



## Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pasar Terhadap Bisnis Sewa Lapangan Olahraga Di Kota Medan

Ismu Hartarto <sup>1)</sup>; Fauzi Arif Lubis <sup>2)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> *Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: <sup>1)</sup> [hartarto.ismu@gmail.com](mailto:hartarto.ismu@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [fauziariflbs@uinsu.ac.id](mailto:fauziariflbs@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Hartarto, I., Lubis, F. A., (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pasar Terhadap Bisnis Sewa Lapangan Olahraga Di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>

### ARTICLE HISTORY

Received [07 Juni 2022]

Revised [17 Juni 2022]

Accepted [17 Juli 2022]

### KEYWORDS

Market Demand, Price, Location, Consumer Satisfaction, Rent

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Sewa lapangan olahraga tentu saja banyak dibutuhkan oleh masyarakat terkhususnya pecinta olahraga, terlebih lagi pada olahraga futsal dan bulutangkis. Tentu saja hal ini mempengaruhi konsep permintaan pasar dalam bisnis sewa lapangan olahraga yang wajib memperhatikan tinggi rendahnya permintaan pasar dan permintaan di pasar itu berbeda-beda. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis sewa lapangan berdasarkan teori permintaan di Kota Medan. Faktor-faktor yang terpilih yaitu harga (X1), Lokasi (X2), Kepuasan Konsumen (X3). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai data dan angka yang diolah lagi menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk menemukan hasil dan kesimpulan dari penelitian. Total sampel responden yang diambil sebanyak 55 orang sesuai dengan jumlah pemilik lapangan futsal dan bulutangkis di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya seluruh faktor seperti harga, lokasi, dan kepuasan konsumen selalu berpengaruh terhadap permintaan pasar sewa lapangan olahraga.

### ABSTRACT

Rent a sports field, of course, is much needed by the community, especially sports lovers, especially in futsal and badminton. Of course this affects the concept of market demand in the sports field rental business which must pay attention to the high and low market demand and the demand in the market is different. The purpose of this research is to determine the factors that influence the field rental business based on the theory of demand in the city of Medan. The selected factors are price (X1), location (X2), consumer satisfaction (X3). This study uses quantitative methods by using data and numbers that are processed again using the SPSS 25 application to find results and conclusions from the research. The total sample of respondents taken is 55 people according to the number of owners of futsal and badminton fields in Kota Medan. The results show that all factors such as price, location, and customer satisfaction always affect the demand for the sports field rental market.

## PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara yang memiliki banyak pulau – pulau, tentunya dengan mempunyai tanah dan lahan yang luas nan subur hingga menjadikan tempat yang kosong untuk membuat suatu usaha. Salah satu pulau, yakni pulau sumatera yang dikenal sebagai banyak provinsi khususnya memperhatikan provinsi Sumatera Utara yang ber ibu kota Medan memiliki jumlah penduduk kurang lebih 15.000.000 jiwa. Keadaan ini menjadikan Sumatera Utara menduduki

peringkat keempat provinsi penduduk terbanyak di Indonesia. Di ibu kotanya sendiri, Kota Medan sangat cocok untuk membuka atau membuat usaha sewa lapangan olahraga khususnya lapangan futsal dan lapangan bulutangkis. Selain banyaknya penduduk tetap di Kota Medan, banyak juga penduduk yang menggemari bidang olahraga. Tentu saja ini menjadi peluang besar bagi pengusaha untuk memanfaatkannya untuk membangun bisnis sewa lapangan olahraga.

Bisnis sewa lapangan olahraga merupakan salah satu UMKM yang pemiliknya harus memiliki modal yang besar, karena memerlukan lahan yang akan dijadikan tempat untuk berbisnis yang faktanya harga lahan atau tanah di Kota Medan yang terus naik setiap tahunnya. Bisnis ini akan terus berkembang cepat seiring jalannya waktu dan zaman, hal ini dibuktikan dengan puasnya dan minatnya keinginan konsumen dalam menggunakan jasa sewa lapangan olahraga tersebut. Bisnis ini diminati karena ruang terbuka untuk olahraga semakin berkurang di daerah perkotaan dan tidak mungkin menyediakan lapangan olahraga untuk penggunaan lahan. Peminat olahraga akan terus bertambah, terutama di kalangan anak muda, pelajar dan mahasiswa. Persewaan lapangan futsal dan bulutangkis termasuk dalam kategori usaha menengah ke atas karena membutuhkan modal yang cukup besar untuk beroperasi. Tentunya jika kebutuhan modal sangat tinggi, maka hasil yang diperoleh akan sangat bagus. Dan modal untuk menyediakan sebuah bangunan tergantung dari lokasi dan konstruksi bangunan tersebut. Lokasi lapangan futsal dan bulutangkis juga harus menjadi lokasi yang strategis, dengan akses yang baik ke pintu masuk dan tempat parkir juga harus diperhatikan.

Pelanggan atau konsumen utama dari penyediaan jasa penyewaan lapangan futsal dan bulutangkis ini adalah kalangan pelajar dan mahasiswa. Dimana pelajar dan mahasiswa dalam hal ini selaku pemuda dengan kesibukannya dalam belajar masih memperhatikan kesehatan dengan terus berolahraga khususnya bermain futsal dan bulutangkis agar stamina dan badan menjadi sehat. Namun sebelum menyewa sebuah lapangan futsal dan bulutangkis untuk bermain, banyak faktor yang dijadikan alasan utama oleh pelajar dan mahasiswa untuk jadi menyewa lapangan tersebut, baik dari faktor harganya, lokasinya, dan kepuasan yang disediakan oleh pemilik lapangan futsal dan bulutangkis.

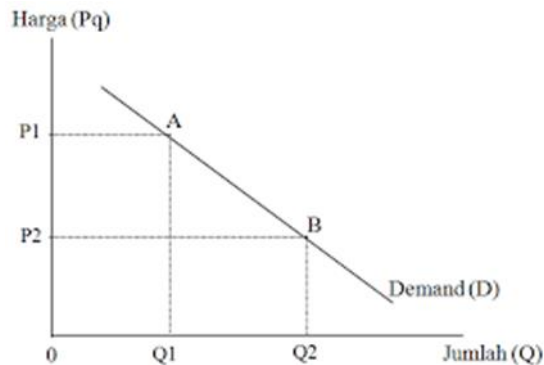
Banyaknya lapangan olahraga di Kota Medan membuat penelitian ini membuat batasan dan peneliti memilih lapangan futsal dan bulutangkis karena peminat atau penggemar olahraga futsal dan bulutangkis sangat banyak. Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa masalah terhadap bisnis sewa lapangan olahraga di Medan. Adapun rumusan masalah dari penelitian yaitu peneliti ingin meneliti atau menggali lebih dalam apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan pasar terhadap bisnis sewa lapangan olahraga di Kota Medan yang salah satunya adalah masalah lokasi, apakah lokasi ini berdampak atau berpengaruh terhadap permintaan konsumen pada bisnis sewa lapangan olahraga, karena tidak semua konsumen tempat tinggalnya berjarak dekat dengan lokasi dan apa pengaruhnya terhadap bisnis sewa lapangan olahraga di Kota Medan dilihat melalui variabel dalam permintaan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis sewa lapangan berdasarkan teori permintaan di Kota Medan.

## LANDASAN TEORI

### Permintaan

Pandangan Lukman (2007) pada Danhieka Ulfa (2011), permintaan barang dan jasa dapat diartikan dengan keterkaitan antara beberapa jasa atau barang yang akan dikonsumsi atau diperoleh oleh konsumen di pasar dalam waktu yang ditentukan. Dalam analisis permintaan, hal yang perlu dilakukan adalah menghitung adanya perbedaan yang terjadi diantara kuantitas dan permintaan yang diharapkan. Para ekonom berpendapat bahwa permintaan menggambarkan kondisi umum hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta. Sementara jumlah yang diminta adalah jumlah yang diminta pada tingkat harga tertentu..

(Suprayitno, 2008) berpendapat mengenai hukum permintaan bahwasanya "Semakin tinggi harga suatu barang atau jasa maka semakin rendah permintaan terhadap suatu barang atau jasa tersebut, sebaliknya jika harga suatu barang atau jasa semakin rendah maka permintaan terhadap barang tersebut semakin tinggi". Keadaan ini bisa dilihat melalui kurva berikut :



Keterangan :

P = Harga

A = Permintaan antara P1 dan Q1

Q = Jumlah barang atau jasa

B = Permintaan antara P2 dan Q2

D = Permintaan

Dapat dilihat pada kurva diatas, kurva permintaan terdiri dari beragam macam barang atau jasa yang pada umumnya akan turun dari kiri atas menuju kanan bawah. Hal ini dikarenakan adanya interaksi antara jumlah dengan harga yang diharapkan yang memiliki sifat interaksi terbalik (negatif). Apabila satu variabel naik seperti harga naik, maka variabel yang lain seperti jumlah yang diminta akan mengalami penurunan.

### Permintaan pasar

Permintaan pasar bentuk lain dari permintaan hanya saja penyebutan permintaan pasar terjadi pada saat permintaan itu berlaku di suatu pasar. Menurut Oka A. Yoeti (2008) Permintaan pasar (market demand) merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang memiliki peranan penting didalam kehidupan, terutama di ruang lingkup ekonomi. Gabungan jumlah dan harga melalui barang yang dibutuhkan konsumen di berbagai periode dan harga yang memiliki tingkat tertentu.

Adapun yang membuat permintaan selalu ada di pasar atau di kegiatan ekonomi yakni didasari oleh sifat need (kebutuhan) dan wants (keinginan) dari konsumen itu sendiri. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena sifat bawaan oleh manusia yang memang membutuhkan dan menginginkan sesuatu itu tinggi yang kemudian berpengaruh terhadap harga barang atau jasa di pasar.

### Harga

Harga menjadi suatu komponen penting untuk menentukan seberapa besar nilai dari barang atau jasa sesuai dengan kualitasnya, dan biasanya konsumen juga terpatok pada harga sebelum membeli atau menginginkan suatu barang atau jasa. Menurut Alma Buchari (2011) harga merupakan satuan nilai atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dibeli agar diperolehnya hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menciptakan kepuasan konsumen.

Hubungan diantara harga dan permintaan memiliki keterkaitan terbalik, hal ini akan menyebabkan berlakunya hukum yaitu "jika harga barang dan jasa mengalami kenaikan atau penurunan ceteris paribus maka permintaan dari barang dan jasa akan mengalami penurunan atau kenaikan". Hal ini berarti variabel harga dan jumlah permintaan memiliki keterkaitan yang terbalik(negatif). Adapun

ceteris paribus memiliki makna yaitu faktor yang diduga dapat mempengaruhi dan tidak mengalami perubahan atau tetap sama (Suprayitno,2008:55).

Harga ini tentunya menjadi variabel atau salah satu pengaruh dari konsumen terhadap bisnis sewa lapangan olahraga. Dikarenakan banyak konsumen yang terpatok atau berpaku pada harga sebelum menyewa lapangan olahraga, dapat dinilai dari mahal atau murahnya lapangan, kualitas lapangan, dan fasilitas yang disediakan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui kebenaran pengaruh harga terhadap bisnis sewa lapangan olahraga.

### **Lokasi**

Lokasi merupakan hal terpenting bagi pengusaha dalam membuka bisnis sewa lapangan olahraga, karena dibutuhkan tempat yang strategis dan cocok untuk bisa dijangkau oleh konsumen. Terkhususnya di lokasi yang memiliki jumlah penduduk atau konsumen yang padat, tujuannya agar membuat konsumen lebih tertarik hingga pemilik bisnis sewa lapangan olahraga ini mempunyai keuntungan yang maksimal. Lokasi merupakan pemilihan alokasi yang berkenaan dengan kegampangannya menuju jalan masuk untuk jasa bagi para pelanggan potensial. Lokasi berkaitan dengan instansi yang harus beroperasi dan mengerjakan aktivitasnya (Tjiptono, 2006).

Lokasi menjadi pengaruh terhadap masalah bisnis sewa lapangan olahraga karena yang menentukan lokasi bukan hanya pemilik lapangan olahraga sendiri melainkan konsumen juga. Hal ini dapat diketahui melalui strategisnya lokasi yang memudahkan konsumen ke tempat tujuan, jarak ke lokasi, suasana yang diberikan pemilik lapangan olahraga kepada konsumen, hingga lahan parkir yang disediakan.

### **Kepuasan Konsumen**

Konsumen memiliki hak untuk berpuas diri atau senang terhadap memakai atau membeli barang atau jasa. Pandangan Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan berarti aksi yang ditunjukkan oleh seseorang atau konsumen berdasarkan pengalaman terhadap barang atau jasa yang digunakan sesuai dengan tingkat penggunaannya. Adapun yang dimaksud disini ialah kepuasan konsumen, menurut Kotler (1997) kepuasan konsumen merupakan bentuk nyata dari sebuah perasaan senang dan kecewa konsumen yang berasal dari sebuah harapan terhadap barang atau jasa dan akan muncul setelah menggunakan barang atau jasa. Jadi dapat diartikan bahwa kepuasan dinilai berdasarkan harapan seseorang atau konsumen terhadap barang atau jasa tersebut, jika dibawah harapan maka konsumen akan kecewa dan kebalikannya, jika diluar harapan maka konsumen pasti akan sangat puas atau senang.

Pengaruhnya kepuasan konsumen menjadi variabel terhadap permintaan konsumen pada sewa lapangan olahraga, hal ini dimulai pada si pemilik yang menampilkan nilai jual atau sewa lapangan olahraga yang kemudian akan direspon oleh konsumen. Ada beberapa indikator yang menjadi pemicunya yakni sikap atau sifat dari pemilik kepada konsumen, pelayanan pemilik kepada konsumen, hingga kepuasan terhadap kondisi lapangan olahraga.

### **Sewa**

Sewa atau yang biasa disebut penyewaan merupakan salah satu cara dalam berbisnis yang menggunakan cara peminjaman sementara kepada penyewa atau konsumen dalam barang atau jasa. Khususnya dalam menyewa lapangan olahraga, hal ini dilakukan dalam bisnis agar pemilik menerima keuntungan atas penyewaan atau peminjaman sementara oleh konsumen.

Penyewaan ialah satu kesepakatan dengan seseorang yang berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati dan menyewakannya kepada pihak lain untuk jangka waktu tertentu dan pembayarannya sesuai dengan kesepakatan sebelumnya (Dadan Darmawan, 2009:5). Penyewaan adalah hasil akhir dari pembaruan dari semua aktivitas bisnis yang dapat dilihat oleh pelanggan atau konsumen. Perspektif pemahaman yang baik tentang persewaan perlu didukung dengan pemahaman mengenai persewaannya, perspektif yang menemukan peluang persewaan, dan desas-desus taktik yang harus dipertimbangkan oleh penyedia sewa lapangan olahraga itu sendiri.

## METODE PENELITIAN

Kota Medan menjadi lokasi yang dilakukan penelitian ini, tepatnya di lapangan futsal dan bulutangkis selama satu tahun yaitu dari tanggal 24 Agustus 2020 sampai dengan 17 September 2021. Penelitian ini memilih lapangan futsal dan bulutangkis karena keduanya memiliki jumlah konsumen yang lumayan besar di kota Medan meskipun beberapa lapangan olahraga lain juga ada namun jumlah peminat atau konsumennya lebih sedikit. Penelitian ini mengacu pada sumber data dari responden pemilik olahraga futsal dan bulutangkis yang terlibat dalam penelitian ini. Dibutuhkan data primer dan data sekunder pada penelitian ini. Sebanyak 35 jumlah lapangan futsal di Kota Medan dan 20 jumlah lapangan bulutangkis di Kota Medan yang dimana respondennya yaitu pemilik atau pekerja. Total responden diambil sesuai dengan jumlah dari kedua lapangan olahraga tersebut yakni 55 orang.

Penelitian memiliki beberapa variabel yaitu (1) Permintaan sewa lapangan olahraga yang diminta (disewa) oleh responden di lapangan olahraga (futsal dan bulutangkis) yang diukur dalam per bulan. (2) Harga sewa lapangan ialah nilai harga yang ditentukan dalam menyewa lapangan olahraga yang dihitung selama per jam. (3) Lokasi merupakan tempat terjadinya kegiatan sewa lapangan olahraga. (4) Kepuasan konsumen merupakan suatu kesukaan konsumen terhadap lapangan olahraga. Variabel dalam penelitian ini diukur melalui nilai skala, yaitu menggunakan skala ordinal atau biasa disebut skala Likert. Di dalamnya menggunakan lima tingkatan dengan pilihan ganda. Tingkatannya yaitu: 1) Sangat tidak setuju, 2) Tidak setuju, 3) Cukup Setuju/Netral, 4) Setuju, 5) Sangat setuju. Sesuai data sudah ada, maka selanjutnya melakukan pengolahan data menggunakan program SPSS 25 untuk menguji kelayakan dari variabel agar mengetahui reliabilitas, validitas, normalitas dan uji t parsial. Tidak lupa peneliti juga menganalisis data dan tes simultan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan demi menakar kecermatan berbagai persoalan yang terjadi di lapangan dengan cara survei untuk menakar apa yang akan ditakar. Berikut ini ialah hasil validasi untuk tiap variabel penelitian menggunakan SPSS versi 25.

**Tabel 1. Validitas Variabel Permintaan Pasar**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Permintaan Pasar (Y)	Y1	0,719	0,265	Valid
	Y2	0,547	0,265	Valid
	Y3	0,714	0,265	Valid
	Y4	0,718	0,265	Valid

**Tabel 2. Validitas Variabel Harga**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,676	0,265	Valid
	X1.2	0,758	0,265	Valid
	X1.3	0,742	0,265	Valid
	X1.4	0,710	0,265	Valid

**Tabel 3. Validitas Variabel Lokasi**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi (X2)	X2.1	0,745	0,265	Valid
	X2.2	0,708	0,265	Valid
	X2.3	0,729	0,265	Valid
	X2.4	0,577	0,265	Valid

**Tabel 4. Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (X3)	X3.1	0,674	0,265	Valid
	X3.2	0,655	0,265	Valid
	X3.3	0,712	0,265	Valid
	X3.4	0,770	0,265	Valid

Tabel di atas menunjukkan nilai validitas dari setiap variabel permintaan pasar (Y), Harga (X1), Lokasi (X2), dan Kepuasan Konsumen (X3). Dapat dilihat bahwa dari setiap tabel di atas, menyatakan seluruh variabel bersifat valid atau dapat diterima. Diketahui untuk nilai r tabel yakni senilai 0,265, hal ini merupakan hasil dari r tabel pada bilangan ke 53 hasil hitung dari  $df = N - 2$  ( $df = 55 - 2 = 53$ ). Berarti nilai r hitung untuk semua persoalan pada variabel harga lebih besar daripada nilai r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ), sehingga diambil kesimpulan bahwa persoalan dari variabel permintaan pasar dinyatakan valid.

Bersumber pada hasil validasi variabel, bisa disimpulkan bahwasanya keseluruhan dari pernyataan pada kuisioner memadai dan valid untuk dipakai sebagai alat ukur permintaan pasar pada bisnis sewa lapangan olahraga.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah fasilitas yang dipakai untuk menakar kualitas kepercayaan pada butir-butir kuisioner. Metode ini dilakukan menggunakan SPSS, dan dapat diamati nilai Cronbach's Alpha melalui nilai tersebut. Suatu alat dikatakan reliabel jika mempunyai minimal koefisien alpha cronbach 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas setiap unit pernyataan variabel survei menggunakan SPSS 25.

**Tabel 5. Variabel Harga (X1)**

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Stdanardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.692	.694	4

**Tabel 6. Variabel Lokasi (X2)**

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Stdanardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.631	.634	4

**Tabel 7. Variabel Kepuasan Konsumen (X3)**

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Stdanardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.666	.668	4

Tabel 8. Variabel Permintaan Pasar (Y)

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Stdanardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.610	.607	4

Dapat dilihat untuk nilai *Cronbach's Alpha* variabel Harga senilai 0,692, variabel Lokasi senilai 0,631, variabel Kepuasan Konsumen senilai 0,666, dan variabel Permintaan Pasar senilai 0,610. Semua variabel masuk pada kategori diterima karena semua nilainya diatas 0,60. Dan seluruh pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pergerakan untuk dipakai ketika menguji data pada variabel bersifat leluasa dari variabel yang terbalut sinkron atas pembagian biasa pada kesesuaian regresi hasil. Berdasarkan dari hasil tabel sampel Kolmogrov-Smirnov Satu, total kemungkinan atau Asymp Sig.(dua sisi) dikomparasi dengan nilai 5% atau 0,05. Di bawah yakni hasil uji normalitas data menggunakan SPSS 25.

Tabel 3. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstdanardized Residual</i>
<i>N</i>		55
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.64336652
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.095
	<i>Positive</i>	.087
	<i>Negative</i>	-.095
<i>Test Statistic</i>		.095
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

Atas dasar tabel hasil uji normalitas di atas didapatkan bahwa nilai asymp sig. senilai 0,200 dan nilai ini berada di atas nilai 5% atau 0,05. Diambil kesimpulan bahwasanya, data pada penelitian ini bersifat normal. Upaya memahami faktor-faktor yang paling mempengaruhi permintaan pasar terhadap bisnis sewa lapangan olahraga, caranya dengan menjalankan uji parsial masing-masing variabel dalam analisis seperti berikut.

### Uji - t

Uji - t statistik biasanya dipakai untuk memperhatikan konsekuensi dari variabel bebas. Faktor-faktor yang ditampakkan pada tabel di bawah ini mempunyai efek paling berpengaruh pada permintaan pasar terhadap sewa lapangan olahraga.

Tabel 4. Uji - t

Model	t	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
			<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Constant</i>	-3,123	0,003		
Harga	5,228	0,000	0,868	1,153
Lokasi	4,709	0,000	0,990	1,010
Kepuasan Konsumen	3,732	0,000	0,876	1,142

Tabel 4 adalah tabel hasil yang dapat diambil kesimpulan berupa t hitung variabel Harga (X1) senilai 5,228, variabel Lokasi (X2) senilai 4,709, dan untuk variabel Kepuasan Konsumen (X3) senilai 3,732. Pada aturan nilai t-tabel senilai 2,00758 bertaraf signifikansi 0,05 atau 5%. Keadaan ini menerangkan jika t-hitung untuk seluruh variabel berada di posisi yang diterima, dikarenakan ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) disimpulkan bahwa seluruh variabel berpengaruh pada permintaan pasar terhadap bisnis sewa lapangan olahraga.

Pada awalnya konsumen atau seseorang akan terpaku pada sebuah harga yang diberikan oleh pemilik sewa lapangan olahraga, kemudian konsumen pasti akan meninjau langsung apakah lokasi dan kondisi lapangan sesuai dengan harga yang diberikan. Apabila sesuai konsumen akan menyewa dan memakai lapangan sesuai kebutuhan. Setelah selesai, konsumen akan menilai sendiri bagaimana perasaan dalam menyewa lapangan lapangan tersebut yang demikian disebut kepuasan konsumen. Dan apabila pemilik ingin meningkatkan penyewaan lapangannya, hendaklah ia mengambil acuan atau pelajaran yakni dari variabel-variabel yang mendukung menarik konsumen seperti yang sudah disebutkan sebelumnya.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilaksanakan untuk memahami bagaimana variabel bebas secara bersama-sama bisa mempengaruhi variabel terikat. Berikut penjelasannya bisa dilihat melalui tabel 5:

Tabel 5. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.147	3	76.382	26.712	.000 <sup>b</sup>
	Residual	145.835	51	2.860		
	Total	374.982	54			

Pada hasil tabel anova di atas, tabel memperoleh nilai F-Hitung senilai 26,712. Dengan derajat bebas  $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$  dan  $df_2 = n-k = 55-4 = 51$ , disebutkan yakni n jumlah sampel dan k yakni jumlah variabel. Nilai f-tabel dengan taraf signifikan 0,05 adalah 2,79. Dapat disimpulkan bahwasanya ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ). Keadaan ini mengakibatkan seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pada penelitian ini bisa disimpulkan bahwa faktor seperti harga, lokasi, dan kepuasan konsumen sangat berdampak dan mempengaruhi terhadap permintaan pasar sewa lapangan olahraga. Ketiga variabel tersebut juga dirasakan oleh konsumen yang menyewa dan memakai lapangan olahraga. Pemilik bisnis sewa lapangan olahraga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan dalam pengelolaan bisnis ini. Hingga lapangan yang disewakan bisa semakin diminati dan disukai oleh konsumen. Khususnya pada masa kondisi covid seperti ini semakin banyak masyarakat yang hobi olahraga untuk menjaga stabilitas kesehatan diri. Mengingat masa covid seperti ini masyarakat perlu melakukan pola hidup yang sehat.

### DAFTAR PUSTAKA

Aini, Syarifah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jamur Tiram". (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Medan 2017).



- Buchari, Alma, 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Darmawan, Dadan. 2009. Karya Dari Bisnis Properti. Jakarta: Visi Media.
- Fatkhurrohman, Annas. "Hubungan Antara Kualitas, Harga, Dan Lingkungan Terhadap Kepuasan Penggunaan Lapangan Futsal Lembu Sakti". (Skripsi, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta 2015).
- Fitriyanto, Nugroho Wahyu. "Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium". (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang 2019).
- Ikhsan, M Fahriza. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tahu Putih Di Kota Medan". (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Medan 2018).
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Lukman Syamsudin. 2007. Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada
- Malfiany, Rini, Rahmat Gunawan, dan Rusli Helmi. 2021. "Perancangan Sistem Penyewaan Lapangan Badminton Pada Gor Dewi Sport Hall Berbasis Web." Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi 16 (2): 18–29.
- Mamuaja, Chaterine L, B Rorimpdane, E Wantasen, dan S Dalie. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Buras Di Pasar Tradisional Kota Manado." Zootec 40 (1): 20-29.
- Nugroho, Sigit. 2019. Industri Olahraga. Edisi Pert. Yogyakarta: UNY Press.
- Purba, Yudha Filestia. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pisang Barangan Di Kota Medan". (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Medan 2018).
- Rangkuti, Khairunnisa. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan the Factors Affecting Demdan of Orchid Plant (Orchidaceae) in Medan City." Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan 4 (2): 130–38.
- Rusli, Harimurti. "Analisis Permintaan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Di Kota Makassar". (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar,2016).
- Setiawan, Irwan, dan Harmon Harmon. 2017. "Bisnis Olah Raga: Peran Bauran Pemasaran Pada Keberhasilan Usaha." Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi 3 (1): 13-22.
- Sugito, dan Muhammad Akbar Husein Allsabab. 2018. "Peluang Pengembangan Industri Keolahragaan Dalam Meningkatkan Potensi Olahraga Dan Perekonomian Di Indonesia." Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA 1 (1): 60–69.
- Suprayitno, Eko. 2008. Ekonomi Mikro Perspektif Islam. Malang: UIN Malang Press.

- Tjiptono. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta: BPFE. Yulandari, Ariefah. 2009.
- Yanti, Ni Made Sri Wega, Ketut Budi Susrusa, dan Ida Ayu Listiadewi. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Cabai Rawit Di Kota Denpasar Provinsi Bali." *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness dan Agritourism)* 8 (2): 165-174.
- Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya. Paramita: Jakarta
- Yuni Zanesty Hutapea. 2020. "Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Kopi Robusta Gayo." *Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Kopi Robusta Gayo* 2 (2): 90-96.