

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia usaha, pengusaha selalu dihadapkan pada persaingan yang semakin luas dan situasi global yang berkembang dengan pesat setiap tahunnya. Persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Kondisi ini menekankan kepada pengusaha yang dituntut untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan barang atau jasa yang memiliki kualitas, harga, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing lainnya. Inilah tuntutan pasar yang menjadi fokus persaingan. Umumnya, perusahaan berupaya memenuhi harapan konsumen dengan membangun hubungan jangka panjang yang baik didasarkan pada kepercayaan antara pengusaha dan pelanggan. Hubungan ini harus terus ditingkatkan dari waktu ke waktu, termasuk dalam hal pelayanan dan kualitas produk atau jasa yang diberikan.

Setiap pengusaha, baik yang bergerak di bidang kuliner, industri, perdagangan, pertanian, dan lainnya yang menjual produk maupun jasa memiliki tujuan untuk tetap mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Tujuan tersebut dapat tercapai melalui strategi upaya mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan. Jika tujuan tersebut tercapai, maka kelangsungan hidup usaha tersebut di masa depan dapat dipertahankan dan mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Menurut Suci (2017:52), UMKM sebagai bagian dari perekonomian harus lebih meningkatkan daya saingnya dengan melakukan inovasi dan kreatifitas agar bisa bertahan dalam waktu yang lebih lama. Berdasarkan pendapat tersebut setiap usaha perlu menetapkan strategi atau melakukan penyesuaian dalam menghadapi dampak yang memengaruhi kelangsungannya. Di tengah persaingan usaha yang semakin meningkat dan ketat, pengusaha

berupaya memperbaiki usahanya. Analisis SWOT sering dimanfaatkan dalam pengembangan bisnis karena memiliki peran yang sangat penting dalam merumuskan strategi usaha. SWOT membantu pengusaha dalam menyusun strategi pengembangan produk dan jasa, serta dalam perbaikan dan pengembangan produk dan jasa agar usaha yang ada dapat terus berkembang dan bertahan (Putra, 2017:398).

Fastasyah Futsal merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa penyewaan lapangan futsal yang berdiri sejak tahun 2014 dan beralamat di jalan Mataram, lorong Nibung Jaya, Kelurahan Kemas Rindo, Kecamatan Kertapati, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Fatasyah Futsal buka setiap hari Senin s.d. Minggu dan tetap buka di hari libur nasional. Jam operasional penyewaan lapangan Fatasyah Futsal dibuka mulai pukul 07.00 s.d. 24.00 WIB. Berikut ini merupakan tarif sewa lapangan Fatasyah Futsal pada Tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1.1 Tarif Sewa Lapangan Perjam Fatasyah Futsal**

<b>Hari</b>	<b>Jam</b>	<b>Tarif Sewa Perjam</b>
Senin – Jum’at	07.00 - 17.00 WIB	Rp. 60.000
	18.00 - 23.00 WIB	Rp. 70.000
Sabtu	07.00 - 17.00 WIB	Rp. 80.000
	18.00 - 23.00 WIB	Rp. 90.000
Minggu	07.00 - 17.00 WIB	Rp. 90.000
	18.00 - 23.00 WIB	Rp. 100.000
Libur Nasional	07.00 - 17.00 WIB	Rp. 90.000
	18.00 - 23.00 WIB	Rp. 100.000

Sumber: Fatsyah Futsal, 2024

Sudah sepuluh tahun usaha ini berdiri dan pemilik Fatasyah Futsal harus tetap mempertahankan usahanya agar tetap bersaing dan dapat berinovasi mengembangkan usaha Fatasyah Futsal menjadi lebih baik lagi kedepannya. Beberapa faktor yang menjadi permasalahan usaha ini diantaranya yaitu jalan menuju futsal yang memiliki akses jalan yang sempit dan hanya bisa menggunakan kendaraan motor saja. Kurangnya memaksimalkan media promosi untuk menyebarluaskan informasi seperti *Instagram* dan *Facebook*,

Fatasyah Futsal hanya menggunakan *Whatsapp* untuk media informasi sekaligus pemesanan lapangan dan menunggu datangnya pelanggan untuk menyewa lapangan secara langsung datang ketempat, dengan sistem seperti ini cakupannya cenderung kecil dan tidak menyebar luas. Saat ini kita memasuki era teknologi yang semakin berkembang dengan pesat setiap tahunnya dan promosi melalui media sosial merupakan salah satu faktor penting untuk mengembangkan usaha Fastasyah Futsal ini dapat dikenal banyak orang. Faktor lain, seperti lapangan futsal yang lusuh dan sudah dimakan usia, pengecatan ulang, gawang, jari jari lapangan futsal sudah tidak diganti dalam tiga tahun terakhir yang membuat lapangan futsal Fatasyah tidak lagi menarik perhatian banyak orang.

**Tabel 1.2 Pendapatan Sewa Lapangan Tahun 2019-2023 pada Fatasyah Futsal**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan Pertahun</b>
2019	Rp 50.000.000
2020	Rp 35.000.000
2021	Rp 30.000.000
2022	Rp 40.000.000
2023	Rp 35.000.000

Sumber: Fatsyah Futsal, 2024

Dari Tabel 1.2 pendapatan pertahun Fatasyah Futsal tersebut menunjukkan bahwa jumlah pendapatan penyewaan lapangan pada Fatasyah Futsal pada tahun 2020 turun dikarenakan wabah covid-19 dimana seluruh usaha kecil dan menengah di Indonesia mengalami masa terpuruk dan di ujung tanduk. Pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 dimana masa pandemic covid-19 telah menghilang seiring berjalannya waktu pendapatan Fatasyah Futsal masih tidak stabil. Faktor lain, dibukanya penyewaan lapangan futsal sekitar 300 Meter dari Fatasyah Futsal yang telah berdiri kurang lebih lima tahun yang menjadi pesaing penyewaan lapangan Fatasyah Futsal.

Berdasarkan penjelasan di atas, harus dilakukan beberapa upaya agar usaha Fatasyah Futsal yang sudah didirikan selama sepuluh tahun ini bisa bersaing dengan kompetitornya, juga dapat terus mengembangkan dan terus mempertahankan keberlangsungannya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Analisis SWOT Pada Usaha Fatasyah Futsal di Kertapati Palembang**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis SWOT Pada Usaha Fatasyah Futsal di Kertapati Palembang?”

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Pada laporan akhir ini peneliti membatasi penelitian agar tidak menyimpang pada analisis SWOT pada usaha Fatasyah Futsal di Kertapati Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam laporan akhir ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis SWOT pada usaha Fatasyah Futsal di Kertapati Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapat melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Pemilik Fatasyah Futsal**

Dapat memberikan informasi yang berguna serta menjadi bahan masukan ataupun saran kepada pemilik Fatasyah Futsal mengenai perkembangan usaha dan meningkatkan usahanya menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.

b. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan baru mengenai penelitian yang sudah dilaksanakan di bidang pemasaran tentang analisis SWOT pada usaha Fatasyah Futsal.

c. Bagi Pihak Lain

dapat menjadi bahan referensi untuk memberikan informasi bagi pembaca bagi penelitian sejenisnya, khususnya mahasiswa program studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Pendekatan Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang ada tentang Analisis SWOT pada usaha Fatasyah Futsal.

Menurut Fiantika (2022:5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena yang ada, fenomena ini dapat berupa sesuatu hal yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya yang secara holistik dideskripsikan dalam bentuk kata-kata yang menggambarkan kondisi apa adanya. Pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial, menggali persepsi dari partisipan yang menjadi subjek studi.

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, minat, motivasi, dan tindakan, dengan cara deskripsi menggunakan bahasa dan kata-kata.

Menurut Sugiyono (2018:23) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif adalah penyelidikan fenomena sosial yang berbasis pengujian teori yang diukur dengan angka dan dianalisis dengan prosedur statistik yang bertujuan memastikan kebenaran atau ketepatan teori yang ada.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan Pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang lengkap tentang “Analisis SWOT Pada Usaha Fatasyah Futsal”.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif untuk mengetahui kondisi pada usaha Fatasyah Futsal sehingga membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana Analisis SWOT pada Usaha Fatasyah Futsal.

#### **b. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Menurut Fauzi (2019:121), data primer merupakan data yang belum diolah dan dikumpulkan oleh peneliti secara khusus untuk tujuan penelitian yang bersangkutan. Dalam hal ini, data yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan langsung dari pemilik Fatasyah Futsal merupakan hasil wawancara dengan Bapak Abmawansyah dan pengamatan langsung.

## 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:219), data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen”.

Data sekunder yang diperoleh peneliti dalam bentuk data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak/orang lain. Data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti melalui studi literatur mengenai dasar-dasar pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Data ini dilakukan dengan cara mencari buku, jurnal, artikel dan hasil dari penelitian yang sudah dipublikasikan berkaitan dengan pembahasan dari peneliti.

### 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

##### a. Pengamatan (*Observasi*)

Menurut Sudaryono (2017:216), observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan data yang membantu dan akurat mengenai Fatasyah Futsal.

##### b. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sujarweni (2021:31), wawancara adalah proses memperoleh mendapatkan informasi dengan metode tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telepon antara pewawancara dengan narasumber, dengan memberikan pertanyaan yang dibutuhkan melalui wawancara dari peneliti baik

menggunakan media telepon maupun secara langsung dengan pemilik usaha Fatasyah Futsal.

c. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2017:219), menjelaskan dokumentasi ditujukan untuk data secara langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara yang dilakukan dalam penelitian.

d. Kuesioner

Menurut Sahir (2021:29), menjelaskan koesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat instrument pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini penulis membagikan secara langsung kuesioner kepada responden Fatasyah Futsal.

**2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)**

Menurut Sugiyono (2018:531) menjelaskan studi kepustakaan adalah kajian teoritis yang berkaitan dengan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

Dalam Riset ini peneliti mendapatkan data dari berbagai sumber yaitu buku, jurnal-jurnal, penelitian terdahulu dari berbagai instansi, *website online*, serta referensi yang berhubungan topik yang dibahas oleh peneliti.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2018:333), menjelaskan bahwa analisis data adalah proses sistematis untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori-kategori yang relevan, memecahnya menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis dari informasi yang ada, menyusun data ke dalam pola-pola yang bermakna, serta mengidentifikasi mana yang penting dan perlu dipelajari lebih lanjut. Melalui analisis data, peneliti juga membuat kesimpulan yang dapat dipahami dengan mudah oleh dirinya sendiri maupun oleh orang lain. Dengan demikian, analisis data merupakan tahap kritis dalam penelitian yang membantu dalam mengeksplorasi dan memahami makna dari informasi yang dikumpulkan.

Aktivitas analisis data kualitatif dan kuantitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus. Kegiatan dalam menganalisis data ini, yaitu matriks IFAS, matriks EFAS dan matriks SWOT.

##### **a. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)**

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFAS ini menggambarkan kondisi internal suatu perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Menurut Rangkuti (2016:27) menjelaskan tahapan merumuskan faktor-faktor internal matrixs IFAS sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada perusahaan.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari (0,0) tidak penting sampai (1,0) sangat penting.
3. Berikan rating masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari (1) yaitu poor sampai (4) outstanding.

4. Untuk mendapatkan skor masing-masing faktor, kalikan bobot dan rating setiap faktor yang ada.
5. Hitung jumlah rata-rata skor pada setiap variabel faktor untuk mencari sumbu x dengan cara S (Total Kekuatan) – W (Total Kelemahan).

Untuk menganalisa posisi suatu organisasi dapat dilihat berdasarkan penentuan matriks IFAS seperti pada Tabel 1.3 dibawah ini.

**Tabel 1.3 Contoh Tabel IFAS**

No	Faktor <i>Strength</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
1.				
2.	Dst.			
No	Faktor <i>Weakness</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
1.				
2.	Dst.			
	Total	1,00		

Sumber: Rangkuti, 2016

**b. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)**

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor eksternal yang terdapat pada suatu perusahaan. Matriks EFAS ini menggambarkan kondisi eksternal suatu perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Menurut Rangkuti (2016:25) menjelaskan tahapan merumuskan faktor-faktor internal matrixs EFAS sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada perusahaan.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari (0,0) tidak penting sampai (1,0) sangat penting.
3. Berikan rating masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari (1) yaitu poor sampai (4) outstanding.
4. Untuk mendapatkan skor masing-masing faktor, kalikan bobot dan rating setiap faktor yang ada.

5. Hitung jumlah rata-rata skor pada setiap variabel faktor untuk mencari sumbu y dengan cara O (Total Peluang) – T (Total Ancaman)

Untuk menganalisa posisi suatu organisasi dapat dilihat berdasarkan penentuan matriks EFAS seperti pada Tabel 1.4 dibawah ini.

**Tabel 1.4 Contoh Tabel EFAS**

No	Faktor <i>Opportunities</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
1.				
2.	Dst.			
No	Faktor <i>Threats</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
1.				
2.	Dst.			
	Total	1,00		

Sumber: Rangkuti, 2016

#### c. Cara perhitungan Bobot, Rating, dan Skor IFAS & EFAS

Menurut Mujiastuti (2019:58) menjelaskan cara perhitungan bobot, rating dan skor untuk IFAS dan EFAS sebagai berikut:

- $$\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah total setiap masing-masing pertanyaan}}{\text{Jumlah nilai (S+W) / (O+T)}}$$
- $$\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah total setiap masing-masing pertanyaan}}{\text{Jumlah Responden}}$$
- $$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

#### d. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi/perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan. Matriks ini menghasilkan empat

kemungkinan alternatif strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T. Di bawah ini Tabel 1.5 Matriks SWOT empat set yaitu:

**Tabel 1.5 Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>TREATHS (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2016

a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths and Threats*)

Strategi ini digunakan dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi dan mengurangi ancaman eksternal.

c. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

Strategi ini berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan dan memperbaiki kelemahan internal yang ada.

d. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha mengurangi kelemahan internal yang ada serta menghindari ancaman ekstern.

### 1.5.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

**Tabel 1.6 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	a. Harga b. Diskon c. Pelayanan	1. Harga Sewa Lapangan Futsal 2. Diskon yang diberikan 3. Pelayanan Fatasyah Futsal
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	a. Fasilitas b. Lokasi c. Media Sosial d. Keamanan	1. Fasilitas Fatasyah Futsal 2. Akses menuju lokasi Futsal 3. Kurangnya media sosial 4. Keamanan Fatasyah Futsal
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	a. Minat b. Lokasi	1. Fatasyah Futsal memiliki Pelanggan tetap 2. Lokasi Futsal dekat dengan pemukiman dan sekolah 3. Fatasyah Futsal dijadikan Tempat Lomba dan turnamen 4. Minat masyarakat dengan Olahraga Futsal
Ancaman ( <i>Threats</i> )	a. Pesaing b. Kenaikan Harga	1. Pesaing yang muncul 2. Promosi dari Pesaing 3. Kenaikan harga bahan material

### 1.5.6 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Darmanah (2019:48), menjelaskan populasi adalah adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:137), sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga

diperoleh sampel yang dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau representative (mewakili).

Menurut Agung dalam Alwi (2015:141), menjelaskan sampel untuk penelitian yaitu lebih besar daripada 30 dan lebih kecil dari pada 500 untuk kebanyakan penelitian. Dalam penelitian ini responden yang diambil berjumlah 40 orang.

Menurut Sugiyono (2018:144), menjelaskan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu. Dari penjelasan tersebut maka responden yang akan diteliti adalah pelanggan Fatasyah Futsal yang sudah pernah minimal 2 kali menyewa dan bermain di lapangan Fatasyah Futsal.