

KIAT GURU PENDIDIKAN JASMANI DALAM MENDIRIKAN BISNIS OLAHRAGA

Oleh Amat Komari
Universitas Negeri Yogyakarta

Abstract

Among the spreading of shopping centers bring amenity for amount of people; not aside from Physical Education teacher who interested for a business. Someone's shopping activity in fulfilling daily need, reading news, listening radio, television, transport service and also private vehicle for transportation fluency; all those represent activity of business for the existence of service provider and consumer side. Some needs of that human being represented business field to others so that the interaction of various needs will create business fields, not aside from sport business, for example founding sport shop, training, organizing a game, or sport activities and also serve the needs of athletes such as clothes, food and also calorie-contained beverage. Sport businesses in Indonesia are in partial existed, but such condition still needs the stakeholder touch in order to obtain more maximal result. In National Seminar of Sportsmanship Industry, it have been told some business chances to public that sport-related company, included home industry (e.g. shuttlecock, sport t-shirt, medal graver, self-defense uniform, glove softball, event organizer, etc.) which have expanded themselves so that necessary to snuggle up to be Sport Industry. The Law of National Sportsmanship System has given chances for every citizen to plunge in sport business world, not aside from Physical Education teacher. Consider their involvements, Physical Education teacher with their activity quite a lot related to sport; of course they understand so much the needs of sport perpetrators which represent potential business field for. In starting or developing sport business, Physical Education teacher needs certain tricks, such as: (1) have strong willingness to try by stocked of never give up spirit as well as learning desire, (2) the run-business is easy reached in ability,

management, and monetary source, and also that activity have to pleasant, (3) seeing market potency and society needs and also majoring customer satisfaction, (4) in attracting the customer purchasing ability, it's necessary using cost leadership strategy, and (5) for managed-company survival, it's using forwards, rear, and horizontal integration strategies.

Keywords: Business, Sport, Physical Education.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan keseharian kita selalu dihadapkan dengan kegiatan bisnis melalui penciptaan kebutuhan yang akan di konsumsi pihak lain. Bagi masyarakat awam potensi bisnis semacam ini kurang terlihat sebagai peluang bisnis sebagai contoh setiap hari para ibu ke pasar, toko, maupun supermarket untuk memenuhi kebutuhan, kita membaca berita, mendengarkan radio, melihat televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam memenuhi kebutuhan, yang kesemuanya itu tidak lepas dari aktivitas bisnis. Seseorang dari bangun tidur sampai menjelang tidur banyak sekali melakukan transaksi bisnis, sebagai contoh: (1) Agar tidak bangun terlambat membutuhkan jam beker untuk memberi tanda harus bangun tidur.(2) Karena masih gelap maka membutuhkan lampu penerangan kamar. (3) Ke kamar mandi membutuhkan air untuk berkumur dan mandi.(4) Untuk membersihkan gigi membutuhkan sikat dan pasta gigi.(5) Untuk membersihkan badan membutuhkan sabun mandi.

Kegiatan kegiatan tersebut karena bersifat rutinitas, maka kurang mendapat perhatian untuk dijadikan wacana atau panduan dalam mengikuti jejak para pelaku bisnis yang sudah berpengalaman membangun suatu bisnis. Berdasarkan keperluan dan

kebutuhan seseorang seperti tersebut di atas kebutuhan harus disediakan oleh pihak eksternal salah satunya adalah para guru penjas dilingkungan kerja masing masing. Gitosudarmo (2003:2) menyatakan bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas selama manusia masih bertambah melalui kelahiran secara otomatis akan menambah daftar kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan tiap orang tidaklah sama namun dapat dikelompokkan sebagai berikut: (1).Berdasarkan usia (bayi, kanak kanak, remaja, taruna, dewasa, veteran). (2).Berdasar pendidikan (Play group, TK. SD. SMP.SMU, PT dan Pasca Sarjana). (3) Berdasar kelas sosial (*Home Less*, Orang kaya baru, Sangat kaya). (4) Berdasar letak geografi (Pedesaan sampai Kosmopolitan). (5) Bersarkan kualifikasi pekerjaan (*Unskill, Skill, Manager, General Manager*)

Dari masing masing kelompok itu mempunyai kebutuhan spesifik apalagi jika masing masing berinteraksi, akan menciptakan kebutuhan yang semakin banyak lagi sehingga layanan yang diperlukan semakin banyak pula. Menurut Finarsih (2005:3) Masing masing kebutuhan manusia pada akhirnya akan menciptakan lahan bisnis yang dapat menyerap banyak tenaga kerja atau SDM. Jika kebutuhan itu dikaitkan dengan kegiatan olahraga maka kebutuhan akan produk dan jasa yang diperlukan semakin banyak pula. Menurut Lumintuarso (2005:3) bisnis olahraga dapat ditumbuhkembangkan tidak hanya di Indonesia namun bias juga secara global. Dari sinilah peluang dan tantangan para guru penjas untuk memulai menekuni bisnis yang relevan dengan kegiatan kesehariannya. Dewasa ini bisnis olahraga di nusantara secara parsial telah ada, namun kondisi tersebut masih sangat memerlukan sentuhan dari berbagai pihak agar dapat mencapai hasil yang lebih maksimal (Tim Ahli Industri Olahraga, Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia,2005: 6) Oleh karena itu sosialisasi peluang bisnis melalui forum seminar Nasional Industri Kerolahraga perlu direspon oleh para guru penjas dan bekerjasama dengan perusahaan perusahaan yang berkaitan dengan olahraga (misal pabrik *shuttlecock*, kaos olahraga, grafir medali atau piala, baju beladiri, *glove softball event organizer* dsb) telah berkembang

secara sendiri sendiri perlu merapatkan diri menjadi industri olahraga. Hal ini sesuai dengan pengertian industri yang dikemukakan Dharmesta (1995: 11) bahwa industri merupakan suatu kelompok perusahaan yang memproduksi barang yang sama Dengan bersatunya beberapa perusahaan yang sejenis akan meningkatkan mutu karena saling melengkapi sehingga banyak pelanggan yang tertarik. Menurut Undang Undang No 3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahaagaan Nasional mejelaskan bahwa industri olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan jasa. Sedangkan Pitts, Fielding, and Miller, (1994: 13) menyatakan industri olahraga adalah setiap produk, barang, servis, tempat, orang orang dengan pemikiran yang ditawarkan pada publik berkaitan dengan olahraga.

Memaknai pernyataan di atas nampaknya peluang bisnis olahraga semakin terbuka karena olahraga dapat dirinci dari alat dan pakaian serta jasa termasuk kegiatan *event organizer* yang semakin dibutuhkan keberadaannya di jaman yang semakin maju. Dalam Undang Undang No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahaagaan Nasional (UU SKN) Bab IV pasal 6 warga negara mempunyai hak dan kewajiban sebagai berikut: (1) Melakukan kegiatan olahraga.(2) Memperoleh pelayanan dalam kegiatan olahraga. (3) Memilih dan mengikuti jenis-jenis atau cabang olahraga yang sesuai dengan bakat dan minatnya (4) Memperoleh pengarahan, dukungan, bimbingan, pembinaan dan pengembangan dalam keolahaagaan. (5) Menjadi pelaku olahraga (adalah setiap orang atau kelompok orang yang terlibat secara langsung dalam kegiatan olahraga yang meliputi pengolahaagaan, pembina olahraga dan tenaga keolahaagaan).

- 1) Pengolahaagaan adalah orang yang berolahraga dalam usaha mengembangkan potensi jasmani, rokhani dan sosial (UU SKN pasal 1 ayat 6)
- 2) Pembina olahraga adalah orang yang memiliki minat dan pengetahuan, kepemimpinan, kemampuan manajerial dan atau pendanaan yang didedikasikan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan olahraga (UU No 3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahaagaan Nasional pasal 1 ayat 8).

- 3) Tenaga keolahragaan adalah setiap orang yang memiliki kualifikasi dan sertifikat kompetensi dalam bidang olahraga (UU No 3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional pasal 1 ayat 9)

Dengan adanya Undang- Undang Sistem Keolahragaan Nasional ini setiap warga negara mempunyai kesempatan untuk terjun di dunia bisnis khususnya bisnis olahraga. Oleh karena itu bagaimana dalam memulai atau mengembangkan bisnis olahraga.

LANGKAH-LANGKAH GURU PENJAS DALAM BISNIS OLAHRAGA

Guru penjas selaku pelaku bisnis olahraga sebaiknya melakukan beberapa langkah-langkah dibawah ini :

Memahami Beberapa Konsep Guru Penjas Dalam Bisnis Olahraga

1. Guru Penjas perlu kemauan yang kuat untuk mencoba dengan berbekal semangat dan pantang menyerah serta mau belajar
2. Guru Penjas dalam memilih bisnis sebaiknya yang mudah terjangkau baik dari sisi kemampuan, pengelolaan, sumber keuangan dan yang lebih penting kegiatan itu harus menyenangkan
3. Guru Penjas berusaha melihat potensi pasar yaitu orang yang mempunyai keinginan dan kebutuhan serta daya beli.
4. Guru Penjas meranking kebutuhan apa yang diperlukan masyarakat dalam jumlah yang sangat banyak, sehingga diperlukan *mass production*.
5. Guru Penjas perlu memilih lokasi atau tempat, yang strategis dekat dengan kegiatan keolahragaan yang dilakukan agar bisnis yang di jalankan terekspose oleh publik sehingga mengurangi biaya periklanan dan promosi
6. Guru Penjas perlu menciptakan *Brand name* sebagai jaminan untuk pengingatan kembali terhadap produk atau jasa yang disediakan.
7. Guru Penjas perlu menjalin hubungan dengan pemasok dan distributor serta retail agar menjamin kelangsungan hidup bisnis dapat berjalan sepanjang masa.

8. Guru Penjas perlu menciptakan *value customer* atau kepuasan pelanggan harus diutamakan.
9. Guru Penjas terus menerus memasarkan produk dan layanan yang baru, karena secara teori dengan pemasaran salah satunya melalui periklanan akan meningkatkan volume penjualan. Menurut Nugroho (2005: 46) kelemahan umum dalam mendirikan bisnis olahraga adalah dalam melakukan pemasaran . Oleh karena itu melalui bauran pemasaran marketing mix dapat untuk rujukan dalam mempengaruhi para konsumen.

Menentukan Bentuk Perusahaan

Ketepatan memilih bentuk perusahaan sangat penting dalam meminimalkan resiko. Menurut Darmesta (1995: 52) pemilihan bentuk perusahaan harus diputuskan pada saat permulaan dalam melakukan kegiatan perusahaan. Bagi pebisnis pemula biasanya cenderung memilih usaha perseorangan karena paling mudah mendirikannya tanpa perlu perijinan yang rumit. Menurut Dhamesta (1995: 53) Usaha perorangan dimiliki oleh seorang dan ia bertanggungjawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan. Adapun keunggulan usaha perseorangan antara lain sebagai berikut:

1. Seluruh laba menjadi miliknya, karena memungkinkan pemilik menerima 100% laba yang dihasilkan perusahaan.
2. Jika usaha berhasil insentif yang diterima lebih besar sehingga akan merasakan adanya kepuasan tersendiri
3. Pemimpin atau pemilik dapat mengambil keputusan dengan cepat dalam kesempatan yang pendek.
4. Lebih mudah memperoleh kredit karena tanggungjawab tidak hanya pada modal kerja saja tetapi juga kekayaan pribadi, maka resiko kreditnya lebih kecil.
5. Kerahasiaannya lebih terjamin karena usaha perseorangan ini tidak perlu membuat laporan keuangan yang dapat dimanfaatkan para pesaing.

Kelemahan usaha perseorangan antara lain sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pemilik tidak terbatas karena kekayaan pribadi seluruhnya termasuk jaminan terhadap hutang perusahaan.

2. Sumber keuangan sangat terbatas, karena milik seorang maka usaha yang dilakukan untuk memperoleh sumber dana hanya tergantung pada kemampuannya
3. Kesulitan dalam manajemen, karena semua kegiatan dikerjakan sendiri termasuk pengaturan karyawan, sehingga lebih sulit dibanding jika manajemen dipegang oleh beberapa orang.
4. Kelangsungan usaha kurang terjamin, karena seandainya pimpinan bermasalah terjadi kebangkrutan maka usaha perorangan ini akan berhenti.
5. Kurangnya kesempatan pada karyawan mengembangkan diri, karena karyawan akan tetap menduduki posisinya dalam jangka waktu yang lama.

Setelah mengetahui keunggulan dan kelemahan usaha perorangan maka hal ini dapat dijadikan rujukan dalam menjalankan bisnis.

Mengembangkan Unsur Penting dalam Perusahaan

Unsur-unsur yang perlu dikembangkan meliputi a) **Organisasi** disamping sebagai kumpulan sumber ekonomi, organisasi akan menciptakan suasana kerja yang baik untuk memperoleh hasil yang terbaik, di sini perusahaan mengatur beberapa sumber daya dari perekrutan sampai pelatihan karyawan, b) **Produksi** yaitu semua usaha yang ditujukan untuk menciptakan atau meningkatkan nilai tambah misalnya memproduksi *shuttlecock*, pakaian olahraga, c) **Sumber ekonomi** meliputi : (1) **Manusia** selain sebagai tenaga kerja juga sebagai konsumen, dalam bisnis olahraga manusia bisa sebagai tenaga ahli. Memproduksi, melatih dan konsultan, manusia sebagai konsumen merupakan sasaran atau pasar potensial sebagai pengguna produk dan jasa dari perusahaan (2) **Uang** merupakan urat nadinya perusahaan baik untuk pembayaran maupun untuk pembelian mesin produksi. Dalam bisnis olahraga uang dapat dijadikan stimulan terselenggaranya suatu event keolahragaan (3) **Material** seperti tanah dan hasil pertanian dan hasil hutan serta perairan, dapat dimanfaatkan untuk olahraga massa, misalnya *beach aerobic* diselenggarakan di pantai parangtritis, Arung Jeram

di Jawa Barat atau Magelang dsb (4) **Metode** adalah ide-ide yang bersifat produktif, pengambilan keputusan, penanggulangan resiko, selain itu ide ini untuk mengkoordinir dan mengorganisir faktor-faktor produksi yang lain. Misalnya mensinergikan kegiatan olahraga dengan seni musik

Strategi Penentuan Harga

Agar terjadi kecocokan antara harga dan daya beli pelanggan maka strategi harga yang dipilih atau yang digunakan yang paling sederhana dan paling memudahkan untuk pebisnis pemula dengan: (1) **strategi Cost leadership** (strategi harga murah), hal ini paling mudah untuk menarik pelanggan misalnya saat pembukaan harga ada diskon 25 % atau 50%, Contoh dalam perkumpulan olahraga iuran anggota tidak tinggi yang penting BEP (biaya pulang pokok) terpenuhi (2) **strategi focus** setelah semakin banyak pelanggan dan pengusaha semakin berpengalaman, maka pengusaha dapat mengembangkan strategi harga yang lain yaitu menggunakan strategi *focus*, dimana produk yang dibuat secara khusus misal tiang net bututangkis jika dipasang tidak melobangi lantai maka pelayanannya menggunakan *make to order* (dipesan) tentunya dengan harga yang khusus pula sehingga *margin* lebih leluasa. Contoh dalam jasa olahraga melatih privat ini tentu saja segmen pelanggannya berbeda karena menginginkan anaknya cepat terampil otomatis biaya atau masalah harga, pelanggan akan menyesuaikan.

Strategi Integrasi

Setelah perusahaan berjalan tentunya perlu usaha untuk melestarikan bisnis yang dikelola agar dapat hidup sepanjang masa menurut David (2002: 46) strategi integrasi untuk memperoleh kepemilikan meliputi: (1) **Strategi integrasi ke depan** yaitu untuk memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali pada distributor atau pengecer. Dalam bidang olahraga pelanggan kita beri layanan sebaik baiknya. Misalnya penyelenggaraan pertandingan, perwasitan sehingga kalau mereka melakukan kegiatan keolahragaan tenaga pelaksana kita yang memasok. (2) **Strategi Integrasi ke belakang** yaitu strategi mencari kepemilikan atau kendali lebih besar pada perusahaan pemasok, jadi perusahaan kita jangan kehabisan bahan baku, atau material artinya para

pemasok harus kita beri perhatian yang lebih agar tidak lari meninggalkan perusahaan yang kita kelola .(3) **Strategi Integrasi horizontal**, yaitu strategi untuk mencari kepemilikan dengan perusahaan pesaing agar permodalan dan sumberdaya semakin kuat misalnya dengan *merger*, pengambilalihan diantara para pesaing untuk mendongkrak skala ekonomi

KESIMPULAN

Dalam mengembangkan bisnis olahraga . bagi para guru Penjas perlu kemauan keras pantang menyerah dan mau belajar. Untuk memudahkan dalam berbisnis pilihlah bisnis yang terjangkau dari segi kemampuan, pengalaman, serta pendanaan, dan pengelolaan kemudian menganalisa pasar potensial yang dapat dimasuki, mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai dasar pelayanan. Agar terjadi kecocokan antara manfaat produk dengan daya beli pelanggan menggunakan strategi harga *cost leadership*. Sedangkan untuk mempertahankan perusahaan dapat hidup sepanjang masa dengan menggunakan strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang dan strategi integrasi horizontal

DAFTAR PUSTAKA

- David Fred R. (2002) *Manajemen Strategis*, Jakarta: Pearson Education Asia Pte Ltd dan Prenhalindo
- Dharmesta Basu Swastha dan Sukotjo Ibnu (1995), *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta Penerbit Liberty
- Finarsih (2005) *Perspektif Bisnis Olahraga*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
- Gitosudarmo Indriyo (2003) *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjahmada
- Lumintuarso Ria (2005) *Globalisasi Industri Olahraga*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta dan Kantor Menpora
- Nugroho Agung (2005) *Potensi Keolahragaan Sebagai Peluang ndustri Menuju Kemandirian*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pitts B.G, Fielding, L.W., and Miller (1994). *Industry Segmentation Theory and Sport Industry*.

Developing a Spoort Industry Segmentation Model Sport Marketing Quarterly. 3. 1994. (Morgantown, WV: Titness Information Technologi, Inc)

Tim Ahli Industri Olahraga Kementrian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (2005), *Industri Olagraga: tantangan Olahraga Indonesia Masa Datang*. Makalah Seminar Nasional Industri Olahraga IKIP NEGERI GORONTALO SULAWESI UTARA

Undang Undang No 3 (2005) *Sistem Keolahragaan Nasional*: Kementrian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia