



**Survei Manajemen Bisnis Peralatan Olahraga  
Taekwondo Di Kota Semarang 2019**

**SKRIPSI**

Diajukan Dalam Rangka Penyelesaian Studi Strata 1  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan  
Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

Prima Ganda Saputra  
6101413036

**PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## ABSTRAK

Prima Ganda Saputra. 2019. **Survei Manajemen Bisnis Peralatan Olahraga Taekwondo Di Kota Semarang** Skripsi Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Drs. Tri Nurharsono, M.Pd dan Pembimbing II Dr. Heny Setyawati, M, Si.

**Kata kunci : Survei, Manajemen Bisnis, Peralatan, Olahraga Taekwondo**

Taekwondo merupakan olahraga beladiri yang sedang berkembang di Indonesia. Di kota Semarang olahraga taekwondo berkembang sangat pesat dapat dilihat dari banyaknya tempat latihan dan pada saat ujian kenaikan tingkat. Perkembangan olahraga taekwondo sendiri memberikan manfaat bagi pelakunnya, olahraga taekwondo juga memberikan manfaat bagi pelaku bisnis yang melihat peluang usaha di bisnis di bidang ini dengan memproduksi perlengkapan olahraga taekwondo. Di Kota Semarang terdapat beberapa bisnis yang memproduksi peralatan taekwondo. Permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana manajemen bisnis peralatan olahraga taekwondo di kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberadaan bisnis peralatan olahraga taekwondo di kota Semarang

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pengambilan sampel sumber data secara *purposive*. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapat dengan cara wawancara dan observasi, data sekunder didapat dengan cara dokumentasi. Sumber informasi berjumlah 13 orang sedangkan untuk Lokasi penelitian terdapat di 2 (Zaodan Adsus) tempat. Sasaran penelitian ini adalah manajemen bisnis peralatan olahraga taekwondo di Kota Semarang. Pemeriksaan keabsahan data dengan cara triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Analisis data dengan cara *reduction*, *data display*, dan *conclusion*

Berdasarkan Hasil penelitian di kota Semarang terdapat bisnis peralatan olahraga taekwondo yang sudah memasarkan ke beberapa daerah di Indonesia. Dalam bidang operasional kedua perusahaan ini masih menggunakan cara manual dalam proses produksinya, sumberdaya manusia yang digunakan mengambil dari masyarakat setempat. Pada dasarnya kedua perusahaan sudah melaksanakan proses manajemen, sedangkan aspek keuangan dalam kedua perusahaan berbeda dalam modal maupun dengan tujuan berbeda. Untuk aspek sistem informasi Zao lebih memanfaatkan dengan baik.

Keseimpulan hasil penelitian bahwa keadaan bisnis peralatan olahraga taekwondo di kota Semarang yang dilaksanakan di 2 (zao & adsus) perusahaan telah memiliki system manajemen yang baik karena sudah memenuhi empat fungsi manajemen aspek pemasaran, operasional perusahaan pemanfaatan teknologi informasi dan pendapatan sumberdaya manusia yang baik. Disisi lain perusahaan peralatan olahraga taekwondo di Kota Semarang harus lebih mengembangkan pemasaran agar tetap menjaga eksistensinya dalam dunia bisnis peralatan taekwondo, serta terus mengembangkan dan memperbaiki seluruh komponen bisnis industri termasuk dalam operasional perusahaan dan sumber daya manusia yang lebih kompeten.

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Prima Ganda Saputra

Nim : 6101413036

Jurusan : PJKR

Fakultas : Ilmu Keolahragaan

Judul : Survei Manajemen Bisnis Peralatan Olahraga Taekwondo Di  
Kota Semarang 2019.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak menjiplak karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Bagian tulisan skripsi ini yang merupakan kutipan dari karya ahli atau orang lain, telah diberi penjelasan sumber sesuai dengan tata cara pengutipan.

Apabila pernyataan saya ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Negeri Semarang dan sanksi hukum sesuai ketentuan yang berlaku di wilayah negara Republik Indonesia.

Semarang, Juli 2019

Yang menyatakan,



Prima Ganda Saputra

NIM : 6101413036

## PENGESAHAN

Skripsi atas nama **PRIMA GANDA SAPUTRA** NIM 6101413036 Program Studi **Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi** Judul **"SURVEI MANAJEMEN BISNIS PERALATAN OLAHRAGA TAEKWONDO DI KOTA SEMARANG"** telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada hari SELASA tanggal 17 September 2019

### Panitia Ujian



Prof. Dr. Tandiyō Rahayu, M.Pd.  
NIP. 19610328 198403 2 001



Sekretaris  
**PANITIA UJIAN SKRIPSI**  
JURUSAN P. IKR - FK  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Dr. Mugiyo Hartono, M.Pd  
NIP. 196109031988031002

### Dewan Penguji

1. Drs. Endro Puji Purwono, M.kes  
NIP. 195903151985031003

(Penguji I)

2. Drs. Tri Nurharsono, M.Pd  
NIP. 196000429198601001

(Penguji II)

3. Dr. Hey Setyawati, M.Si  
NIP. 19820828 200604 1 003

(Penguji III)

## PENGESAHAN

Proposal skripsi dengan judul "SURVEI MANAJEMEN BISNIS PERALATAN OLAHRAGA TAEKWODO DI KOTA SEMARANG" karya,

Nama : Prima Ganda Saputra

NIM : 6101413036

Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, S1

telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke Seminar Proposal Skripsi,

Pembimbing I



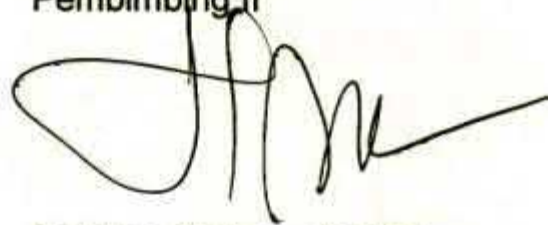
20/5 2019

Drs. Tri Nurharsono, M.Pd.

NIP. 196004291986011001

Semarang, Mei 2019

Pembimbing II



Dr. Heny Setyawati, M.Si

NIP. 196706101992032001

Menyetujui

Ketua Jurusan

Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi



20/5 2019

Dr. Mugiyo Hartono, M.Pd

NIP. 196109031988031002

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

- **“ Anda Mungkin Bisa Menunda, Tapi Waktu Tidak Dapat Menunggu “  
-Benjamin Franklin-**
- **“ Kesempatan Dan Peluang Tidak Tercipta Begitu Saja Kamu Yang Menciptakanya. -Chris Grosser-**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua (bapak Endang Sulaeman dan ibu R.Suswati) dan segenap penghuni rumah yang telah memberikan segenap doa, dukungan moral dan sokongan dana selama penulis kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Almamater Universitas Negeri Semarang



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, kesejahteraan dan kemudahan serta hidayahnya, sehingga skripsi dengan judul Survei Manajemen Bisnis Peralatan Olahraga Taekwondo Di Kota Semarang.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang beserta seluruh jajaran pimpinan administrasi Universitas Negeri Semarang atas kesempatan dan berbagai bantuan selama penulis menempuh pendidikan.
2. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang yang telah mengizinkan penulis melaksanakan tugas belajar pada program Sarjana Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi.
3. Ketua Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan.
4. Bapak Drs. Tri Nurharsono, M.Pd dan Dr. Heny Setyawati, M.Si yang telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, pencerahan serta dukungan yang penuh kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap bapak dan ibu Dosen jurusan Pendidikan Kesehatan Jasmani dan Rekreasi yang senantiasa mencurahkan ilmu dengan penuh ketulusan dan kasih sayang.
6. Kepada bapak Tuafik (Zao) dan bapak Adi Susanto (Adsus)
7. Teman-teman kampus semua jurusan, teman-teman laskar pelangi dan Al-brojem selalu menemani dalam proses pembuatan skripsi.

Serta segala bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis dan penulis doakan semoga amal dan bantuan Bapak/Ibu mendapat berkah yang melimpah dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca semua.

Semarang, 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
PERNYATAAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Identifikasi Masalah .....	4
1.3.Batasan Masalah.....	4
1.5.Tujuan Penelitian .....	5
1.6.Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
2.1.Bisnis.....	8
2.2.Industri Olahraga .....	12
2.2.1.Pengertian Industri Olahraga .....	12
2.3.Manajemen .....	19
2.3.1.Manajemen Olahraga .....	24
2.4. Pemasaran ( <i>marketing</i> ) .....	25
2.5. Operasional.....	29
2.6. Keuangan dan Akuntansi.....	31
2.7. Sistem Informasi.....	32
2.8. Taekwondo.....	34
2.6. Sarana Dan Prasarana Taekwondo .....	38
2.6.1.Sarana .....	38
2.6.2Prasarana .....	40
2.9.Sumeber Daya Manusia.....	40
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>45</b>
3.1. Pendekatan penelitian.....	45

3.2. Lokasai dan Sasaran Penelitian .....	45
3.2.1.Lokasi penelitian.....	45
3.2.2.Sasaran Penelitian .....	45
3.3.Instrumen dan Metode Pengumpulan Data.....	46
3.3.1.Instrumen Penelitian.....	46
3.3.2.Instrumen Pengumpulan Data .....	46
3.3.2.1.Metode Wawancara .....	47
3.3.2.2.Metode Dokumentasi .....	48
3.3.2.3.Metode Observasi .....	49
2.4. Pemeriksaan keabsahan Data .....	50
3.5. Analisa Data.....	51
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>	<b>53</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	53
4.2 Adsus .....	53
4.2.1Aspek Pemasaran.....	54
4.2.1.1 Penentuan Produk, target produk , dan posisi produk pada pasarnya. ....	54
4.2.1.2 Kajian pada konsumen potensial .....	56
4.2.1.3 Penentuan Strategi,Kebijakan,dan Program Pemasaran	57
4.2.2 Aspek Operasional .....	57
4.2.2.1 Kapasitas Produksi.....	57
4.2.2.2 Pemakaian Peralatan dan Mesin Produksi.....	57
4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia .....	58
4.2.3.1 Proses Mendapatkan Sumber Daya Manusia yang Dibutuhkan.....	58
4.2.3.2 Kompensasi untuk Para Pekerja.....	59
4.2.3.3 Menjalin Hubungan Baik dengan Pekerja. ....	59
4.2.4 Aspek Manajemen.....	59
4.2.4.1 Fungsi Perencanaan .....	59
4.2.4.2 Fungsi Pengorganisasian.....	60
4.2.4.3 Fungsi Pengarahan.....	60
4.2.4.4 Fungsi Pengawasan.....	61
4.2.5 Aspek Keuangan.....	62
4.2.5.1 Penghitungan Perkiraan Jumlah Dana Keperluan Modal Awal.....	62
4.2.6Aspek Sistem Informasi .....	62
4.3 ZAO.....	62

4.3.1 Aspek Pemasaran .....	63
4.3.1.1 Penentuan Produk, target produk , dan posisi produk pada pasarnya.....	63
4.3.1.2 Kajian pada konsumen potensial.....	66
4.3.1.3 Penentuan Strategi, Kebijakan, dan Program Pemasaran	66
4.3.2 Aspek Operasional .....	67
4.3.2.1 Kapasitas Produksi.....	67
4.3.2.2 Pemakaian Peralatan dan Mesin Produksi .....	67
4.3.3 Aspek Sumber Daya Manusia .....	67
4.3.3.1 Proses Mendapatkan Sumber Daya Manusia Yang Dibutuhka .....	67
4.3.3.2 Kompensasi Untuk Para Pekerja .....	68
4.3.3.3 Menjalin Hubungan Baik Dengan Pekerja .....	68
4.3.4 Aspek Manajemen.....	69
4.3.4.1.Fungsi Perencanaan .....	69
4.3.4.2 Fungsi Pengorganisasian.....	69
4.3.4.3 Fungsi Pengarahan.....	70
4.3.4.4 Fungsi Pengawasan.....	70
4.3.5 Aspek Keuangan.....	70
4.3.5.1 Penghitungan Perkiraan Jumlah Dana untuk Keperluan Modal Awal.....	70
4.3.6 Aspek Sistem Informasi .....	70
4.5.1 Pembahasan.....	71
4.5.2 Aspek Pemasaran.....	71
4.5.3 Aspek Operasional .....	73
4.5.4 Aspek Sumber Daya Manusia .....	74
4.5.5 Aspek Manajemen .....	75
4.5.6 Aspek Keuangan dan Akuntansi .....	76
4.5.7 Aspek Sistem Informasi .....	77
4.6 Kelemahan Penelitian.....	77
BAB V Simpulan dan Saran .....	78
5.1.Simpulan .....	78
5.2.Saran .....	79
Daftar Pustaka .....	80
Daftra lampiran .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Jumlah Responden.....	47
3.2 Instrumen Kisi – Kisi Wawancara.....	49
3.3 Lembar Observasi .....	51
4.1 Objek Penelitian dn Alamat.....	55
4.2 Daftar Harga Produk Adsus .....	56
4.3 Daftar Karyawan Adsus .....	59
4.4 Daftar Harga Zao .....	63
4.5 Daftar Karyawan Zao.....	66
4.6 konsep produk, penjualan dan pemasaran .....	57
4.7 Konsep Produksi .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar/Grafik	Halaman
2.1 Fungsi dasar manajemen .....	20
2.2 Lambang Taekwondo Indonesia .....	36
2.3 Pakaian( <i>dobok</i> ) <i>Taekwondo</i> .....	39
2.4 Peralatan Pelindung Taekwondo .....	40
4.1 Produk Adsus .....	73
4.2 Produk Zao .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar/Grafik	Halaman
Lampiran 1 Salinan Keputusan Dekan Mengenai Dosen Pembimbing.....	79
Lampiran 2 Usulan Topik .....	80
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian Adsus .....	81
Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian ZAO .....	81
Lampiran 5 Surat Penelitian Zao.....	81
Lampiran 6 Surat Penelitian Adsus.....	81
Lampiran 7 Hasil Observasi Denagn Manajer Brand Zao .....	81
Lampiran 8 Hasil Obeservasi Denagn Manajer Brand Adsus.....	82
Lampiran 9 Data Responden .....	83
Lampiran 10 Hasil Wawancara Denagn Manajer Brand Adsus.....	84
Lampiran 11 hasil wawancara denagn manajer brand Zao .....	87
Lampiran 12 Dokumentasi .....	89

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. LATAR BELAKANG MASALAH**

Upaya membedah dan menggali potensi bisnis olahraga melalui ranah industri olahraga, dewasa ini menjadi sesuatu yang semakin mengemuka. Hal tersebut bukan sebatas bermakna usaha komersialisasi olahraga, melainkan suatu tahapan rasional membangun olahraga pada sisi pemberdayaan potensi ekonomi. Sektor olahraga dengan segenap dimensinya tentunya harus memungkinkan berkembang mandiri secara ekonomi. Personal memajukan olahraga dan penggalangan dana adalah dua hal yang terus terkait, bagai dua sisi mata uang.

Dalam undang – undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro,kecil, dan menengah, (2008: 30-31) bahwa usaha mikro, kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, pemerataan ekonomi masyarakat, meningkatkan ekonomi masyarakat. Namun, demikian usaha mikro dan menengah masih menghadapi berbagai masalah mulai dari pemasaran, permodalan dan sumber daya manusia. Kendala tersebut dirasakan oleh industri olahraga mikro.

Menurut Bambang Priyono dalam jurnalnya penguatan kebijakan publik usaha pengentasan kemiskinan melalui pengembangan industri mikro olahraga Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat



penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Di negara seperti Amerika, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea, dan China industri olahraga berkembang pesat bahkan menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Dalam membangun karakter bangsa, olahraga sudah menjadi identitas industri yang memiliki nilai tambah yang signifikan. Di Indonesia perkembangan industri olahraga memerlukan peran serta dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang berprestasi dengan dukungan industri olahraga dalam negeri. Kementerian negara pemuda dan olahraga melalui deputi bidang kewirausahaan pemuda dan industri olahraga di Indonesia telah mencanangkan suatu gagasan untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi.

Kegiatan olahraga yang dapat mendatangkan keuntungan dan pendapatan material ini dapat digolongkan sebagai kegiatan industri olahraga. Dimana dalam UU Sistem Keolahragaan Nasional Bab 1 Pasal 1 ayat 18 dituliskan bahwa Industri Olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan/atau jasa. Di Indonesia sudah banyak industri yang menjadikan olahraga maupun pelaku olahraga sebagai sasaran bisnisnya, mulai dari industri kecil rumahan sampai dengan industri berskala besar. Contoh dari industri olahraga ini adalah dengan berdirinya beberapa usaha mikro di kota Semarang yang memproduksi peralatan Olahraga taekwondo seperti perlengkapan pertandingan.

Bisnis industri peralatan taekwondo yang ada di kota Semarang Dari observasi awal didapat informasi bahwa bisnis industri ini selalu

berkembang dari tahun ketahun walaupun dari segi pemasaran produk yang dihasilkan hanya dikonsumsi oleh pelaku olahraga taekwondo dan tidak dikonsumsi secara umum oleh masyarakat luas secara terus-menerus.

Pemenuhan kebutuhan akan peralatan olahraga taekwondo yang sangat beragam jenisnya membuat produsen-produsen pembuat peralatan taekwondo di kota Semarang mulai memproduksi peralatan taekwondo yang berani bersaing dengan produk-produk luar. Dari bisnis inilah produsen-produsen peralatan taekwondo mulai mendapatkan keuntungan dari produksi barang dan jasa olahraga taekwondo yang tentunya sesuai dengan standar sarana dan prasarana yang digunakan dalam olahraga taekwondo. Sarana dan prasarana olahraga taekwondo sangat beragam, keberagaman jenis peralatan taekwondo disebabkan oleh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Dari tahun ketahun terdapat beberapa perubahan model peralatan

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana kebermanfaatan bisnis peralatan olahraga taekwondo di kota Semarang. Penelitian ini difokuskan pada *system* manajemen. Sehingga dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian dengan judul

**“SURVEI MANAJEMEN BISNIS PERALATAN OLAHRAGA TAEKWODO  
DI KOTA SEMARANG”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diambil fokus masalah sebagai berikut :

- 1) Dalam manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan) bisnis peralatan olahraga taekwondo masih belum dimaksimalkan
- 2) Masih kurangnya pengadaan stock produk bisnis peralatan olahraga taekwondo untuk memenuhi konsumen
- 3) Alat dalam pembuatan produk pada bisnis peralatan olahraga taekwondo masih cenderung menggunakan manual
- 4) Sumber daya manusia yang di pekerjakan belum mendapatkan pelatihan
- 5) Pengelolaan keuangan dalam bisnis peralatan olahraga taekwondo belum tertata dengan baik
- 6) Pemanfaat teknologi untuk media pemasaran masih belum di maksimalkan dengan baik

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi masalah diatas peneliti mengadakan pembatasan masalah agar permasalahan yang akan diteliti, sehingga dalam penelitian dan pembahasan tidak keluar dan meluas dari pembahasan penelitian “Manajemen Bisnis Peralatan Olahraga Taekwodo Di Kota Semarang”

## **1.4. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai, yaitu : .

- 1) Bagaimana manajemen masing-masing usaha atau *brand* ZAO dan ADSUS bisnis peralatan olahraga taekwondo di kota Semarang?
- 2) Bagaimana sistem produksi yang dilakukan oleh adsus dan zao?
- 3) Bagaimana prosedur dalam pembuatan produk yang dilakukan oleh ZAO dan ADSUS ?
- 4) Bagaimana pengelolaan di dalam penjualan produk oleh zao dan adsus ?
- 5) Bagaimana pemasaran yang diterapkan oleh zao dan adsus ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan yang ada pada rumusan masalah di atas, permasalahan ini mempunyai tujuan untuk :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana manajemen bisnis masing-masing usaha atau *brand* ZAO dan ADSUS peralatan olahraga Taekwondo di kota Semarang.
- 2) Untuk mengetahui sistem produksi yang dilakukan oleh adsus dan zao
- 3) Untuk mengetahui prosedur dalam pembuatan produk yang dilakukan oleh ZAO dan ADSUS
- 4) Untuk mengetahui pengelolaan di dalam penjualan produk oleh zao dan adsus
- 5) Untuk mengetahui pemasaran yang diterapkan oleh zao dan adsus

## 1.6. Manfaat Penelitian

Setiap hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi, khususnya aspek sebagai objek penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

### 1) Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :

- a. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum dan mahasiswa tentang manajemen dalam bisnis khususnya pada pengadaan peralatan olahraga .
- b. Memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang peluang di bidang bisnis olahraga
- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya

### 2) Manfaat praktis

#### a. Bagi peneliti

Dapat mengetahui dan memahami bagaimana perkembangan olahraga Taekwondo terhadap industri olahraga di kota Semarang.

#### b. Bagi brand, Zao dan Adsus di kota Semarang

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai masukan dan koreksi kepada *brand* ZAO dan ADSUS bisnis industri peralatan Taekwondo untuk mengadakan perubahan, perbaikan, dan mempertahankan kualitas produksi peralatan Taekwondo. Serta agar industri olahraga Taekwondo dapat lebih berkembang dan mampu bersaing dengan industri olahraga.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai pemberi informasi kepada masyarakat tentang bisnis industri peralatan Taekwondo di Kota Semarang yang dapat digunakan sebagai referensi peluang usaha yang menjanjikan.

d. Bagi Pemerintah dan Persatuan Beladiri Taekwondo Indonesia (PBTI)

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai perkembangan dan kemajuan olahraga Taekwondo setempat oleh pemerintah atau Persatuan Beladiri Taekwondo Indonesia (PBTI). Memberikan informasi tentang pemanfaatan produksi peralatan Taekwondo yang dapat dijadikan asset bagi pemerintahan dan Persatuan Beladiri Taekwondo Indonesia (PBTI) dan mempergunakan peralatan Taekwondo yang diproduksi oleh industri dalam negeri sehingga dapat meningkatkan prestasi Taekwondo Indonesia.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Bisnis

Menurut ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan kepada konsumen atau bisnis lainnya. Bisnis berasal dari *bussiness* yang berarti *busy* atau sibuk dalam konteks individu, komunitas ataupun masyarakat. Dalam artian keuntungan . secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau kelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya – penggunaan *singular* kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu.

Bisnis ( atau perusahaan ) adalah usaha yang menyediakan produk atau jasa yang diinginkan oleh pelanggan ( Jeff Madura, 2007: 5). Bisnis adalah keseluruhan yang lengkap pada berbagai bidang seperti industri dan penjualan, industri dasar dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, transportasi, asuransi dan lain sebagainya yang kemudian melayani dan memasuki dunia bisnis secara menyeluruh dalam dunia bisnis. Tujuannya memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakannya (Hooper,dkk:1990). Bisnis merupakan suatu pertukaran barang dan jasa ataupun uang dengan tujuan memperoleh keuntungan (Mc.Naughton). Sedangkan menurut Owen bisnis adalah suatu perusahaan yang berhubungan dengan distribusi dan



produksi barang - barang yang nantinya dijual kepasar atau memberikan harga yang sesuai pada setiap jasanya (Owen:1998).

Bisnis sebagai sistem memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (Hunt, T Chwee, 1990). Sedangkan menurut Griffin dan Ebert, bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Hunt dan Urwick bisnis adalah segala perusahaan apapun yang membuat, mendistribusikan ataupun menyediakan berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan anggota masyarakat lainnya serta bersedia dan mampu dalam membeli atau membayarnya ( Hunt, dkk: 1999). Bisnis adalah suatu bentuk dari aktivitas pembuatan dan jual beli barang dan jasa kemudian di tukar dengan uang, kegiatan atau kerja merupakan suatu pekerjaan dan jumlah kegiatan tersebut terselesaikan oleh sebuah perusahaan, pabrik, ataupun toko (Meriam Webster).

Menurut L.R Dicksee mengatakan Bahwa Bisnis adalah Suatu bentuk dari aktivitas yang utamanya bertujuan dalam memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan di dalam terjadinya aktivitas tersebut (Dicksee:2000). Bisnis ialah suatu kegiatan yang berhubungan dengan produksi dan distribusi barang atau jasa yang bisa diklarifikasikan dalam kegiatan – kegiatan bisnis (William Spregal). Bisnis merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen (Allan Afuah,2004). Bisnis adalah suatu usaha perdagangan yang dilakukan oleh kelompok orang yang terorganisir agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Mahmud Machfoedz).

Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang di perlukan masyarakat. Jika kebutuhan masyarakat meningkat, maka jumlah produksinya ditingkatkan agar memenuhi segala kebutuhan masyarakat sambil memperoleh laba (Brown dan Petrello). Sedangkan menurut steinfeld bisnis berarti aktivitas dalam penyediaan barang dan jasa yang di perlukan konsumen (steinfeld,1979). Bisnis ialah jumlah keseluruhan aktivitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat. Bisnis adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut ( Musselman dan Jackson,1992).

Menurut skinner bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat, sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and services*. Sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa, atau uang untuk menghasilkan keuntungan (skinner, 1992 :6). Bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang – orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standart serta kualitas hidup mereka (Gloss, Steade dan Lowry, 1996).

Bisnis adalah aktivitas melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerima pada suatu periode (*total Revenues*) lebih besar dari total biaya (*Total Costs*) pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik

utama untuk melakukan kegiatan bisnis sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar (Hughes dan Kapoor,2008).

Bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia organisasi ataupun masyarakat luas mengingat masyarakat selalu berkembang sudah barang tentu semakin berkembang pula kebutuhan yang harus disediakan. Kebutuhan manusia yang berbeda – beda itu dapat dikelompokkan berdasarkan : usia, pendidikan, kelas sosial, dan pekerjaan. Dari masing – masing kelompok, manajer proyek tinggal memproduksi apa saja yang dibutuhkan masing – masing kelompok tersebut (Gitosidarmo,2003)

Bisnis didirikan untuk melayani kebutuhan pelanggan oleh pemilik yang mencoba untuk memperoleh laba. Orang – orang yang menciptakan bisnis mungkin melihat suatu kesempatan untuk menghasilkan produk atau jasa yang belum di tawarkan perusahaan – perusahaan lain. Atau, mereka mungkin yakni bahwa mereka dapat menjual produk atau jasa yang dapat dijual dengan harga yang lebih rendah dari perusahaan lain. Dengan menyediakan produk yang diinginkan pelanggan, mereka dapat menghasilkan laba bagi bisnisnya (Jeff Madura,2007:6).

Berdasarkan Madura (2007,p12) Jenis – jenis utama dari keputusan yang terlibat dalam menjalankan bisnis dapat diklasifikasikan sebagai keputusan:

1. Manajemen (*management*)

Cara bagaimana karyawan dan sumber daya lainnya (seperti mesin) digunakan oleh perusahaan.

## 2. Pemasaran (*marketing*)

Cara bagaimana produk (atau jasa) dikembangkan, ditetapkan harganya, didistribusikan dan dipromosikan ke pelanggan.

## 3. Keuangan (*finance*)

Cara bagaimana perusahaan memperoleh dan menggunakan dana operasi bisnisnya.

## 4. Akuntansi (*accounting*)

Ikhtisar dan analisis atas kondisi keuangan perusahaan dan digunakan untuk membuat beragam keputusan bisnis.

## 5. Sistem informasi (*information system*)

Meliputi teknologi informasi, orang, dan prosedur yang menyediakan informasi yang sesuai sehingga karyawan perusahaan dapat membuat keputusan bisnis.

## **2.2. Industri Olahraga**

### **2.2.1. Pengertian Industri Olahraga**

Pengertian industri olahraga dalam Bab I ayat (18) ketentuan umum Undang - Undang No.3 Tahun 2005 tentang sistem keolahragaan nasional adalah kegiatan bisnis dibidang olahraga dalam bentuk produk dan/jasa (UU. Republik Indonesia, 2006:13). Setiap industri di bentuk dari banyak perusahaan yang terdiri dari berbagai ukuran perusahaan dengan berbagai produk yang dihasilkannya, termasuk kegiatan pemasaran, pengembangan, sumber daya manusia, pengaturan keuangan, dan sistem manajemen (Amirullah dan Imam Harjant,2005:2).

Sedangkan menurut pengertian dari Brown dan Petrello (1976) menyatakan bahwa bisnis olahraga adalah usaha yang meliputi bidang

keolahragaan baik itu menciptakan atau memproduksi suatu produk yang berkaitan dengan olahraga ataupun kegiatan jasa olahraga dan kemudian memasarkan kepada masyarakat atau konsumen. Munculnya industri olahraga diawali sejak Peter Uebereuth sukses membisniskan Olimpiade Los Angeles 1984, maka sejak itu pula olahraga level dunia memasuki era industri. Pengambilan penyelenggaraan Olimpiade oleh Peter Uebereuth dan menghasilkan laba 227,7 juta dolar dan mulai munculnya produk Nike yang menjadi sponsor yang mendukung dalam sarana olahraga, menjadi tonggak tumbuhnya industrialisasi dalam bidang keolahragaan (Rani Bastiyani,2004:13).

Industrialisasi olahraga dalam pembangunan perekonomian dapat dilihat dalam kerangka pemikiran dan pola pendidikan yang dikembangkan Masyur Wiratmo (1992) yang mengatakan bahwa negaranya bisa tumbuh dan berkembang secara tepat. Sebab dalam proses industrialisasi itu biasanya akan di barengi dengan percepatan kemajuan teknologi, proses pelatihan sumber daya manusia dan kemudian peningkatan produktifitas, (dengan demikian jumlah upah *riil* dan pendapatan meningkat) dibandingkan kalau hanya mengandalkan sektor pertanian. Untuk menumbuhkan wirausaha baru, dalam mengembangkan industri olahraga perlu adanya pembinaan melalui sentra – sentra industri olahraga. Saarannya untuk menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Pembinaan industri olahraga bertujuan untuk meningkatnya pendapatan dan penyebaran industri olahraga yang merata. Kecuali itu juga peningkatan kemampuan industri olahraga dalam aspek penyelenggaraan turnamen olahraga, menjual sarana olahraga untuk kebutuhan negeri maupun ekspor (Sigit Pamungkas, 2013:38)

Berdasarkan Farida (2010) mengenai profil industri olahraga di Indonesia ada beberapa pokok permasalahan dalam pengoprasionalannya, antara lain :

1) Masalah permodalan

Masalah modal para pengusaha dalam menjalankan usahanya belum mengenal dan memanfaatkan lembaga perbankan. Selain itu para pengusaha industri olahraga (kecil) sulit untuk memperoleh kredit dari bank swasta. Akibatnya pengusaha industri olahraga cenderung menggantungkan pembiayaan perusahaan dari modal sendiri, atau sumber – sumber lainnya seperti keluarga, kerabat bahkan renternir. Meskipun mempunyai anggaran yang cukup, tetapi mereka tidak memiliki pengetahuan hendak kemana mereka harus mendapatkan modal yang mudah dan ringan. Kelemahan yang lain dalam mendapatkan modal yaitu umumnya industri olahraga lemah dan menyusun studi kelayakan yang dapat diterima oleh pihak penyedia modal.

2) Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.

Umumnya usaha industri olahraga memperoleh pasar dengan cara – cara pasif. Mereka mengandalkan kekuatan *personal selling* yaitu komunikasi antar personal. Promosi ini dipilih oleh industri olahraga yang masih kecil karena industri tersebut tidak mempunyai anggaran untuk mengadakan promosi yang lain misal *advertensi* atau iklan melalui televisi, radio, ataupun surat kabar.

3) Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi.

Hal ini disebabkan karena lemahnya sumber daya manusia dalam menyerap ilmu pengetahuan dan teknologi. Lemahnya sumber daya

manusia tersebut juga disebabkan karena tingkat pendidikan tenaga kerja pada umumnya masih rendah, maka tentu saja industri olahraga (kecil) banyak mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi.

#### 4) Strategi pemasaran produk

Kendala besar bagi industri olahraga yang kecil untuk masuk pasar bebas. Seringkali pemasaran produk industri olahraga kecil harus melalui mata rantai. Pemasaran yang relatif panjang dan penetapan harga jual produk berada di luar kendali pengusaha industri olahraga tersebut. Dengan kondisi seperti ini menyebabkan para pengusaha industri olahraga hanya mengecap margin keuntungan yang relatif tipis. Kesulitan bidang pemasaran juga dapat bersumber dari tingkat persaingan yang tajam. Kualitas produk yang kurang baik. Ketiadaan berbagai aspek penunjang (misalnya pelayanan para pengguna jasa industri olahraga). Serta kurang tanggapnya manajer atau pengusaha terhadap situasi pasar. Sementara yang menyangkut masalah lokasi dan fasilitas kegiatan, bertitik tolak dari adanya suasana dan lingkungan kerja yang kurang sesuai, ataupun ketidak tanggapannya industri olahraga terhadap perkembangan tingkat hidup masyarakat.

#### 5) Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha

Meskipun industri olahraga (yang masih kecil) mempunyai keterbatasan dalam jaringan dan kerjasama usaha, tetapi industri olahraga tersebut berusaha untuk membangun jaringan dan kerja sama dengan industri olahraga menengah dan besar. Industri olahraga yang kecil melakukan aktivitas usahanya sendiri dan ini akan semakin melemahkan karena pesaing diantara para industri – industri olahraga yang kecil sendiri.



#### 6) Mentalitas usaha dan kewirausahaan

Umumnya industri olahraga yang masih kecil sedikit sekali yang memiliki kreatifitas dan inovasi, kemandirian dan semangat untuk maju. Industri olahraga yang masih kecil menjalani usahanya banyak hanya mengandalkan rutinitas kesehariannya tanpa sentuhan pemikiran dan pengembangan untuk selalu terus maju dan meningkat.

Nasional Pemberdayaan Industri Olahraga Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sebagai lembaga pengembang industri olahraga di Indonesia telah mencanangkan suatu gagasan untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi dalam percaturan globalisasi. Langkah-langkah koordinasi dengan berbagai *stakeholder* telah ditempuh, kini Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga mencoba melangkah lebih jauh dalam rangka mengembangkan industri olahraga di Indonesia. Salah satu langkah penting yang sangat mendesak untuk diimplementasikan adalah melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra industri olahraga yang telah ada dan mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah.

Menurut Pitts, Fiedling, dan Miller (1994) Industri olahraga adalah “ setiap produk, barang, servis, tempat, orang – orang , dengan pemikiran yang ditawarkan pada publik berkaitan dengan olahraga. Dikutip dari pernyataan Nuryadi ( 2010:10) sport Industry adalah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan

peralatan dan layanan. *Sport marketing* adalah penerapan sepesifikasi prinsip dan proses pemasaran kepada produk olahraga dan untuk memasarkan produk nirlaba olahraga mealuli asosiasi dengan olahraga.

Segmen industri olahraga sesuai dengan tipe produknya menurut Parks, Zanger dan Quarterman, (1998) terdapat tiga segment yaitu :

- 1) *Sport performance* / penampilan olahraga, segmen ini bermacam – macam produk, seperti olahraga sekolah, perkumpulan kebugaran olahraga, camp olahraga, olahraga profesional, dan taman olahraga kota
- 2) *Sport Production* / produksi olahraga, segmen produksi olahraga ini dapat diberikan contoh seperti bola basket, bola tenis, sepatu olahraga, kolam renang, serta perlengkapan lainnya
- 3) *sport promotion* / promosi olahraga. Segmen ini dapat berupa barang dagangan seperti kaos, atau baju yang berlogo, media cetak dan elektronik.

Industri (industry), yaitu suatu kegiatan untuk memproduksi atau menghasilkan barang yang mempunyai nilai lebih tinggi dari bahan bakunya. Menurut Tarmisi Tarmisi (1991: 7) industry dibagi menjadi 4 (empat), yaitu:

- 1) Industri genetik (asli), contoh: perhutanan, perkebunan, pertanian, dll.
- 2) Industri ekstraktif, contoh: pertambangan, penggalian batu, emas, dll.
- 3) Industri konstruksi, contoh: pembuatan gedung olahraga, stadion, lapangan olahraga, jembatan, dll.

- 4) Industri pabrik, contoh: alat-alat olahraga, mesin, pakaian olahraga, sepatu olahraga, dll.

Pada industri konstruksi dan pabrik dapat dikembangkan suatu bisnis olahraga, sehingga pada perkembangan sekarang dapat dibuka industri olahraga yang meliputi barang maupun jasa. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional (2005: 4) bahwa industri olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk barang dan/ atau jasa. Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/ atau disewakan untuk masyarakat. Masyarakat yang melakukan industri barang dan/ atau jasa olahraga harus memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional (2005: 36) pembinaan dan pengembangan industri olahraga dilaksanakan melalui kemitraan yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan olahraga yang mandiri dan professional. Tentu saja pemerintah daerah dalam mengembangkan industri olahraga memberikan kemudahan dalam pembentukan sentra-sentra pembinaan dan pengembangan olahraga. Peluang industri olahraga yang dapat dikembangkan pada industri barang contohnya adalah:

- 1) Cabang olahraga beladiri meliputi: body protector, glove, genetal protector, head protector, gumshield, pakaian beladiri, deker, leg protector, dll.
- 2) Cabang permainan meliputi: bola, glove, sepatu, shuttlecock, raket, bad, training suit, net, jaring, masker, stick, topi, dll.

- 3) Cabang atletik meliputi: sepatu spise, tas, kaos kaki, pakaian, stop watch, deker, dll.
- 4) Cabang senam meliputi: pakaian senam, assesoris, dll.

Beberapa contoh industri barang olahraga dari Yogyakarta yang sudah memenuhi standard dan telah diekspor ke luar negeri adalah: glove golf, pakaian pencak silat, shuttlecock, dan bola sepak.

Adapun contoh industri olahraga berbentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga (event organizer) yang dapat dikembangkan secara profesional adalah:

- 1) kejuaraan nasional dan internasional (Liga, Champhionshi, dll.)
  - 2) pekan olahraga daerah, wilayah, nasional, dan internasional (PORDA, PORWIL, PON, Sea Games, dll.)
  - 3) promosi, eksibisi olahraga, dan festival olahraga
- keagenan, layanan informasi, konsultasi olahraga, terapi olahraga, dll

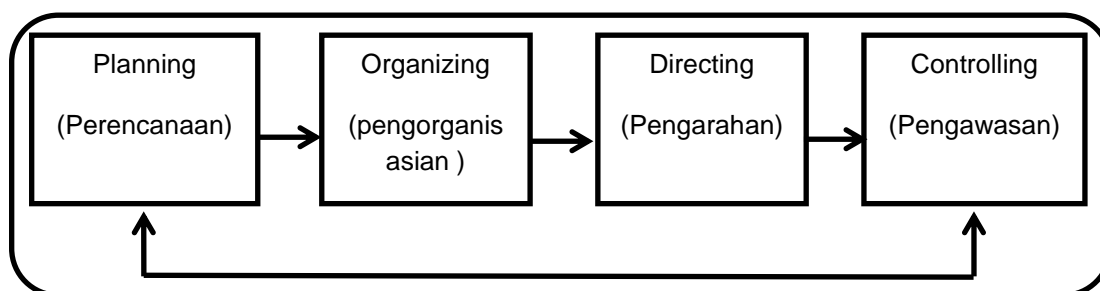
Kegiatan eksibisi cabang olahraga adalah bentuk kegiatan olahraga yang bersifat tontonan, pameran, dan peragaan, adapun yang dimaksud dengan festival adalah bentuk kegiatan olahraga yang bersifat perlombaan dan hiburan. Bisnis industri olahraga tersebut tentu saja dapat terlaksana dengan adanya kerjasama pemerintah dan/ atau pemerintah daerah dengan cara memfasilitasi pewujudan kemitraan pelaku industri olahraga dengan media massa dan media lainnya.

### **2.3. Manajemen**

Menurut Jeff Madura (2007) dalam buku “pengantar bisnis” menyebutkan bahwa manajemen melibatkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya

lainnya (misalnya mesin) dengan cara yang paling baik guna mencapai rencana dan tujuan perusahaan. Manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang selektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya manusia. Aspek pokok dalam manajemen adalah mengenali prenanan dan pentingnya orang lain. Menurut Mary Parker Follet, mendefinisikan manajemen sebagai “seni untuk menyelesaikan segala sesuatu melalui orang “. Dalam manajemen sendiri terdapat empat fungsi yang berperan untuk menentukan arah yang akan di capai dengan tepat sasaran.

Gambar 2.1 Fungsi dasar Manajemen ( Menurut Mary Parker Follet )



Empat fungsi tersebut antara lain :

#### 1) Perencanaan

Perencanaan ( *planning* ) berarti menentukan tujuan untuk kinerja organisasi di masa depan serta memutuskan tugas dan penggunaan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan baik dalam penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program dan standar yang dibutuhkan. Sedangkan menurut Jeff Madura (2007:389) mengatakan bahwa fungsi perencanaan mencerminkan persiapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi kondisi – kondisi bisnis di masa mendatang.

## 2) Pengorganisasian

Pengorganisasian (*organizing*) meliputi penentuan dan pengelompokan tugas dalam departemen, penentuan otoritas, serta alokasi sumber daya di antara organisasi. Fungsi ini menciptakan struktur formal dimana pekerja ditetapkan, dibagi, dan dikordinasikan. Sedangkan menurut Jeff Madura (2007:389) mengatakan bahwa fungsi pengorganisasian meliputi organisasi karyawan dan sumber daya lainnya melalui cara yang konsisten dengan tujuan perusahaan.

## 3) Kepemimpinan

Kepemimpinan (*leading*) merupakan pengaruh untuk memberikan motivasi kepada karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Fungsi ini melibatkan kualitas, gaya, dan kekuasaan pemimpin serta kegiatan – kegiatan kepemimpinan seperti komunikasi, motivasi dan disiplin. Sedangkan menurut Jeff Madura (2007:389) mengatakan bahwa fungsi pengorganisasian memengaruhi kebiasaan – kebiasaan orang lain demi mencapai tujuan bersama.

## 4) Pengendalian

Pengendalian (*controlling*) berarti mengawasi aktivitas karyawan, menentukan apakah organisasi dapat memenuhi target tujuannya, dan melakukan koreksi bila diperlukan. Sedangkan fungsi pengorganisasian menurut Jeff Madura (2007:389) melibatkan pengawasan dan evaluasi pekerjaan.

Dalam buku Manajemen : Dasar, Pengertian dan Masalah oleh Drs. H. Malayu S.P.Hasibuan (2004:20-21) menerangkan tentang unsur-unsur manajemen dan bidang-bidang manajemen, yaitu :

- 1) *Men*, yaitu tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun tenaga kerja operasional atau pelaksana.
- 2) *Money*, yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 3) *Methods*, yaitu cara-cara yang dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan.
- 4) *Materials*, yaitu bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- 5) *Machines*, yaitu mesin-mesin/alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mencapai tujuan.
- 6) *Market*, yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa-jasa yang dihasilkan.

Setiap unsur manajemen ini berkembang menjadi bidang-bidang dalam manajemen, yaitu :

- 1) Manajemen sumber daya manusia (unsur *men*).
- 2) Manajemen permodalan/perbelanjaan (unsur *money*).
- 3) Manajemen akuntansi biaya (unsur *materials*).
- 4) Manajemen produksi (unsur *machines*).
- 5) Manajemen pemasaran (unsur *market*).
- 6) *Methods*, adalah cara yang dipergunakan dalam setiap bidang manajemen untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna setiap unsur manajemen.

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan

sebagai berikut (Subagyo, 2007,p159):

- 1) *Job Analysis*, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu
- 2) *Job specification*, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.
- 3) Mendesain struktur organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan dan struktur pertanggungjawaban.
- 4) *Job Description*, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
- 5) Mendesain sistem kompensasi, yaitu menguraikan struktur penggajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis structural dan fungsional.
- 6) Sistem pengembangan karyawan, yaitu menyusun rencana pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan ketrampilan, pengetahuan, produktifitas dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

Dalam pembahasan teori manajemen ini penulis menyimpulkan bahwa manajemen adalah suatu kumpulan manajer atau pemimpin dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dengan unsur men, money, methods, materials, machines, dan market. Manajemen dapat diartikan sebagai seni sesuai dengan ketrampilan yang didapat dengan pelatihan dan disebut dnegan ilmu apabila menggunakan metode ilmiah. Seiring perkembangannya manajemen berkembang menjadi manajemen sumber daya manusia,



manajemen permodalan, manajemen akuntansi biaya, manajemen produksi, manajemen pemasaran, dan method.

### **2.3.1. Manajemen Olahraga**

Manajemen olahraga telah ada kira-kira sejak zaman Yunani kuno, yaitu kurang lebih pada 12 abad sebelum masehi. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya olahraga bagi kehidupan manusia. Manajemen olahraga pada zaman modern dewasa ini kiranya belum dapat dikatakan berkembang secepat perkembangan management di bidang industri. Hal tersebut barangkali disebabkan oleh pendapat umum yang menghubungkan olahraga dengan “bermain” dan manajemen dengan “bekerja”. (Harsuki, 2003:117)

Dengan telah berkembangnya olahraga (pendidikan jasmani, kebudayaan tubuh, Gymnologis, dan lain-lain) menjadi disiplin ilmu tersendiri, sebagaimana management juga telah menjadi disiplin ilmu yang juga dipelajari diperguruan tinggi, maka manajemen olahraga juga merupakan bidang ilmu tersendiri dan menjadi cabang ilmu yang banyak digeluti oleh para pakar maupun para praktisi olahraga. (Harsuki, 2003:117)

Pada dasarnya manajemen olahraga adalah perpaduan antara ilmu manajemen dan ilmu olahraga. Seorang yang telah lulus dari Sekolah Ilmu Administrasi atau dari Lembaga Ilmu Manajemen Bisnis tidak otomatis mengerti atau dapat menerapkan manajemen olahraga. (Harsuki, 2003:117) Menurut Sondang P. Siagian manajemen secara umum didefinisikan sebagai “kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain”. (Harsuki, 2012:62)

Suatu definisi mengenai manajemen olahraga diberikan oleh De-Sensi, Kelley, Blanton, dan Beitel (1990) dalam Harsuki (2012:63) sebagai berikut :

“Setiap kombinasi dari keterampilan yang berkaitan dengan Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengarahan (*Directing*), Pengawasan (*Controlling*), Penganggaran (*Budgeting*), Kepemimpinan (*Leading*), dan Penilaian (*Evaluating*), di dalam konteks dari suatu organisasi atau departemen yang produk utamanya atau *servis*-nya dikaitkan dengan olahraga atau kegiatan fisik”.

#### **2.4. Pemasaran ( *marketing* )**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*. Kata *marketing* diperoleh asal kata pemasaran adalah pasar = *market*. Pengertian pemasaran menurut beberapa ahli.

- 1) Charles F. Philips Ph.D dan Delbert J. Duncan Ph.D dalam bukunya “*marketing Principles and Methods*” menyatakan bahwa *marketing* yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang – barang ke tangan konsumen dan ke konsumen industri. Jadi dalam kegiatan *marketing* itu tidak termasuk kegiatan perubahan bentuk barang yang kita temui di dalam industri.

2) Maynard dan Backman dalam bukunya *Principles of Marketing* Menyatakan “ marketing berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi.

3) Paul D Converse dan Fred M.Jones (1958) dalam buku “*introducing to marketing* “ mengemukakan bahwa dunia *business* itu dibagi dua, yaitu produksi dan marketing. Produksi diartikan sebagai menciptakan barang, sedangkan marketing ialah pekerjaan memindahkan barang- barang konsumen.

1) William J.Shultz (1961) dalam bukunya “ *outlines of marketing* “ menyebutkan bahwa marketing atau distribusi adalah usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen

2) Rayburn D Tousley, Ph. D., Eugene Clark, Ph.D., Fred E Clark, Ph.D (1961) dalam bukunya *principles of marketing* menyatakan marketing terdiri dari usaha yang mempengaruhi pemindahan kepemilikan barang dan jasa termasuk distributornya.

3) William J.Stanton

Pemasaran adalah keseluruhan interen yang berhubungan dengan kegiatan – kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial

Prof.DR.H Buchari Alma dalam bukunya *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (2007). Pemasaran sendiri memiliki perkembangan konsep dalam kehidupan manajemen pemasaran ialah :

### 1) Konsep produksi

Konsep ini bertitik tolak dari anggapan bahwa konsumen ingin produk yang harga murah dan mudah di dapatkan dimana – mana .

### 2) Konsep produk

Pada saat barang masih langka di pasar maka produsen memusatkan perhatian pada teknis pembuatan produk saja. Produsen belum memperhatikan selera konsumen.

### 3) Konsep penjualan

Disini produsen membuat barang, kemudian harus menjual barang ini dengan berbagai teknik promosi. Hal penting ialah adanya kegiatan promosi yang maksimal.

### 4) Konsep pemasaran

Di sini produsen tidak hanya membuat barang, tidak pula asal melancarkan promosi. Tapi produsen memusatkan perhatian pada selera konsumen, produsen memperhatikan *needs* dan *wants* dari konsumen.

Menurut Umar (2005,p70) terdapat 4 kebijakan pemasaran yang digunakan manajemen pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (Marketing-Mix) atau 4P yang terdiri dari 4 komponen, yaitu :

#### 1) Product (Produk).

Barang atau jasa yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau komisi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

#### 2) Price (Harga)

Sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

### 3) Place (Distribusi)

Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.

### 4) Promotion (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini fungsi marketing menurut William J. Shultz merupakan kegiatan – kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang terlibat dalam pergerakan barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Menurut Paul D. Converse dan Mitchel, dikatakan marketing memiliki fungsi ialah suatu kegiatan pelaksanaan atau pelayanan yang di usakan dalam rangka mendistribusikan barang dan jasa. Sedangkan oleh Rayburn D. Tousley dikemukakannya bahwa banyak kegiatan – kegiatan yang khusus dilakukan dalam marketing diantaranya dapat disebutkan, tapi dalam hal ini dibatasinya, ada 4 macam :

- 1) Fungsi pertukaran : penjualan dan pembelian
- 2) Fungsi secara fisik : pengangkutan dan penyimpanan
- 3) Fungsi memberikan fasilitas : permodalan, resiko, informasi pasar, standarisasi
- 5) Konsep kemasyarakatan

Tingkat orientasi pada rasa tanggung jawab sosial dan kemanusiaan didasarkan atas banyaknya kritik dan sorotan dari luar perusahaan, baik yang datang dari pemerintah maupun dari masyarakat melalui lembaga konsumen

atau LSM maka perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab moral untuk melayani masyarakat.

## 2.5. Operasional

Kajian aspek operasional dilakukan mempelajari bagaimana proses produksi-operasional secara teknis di laksanakan. Untuk bisnis industri manufaktur misalnya, perlu dibahas mengenai kapasitas produksi, jenis teknologi yang dipakai, pemakaian peralatan dan mesin, lokasi pabrik dan tata letak pabrik yang paling menguntungkan (Husein Umar, 2002:3). Dalam buku Pengantar Bisnis karangan Pandji Anoraga (2007:249-263) dijelaskan bahwa Operasi adalah adalah suatu proses yang *mentransformasikan* bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi sehingga mampu dikonsumsi dan menimbulkan nilai ekonomi (Rudiharjo, 2001). Proses transformasi adalah langkah penambahan nilai dalam proses produksi. Penambahan ini dapat menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

- 1) *Alterasi* (mengubah), yaitu perubahan sesuatu secara struktural yang dapat berupa perubahan secara fisik. Proses ini merupakan dasar dari perusahaan manufaktur seperti barang dipotong , dicap, dibentuk, dan lain-lain.
- 2) *Transport*, sesuatu menjadi lebih bernilai bila diloasikan pada tempat tertentu dari pada tempat dimana saat ini ia berada.
- 3) *Store* (disimpan), yaitu penambahan nilai melalui penyimpanan dalam lingkungan yang terlindung dalam beberapa periode waktu.
- 4) *Inspect* (memeriksa), sesuatu jadi lebih bernilai bila kita memahami milik kita, seperti misalnya melakukan kesehatan secara berkala, adanya jaminan pembelian produk, dan lain sebagainya.

Selain produksi lokasi pabrik atau tempat usaha juga sangat berpengaruh terhadap proses operasional. Perencanaan lokasi pabrik perlu direncanakan dengan sebaik-baiknya. Karena apabila ada kesalahan dalam penentuannya akan berdampak pada ketidakefektifan dan ketidakefisienan operasinya sehingga akhirnya perusahaan mengalami kerugian terus-menerus. Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Bagi suatu perusahaan mungkin faktor terpenting adalah dekat dengan pasar, bagi perusahaan lain mungkin yang lebih penting adalah faktor kedekatan dengan sumber penyediaan bahan baku. Jadi yang dapat membedakan faktor yang menentukan pemilihan lokasi bagi masing-masing perusahaan adalah perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan. Tetapi secara umum faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah

- 1) Lingkungan masyarakat, kesediaan masyarakat daerah untuk menerima segala konsekuensi, baik konsekuensi positif maupun negatif akibat didirikannya perusahaan atau pabrik di daerah tersebut merupakan syarat terpenting.
- 2) Letak pasar, biaya distribusi produk ke konsumen sangat penting dalam mempertimbangkan letak pasar.
- 3) Letak sumber tenaga kerja, salah satu faktor yang mempengaruhi efisiensi kerja dan biaya produksi adalah tenaga kerja. Di manapun letak perusahaan harus memiliki tenaga kerja.
- 4) Kedekatan dengan bahan mentah dan pemasok. Apabila bahan mentah, berat dan susut cukup besar dalam proses produksi maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan-bahan mentah.

- 5) Tersedianya fasilitas transportasi, tersedianya transportasi darat, laut maupun udara akan melancarkan pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk yang diproduksi perusahaan.
- 6) Sumber daya-sumber daya alam lainnya.

Dalam operasi persediaan juga memiliki peranan penting. Persediaan adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. Sistem persediaan adalah serangkaian kebijaksanaan dan pengendalian yang memonitor tingkat persediaan dan menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan persediaan harus diisi, dan berapa besar pesanan yang harus dilakukan.

## **2.6. Keuangan dan Akuntansi**

Urusan keuangan pada setiap perusahaan perlu diatur secara efisien dan efektif agar setiap pergerakan uang dapat diketahui dan memiliki informasi yang sistematis. Ilmu akuntansi sangat berperan dalam kegiatan mengatur keuangan perusahaan. Menurut Sadono Sukirno (2006:246), akuntansi merupakan satu sistem menyimpan informasi keuangan untuk dianalisis dan digunakan sebagai dasar untuk mengambil tindakan memperbaiki posisi keuangan suatu perusahaan.

Akuntansi memiliki beberapa langkah dalam sistemnya meliputi mencatatkan data, menerjemahkan data dan mendistribusikan data. Mencatat data dilakukan oleh staf keuangan tetapi dibawah tanggung jawab dan pengawasan akuntan. Kegiatan menerjemahkan data termasuk didalam tugas untuk menyediakan pernyataan keuangan serta membuat laporan tertulis



sebagai penjelasan terhadap dokumen yang disediakan. Mendistribusikan data harus disahkan oleh akuntan yang bertanggung jawab atas penyediaan dokumen.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012, pb90), penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti:

- 1) Sumber-sumber dana yang akan diperoleh
- 2) Kebutuhan biaya investasi
- 3) Estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang akan dikeluarkan selama umur investasi.
- 4) Proyeksi neraca dan laporan laba rugi untuk beberapa periode ke depan.
- 5) Kriteria penilai investasi.
- 6) Rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan.

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek dapat berkembang terus.

## **2.7. Sistem Informasi**

Tekhnologi informasi dalam suatu perusahaan dan dunia bisnis pada umumnya sudah demikian maju, dan diyakini akan semakin maju. Sistem teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat dan telah mengalami banyak perubahan. Banyak sekali nama atau istilah yang digunakan

akibat dari adanya perubahan. Diantaranya adalah Sistem Informasi Manajemen (SIM), Teknologi Informasi (TI), Teknologi Sistem Informasi (TSI), Manajemen Informasi, dan Sistem Informasi.

Teknologi yang digunakan dalam Sistem Informasi adalah teknologi computer, teknologi telekomunikasi dan teknologi apapun yang dapat memberikan nilai tambah untuk organisasi (Jogiyanto HM, 2003:7).

Dalam buku Sistem Teknologi Informasi tulisan Jogiyanto HM, (2003:227) bahwa sistem informasi akuntansi dapat diartikan sebagai sistem informasi yang merubah data transaksi bisnis menjadi informasi keuangan yang berguna bagi pemakainya. Menurut Wilkinson (2000), tujuan utama dari sistem informasi akuntansi adalah untuk mendukung operasi-operasi sehari-hari. Dimana sistem informasi akuntansi mempunyai sistem bagian yang disebut dengan TPS (transaction processing system) yang mengolah data transaksi menjadi informasi yang berguna untuk melakukan kegiatan-kegiatan operasi sehari-hari.

- 1) Mendukung pengambilan keputusan manajemen. Dimana manajemen menengah membutuhkan informasi akuntansi untuk melihat penyimpangan-penyimpangan yang terjadi antara yang dibudjetkan dengan nilai realisasi yang dilaporkan oleh sistem informasi akuntansi.
- 2) Untuk memenuhi kewajiban yang berhubungan dengan pertanggung-jawaban.

Dalam buku Manajemen Sistem Informasi karangan Zulkifly Amsyah [2001:2] bahwa Informasi adalah data yang sudah di olah, dibentuk, atau dimanipulasi sesuai dengan keperluan tertentu. Sedangkan data adalah fakta yang sudah ditulis dalam bentuk catatan atau direkam kedalam berbagai bentuk media, contohnya komputer. Dari adanya informasi, maka ada pula yang disebut

sebagai pekerjaan informasi. Pekerjaan informasi adalah pekerjaan yang meliputi pengumpulan data, penyebaran data dengan meneruskannya ke unit lain, atau langsung diolah menjadi informasi, kemudian informasi tersebut diteruskan ke unit lain. Dewasa ini semua pekerjaan data dan informasi sudah dikerjakan dengan bantuan komputer, sedangkan pengumpulan data dan informasi serta penyebaran atau pendistribusiannya sudah dilakukan dengan alat komunikasi. Gabungan alat pengolahan data komputer dengan alat komunikasi telah menghasilkan peralatan kantor yang canggih dalam bentuk jaringan informasi.

## **2.8. Taekwondo**

Taekwondo terdiri dari tiga kata dasar, yaitu : *tae* yang berarti kaki, *kwon* yang berarti tangan, *do* yang berarti seni. Suryadi ( 2003: xv ) mengartikan Taekwondo secara sederhana sebagai berikut : “ Taekwondo berarti seni atau cara mendisiplinkan diri/seni beladiri yang menggunakan teknik kaki dan tangan kosong “. Taekwondo adalah suatu ungkapan fisik dari manusia untuk survival dan suatu aktivitas untuk memenuhi keinginan rohani dari seorang laiki – laik. Pada dasarnya semua tindakan di Taekwondo dikembangkan dari naluri manusia untuk pertahanan diri diperkuat dengan unsur yang positif, dan pada akhirnya menjangkau status yang *absolut* untuk mengalahkan ego dan tiba pada suatu kesempurnaan, dengan demikian memberi olahraga suatu *philosophical* dimensi ( WTF, 1975: 8 ).

Sebutan Taekwondo sendiri mempunyai sejarah yang sangat panjang. Dalam bukunya, Suryadi ( 2003:1) menyebutkan “ sebutan Taekwondo sendiri baru dikenal sejak 1954, yang merupakan modifikasi dan penyempurnaan berbagai beladiri tradisional Korea. Secara umum taekwondo mempunyai kekhasan menyerang ataupun bertahan menggunakan kaki jika saat

pertandingan *kyorugy* ( pertarungan ). Serangan harus bertenaga saat mengenai sasaran, jadi serangan yang tidak bertenaga tidak akan menghasilkan angka, tendangan ataupun pukulan yang bertenaga tidak hanya digunakan saat bertarung saja, tetapi juga saat melakukan gerakan wajib yang disebut *teugeuk*. *Taegeuk* tidak akan dinilai baik jika gerakan pukulan, tangkisan, tusukan, sabetan dan tendangan tidak bertenaga. Sehingga gerakan Taekwondo harus menggunakan tenaga baik dalam menyerang maupun bertahan.

Dalam perkembangannya Taekwondo di Indonesia pada tahun 70-an, Taekwondo di Korea telah pecah menjadi dua aliran, yaitu : INTERNASIONAL TAEKWONDO FEDERATION (ITF) yang dipimpin oleh Jendral Chong Hi, yang kemudian bermarkas di Toronto Kanada dan WORLD TAEKWONDO FEDERATION yang dipimpin oleh Dr,Un Young Kim, yang bermarkas di Kukkiwon,Seoul, Korea Selatan. Mengenai pecahnya Taekwondo di Korea belum dipastikan apa penyebab lebih jelasnya. Pada tahun 1972-an Taekowndo mulai masuk di Indonesia namun dengan dua aliran ITF dengan nama PTI (Persatuan Taekwondo Indonesia) dan WTF dengan nama FTI (Federasi Taekwondo Indonesia). Selanjutnya pada sidang paripurna XI KONI pusat tahun 1980 cabang olahraga Taekwondo telah diterima sebagai anggota KONI dengan syarat hanya ada satu wadah di Indonesia. Pada tanggal 29 maret 1981 atas kesepakatan bersama muncul organisasi baru yang merupakan gabungan dari ITF dan FTI disebut Taekwondo Indonsia yang berafiliasi ke WTF. Sedangkan untuk struktur organisasi di tingkat nasional disebut PBTI (pengurus besar Taekwondo Indonesia) yang berpusat di Jakarta.



Gambar 2.2 lambang Taekwondo Indonesia

Taekwondo mempunyai banyak kelebihan mengajarkan aspek fisik semata, seperti keahlian dalam bertarung, melainkan juga sangat menekankan pengajaran aspek disiplin mental. Dengan demikian, Taekwondo akan membentuk sikap mental yang kuat dan etika yang baik bagi orang yang secara sungguh – sungguh mempelajari dengan benar. Taekwondo mengandung aspek filosofi yang mendalam sehingga dengan mempelajari taekwondo, pikiran, jiwa, dan raga kita secara menyeluruh akan ditumbuhkan dan dikembangkan, suryadi ( 2003:xv ). Yong ( 1995 : 48 ) menyatakan bahwa mempelajari olahraga taekwondo tidak hanya untuk mendapatkan kekuatan dan keterampilan untuk menjaga diri saja, tetapi juga untuk menjaga diri saja, tetapi juga untuk menyempurnakan dirinya dengan karakter dalam mencurahkan kehidupannya dengan perlindungan hukum, menghormati tanggung jawab serta menaruh perhatian pada semua hal.

Taekwondo adalah olahraga yang menggunakan tehnik, yaitu :

### 1) Teknik tangan

Teknik tangan digunakan untuk menyerang adalah berupa pukulan menggunakan kepalan tangan bagian luar jari telunjuk dan jari tengah. Dalam suatu kejuaraan taekwondo teknik tangan hanya dapat digunakan untuk menyerang daerah badan. Apabila suatu serangan tangan tepat mengenai *legal scoring area* dengan power maksimal akan mendapatkan satu poin.

### 2) Teknik kaki

Teknik kaki atau tendangan sangat dominan dalam olahraga taekwondo, bahkan harus diakui bahwa olahraga taekwondo sangat dikenal karena keunggulannya dalam teknik tendangan. Dalam *competition rules & interpretation* (2004:12) disebutkan : semua teknik serangan menggunakan kaki diperbolehkan selama menggunakan kaki bagian dalam dibawah tulang mata kaki. Penggunaan bagian kaki bagian atas (mis: tulang kering, lutut, dll) tidak diperbolehkan. Teknik kaki yang dapat digunakan untuk menyerang adalah berupa *chagi* (tendangan) menggunakan bagian di bawah tulang mata kaki. Suryadi (2003:15) menyebutkan bagian *bal* ( bawah mata kaki ) yang dipakai untuk menyerang adalah bagian :

- 1) *Apchuk* (ujung bantalan kaki), saat melakukan tendangan dengan *apchuck*, jari kaki ditebuk sedalam – dalamnya.
- 2) *Dwichuk* ( tumit bagian dasar)
- 3) *Dwikkumchi* (tumit bagian belakang)
- 4) *Balnal* ( pisau kaki )
- 5) *Baldeung* ( punggung telapak kaki)
- 6) *Balnal deung* (pisau kaki bagian belakang), adalah tepi sisi sebelah dalam telapak kaki

7) *Balbadak* (telapak kaki sebelah dalam keseluruhan)

8) *Balkkeut* (ujung jari kaki)

## 2.6. Sarana Dan Prasarana Taekwondo

### 2.6.1. Sarana

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002:999). Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Sedangkan menurut Soepartono (2000:5) sarana olahraga adalah sesuatu yang didapat digunakan dan dimanfaatkan dalam pelaksanaan kegiatan olahraga atau pendidikan jasmanai, sarana yang dipakai dalam kegiatan olahraga pada masing – masing cabang olahraga memiliki ukuran standar. Akan tetapi cabang tersebut dipakai sebagai materi pembelajaran, sarana digunakan bisa dimodifikasi, disesuaikan dengan kondisi. Sarana olahraga adalah peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk kegiatan olahraga.

Sarana olahraga dibedakan menjadi dua kelompok menurut Dr.soepartono, 2000:6 (1) Peralatan ( *apparatus* ) ialah sesuatu yang digunakan, contohnya : peti lompat, palang sejajar, palang tunggal, gelang-gelang, garis batas, dan lain-lain. (2)Perlengkapan ( *device* ) yaitu sesuatu yang melengkapi kebutuhan prasarana, misalnya net, bendera untuk tanda, garis batas dan lain-lain. Dan sesuatu yang dapat dimainkan atau dimanipulasi dengan tangan atau kaki, misalnya: bola basket, dan lain-lain. Adapun sarana yang digunakan dalam olahraga Taekwondo sebagai berikut :

- 1) Pakain Taekwondo atau *dobok* adalah pakain yang resmi digunakan pada saat latihan. Pakain dalam taekowndo sendiri memiliki 2 jenis dengan kategori pertandingan yaitu *poomsae* dan *kyorigi*.



Gambar 2.3 Pakain/*dobok* Taekwondo

- 2) Pelindung dalam olahraga Taekwondo berfungsi untuk melindungi bagian yang rawan saat terjadi kontak fisik. Pelindung yang digunakan saat pertandingan *kyorigi* seperti pelindung tangan, pelindung kaki, pelindung



kepala, pelindung kemaluan, pelindung gigi, pelindung badan, sarung tangan, dan sarung kaki.

Gambar 2.4 peralatan pelindung dalam pertandingan Taekwondo



- 3) Lapangan dalam olahraga Taekwondo menggunakan matras yang berukuran 8x8 dan 8x10 namun dalam perkembangannya kini menggunakan pentagon.

### **2.6.2 Prasarana**

Secara umum berarti segala sesuatu yang merupakan penunjang terselenggaranya proses ( usaha atau pembangunan ). Dalam olahraga prasarana didefinisikan sebagai sesuatu yang mempermudah atau memperlancar tugas dan memiliki sifat yang relatif permanen. Salah satu sifat tersebut adalah susah dipindahkan ( Dr. Soepartono 2000:5) Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses. Sedangkan prasarana olahraga adalah sesuatu yang mempermudah atau memperlancar tugas dan memiliki sifat yang relatif permanen. Salah satu sifat tersebut adalah susah dipindah. Dalam Undang – Undang Sistem Keolahragaan Nasional Bab 1 Pasal 1 Ayat 20 dan 21., dituliskan bahwa prasarana olahraga adalah tempat atau ruang termasuk lingkungan yang digunakan untuk kegiatan olahraga dan/atau penyelenggaraan keolahragaan.

### **2.9. Sumber Daya Manusia**

Dalam mewujudkan dan mensukseskan usaha mencapai tujuan-tujuan perusahaan bergantung dari besarnya peranan sumber daya manusianya. Dalam buku Pengantar Bisnis karangan Sadono Sukirno (2004:172-173) tentang definisi sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan-sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi. Sumbangan yang dimaksud

adalah pemikiran dan pekerjaan yang mereka lakukan diberbagai kegiatan dalam perusahaan.

Proses sumber daya manusia adalah segala kegiatan yang berkaitan dengan upaya yang dilakukan dari mulai perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, penandatanganan kontrak kerja, penempatan tenaga kerja hingga pembinaan, dan pengembangan tenaga kerja guna menempatkan dan tetap memelihara tenaga kerja pada posisi dan kualifikasi tertentu serta mengusahakan agar mereka bertanggung jawab sesuai dengan persyaratan yang diberikan kepada tenaga kerja tersebut (Sadono Sukirno,2006:176). Perencanaan sumber daya manusia yang buruk akan berdampak pada biaya yang dikeluarkan semakin besar. Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan, memotivasi, serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam pencapaian tujuannya (Sadono Sukirno, 2006:173).

Perusahaan dalam mendapatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan harus melalui tiga tahapan yaitu rekrutmen, pelatihan atau perkuliahan dan penilaian kerja (sadono sukirno, 2004:181).Rekrutmen atau pengambilan pegawai baru dibagi menjadi dua, rekrutmen eksternal dan internal. Rekrutmen internal adalah promosi karyawan yang ada dalam organisasi, artinya perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan karyawan di dalam organisasi sebagai kandidat untuk mengisi lowongan pekerjaan dan jabatan yang tersedia. Sedangkan rekrutmen eksternal melibatkan orang dari luar organisasi untuk mengisi lowongan pekerjaan, metodenya bias dengan pemasangan iklan, wawancara kampus, ataupun pameran peluang pekerjaan.

Tahapan yang kedua adalah pelatihan yaitu bertujuan untuk memastikan dan memelihara tenaga kerja yang tersedia agar memenuhi kualifikasi yang dipersyaratkan dan dapat melakukan kerja selaras dengan perencanaan strategis perusahaan untuk mencapai tujuan. Tahapan yang terakhir adalah penilaian kinerja pegawai dalam menjalankan tugas yaitu evaluasi yang dilakukan secara spesifik dan formal untuk menentukan tingkat keefektifan pelaksanaan pekerjaan seorang karyawan. Setelah penilaian kinerja dilakukan, selanjutnya memberikan umpan balik pelatihan dan konsultasi. Dalam pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan beberapa metode seperti berdasarkan pengurutan (ranking), metode pemeringkatan dan menggunakan critical incident method. Metode pengurutan adalah mengurutkan dari atas ke bawah atau dari yang terbaik ke yang terburuk atas setiap pekerja atau kelompok kerja. Metode pemeringkatan berarti mengikutsertakan seorang manajer untuk melakukan pengembangan daftar pertanyaan yang kira-kira berkaitan dengan indikator kinerja. Sedangkan critical incident method adalah seorang manajer yang menjabarkan apa yang para pekerja tersebut lakukan atau tidak dilakukan sehingga berakibat keberhasilan atau kegagalan.

Dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia karangan Hadari Nawawi (2000:40-44) ditulis ada tiga pengertian tentang sumber daya manusia yaitu :

- 1) Sumber Daya Manusia adalah manusia yang bekerja dilingkungan suatu organisasi (disebut juga personil, tenaga kerja, pekerja atau karyawan).
- 2) Sumber Daya Manusia adalah potensi manusia sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.

- 3) Sumber Daya Manusia adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material non financial) di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

Dari ketiga pengertian tersebut diatas tidak ada yang bertentangan, dan identifikasi mengenai unsur-unsurnya adalah

- 1) Unsur manusia dilihat dari potensinya disebut sumber daya dan berbeda dengan sumber daya material. Manusia sebagai sumberdaya bersifat potensial dan tidak dapat diukur dari jumlahnya. Potensi adalah hasil interaksi antara fisik dan psikis, yang berupa kemampuan mencipta, berfikir, mengkhayal, menghasilkan gagasan, kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, inisiatif, memprediksi, ketrampilan, wawasan kedepan, keahlian dan lain lain. Jadi jumlah yang banyak tidak akan berarti apabila bukan terdiri dari sumber daya manusia yang potensial dan berkualitas.
- 2) Manusia adalah sumber daya yang harus disediakan pembiayaannya untuk imbalan atas imbalan atas pekerjaan dan jasa-jasanya kepada organisasi atau perusahaan.
- 3) Potensi nyata secara fisik maupun psikis yang dimiliki manusia sebagai makhluk yang unik dan kompleks. Manusia sebagai sumber daya manusia merupakan subyek yang aktif dan menentukan dengan menggunakan potensi fisik dan psikis yang dimiliki, sumber daya manusia dapat melakukan berbagai kegiatan

contohnya bekerja, sebagai usaha mewujudkan eksistensi organisasi atau perusahaan.

Manusia memerlukan organisasi dan sebaliknya organisasi memerlukan manusia. Manusia merupakan motor penggerak, tanpa manusia organisasi tidak dapat berfungsi, manusia adalah faktor utama organisasi dalam mewujudkan eksistensi organisasi atau perusahaan. Potensi psikologis yang dimiliki pekerja dalam melaksanakan pekerjaan bersifat abstrak dan tidak jelas batas-batasnya, kemampuan ini perlu dikomunikasikan dan dihargai, agar dipertahankan dan digunakan secara efektif dan efisien oleh setiap pekerjanya. Sumber daya material dan finansial perlu disediakan dan dipergunakan dalam jumlah yang memadai untuk keperluan pengelolaan sumber daya manusia. Untuk mendorong partisipasi pekerja diperlukan kemampuan manajer memperlakukan pekerja secara manusiawi. Perlakuan manusiawi bermakna juga para manajer berkewajiban mewujudkan, dan mengembangkan sosial dalam pekerjaan dan pergaulan sehari-hari, yang diwarnai saling menghormati, toleransi, dan mampu menempatkan seseorang sesuai dengan predikat, posisi dan jabatannya masing-masing. Perlakuan manusiawi yang berarti para pekerja dihormati, dihargai dan diperlakukan sesuai dengan Hak-Hak Asasi Manusia (HAM).

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat disimpulkan, yaitu:

- 1) Keadaan bisnis industri peralatan taekwondo di kota Semarang yang dilaksanakan di Zao dan Adsus dapat dilihat menjadi 4 aspek :
  - a) Aspek produksi : zao memiliki karyawan 13 orang dengan alat produksi 4 sehingga dapat memaksimalkan dalam pembuatan produk dan adsus memiliki karyawan 7 orang dengan alat produksi 3 sudah bisa memenuhi pesanan konsumen
  - b) Aspek produk : dalam hal produk yang di buat antara adsus dan zao memiliki jenis bahan yang sama dengan tingkat kenyamanan yang berbeda serta inovasi dalam pembuatan produknya. Produk adsus dan zao dimintai oleh konsumen sehingga banyak pemesanan produk dari berbagai daerah dan mampu memenuhi permintaan pemesanan konsumen
  - c) Aspek penjualan : dalam segi penjualan keduanya sudah menerapkan perencanaan sesuai dengan kebutuhan konsumen. jika dilihat dari pendapatan perbulan adsus mendapatkan penghasilan Rp.30.000.000 dan zao mendapatkan penghasilan Rp.25.000.000
  - d) Pemasaran : zao dan adsus sama berhasil dalam memasarkan produknya dengan lebihnya masing – masing. Zao dalam pemasarannya menggunakan media sosial dan relasi sedangkan Adsus menggunakan relasi dan mengikuti event .

- 2) Perusahaan telah memiliki sistem manajemen yang cukup baik karena sudah memenuhi empat fungsi manajemennya itu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang ada maka peneliti menyarankan agar perusahaan peralatan taekwondo di kota Semarang agar tetap menjaga eksistensinya dalam dunia bisnis industri peralatan Olahraga Taekwondo, serta terus mengembangkan dan memperbaiki seluruh komponen bisnis industri seperti manajemen, keuangan, sumberdaya manusia, operasional, pemasaran serta *system* informasi perusahaan sehingga nantinya perusahaan dapat menciptakan produk yang lebih berkualitas dan mampu bersaing dengan seluruh perusahaan sejenis di Indonesia maupun di manca negara. Dengan berkembangnya bisnis industri peralatan taekwondo maka diharapkan agar dapat ikut mendorong pertumbuhan dan perkembangan dunia olahraga taekwondo di Indonesia maupun mancanegara serta dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat Indonesia

### DAFTAR PUSTAKA

- Amsyah Zulkifli. 2001. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia
- Anggraini Dewi. Pengertian dan Fungsi Bisnis. Online at [dewianggraini.staff.gunadarma.ac.id](http://dewianggraini.staff.gunadarma.ac.id) (accessed 16/01/14)
- Anoraga Panji. 2007. *PENGANTAR BISNIS*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto Suharsimi. 2006. *PROSEDUR PENELITIAN Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Griffin, Rcky W, and R.J Elbert.2003. *Bisnis*. Jakarta : Prehalindo
- Jogiyanto. 2003. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Moleong, J.Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli Online at <https://www.idjoel.com/pengertian-bisnis/> (accessed 26/01/2016)
- Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli Online at [hernia-br.blogspot.co.id/2011/10/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli.html](http://hernia-br.blogspot.co.id/2011/10/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli.html) (accessed
- Prastowo Andi. 2011. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media
- Raymond E.G, R.Steade, and J.R Lowry. 1996. *Business : Its Nature and Environment*. Cincinati : South western
- Soepartono. (2000). *Sarana dan Prasarana Olahraga*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Sukirno Sadono. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencaba Prenada Media
- Ulber Silalahi. 2002. *Pemahaman Praktik Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- Umar Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia



- Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 3 Tahun 2005 Tentang Keolahragaan
- Prastowo Andi. 2011. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media
- Raymond E.G, R.Steade, and J.R Lowry. 1996. *Business : Its Nature and Environment*. Cincinnati : South western
- Soepartono. (2000). *Sarana dan Prasarana Olahraga*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- S.P. Hasibuan Malayu. 2004. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sukirno Sadono. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Ulber Silalahi. 2002. *Pemahaman Praktik Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- Umar Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 3 Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan
- Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli Secara Lengkap. Online at [www.seputarpengetahuan.com/2015/02/10-pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-secara-lengkap.html](http://www.seputarpengetahuan.com/2015/02/10-pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-secara-lengkap.html) (accessed 26/01/2016)