : Langsung pertanyaan ya mas, bagaimana bentuk promosi dari Tifosi Futsal ?
- Ricky : Kalau setahu saya itu ya dari sosial media, saya nggak begitu paham.
- P : Lalu kenapa alasannya target dan sasarannya adalah anak-anak ?
- Ricky : Jadi gini, karena kita mau melakukan pendidikan dan pelatihan futsal, maka membangunnya juga dari anak-anak. Kalau yang sudah pemain jadi, ya namanya atlet bukan melakukan pendidikan lagi.
- P : Kemudian apakah terdapat kendala untuk sekolah futsalnya ?
- Ricky : Kalau anak-anak yang biasa menyewa lapangan disini itu banyak yang tidak mau belajar futsal, maunya langsung main. Oleh karena sekarang penyewaan futsal itu banyak, mereka hanya ingin menyewa tempat untuk bermain futsal saja, bukan mengikuti pendidikan futsalnya. Dari segi kepelatihan sendiri yang sudah berjalan selama ini, siswa itu kalau diberi materi pendidikan, rata-rata banyak yang malas-malasan, tapi ada juga yang serius dalam menyerap ilmunya. Hal ini karena kebiasaan mereka yang hanya ingin langsung main aja ketika sudah menyewa lapangan.
- P : Terimakasih mas atas waktunya.

Ricky : Ya mas sama-sama.

E. Ragil (Pelatih)

P : Selamat sore mas, saya bisa ganggu sebentar saja ?

Ragil : Ya mas, ada apa ya ?

P : Saya mau mewawancarai mas, bisa saya ganggu sebentar ?

Ragil : Ya silahkan.

P : Apakah mas mengetahui apa saja bentuk promosi Tifosi Futsal ?

Ragil : Setahu saya bentuk promosinya itu lewat media sosial juga pamflet-pamflet seperti itu, tapi promosi yang dilakukan sudah cukup bagus. Sepertinya memang butuh gebrakan agar banyak siswa yang mau belajar futsal di Tifosi

P : Apa alasan pengelompokkan umur dalam Tifosi Futsal ini ?

Ragil : Ya kalau saya maunya dikelompokkan, agar lebih mudah dalam mengajarnya. Jadi gimana ya, kalau anak-anak seumuran itu kita punya *standart* kepelatihan tersendiri. Biar yang anak-anak sama anak-anak, remaja sama yang remaja, kan dari segi fisik dan stamina dan penyerapan ilmunya juga akan sepadan tentunya. Kalau dicampur mengajarnya sulit.

P : Lalu apa saja kendala yang dihadapi oleh Tifosi untuk sekolah futsalnya ?

Ragil : Kalau saya selaku pelatih melihat kendalanya itu karena sekarang sudah banyak tempat pendidikan futsal, jadi ya makin sepi saja Tifosi Futsal ini.

P : Sudah mas itu saja yang saya mau tanyakan. Maaf mengganggu. Terimakasih banyak ya mas.

Ragil : Ya mas.