



Sport Business Management Analysis: Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap *Revenue* (Pemasukan) Klub Olahraga

Rony Mohamad Rizal

Program Magister Pendidikan Jasmani, STKIP Pasundan, Indonesia

denrony@gmail.com

ABSTRAK

Klub olahraga amatir harus beroperasi dengan cara yang terus menerus secara finansial, jika ingin bertahan hidup. Klub-klub ini menghadapi persaingan dari penyedia rekreasi lain untuk uang, waktu, dan antusiasme dan calon anggota setiap klub. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap *revenue* (pemasukan) klub olahraga. Penelitian ini melibatkan klub olahraga se Bandung Raya dengan 30 klub olahraga dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan *accidental sampling*. Penelitian dilakukan di berbagai klub olahraga yang terdiri dari beberapa cabang olahraga. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner strategi bisnis ke manager klub atau direktur klub. Data yang diperoleh kemudian diuji secara statistik menggunakan SPSS Versi 24 dengan taraf signifikansi = 0,05 dengan uji korelasional dan regresi. Implikasi dari penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada pemilik atau calon pemilik klub olahraga bahwa pentingnya strategi bisnis supaya bisa meningkatkan *revenue* (pemasukan) secara signifikan pada klub olahraga. Belum berkembangnya manajemen bisnis olahraga diperlukan penelitian penelitian yang lebih banyak dan luas untuk mengembangkan insdustri olahraga di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, *Revenue* (Pemasukan), Klub Olahraga

ABSTRACT

Amateur sports clubs must operate in a financially continuous manner, if they are to survive. These clubs face competition from other leisure providers for money, time, and enthusiasm and prospective members of each club. This study aims to determine how much influence business strategy has on sports club revenue. This study involved sports clubs throughout Greater Bandung with 30 sports clubs as research samples using accidental sampling. The research was conducted in various sports clubs consisting of several sports branches. The instrument used in this study was a business strategy questionnaire to the club manager or club director. The data obtained were then tested statistically using SPSS Version 24 with a significance level = 0.05 with correlational and regression tests. The implication of this research is that it can provide information to sports club owners or prospective owners that the importance of a business strategy is to significantly increase revenue (income) at sports clubs. The lack of development of sports business management requires more and wider research to develop the sports industry in Indonesia.

Keyword: *Bussines Strategy, Revenue, Sport Club*

Alamat Korespondensi: STKIP Pasundan

✉ Email: *denrony@gmail.com*

© 2021 STKIP Pasundan

ISSN 2721-5660 (Cetak)

ISSN 2722-1202 (Online)

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan Pasal 30 ayat 1 menyatakan Pembinaan dan Pengembangan Olahraga Profesional dilaksanakan dan diarahkan untuk: Pertama, terciptanya Prestasi Olahraga; Kedua, berkembangnya karier Olahragawan; Ketiga, terciptanya lapangan kerja dan usaha; Keempat, meningkatnya sumber pendapatan; dan Kelima, berkembangnya Industri Olahraga. Ekosistem dalam bisnis olahraga meliputi: (a. klub / tim olahraga; b. liga, federasi dan asosiasi; c. atlet, pelatih dan asosiasi pemain; d. badan kedokteran/Kesehatan olahraga; e. penyedia pakain dan peralatan; f. sponsorship; g. layanan olahraga; h. pemerintah, LSM, dan hukum olahraga; i. Tiketing; j. konten & distribusi media; k. fasilitas olahraga; dan l. even olaharga).

Olahraga pada dasarnya dianggap kewirausahaan, dan jika daya saingnya ingin dipertahankan, kewirausahaan sangat penting saat mengelola bisnis. Teori awal yang diajukan oleh³ didasarkan pada gagasan bahwa sektor olahraga melibatkan lebih banyak inovasi dan kegiatan pengambilan risiko dari pada sektor lain karena penekanan pada daya saing. Olahraga profesional adalah salah satu industri yang sangat penting untuk pengembangan industri olahraga, dibagi menjadi dua kategori: tim dan olahraga individu. Even olahraga profesional adalah salah satu faktor penting dalam perkembangan industri olahraga di berbagai negara. Strategi bisnis yang tepat tidak hanya dapat meningkatkan kinerja tim tetapi juga menarik lebih banyak penggemar, yang mengarah kepeningkatan penjualan tiket, investasi sponsor akan meningkat dan efisiensi industri olahraga dapat ditingkatkan, artinya pemasukan / *revenue* untuk klub akan meningkat.

"*Grass roots*" klub olahraga amatir harus beroperasi dengan cara yang terus menerus secara finansial, jika ingin bertahan hidup. Klub-klub ini menghadapi persaingan dari penyedia rekreasi lain untuk uang, waktu, dan antusiasme dan calon anggota setiap klub. Klub olahraga lebih mungkin dari pada organisasi nirlaba / *nonprofit* lainnya untuk mendapatkan keuntungan keuangan dan juga lebih mungkin menghadapi hambatan untuk memperoleh pendanaan. Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk melihat hasil pengaruh strategi bisnis dan fasilitas olahraga terhadap *revenue* (pemasukan) klub olaharga.

State of the Art dan Penelitian yang Relevan

Hasil dari penelitian - penelitian yang berhubungan dengan dengan *Sports bussines management* adalah sebagai berikut:

1. Olahraga profesional adalah salah satu industri inti penting untuk pengembangan industri olahraga, (Yu-Cheng Lu a, Chia-Huei Hsiao dkk, 2021);
2. Klub olahraga amatir "mengakses dana / sponsor", "menghasilkan pendapatan yang cukup" dan "peningkatan biaya fasilitas" sebagai masalah utama yang mereka hadapi setelah "merekrut anggota baru", (Sport and Recreation Alliance,2011);
3. Klub olahraga di Selandia Baru "mendapatkan pendapatan yang cukup" dan "mempertahankan kelayakan finansial" sebagai masalah terbesar kedua dari empat masalah mereka, (Cordery & Baskerville, 2011a, 2011b);
4. Peringkat keuangan klub olahraga di *Germany* sebagai masalah kedua yang paling menantang meskipun penelitian tersebut tidak dapat memberikan bukti tingkat kesulitan keuangan di seluruh sector, (Wicker et al, 2012);
5. Kerentanan finansial adalah masalah kritis bagi klub olahraga nirlaba karena meningkatnya biaya dan hambatan klub untuk menghasilkan pendapatan / *revenue* yang memadai, (Carolyn J. Cordery et al, 2012).

Hasil dari beberapa penelitian diatas sebelumnya menunjukkan bahwa *revenue* / pendapatan klub olahraga dari beberapa faktor dan sangat penting untuk keberlangsungan klub

olahraga tersebut. Kemudian, olahraga professional adalah pusat dari pengembangan olahraga di suatu wilayah / negara.

Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Berdasarkan teori yang telah diuraikan, variabel independen dalam penelitian ini adalah strategi bisnis. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *revenue* (pemasukan) klub olahraga. Digambarkan dibawah ini:



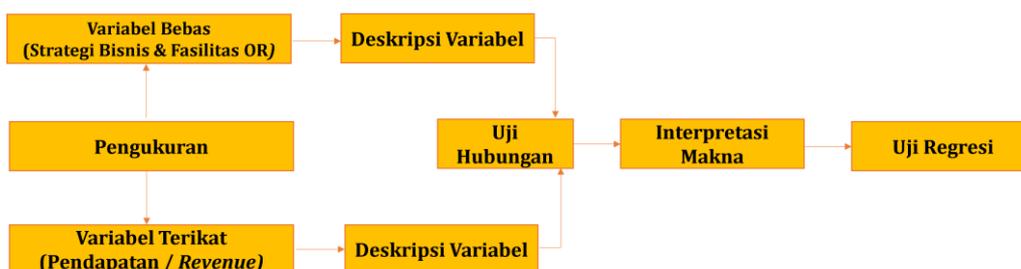
Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pentingnya Penelitian

Penelitian ini sangat perlu dan penting sekali karena *sports business management system* bisa menjadi profesi untuk Atlet, Mahasiswa Olahraga dan Masyarakat Umum lainnya serta bisa menjadikan Indonesia menjadi negara yang dihormati dan dipandang sangat luar biasa oleh negara lain dengan berkembangnya industri olahraga.

METODE

Metoda penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan pendekatan kuantitatif kemudian dilanjutkan dengan uji regresi (untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada). Tujuan penelitian korelasional adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi. Hubungan korelatif mengacu pada kecenderungan bahwa variasi suatu variabel diikuti oleh variasi variabel yang lain dan dengan demikian dalam rancangan korelasional peneliti melibatkan paling tidak dua variable. Adapun desain penelitian menurut (Asmaul Husna & Budi Suryana, 2017) ditampilkan sebagai berikut:



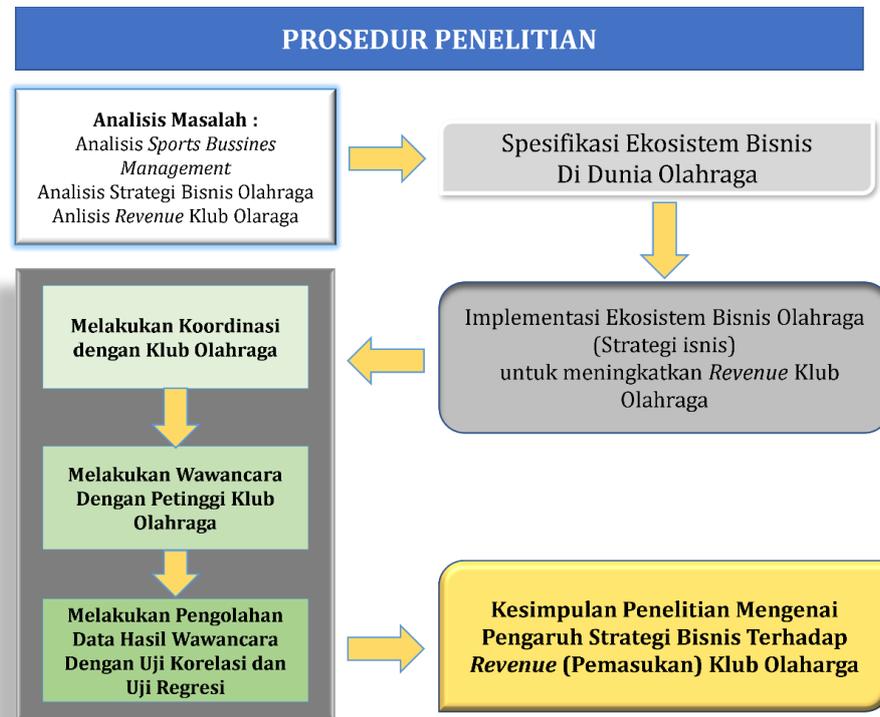
Gambar 2. Desain Penelitian

Subjek Penelitian

Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Adapun jumlah total sampel berjumlah 30 klub olahraga se Bandung Raya.

Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan peneliti. Untuk memberikan gambaran lebih lanjut berikut ini peneliti lampirkan prosedur penelitian sebagai berikut:



Gambar 3. Prosedur Penelitian

Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan pertama dengan wawancara kepada 30 klub olahraga sebagai sampel penelitian yang nantinya akan digunakan sebagai data premier kemudian di olah menggunakan aplikasi *statistic*.

Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data berupa data kuantitatif. Data tersebut selanjutnya dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian. Adapun analisis data yang akan dilakukan diantaranya adalah: 1). Uji Normalitas data dilakukan melalui uji Kolmogorov smirnov z; 2). Uji Homogenitas data menggunakan uji varians; dan 3). Uji Hipotesis menggunakan uji *Correrasional* dan dilanjutkan dengan uji *Regression*. Analisis data yang dilakukan dibantu dengan *software SPSS* versi 24.

HASIL PENELITIAN

Adapun data yang telah dikumpulkan dengan instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Hasil Wawancara Klub Olahraga

NO	Klub Olahraga	Strategi Bisnis	Revenue (Pemasukan)
1	1	Ya	< Rp.25.000.000,00
2	2	Ya	> Rp.50.000.000,00
3	3	Ya	> Rp.50.000.000,00
4	4	Ya	> Rp.50.000.000,00
5	5	Ya	> Rp.50.000.000,00
6	6	Tidak	< Rp.50.000.000,00
7	7	Tidak	Rp.25.000.000,00 – Rp.50.000.000,00
8	8	Ya	> Rp.50.000.000,00
9	9	Tidak	< Rp.25.000.000,00
10	10	Tidak	< Rp.25.000.000,00
11	11	Ya	> Rp.50.000.000,00
12	12	Ya	> Rp.50.000.000,00
13	13	Tidak	< Rp.25.000.000,00
14	14	Ya	> Rp.50.000.000,00
15	15	Tidak	< Rp.25.000.000,00
16	16	Ya	> Rp.50.000.000,00
17	17	Ya	> Rp.50.000.000,00
18	18	Ya	> Rp.50.000.000,00
19	19	Ya	> Rp.50.000.000,00
20	20	Ya	> Rp.50.000.000,00
21	21	Tidak	< Rp.25.000.000,00
22	22	Ya	> Rp.50.000.000,00
23	23	Ya	> Rp.50.000.000,00
24	24	Ya	> Rp.50.000.000,00
25	25	Ya	> Rp.50.000.000,00
26	26	Ya	> Rp.50.000.000,00
27	27	Ya	> Rp.50.000.000,00
28	28	Tidak	< Rp.25.000.000,00
29	29	Tidak	< Rp.25.000.000,00
30	30	Ya	Rp.25.000.000,00 – Rp.50.000.000,00

Selanjutnya dilakukan analisis statistika untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi bisnis terhadap *revenue* (pemasukan) klub olahraga. Hasil analisis dengan menggunakan uji *corrational* test untuk ketepatan menunjukkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasional Strategi Bisnis dengan *Revenue*

Sig	Keputusan	Kesimpulan
0,000	Ho Ditolak	Terdapat pengaruh yang signifikan

Terlihat bahwa kolom signifikansi = 0,000 < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pengaruh strategi bisnis terhadap *revenue* (pemasukan) klub olahraga. Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi maka dilakukan tes dengan menggunakan uji regresi yang ditujukan pada Tabel 3

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

R	R Square
0,787	0,620

Berdasarkan hasil uji regresi, terlihat di Tabel 3 bahwa nilai R Square nya adalah 0,620 yang artinya 62 % dimana strategi bisnis berpengaruh terhadap *revenue* (pemasukan) klub olahraga.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa olahraga profesional adalah salah satu industri inti penting untuk pengembangan industri olahraga, (Yu-Cheng Lu a, Chia-Huei Hsiao dkk, 2021). Kemudian Klub olahraga amatir "mengakses dana / sponsor", "menghasilkan pendapatan yang cukup" dan "peningkatan biaya fasilitas" sebagai masalah utama yang mereka hadapi setelah "merekrut anggota baru", (Sport and Recreation Alliance,2011). Dan banyak klub olahraga di Selandia Baru "mendapatkan pendapatan yang cukup" dan "mempertahankan kelayakan finansial" sebagai masalah terbesar kedua dari empat masalah mereka, (Cordery & Baskerville, 2011a, 2011b).

Di German peringkat keuangan klub olahraga sebagai masalah kedua yang paling menantang meskipun penelitian tersebut tidak dapat memberikan bukti tingkat kesulitan keuangan di seluruh sector, (Wicker et al, 2012). Serta Kerentanan finansial adalah masalah kritis bagi klub olahraga nirlaba karena meningkatnya biaya dan hambatan klub untuk menghasilkan pendapatan / *revenue* yang memadai, (Carolyn J. Cordery et al, 2012).

Hasil dari beberapa penelitian diatas sebelumnya menunjukkan bahwa *revenue* / pendapatan klub olahraga dari beberapa faktor dan sangat penting untuk keberlangsungan klub olahraga tersebut. Kemudian, olahraga profesional adalah pusat dari pengembangan olahraga di suatu wilayah / negara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data yang telah peneliti lakukan. Maka dalam penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi bisnis terhadap *revenue* / pendapatan klub olahraga dimana pengaruhnya sebesar 62% strategi bisnis berpengaruh terhadap *revenue* / pendapatan klub olahraga.

SARAN

Setelah mengetahui hasil penelitian yang telah diperoleh, selanjutnya peneliti mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai pemahaman dan literatur tambahan. Peneliti berharap adanya penelitian lanjutan mengenai ekosistem bisnis olahraga lainnya dan tidak berhenti di strategi bisnis dan *revenue* / pemasukan klub olahraga. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih banyak bahkan kalau memungkinkan dengan klub yang lebih profesional yang berada di Indonesia. Belum berkembangnya manajemen bisnis olahraga diperlukan penelitian penelitian yang lebih banyak dan luas untuk mengembangkan insdustri olahraga di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia, Undang Undang Dasar No 11 Taun 2022 tentang Keolahragaan No 11. Sekretariat Negara. Jakarta
- Foster G, Dávila A, O'Reilly N. (2020). *Sports Business Management: : Decision Making Around the Globe*. Routledge.
- Ratten, V., 2012. Guest editor's introduction: sports entrepreneurship: towards a conceptualisation. *Int. J. Entrep. Ventur.* 4, 1-17.
- Pellegrini, M.M., Rialti, R., Marzi, G., Caputo, A., 2020. Sport entrepreneurship: a synthesis of existing literature and future perspectives. *Int. Entrep. Manag. J.* 16, 795-826.
- Cheng Lu Y. (2019). Exploring the localization and home business strategies of the professional sports team -Formosa Dreamer case study. *Asia Pacific Management Review* 26 (2021) 120e128

- Inoue, Y., Sato, M., Filo, K., Du, J., & Funk, D. C. (2017). Sport spectatorship and life satisfaction: A multicountry investigation. *Journal of Sport Management*, 31(4), 419e432
- Wu, P. J., He, H. P., & Lin, F. T. (2011). Consumer behavior and demand elasticity for Chinese professional baseball league. *Sports & Exercise Research*, 13(3), 241e249. <https://doi.org/10.5297/ser.1303.003>
- Foster G, Dávila A, O'Reilly N. (2020). *Sports Business Management: : Decision Making Around the Globe*. Routledge.
- Enjolras, B. (2002). The commercialization of voluntary sport organizations in Norway. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 31(3), 352–376
- Gumulka, G., Barr, C., Lasby, D., & Brownlee, B. (2005). *Understanding the capacity of sports and recreation organizations*. Toronto: Imagine Canada.
- Cheng Lu Y. (2019). Exploring the localization and home business strategies of the professional sports team -Formosa Dreamer case study. *Asia Pacific Management Review* 26 (2021) 120e128
- Sport and Recreation Alliance. (2011). *Survey of sports clubs 2011*. London: Sportswise.
- Cordery, C. J., & Baskerville, R. F. (2011a). *Cash, sinkholes and sources: How are community sport and recreation organisations funded and what are the implications for their future viability? Report 1: Golf clubs* Wellington: Victoria University of Wellington.
- Cordery, C. J., & Baskerville, R. F. (2011b). *Cash, sinkholes and sources: How are community sport and recreation organisations funded and what are the implications for their future viability? Report 2: Football clubs* Wellington: Victoria University of Wellington
- Wicker, P., Breuer, C., & Hennigs, B. (2012). Understanding the interactions among revenue categories using elasticity measures – Evidence from a longitudinal sample of non-profit sports clubs in Germany. *Sport Management Review*, 15(3), 318–329
- Carolyn J dkk. (2012). Three models, one goal: Assessing financial vulnerability in New Zealand amateur sports clubs. *Sport Management Review* 16 (2013) 186–199.
- Husna A & Suryana B. 2017. *Metodologi Penelitian & Statistik*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.