

Manajemen Pengelola Prasarana Olahraga

Oleh :

Tomoliyus, M.S

FIK UNY

**Makalah ini disajikan Pada Pelatihan Manajemen Olahraga Bagi
Pengelola Prasarana Olahraga
Agustus Tahun 2010**

Manajemen Pengelola Prasarana Olahraga

Oleh

Tomoliyus, M.S

I. Pendahuluan

Dalam pelatihan manajemen pengelola prasarana olahraga bagi pengelola prasarana olahraga, yang diselenggarakan oleh Asisten Deputi Pengembangan Manajemen Industri Olahraga, Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, bertempat di Ujung Pandang pada bulan Agustus tahun 2010, akan membahas sebagai berikut:

- A. Pengertian Manajemen Prasarana Olahraga
- B. Manajemen Pengelola Prasarana Olahraga
- C. Pengertian Industri
- D. Strategi Pemasaran Olahraga

II. Pembahasan

A. Pengertian Manajemen Prasarana Olahraga

Perusahaan, sekolah, pengolahan sarana dan prasarana memiliki manajemen sendiri. Manajemen adalah sistem yang berfungsi untuk mengelola sesuatu. Namun secara definisinya para ahli memiliki pengertian sendiri, yaitu:

Sebagaimana dicatat dalam Encyclopedia Americana manajemen merupakan “the art of coordinating the elements of factors of production towards the achievement of the purposes of an organization”, yaitu suatu seni untuk mengkoordinir sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (www.bpkpenabur.or.id).

Menurut Dr. SP. Siagian dalam buku "Filsafat Administrasi" Management dapat didefinisikan sebagai kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui oranglain. Menurut Prof. Dr. H. Arifin Abdulrachman dalam buku "Kerangka Pokok-Pokok Management" diartikan sebagai kegiatan-kegiatan/aktivitas-aktivitas, proses, yakni kegiatan dalam rentetan urutan-urutan, nsitut/orang-orang yang melakukan kegiatan atau proses kegiatan.

Disamping itu menurut Ordway Tead yang disadur oleh Drs. HE. Rosyidi dalam buku "Organisasi dan Management "mendefinisikan proses dan kegiatan pelaksanaan usaha memimpin dan menunjukkan arah penyelenggaraan tugas suatu organisasi di dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Marry Parker Follet, manajemen adalah sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui oranglain. Menurut James A.F. Stonner manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Menurut Drs. Oey Liang Lee manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Selain itu juga, menurut R. Terry manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya.

Menurut Lawrence A. Appley, Manajemen adalah seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain. Menurut Horold Koontz dan Cyril O'donnel manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas maka saya dapat menyimpulkan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mengkoordinir sumberdaya organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Jadi manajemen sarana dan prasarana olahraga adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mengkoordinir sumberdaya organisasi untuk mengelola sarana dan prasana olahraga.

Sumber daya organisasi tersebut meliputi

- 1 . manusia (men),
2. bahan baku(ma-terials)
- 3.mesin/ machines

Koordinasi dimaksudkan agar tujuan organisasi bisa dicapai dengan efisien sehingga dapat memenuhi harapan berbagai pihak (stake-holders) yang mempunyai kepentingan terhadap organisasi.

Sarana prasarana olahraga adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang proses olahraga, khususnya proses berlatih melatih dan menyelenggarakan pertandingan, seperti sarana prasarana indor dan outdoor.

B. Manajemen Pengelola Prasarana Olahraga

- Dari beberapa uraian diatas, manajemen prasarana olahraga dapat didefinisikan sebagai proses kerja sama pendayagunaan semua sarana dan prasarana secara efektif dan efisien.
- Definisi ini menunjukkan bahwa prasarana perlu didayagunakan dan dikelola untuk kepentingan proses berlatih melatih dan pertandingan. Pengelolaan itu dimaksudkan agar dalam menggunakan prasarana olahraga berjalan dengan efektif dan efisien

Pengelola prasarana olahraga suatu proses sebagaimana terdapat dalam manajemen yang ada pada umumnya, yaitu

- mulai dari perencanaan,
- pengorganisasian,
- penggerakan,
- Pemeliharaan
- Pengawasan

Tujuan manajemen pengelolaan sarana dan prasarana adalah untuk memberikan layanan secara profesional berkaitan dengan sarana dan prasarana olahraga agar proses berlatih dan bertanding bisa berlangsung secara efektif dan efisien.

Mengelola Sarana dan prasarana olahraga minimal ada 4 P yang selalu terkait yang perlu diperhatikan agar tujuan bisa tercapai dengan maksimal

- Produk : Barang (paket yang menarik) dan jasa (pelayanan yang kompeten dan profesional , proses simpel dan cepat, dan bukti fisik pemeliharaan selalu terjaga)
- Price (harga/tarif yang kompetitif)
- Place (distribusi yang tepat)

- Promotion (tepat sasaran)

C. Pengertian Industri

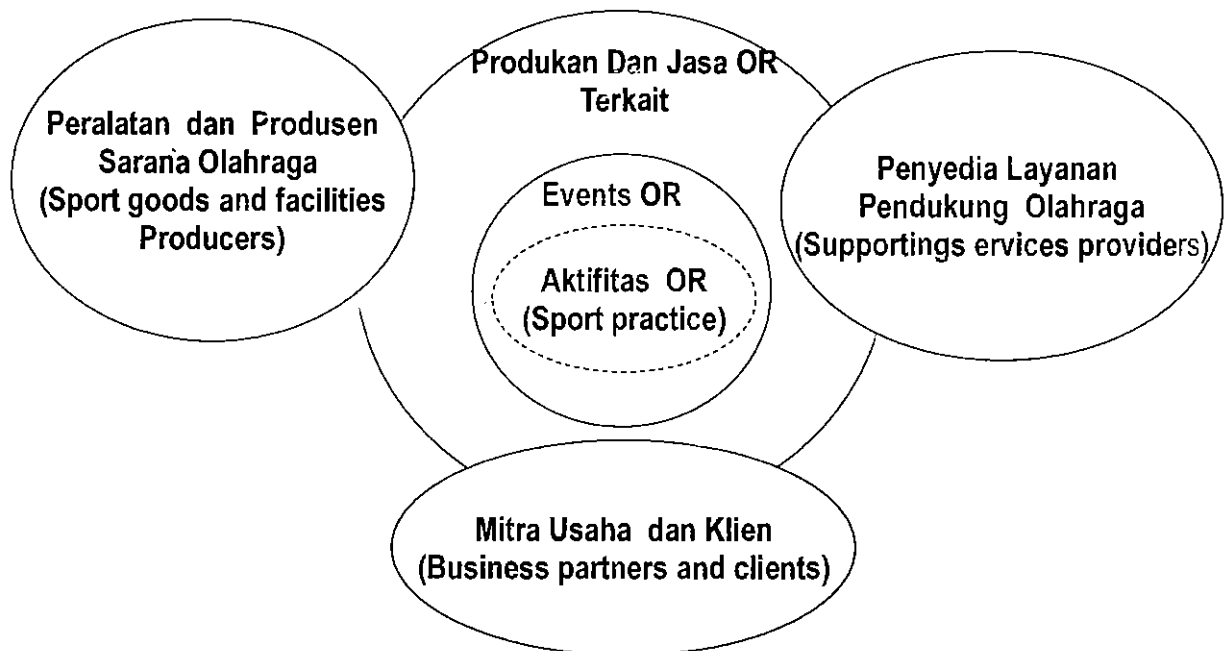
Menurut UU-RI No. 5 Tahun 1984, Tentang : Pengertian Perindustrian sebagai berikut:

Industri adalah **kegiatan ekonomi** yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Industri secara umum merupakan **kelompok bisnis** tertentu yang memiliki teknik dan metode yang sama dalam menghasilkan produk atau jasa

Olahraga Sebagai Sebuah Industri

(sistem ekonomi)



Olahraga Sebagai Industri Bermakna :

1. Memiliki nilai ekonomis (komersial) yang berpengaruh kepada kondisi sosial masyarakat lokal, nasional dan global
2. Olahraga dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai /manfaat ekonomis (selain nilai sosial dan politis).
3. Melibatkan industri lainnya mis: perhotelan, transportasi, makanan /minuman, telekomunikasi, pariwisata &hiburan, perbankan, konsultansi, kesehatan, peralatan dan sarana olahraga.
4. Terjadi mekanisme pasar yakni adanya kebutuhan (*demand*) dari pelanggan (masyarakat) dan adanya pemenuhan (*supply*) produk dari produsen (misalnya : even olahraga)
5. Diperlukan manajemen sumberdaya yang tepat dan efektif (strategi pemasaran, strategi pembiayaan) agar tujuan penyelenggaraan olahraga tercapai.

Memiliki Nilai Komersial

Produk

+

Pemasaran

Vs

Konsumen

+

Sponsor

=

Rp / \$

D. Strategi Pemasaran Olahraga

(Bauran Pemasaran, Jerome Mc Carthy, Sam Fullerton)

1. Product (produk)

Ada 2 katagori dalam industri olah raga yakni produk yang berkaitan dengan olahraga (sport) mis : even, peralatan olahraga, souvenir dan produk yang tidak langsung terkait dengan olahraga (non sport) seperti jasa transportasi, kesehatan, makanan/minuman, telekomunikasi, elektronik, penginapan)

Beberapa aktivitas dalam pengembangan even olahraga sebagai sebuah produk :

- Mengembangkan *brand awareness* (*moto, logo, maskot*) .
- Menetapkan paket produk untuk sponsorship sesuai katagori (sports / non sports)
- Menjaga dan memberikan jaminan kualitas penyelenggaraan even olahraga
- Menjaga kualitas pertandingan
- Menciptakan daya tarik even (*adanya sportainment*),
- Memberikan kemudahan – kemudahan pelayanan

4 KIAMENJADIKAN EVEN OLAHRAGA SEBAGAI PRODUK YANG DIMINATI

- a. Ciptakan kegiatan olahraga yang bernilai dan menarik
- b. Dikelola dan diselenggarakan secara profesional

- c. Terprogram dan terencana dengan baik
- d. Penerapan strategi pemasaran olahraga yang efektif

2. *Price (harga)*

Beberapa aktivitas dalam pengembangan harga :

- Penetapan daftar besaran biaya/dana kontribusi para sponsor dalam even olahraga
- Penetapan kompensasi sponsorship
- Cara pembayaran (tunai, kredit, barter, natura)
- Paket-paket harga yang menarik
- Diskon

3. *Place (/distribusi /lokasi)*

- Beberapa aktivitas dalam pengembangan lokasi :
- Penetapan lokasi pertandingan yang strategis
- Pengembangan berbagai sarana pendukung untuk kualitas dan layanan
- Informasi sarana /fasilitas pertandingan yang ada

- Sistem distribusi tiket
- Pengembangan daya tarik lokasi pertandingan

4. *Promotion* (komunikasi pemasaran)

Beberapa aktivitas dalam pengembangan promosi :

- Penetapan target segmen
- Penetapan positioning yang akan ditanamkan pada benak pelanggan
- Penetapan konten dan konteks promosi
- Pemilihan media yang akan digunakan

(TV, Radio, Koran, Majalah, Media Oudor, Internet)

- Pengembangan dan pelaksanaan berbagai aktifitas

komunikasi pemasara dan publikasi terhadap

penyelenggaraan even olahraga

III. Kesimpulan

1. Manajemen sarana dan prasaran olahraga adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mengkoordinir sumberdaya organisasi untuk mengelola sarana dan prasana olahraga.

2. Olahraga dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai/manfaat ekonomis (selain nilai sosial dan politis).
3. Industri secara umum merupakan kelompok bisnis tertentu yang memiliki teknik dan metode yang sama dalam menghasilkan produk atau jasa
4. Strategi mengelola sarana dan prasarana olahraga minimal ada 4 P yang selalu terkait yang perlu diperhatikan agar tujuan bisa tercapai dengan maksimal.