



**STANDARISASI PERALATAN JACK KING DAN THREE  
WOOD BERDASARKAN STANDAR *INTERNATIONAL  
WOODBALL FEDERATION***

**SKRIPSI**

**Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata 1  
Untuk mencapai gelar Sarjana Olahraga  
Jurusan Ilmu Keolahragaan**

**Oleh**

**Ciumi Dona Marsiwati  
6211415097**

**JURUSAN ILMU KEOLAHRAGAAN  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2018**

## ABSTRAK

**Ciumi Dona Marsiwati.** 2018. Standarisasi Peralatan Jack King dan Three Wood Berdasarkan Standar *International Woodball Federation*. Skripsi, Jurusan Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, Dosen Pembimbing Fajar Awang Irawan S. Si., M. Pd., Ph. D

Kata Kunci: **Olahraga Woodball, Standarisasi Peralatan, Jack King dan Three Wood**

Woodball merupakan olahraga kayu yang dimainkan secara individu. Permasalahan penelitian ini yaitu peralatan Jack King dan Three Wood belum digunakan dalam kejuaraan bergengsi internasional. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui standarisasi peralatan Jack King dan Three Wood sesuai dengan *International Woodball Federation Standard*.

Pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini menggunakan survei tes. Populasi penelitian ini yaitu seluruh produksi peralatan woodball di Jawa Tengah meliputi Kabupaten Jepara dan Kabupaten Boyolali. Sampel dalam penelitian ini mencakup 1 pengurus International Woodball Federation, 1 pengurus International Woodball Assotiation, 2 manajer dan 8 pengguna peralatan woodball. Instrumen penelitian, menggunakan wawancara dan survei peralatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peralatan Jack King dan Three Wood terqualifikasi berdasarkan standar *International Woodball Federation*. Hasil produksi Jack King terdiri: 1) *mallet* diperoleh pm: 90cm, p km:21,3cm, d em:3,5cm, dk: 6,6cm, tk: 3,8cm dan berat 800gr; 2) *gate* diperoleh tb: 20,5cm, d b: 6,7cm, d ba: 6cm, t ba: 15,02cm, p be: 29 cm; 3) bola diperoleh d: 9,6cm, bb : 327gr. Sedangkan untuk Three Wood terdiri: 1) *mallet* diperoleh pm: 90cm, p km:21,5cm, d em:3,5cm, dk: 6,6cm, tk: 3,8cm dan berat 800gr; 2) *gate* diperoleh tb: 20,5cm, d b: 6,7cm, d ba: 6cm, t ba: 15,01cm, p be: 29 cm; 3) bola diperoleh d: 9,6cm, bb : 387gr.

Simpulan dan saran dalam penelitian ini yaitu produksi Jack King dan Three Wood sudah berstandar *International Woodball Federation*. Produksi Jack King sudah memiliki lisensi akan tetapi, produksi Three Wood belum memiliki lisensi. Sebaiknya produksi Three Wood segera mengurus lisensi.

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Ciumi Dona Marsiwati

NIM : 6211415097

Jurusan/Prodi : Ilmu Keolahragaan

Fakultas : Ilmu Keolahragaan

Judul Skripsi : *Standarisasi Peralatan Jack King dan Three Wood Berdasarkan Standar International Woodball Federation*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini hasil karya saya sendiri dan tidak menjiplak (plagiat) karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian. Bagian tulisan dalam skripsi ini yang merupakan kutipan dari karya ahli atau orang lain, telah diberi penjelasan sumbernya 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, Desember 2018

Yang menyatakan,



Ciumi Dona Marsiwati  
NIM. 6211415097

#### HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "Standarisasi Peralatan Jack King dan Three Wood Berdasarkan Standar *International Woodball Federation*" telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :

Menyetujui,

Kajur/Prodi Ilmu Keolahragaan



Drs. Said Juraidi, M.Kes.  
NIP. 196907151994031001

Dosen Pembimbing,

Fajar Awang Irawan S. Si., M. Pd., Ph. D  
NIP. 198405062010121003


## PENGESAHAN

Skripsi atas nama Ciumi Dona Marsiwati NIM 6211415097 Program Studi Ilmu Keolahragaan Judul Standarisasi Peralatan *Jack King* Dan *Three Wood* Berdasarkan Standar *International Woodball Federation* telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang pada hari Rabu, tanggal 02 Januari 2019

### Panitia Ujian

Ketua Panitia  
  
Prof. Dr. Tandiyu Rahayu, M.Pd.  
NIP. 196103201984032001

### Sekretaris

  
Drs. Said Junaidi, M.Kes  
NIP. 196907151994031001

### Dewan Penguji

1. Dr. Taufiq Hidayah, M.Kes  
NIP. 196707211993031002

(Penguji I)



2. Sugiarto, S.Si., M.Sc. AIFM  
NIP. 198012242006041001

(Penguji II)



3. Fajar Awang Irawan S. Si., M. Pd., Ph. D  
NIP. 198405062010121003

(Penguji III)



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto:

- ❖ “Bismillah dan Yakin, setiap detik menit jam sangat berharga untuk hidup. Lakukan yang terbaik dan lakukan yang terbaik” (penulis)
- ❖ “Standar itu baik, akan tetapi melebihi standar alangkah lebih baik” (penulis)

### Persembahan:

Karya tulis ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua saya, Ibu Sri Supanti dan Bapak Koko Arkhianto, yang selalu mendoakan dan tetap menjadi inspirasi.
- ❖ Kepada Bulek Sri Sukamti dan Om Sri Mulyono sekeluarga yang selalu mendukung dan memberikan yang terbaik.
- ❖ Saudara tercinta: Mas Rachmad Zainuddin, Mas Rizal Mahmudi, Mba Rista Nia Putri A, dan Mba Tangisia Riska Fatma P yang setiap hari memberikan motivasi, selalu mendoakan, selalu menyayangi dan tetap menjadi motivasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Standarisasi Peralatan Jack King Dan Three Wood Berdasarkan Standar *International Woodball Federation*”. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Olahraga pada jurusan Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang.

Keberhasilan penulisan skripsi ini atas bantuan dari berbagai pihak dan dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh Pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang yang telah melancarkan dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Ilmu Keolahragaan yang telah memberikan kesempatan dan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Soegiyanto, M. S. Dosen Wali yang selalu memberikan pengarahan, menuntun dan memberikan motivasi selama masa kuliah.
5. Fajar Awang Irawan S. Si., M. Pd., Ph. D. Selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan ilmu, dan meluangkan waktunya dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Drs. Kriswantoro, M.Pd., selaku pendamping UKM Woodball yang telah membantu memberikan dorongan dan bimbingan, petunjuk dan saran hingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Bulek Nur dan Pakdhe Mum sekeluarga yang selalu memberikan nasihat , bersedia saya reportkan dan selalu mendukung saya selama saya di Semarang.
8. Dosen beserta Staff Tata Usaha Jurusan Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang yang telah membimbing dan memberikan bantuan selama perkuliahan.
9. Kepada Bapak Tri Yunanto, Bapak Marga Nugraha dan Ibu Nita selaku Manager Produksi Three Wood dan Jack King di Jawa Tengah (Jepara dan Boyolali) yang telah membantu dalam proses pengumpulan data guna penyelesaian penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat yang telah memberikan semangat dan dorongan serta membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini (Girlspuff : Dhea A, Elvina N, Junita D, Imelda Y, Yunita N) serta Ummi Atiya, Melia Riski, Chakimah Anis.
11. Keluarga besar woodball UNNES yang selalu menasehati dan membimbing selama di Semarang.
12. Teman-teman Jurusan Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang Tahun 2015
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan atas bantuannya dalam proses penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat sebgai mungkin.

Semarang, Desember 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Pembatasan Masalah .....	4
1.4 Rumusan Masalah .....	5
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Manfaat Penelitian .....	5
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.6.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR</b> .....	<b>7</b>
2.1 Woodball.....	7
2.2 Peralatan Woodball.....	10
2.3 Industri Olahraga .....	11
2.4 Sistem Manajemen .....	16
2.4.1 Manajemen .....	16
2.4.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.4.3 Manajemen Mutu .....	19
2.5 Produksi.....	22
2.6 Standarisasi.....	25
2.6.1 Lahirnya Standarisasi dalam Dunia Industri .....	25
2.6.2 Pengertian Standarisasi .....	26
2.6.3 Standarisasi Peralatan .....	27
2.6.3.1 Standarisasi Mallet.....	28
2.6.3.2 Standarisasi Bola .....	29
2.6.3.3 Standarisasi <i>Gate</i> .....	30
2.7 Citra Merek .....	30
2.8 Lisensi Paten .....	32
2.9 Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	36
3.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Variabel Penelitian .....	37

3.3.1 Variabel <i>Independen</i> .....	37
3.3.2 Variabel <i>Dependen</i> .....	37
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel Penelitian .....	38
3.5 Instrumen Penelitian .....	39
3.6 Prosedur Penelitian.....	39
3.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penelitian .....	40
3.8 Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Produksi Jack King.....	42
4.1.2 Produksi Three Wood .....	48
4.1.3 Pengguna, proses produksi, dan perlisensian peralatan woodball .	53
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Produksi Jack King.....	59
4.2.2 Produksi Three Wood .....	60
4.2.4 Pengguna, proses produksi, dan perlisensian peralatan woodball .	61
4.3 Keterbatasan Penelitian .....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Delapan Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Bisnis Industri Olahraga.....	13
2. Ukuran Mallet, Gate dan Bola Berdasarkan IWbF.....	28
3. Alamat Produksi Penelitian .....	37
4. Hasil Ukuran Mallet Jack King.....	44
5. Ukuran Berat Mallet Jack King.....	45
6. Hasil Ukuran Bola Jack King.....	46
7. Hasil Ukuran Gate Jack King .....	47
8. Hasil Ukuran Mallet Three Wood .....	50
9. Ukuran Berat Mallet Three Wood.....	50
10. Hasil Ukuran Bola Three Wood.....	52
11. Hasil Ukuran Gate Three Wood .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Fairway (Lapangan) .....	10
2. Standarisasi Gambar Mallet dan Karet.....	29
3. Standarisasi Gambar Bola .....	29
4. Standarisasi Gambar <i>Gate</i> .....	30
5. Gambar Logo Jack King .....	42
6. Gambar Kayu Meranti Merah.....	43
7. Gambar Mallet Jack King .....	46
8. Gambar Bola Jack King .....	47
9. Gambar Gate Jack King.....	48
10. Gambar Logo Three Wood .....	48
11. Gambar Mallet Three Wood.....	51
12. Gambar Bola Three Wood .....	52
13. Gambar <i>Gate</i> Three Wood.....	53
14. Gambar Proses Pembuatan Komponen .....	57
15. Gambar Pembubutan Peralatan Woodball.....	58
16. Gambar Proses <i>Finishing</i> .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Surat Usulan Pembimbing .....	70
2. Surat Keputusan Dosen Pembimbing .....	71
3. Surat Izin Penelitian Fakultas Untuk Produksi Jack King .....	72
4. Surat Izin Penelitian Fakultas Untuk Produksi Three Wood .....	73
5. Surat Bukti Melakukan Penelitian di Produksi Three Wood.....	74
6. Surat Bukti Melakukan Penelitian di Produksi Jack King.....	75
7. Validasi Ahli .....	76
8. Kisi-kisi Pedoman Wawancara Terstruktur.....	78
9. Daftar Wawancara Terstruktur .....	81
10. Jawaban Wawancara Terstruktur.....	83
11. Foto Dokumentasi Penelitian .....	104
12. Peraturan Tentang Peralatan Woodball Berdasarkan IWbF.....	109
13. Hasil Wawancara Kepada IWbF .....	126
14. Surat Kalibrasi Peralatan .....	128

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga merupakan salah satu kegiatan yang mengajarkan banyak hal, mulai dari kejujuran dalam bermain, menghargai kawan maupun lawan, menerima kekalahan dengan lapang dada, memberi ucapan selamat kepada sang pemenang, bersikap *fair play* dalam bermain, dan masih banyak lagi hal positif yang sebenarnya terkandung didalam olahraga itu (Anggar, 2015). Menurut Zulkarnain (2017:4) bahwa olahraga merupakan kegiatan otot yang memperagakan kemampuan geraknya dan kemauannya dengan semaksimal mungkin, maka dari uraian-uraian pengertian olahraga diatas dapat disimpulkan bahwa olahraga merupakan suatu aktivitas yang menggerakkan organ tubuh dalam memperagakan kemampuan geraknya dengan semaksimal mungkin selain itu olahraga juga mengajarkan tentang *fair play* dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan, teknologi yang bermunculan serta inovasi dari olahraga yang sudah ada maupun memang baru salah satunya adalah olahraga woodball. Woodball merupakan salah satu cabang olahraga baru yang terinovasi dari olahraga golf yang memang masih asing dan jarang sekali didengar di lingkungan kita. Woodball mempunyai karakteristik yang mirip dengan olahraga golf. Dimana sasaran dalam permainan ini adalah berusaha memasukkan bola kedalam sasaran ( *gate* ) maupun target yang telah ditentukan dengan sedikit mungkin jumlah pukulan. Sehingga pemenang dalam permainan woodball adalah

pemain dengan jumlah pukulan paling sedikit dibanding lawan mainnya dalam permainan woodball.

Seiring dengan berjalannya waktu, woodball sudah berkembang di Indonesia dan woodball tidak hanya menjadi olahraga rekreasi tetapi sudah menjadi olahraga prestasi. Olahraga prestasi dilakukan melalui proses pembinaan dan pengembangan secara terencana, berjenjang dan berkelanjutan dengan dukungan ilmu pengetahuan sarana dan prasarana hingga teknologi keolahragaan. Bidang prestasi woodball Indonesia telah gencar-gencarnya ditingkatkan dengan diadakannya berbagai kejuaraan woodball tingkat nasional bahkan tingkat internasional. Kejuaraan tingkat nasional meliputi Kejuaraan Nasional, Kejuaraan Pekan Olahraga Provinsi, Pekan Olahraga Nasional, bahkan yang sering di selenggarakan ditiap daerah adalah kejuaraan terbuka. Kejuaraan tingkat internasional meliputi *Asian University Woodball Championship* dan *Asian Beach Games* di tingkat *regional* bahkan *World Tour Woodball Championship*. Namun demikian, woodball Indonesia kembali meraih prestasi gemilang pada kejuaraan *9<sup>th</sup> Asian University 2017* dengan membawa pulang 3 medali perak dan 2 medali perunggu. Pada bulan Juli tahun 2018 ini Indonesia mengirimkan kembali beberapa atlet berasal dari Universitas Negeri Semarang untuk mengikuti kejuaraan *6<sup>th</sup> World University Woodball Championship 2018* di Malaysia dan hasilnya dalam kejuaraan tersebut Indonesia kembali meraih prestasi gemilang dengan membawa 2 emas, 2 perak dan 3 perunggu di beberapa nomor cabang olahraga woodball.

Terselenggaranya kejuaraan nasional maupun internasional perlu adanya peralatan olahraga yang memadai dan berstandar nasional maupun internasional. Salah satunya peralatan woodball yang meliputi antaranya adalah

bola, mallet (*stick*), dan *gate*. Dalam beberapa kejuaraan tersebut ada berbagai jenis merek peralatan woodball yang digunakan atlet dalam melakukan permainan dan berdasarkan *grade* masing masing merek yaitu Hui King, Dr. Pat, Jack King dan Three Wood. Meskipun olahraga woodball tergolong baru di masyarakat Indonesia. Tetapi, Indonesia sendiri memiliki perusahaan yang memproduksi peralatan olahraga woodball yang terdiri dari Jack King dan Three Wood. Produksi peralatan tersebut sering digunakan dalam beberapa ajang kejuaraan nasional maupun internasional.

Hal ini juga didukung pada saat peneliti melakukan observasi pada Kejuaraan Jawa Tengah *Woodball Open IV/2015* pada tanggal 6-8 November 2015 di Semarang, Kejuaraan Woodball antar klub Se-Kota Semarang tahun 2016 di lapangan Universitas Negeri Semarang, Kejuaraan Woodball Etasia *Open* pada tanggal 24-26 Maret 2017 di Boyolali, Kejuaraan Provinsi Woodball Jawa Tengah pada tanggal 18-21 Mei 2017 di Wonosobo, Kejuaraan Nasional *Woodball* antar Perguruan Tinggi Se-Indonesia pada tanggal 13-15 April 2018 dan *6<sup>th</sup> World University Woodball Championship 2018* di Kuala Lumpur, Malaysia, 19-24 Juli 2018. Berbagai kejuaraan yang dilaksanakan, pemain menggunakan peralatan dengan merek Hui King, Dr. Pat, Jack King dan Three Wood. Terkait beberapa merek peralatan yang diuraikan diatas, beberapa merek yang memiliki lisensi dan belum memiliki lisensi berstandar *International Woodball Federation* tetapi sudah digunakan dalam beberapa kejuaraan nasional maupun internasional.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diungkap diatas **maka, belum ada penelitian tentang standarisasi, hanya saja penelitian sebelumnya membahas mengenai** “Pengaruh Metode Latihan Posisi Tetap Sasaran



Berpindah dan Posisi Berpindah Sasaran Tetap Terhadap Ketepatan Pukulan Jarak Dekat” oleh Arie Wahabi Lutfi, kemudian referensi lain tentang “Pengaruh Kondisi Fisik Terhadap Olahraga Woodball” disusun oleh Nur Rani Utami, kemudian referensi lain tentang ”Pengaruh *Motor Ability* Terhadap Pukulan *Gatting*” dibuat oleh Rizqy Maulinda dan referensi lain mengenai “Standarisasi Industri Alat Olahraga Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Tahun 2017” disusun oleh Dimas Oka Nur Aziz. Berdasarkan data tersebut **peneliti memutuskan untuk membahas tentang standarisasi peralatan woodball yang berjudul “Standarisasi Peralatan Jack King dan Three Wood Berdasarkan Standar *International Woodball Federation*”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka terdapat fokus masalah sebagai berikut :

- 1.2.1** Belum adanya penelitian tentang standarisasi produksi peralatan woodball di **Indonesia** tahun 2018.
- 1.2.2** Belum adanya informasi yang lengkap tentang standarisasi produksi peralatan woodball di Indonesia tahun 2018.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini agar tidak menyimpang dari masalah dan pembahasan yang meluas maka dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah penelitian ini difokuskan pada “Standarisasi Peralatan Jack King dan Three Wood Berdasarkan Standar *International Woodball Federation*”

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan melalui latar belakang diatas maka permasalahan yang akan diangkat oleh peneliti, sebagai berikut:

- 1.4.1** Bagaimana standarisasi peralatan Jack King asal Indonesia dalam *International Woodball Federation Standard*?
- 1.4.2** Bagaimana standarisasi peralatan Three Wood asal Indonesia dalam *International Woodball Federation Standard*?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1.5.1** Untuk mengetahui standarisasi peralatan Jack King asal Indonesia sesuai dengan *International Woodball Federation Standard*.
- 1.5.2** Untuk mengetahui standarisasi peralatan Three Wood asal Indonesia sesuai dengan *International Woodball Federation Standard*.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoristis**

Manfaat teoristis adalah manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang didapat saat perkuliahan serta mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan dalam meneliti dan menyelesaikan sebuah permasalahan yang terjadi.

## **1.6.2 Manfaat Praktis**

**1.6.2.1** Bagi atlet atau siswa dapat dijadikan acuan untuk memilah produk mana yang lebih bagus dan kualitas yang lebih baik.

**1.6.2.2** Penelitian ini dapat menjadikan referensi kepada masyarakat yang menekuni olahraga woodball.

**1.6.2.3** Bagi para pembina, pelatih, dan guru olahraga dapat mengetahui peralatan bermerek yang mempunyai kualitas sangat baik saat dipakai dalam sebuah kejuaraan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR

#### 2.1 Woodball

Woodball adalah olahraga di mana peralatan berbentuk palu yang digunakan untuk mengoper bola melewati gerbang atau gate dan merupakan salah satu inovasi dari olahraga golf. Woodball merupakan salah satu contoh cabang olahraga yang tidak memiliki batasan usia dan sangat memasyarakat karena olahraga ini sangat sederhana. Woodball diciptakan tahun 1990 oleh Mr. Ming Hui Weng (Kriswantoro, 2015:2). Pada awalnya, Mr. Weng ingin membangun kebun untuk kedua orang tuanya supaya mereka dapat berjalan-jalan dan menikmati pemandangan yang indah di Nei-Shuang, Shuh-Lin, Taipei, Taiwan. Akhirnya setelah mengelilingi area perbukitan, mereka menemukan area teras yang dapat dikembangkan menjadi sebuah tempat olahraga terbuka. Ide tersebut berkembang untuk memanfaatkan area tersebut sebagai lapangan bermain bola. Dengan motivasi yang tinggi dan ide cemerlang, mereka berinovasi membuat permainan bola (*ball*) dengan sistem permainan yang unik dimana bola yang terbuka dari kayu dipukul dengan tongkat yang menyerupai palu (*mallet*, tongkat yang terbuat dari kayu) diarahkan ke *gate* yang lebar sedikit dari bolanya. Permainan woodball ini mirip dengan golf, namun *hole* digantikan dengan *gate* dan apabila bola woodball tersebut dipukul dengan *mallet*, bola akan menggelinding. Menurut Chang & Lee (2017:22) Woodball memiliki aturan dan cara permainan seperti golf yang meliputi: 1) Dalam permainan keduanya saling menggunakan ketrampilan mencolok atau metode untuk menentukan hasil akhir, olahraga target ini juga memiliki komponen yang khas; 2) Perbedaan antara

woodball dan golf berada dalam hal itu, untuk menyelesaikan permainan golf dengan cara jika bola sudah masuk dilubang (*hold*) sedangkan dalam permainan woodball dinyatakan berakhir apabila bola tersebut sudah melewati lubang *gate* hingga tengah *gate* berputar; 3) Pada permainan golf untuk menyelesaikan permainannya menggunakan beberapa mallet sedangkan, untuk permainan woodball hanya menggunakan satu mallet selama permainannya. Terlepas dari perbedaan ini, woodball adalah kegiatan yang ideal bagi anak-anak muda untuk mempraktikkan keterampilan mencolok, mendekati dan menempatkan mereka karena komponen yang sama diantara ketiga olahraga tersebut. Aturan olahraga woodball mirip dengan olahraga golf; permainan berakhir ketika pemain menyelesaikan putaran dari lubang pertama ke lubang ke-12 (Chang & Lee, 2017:22).

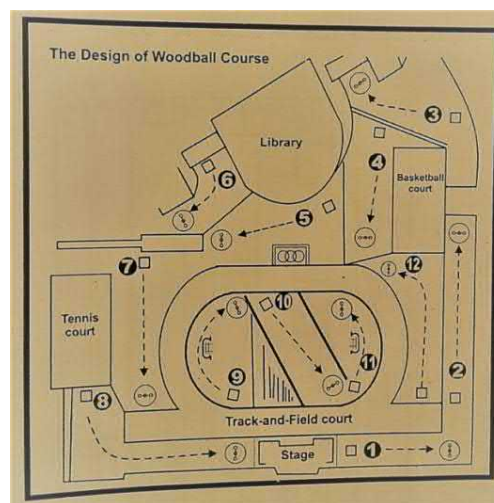
Belajar woodball dapat meningkatkan komponen kebugaran fisik yang berhubungan dengan keterampilan karena keterampilan mencolok sangat terkait dengan koordinasi mata tangan dan kemampuan membidik (Parker & Steinberg, 1999; Vickers, 1996). Keterampilan tersebut dapat meningkatkan kemampuan motorik seseorang untuk melakukan olahraga target, seperti olahraga woodball, bisbol dan kriket, yang membutuhkan pencarian visual dan gerakan tangan yang akurat (Magill, 2007). Menurut Kriswantoro (2015:1) woodball adalah memukul bola dari kayu dan keras (bola woodball) beberapa kali sebanyak yang dibutuhkan agar bola bergerak dari titik awal pada *start* (tempat permulaan permainan woodball) menuju *gate* yang terletak disetiap *fairway* (lapangan). Woodball merupakan olahraga yang hampir mirip dengan olahraga golf, namun lubang (*hole*) digantikan dengan gawang kecil (*gate*) dan apabila bola woodball tersebut dipukul dengan mallet, bola akan menggelinding. Permainan woodball

harus ditempatkan pada ladang yang berumput atau tanah, *fairway* (lintasannya) harus dirancang untuk permainan dan pertandingan. Selain itu, fleksibilitas ruang, yang melekat pada woodball, memungkinkan orang untuk bermain di hampir disetiap tempat: termasuk taman, ruang bermain dalam ruangan, halaman belakang dan pantai. Aspek ini berkontribusi pada popularitasnya. Pada permainan woodball, benda-benda alami seperti pohon, rumput pepohonan (semak-semak), pagar tumbuhan, gundukan tanah dapat digunakan sebagai rintangan atau garis pembatas. Bidang luar dari batas *fairway* dapat dibangun sebagai tempat penonton dengan mengacu pada bentuk-bentuk alami (Kriswantoro, 2015:1).

Menurut D. Soetrisno (2016:11) olahraga woodball mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2006, berawal dari undangan pengurus Komite Olahraga Nasional (KONI) yang pada waktu itu di wakili oleh ibu Rita Subowo bersama dengan Tandiyono Jacky mengikuti kejuaraan woodball Internasional tahunan di Malaysia. Sejak saat itu woodball terdaftar di KONI dengan nomor: 2571/LNG/X/06 tanggal 4 Oktober 2006 dan merekomendasikan olahraga woodball untuk mengikuti kejuaraan *1<sup>st</sup> Asian Beach Games Di Bali*. Kemudian setelah berdirinya Indonesia *Woodball Association (IWbA)* pada tanggal 1 Oktober 2006 dengan kepengurusan Tandiono Jecky B Eng, sebagai Presiden , Dr. Ir. Nugraha W., Dipl. WRD. M. Eng sebagai Wakil Presiden dan Sutarjo sebagai Sekretaris Jendral, yang berkedudukan di Pekunden Timur No 25, Semarang.

Permainan woodball dapat dimainkan dalam lapangan sederhana dengan bentuk lurus atau bervariasi. Setiap lapangan memiliki *par*, *par* merupakan standar nilai untuk lapangan tersebut untuk para pemain. Pukulan *par* standar

adalah 48 untuk 12 gawang dan 96 untuk 24 gawang. Menurut Kriswantoro (2015:41) menjelaskan bahwa “beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah ukuran panjang dan lebar *fairway* harus memenuhi ketentuan, yaitu panjang *fairway*, 50 meter atau kurang jarak pendek, 51 sampai 80 meter jarak pendek, 51 sampai 80 meter jarak menengah dan 81 sampai 130 meter jarang panjang”. Dalam lapangan terdapat daerah *start* berupa kotak berukuran 3 meter kebelakang x 2 meter kesamping, untuk gawang dari setiap *fairway* dibuat garis tengah 5 meter dari pusat gawang, lebar *fairway* (lintasan) bervariasi 50 meter sampai 130 meter. Terdapat 2 *fairway* yang berbelok ke kiri dan 2 *fairway* yang berbelok ke kanan, total jarak sekurang-kurangnya 800 meter untuk 12 lintasan dan 1.500 meter untuk 24 meter, *area* seperti gambar. (lihat gambar 1)



Gambar 1. *Fairway* (lapangan *woodball*)  
(Sumber : Kriswantoro, 2015)

## 2.2 Peralatan Woodball

Sarana olahraga sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diproduksi, diperjualbelikan, dan atau disewakan untuk masyarakat umum, baik untuk pelatihan maupun untuk kompetisi wajib memenuhi standar kesehatan dan

keselamatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Salah satunya adalah peralatan olahraga, yang berarti alat-alat yang berfungsi untuk mendukung dan membantu dalam proses latihan atau belajar dalam mencapai apa yang diinginkan. Depdiknas Soepartono (2006) mengatakan bahwa “istilah sarana prasarana olahraga adalah terjemahan dari “*facilities*” yaitu sesuatu yang dapat digunakan dan dimanfaatkan dalam pelaksanaan kegiatan olahraga atau pendidikan jasmani. Sarana olahraga dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu: 1) Peralatan (*apparatus*) adalah sesuatu yang digunakan, contoh palang tunggal, palang sejajar, gelang-gelang, kuda-kuda, dan lain-lain; 2) Perlengkapan (*device*) adalah sesuatu yang melengkapi kebutuhan prasarana (net, bendera untuk tanda garis, garis batas) dan sesuatu yang dapat dimainkan atau dimanipulasi dengan tangan atau kaki (bola, raket, pemukul)”.

Peralatan olahraga woodball terdiri dari: bola, mallet (pemukul) dan *gate* (gawang). Perlengkapan yang digunakan harus sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan oleh *International Woodball Federation (IWbF)*(Kriswanto, 2015:4).

### **2.3 Industri Olahraga**

Seiring perkembangan sekarang industri sangatlah pesat di lingkungan masyarakat, mulai dari manufaktur hingga industri jasa. Perkembangan tersebut didukung beberapa faktor mulai dari ilmu pengetahuan bahkan teknologi, sehingga mengharuskan pengusaha berinovasi dalam menciptakan model produk baru, menarik dan bagus yang tentunya untuk mempengaruhi keuntungan dan mempunyai prospek kedepan. Industri olahraga merupakan setiap pelaksanaan industri olahraga yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat dengan wajib memperhatikan tujuan



keolahragaan nasional serta prinsip-prinsip penyelenggaraan keolahragaan pasal 79:3). Industri olahraga merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis untuk mengawali perkembangan ekonomi suatu negara. Menurut Bambang Priyono (2012:112) berpendapat bahwa negara industri maju dan modern seperti di Amerika, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea dan China, olahraga telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Selain itu olahraga juga dirancang sebagai industri modern berskala global dalam membangun karakter bangsa.

Berdasarkan tipe produknya, industri olahraga menurut Parks, Zanger, dan Quarterman (1998) seperti yang disitir oleh Lumintuarso (2005: 10) dalam jurnal (Sukarmin, 2018:12) dibedakan menjadi tiga segmen, yaitu: 1) *Sport performance* (penampilan olahraga), segmen ini meliputi bermacam-macam produk, seperti olahraga sekolah, perkumpulan kebugaran, tempat olahraga, olahraga profesional, dan taman olahraga kota; 2) *Sport production* (produksi olahraga), segmen produksi olahraga ini dapat diberikan contoh, di antaranya bola untuk bola basket, bola untuk tenis, sepatu olahraga, kolam renang, dan perlengkapan olahraga; 3) *Sport promotion* (promosi olahraga, segmen promosi olahraga ini dapat berupa barang dagangan, seperti kaos atau baju dengan logo produk tertentu, media massa baik cetak maupun elektronik, agen pemasaran olahraga (*sport marketing agency*), dan pengorganisasi *event* olahraga.

Di Indonesia perkembangan industri olahraga masih memerlukan dukungan dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang berprestasi melalui industri olahraga dalam negeri. Kementerian Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sebagai lembaga pengembang industri olahraga di Indonesia telah merancang suatu gagasan

untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi dalam peraturan globalisasi.

Menurut Pitts and Stotlar (2013) ada delapan faktor yang mempengaruhi dalam pertumbuhan bisnis industri olahraga: 1) Manusia; 2) Aktivitas olahraga dan *event-event* olahraga; 3) Barang-barang olahraga seperti peralatan, pakaian, dan sepatu; 4) Fasilitas-fasilitas olahraga, obat-obat olahraga, dan latihan kebugaran; 5) Komersialisasi, pemasaran olahraga, dan bisnis olahraga; 6) Bisnis jasa yang profesional; 7) Media dan teknologi elektronik; dan 8) Pendidikan manajemen olahraga.

Tabel 1. Delapan faktor yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis industri olahraga.

Kategori Faktor	Faktor-faktor individu
I. Manusia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat manusia dalam olahraga dan rekreasi yang konstan</li> <li>2. Peningkatan dalam olahraga dan bisnis olahraga di antara segmen pasar yang beragam</li> </ol>
II. Aktivitas Olahragadan <i>Event-Event</i> Olahraga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan secara konstan dalam jumlah pada olahraga baru dan berbeda, rekreasi, aktivitas kebugaran, dan <i>event-event</i></li> <li>2. Pertumbuhan secara konstan dalam mengenalkan olahraga tradisional</li> <li>3. Kenaikan secara konstan dalam jumlah dan jenis olahraga, kebugaran, dan aktivitas rekreasi tingkat profesional</li> <li>4. Peningkatan pada wisata olahraga dan produk <i>adventure travel</i></li> </ol>
III. Barang Olahraga: Peralatan, Pakaian, dan Sepatu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan dalam distribusi dan ketersediaan peralatan, pakaian, dan sepatu olahraga</li> <li>2. Peningkatan pada peralatan olahraga, pakaian, dan sepatu yang dirancang untuk keragaman pasar dan tuntutan konsumen</li> <li>3. Pengaruh teknologi pada peralatan, pakaian, dan sepatu olahraga</li> </ol>
IV. Fasilitas Olahraga, Kedokteran Olahraga, dan Latihan Kebugaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan dalam jumlah dan jenis dari fasilitas olahraga</li> <li>2. Perpindahan fasilitas dari <i>single-purpose</i> ke fasilitas <i>multi-purpose</i> dan <i>full-service</i></li> <li>3. Pertumbuhan dalam jumlah dan jenis layanan kedokteran olahraga dan latihan kebugaran</li> </ol>
V. Komersialisasi, Pemasaran Olahraga, dan Bisnis Olahraga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan dari pengemasan olahraga sebagai <i>entertainment product</i></li> <li>2. Meningkatkan orientasi pemasaran dan pemasaran industri olahraga</li> <li>3. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan konsumen dalam bisnis industri olahraga melalui usaha pemasaran</li> </ol>

Tabel 1. (lanjutan)

Kategori Faktor	Faktor-faktor individu
VI. Bisnis Jasa Profesional	1. Pertumbuhan dari bisnis olahraga terutama bisnis pelayanan yang profesional di berbagai area seperti fasilitas, <i>event</i> , hukum, keuangan, pemasaran, pariwisata, penelitian, manajemen, pemerintahan, dan sumber daya manusia
VII. Media dan Teknologi Elektronik	1. Peningkatan dalam televisi, radio, paparan media cetak tentang distribusi olahraga dan bisnis olahraga 2. Peningkatan dalam media elektronik, seperti internet mengenai paparan distribusi olahraga dan bisnis olahraga 3. Paparan distribusi olahraga dan bisnis olahraga melalui media <i>device mobile</i> : data telepon, <i>device mobile</i> yang memiliki wifi 4. Pertumbuhan jenis media sosial dan pemasaran yang digunakan untuk pemaparan mengenai distribusi olahraga dan bisnis olahraga 5. Pertumbuhan dari <i>game</i> elektronik seperti video dan <i>game</i> olahraga fantasi.
VIII. Pendidikan Manajemen Olahraga	1. Peningkatan olahraga dan pendidikan bisnis manajemen 2. Peningkatan kompetensi dari manajemen olahraga profesional 3. Peningkatan manajemen olahraga seperti sebuah disiplin

Industri olahraga sendiri memiliki nilai tambah dengan cara memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan sarana prasarana dan layanan biasanya bersifat dengan bisnis olahraga. *Sport marketing* adalah penerapan spesifik prinsip dan proses pemasaran kepada produk olahraga dan untuk memasarkan produk nirlaba olahraga melalui asosiasi dengan olahraga (Bambang Priyono, 2012:115).

Jika kita mengamati profil usaha industri olahraga di Indonesia, mereka dalam operasionalnya menghadapi masalah pokok antara lain meliputi: 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; 2) Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa

pasar. Umumnya usaha industri olahraga memperoleh pasar dengan cara-cara pasif. Mereka mengandalkan kekuatan promosi personel selling yaitu komunikasi antar personal; 3) Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi. Hal ini disebabkan karena lemahnya dan kurangnya sumber daya manusia dalam menyerap ilmu pengetahuan dan teknologi; 4) Masalah strategi pemasaran produk merupakan salah satu kendala besar bagi industri olahraga yang kecil untuk masuk pasar bebas. Seringkali pemasaran produk industri olahraga kecil harus melalui mata rantai; 5) Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha; 6) Kelemahan dalam mentalitas usaha dan kewirausahaan. Umumnya industri olahraga yang masih kecil sedikit sekali yang memiliki kreatifitas dan inovasi, kemandirian dan semangat untuk maju (Bambang Priyono, 2012:114).

Kondisi industri olahraga yang masih kecil telah disebutkan diatas tentu saja sangat bertentangan dengan tuntutan arus pasar bebas. Pasar bebas menuntut bisnis olahraga sekalipun kecil haruslah tangguh, mandiri, dinamis, efisien, dan mampu memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan. Untuk memperbaiki profil industri olahraga Indonesia dengan berbagai masalah dan kelemahannya tersebut maka sangat dibutuhkan proses pemberdayaan usaha industri olahraga. Pemberdayaan tersebut haruslah menyentuh langsung pada ke enam kelemahan diatas. Langkah koordinasi. dengan *stakeholder* telah ditempuh, Kementerian Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga mencoba melangkah lebih jauh dalam rangka mengembangkan industri olahraga di Indonesia. Langkah penting untuk mengimplementasikan adalah melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra industri olahraga yang sudah ada dan mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang mudah diakses oleh masyarakat (Bambang Priyo,

2012:113). Dalam hal ini masyarakat harus dilibatkan secara aktif dalam perkembangan dan kebijakan yang berlaku secara berkala demi majunya industri olahraga di Indonesia.

## **2.4 Sistem Manajemen**

### **2.4.1 Manajemen**

Pengertian manajemen menurut Janet Park (1994) manajemen adalah suatu kombinasi ketrampilan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian, penganggaran, dan evaluasi dalam konteks suatu organisasi yang memiliki produk utama dengan olahraga.

Menurut Sondang P. Siagian dalam (Harsuki, 2012:62) menyatakan bahwa "manajemen secara umum didefinisikan sebagai kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain".

Kata manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno *management*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur (Mugiyo Hartono, 2010). Manajemen menjadi sebagai seni mempunyai ciri-ciri bahwa kesuksesan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi dan didukung oleh sifat-sifat dan bakat para manajer, dalam mencapai proses pencapaian tujuan seringkali melibatkan unsur naluri (*instinct*), perasaan, dan intelektual dalam pelaksanaan kegiatan faktor yang cukup, yang menentukan keberhasilannya adalah pribadi kreatif yang dimiliki. Menurut Soedjatmiko (2017:23) menyatakan bahwa "fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat didalam proses manajemen yang dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Fungsi manajemen pertama kali diperkenalkan oleh

seorang industrialis Perancis bernama Henry Fayol pada awal abad ke-20 yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengoordinasi, dan mengendalikan”.

Ditinjau dari manajemen sebagai proses kegiatan yaitu dapat diartikan bahwa manajemen adalah proses yang khas terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dimana masing-masing bidang tersebut digunakan ilmu pengetahuan dan keahlian yang diikuti secara berurutan dalam usaha mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien dalam (Mugiy Hartono, 2010). Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerjasama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerjasama ini bermanfaat bagi kemanusiaan dan saling menguntungkan, mencoba untuk mengakomodir dari berbagai pendekatan baik dilihat dari sisi ilmu pengetahuan itu sendiri, seni, proses maupun profesi, maka dari uraian-uraian pengertian manajemen diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses pengintegrasian, pengkoordinasian, dan evaluasi yang terstruktur melalui penggunaan sumber organisasi (*human, financial, physical, information, technical*) untuk mencapai tujuan dan target tertentu sesuai sasaran secara efisien dan efektif dengan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, kepemimpinan, kepemimpinan, dan pengawasan.

### 2.4.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran menurut Mc Charty dalam buku (Asri, 1991:13) berpendapat bahwa pemasaran menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak (produsen dan konsumen) tercapai. Lebih tegas lagi ia mengatakan bahwa pemasaran menunjukkan *performance* kegiatan bisnis yang menyangkut penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, untuk memuaskan konsumen dan mencapai tujuan produsen. Pemasaran adalah usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Asri 1991:15). Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku (Simamora 2001:1) berpendapat bahwa “pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka, dengan cara membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain, maka berdasarkan uraian-uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran tidak akan berhasil apabila produsen hanya memperhatikan kepentingan atau tujuannya saja. Sebaliknya pemasaran tidak akan mendatangkan hasil yang memadai bagi perusahaan, jika hanya memperhatikan efisiensi penggunaan faktor-faktor produksi selain itu pemasaran tidak akan berhasil apabila tidak membangun komitmen yang kuat salah satunya adalah saling percaya antara satu dengan yang lainnya”.

Tujuan utama perusahaan memperoleh keuntungan yang memadai sehingga dapat menunaikan segala kewajiban agar kelangsungan hidupnya terjamin. Sementara itu tujuan konsumen adalah memperoleh manfaat yang

maksimum dari sejumlah uang yang telah ditukarkannya dengan barang atau jasa tertentu. *Marketing mix* atau bauran pemasaran menurut Basu Swasta (2002:74) adalah variabel-variabel pemasaran yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel-variabel dari pemasaran dapat digunakan

oleh suatu perusahaan sebagai rencana pendukung strategi pemasaran yang ditetapkan perusahaan. Strategi pemasaran diarahkan untuk menciptakan nilai bagi pihak yang berkepentingan dan pihak yang paling berkepentingan utama adalah pelanggan dengan mengkonsentrasikan berbagai sumber daya dan sasaran dari sebuah organisasi pada kesempatan dan kebutuhan lingkungan.

Faktor penting dalam keberhasilan atau kegagalan dari strategi pemasaran adalah apakah elemen-elemen strategi pemasaran tersebut konsisten dengan realita dari lingkungan eksternal perusahaan. Maka, langkah awal dalam mengembangkan rencana pemasaran strategis adalah memantau dan menganalisis peluang serta tantangan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor luar perusahaan. Berikut adalah tanggung jawab yang harus diemban para manajer pemasaran yaitu analisis lingkungan dan pesaing, dinamika industri dan perubahan strategi, analisis pelanggan, riset pemasaran dan pengukuran pasar, keputusan segmentasi pasar, penetapan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar. Tujuan utama dari kegiatan-kegiatan pemasaran adalah untuk mendukung dan mendorong transaksi pertukaran dengan pelanggan potensial.

### **2.4.3 Manajemen Mutu**

Menurut buku ISO 9000&ISO 14000 dengan penulis Brian Rothery (2000:37) manajemen mutu adalah langkah yang melampaui penerimaan standar semata atau protokol di harmonisasikan. Sekumpulan prosedur yang terdokumentasi dan



praktek-praktek standar untuk manajemen sistem yang bertujuan menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu (Joni, n.d:2). Kebutuhan atau persyaratan itu ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan dan organisasi itu sendiri. Sistem manajemen mutu mendefinisikan bagaimana organisasi menerapkan praktek-praktek manajemen mutu secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar.

#### **2.4.3.1 ISO (*International Standard Organization*)**

*International Standard Organization* merupakan federasi dunia badan-badan standar nasional (badan anggota ISO). Lembaga ISO yang berdiri sejak 1974 adalah organisasi yang merangkum sejumlah kepentingan dalam perumusan standar secara independen. *International Organization for Standardization*, atau lebih dikenal sebagai ISO, adalah salah satu standar internasional dalam sebuah sistem manajemen untuk pengukuran mutu organisasi. Mereka memegang peranan penting dalam mengukur bagaimana kredibilitas perusahaan yang ingin bersaing secara global dan juga adalah salah satu cara untuk meningkatkan sistem manajemen mutunya. Perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO akan memiliki kemungkinan lebih untuk memenangkan kompetisi pasar. Hal itu disebabkan karena adanya jaminan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan, serta kepercayaan konsumen akan merek terkait.

Awalnya lembaga ISO tidak khusus merancang standar yang dipakai pada perdagangan, namun dalam perjalanannya kebutuhan standar tidak terlepas dari persyaratan dunia perdagangan. Keberhasilan ISO 9000 pada tahun 1987 menjadikan ISO sebagai standar yang dinilai paling *fair* dalam perdagangan dunia (Thaheer, 2005). Menurut LPJK (2005), sistem akreditasi dan sertifikasi

ISO merupakan pengakuan atas konsistensi standar sistem manajemen mutu. Tanggung biasanya pekerjaan penyiapan standar internasional dilakukan melalui komite teknis ISQ. Prosedur yang digunakan untuk mengembangkan dokumen ini dan yang dimaksud untuk pemeliharaan lebih jauh dijelaskan dalam direktif ISO/IEC, secara khusus kriteria persetujuan yang berbeda diperlukan untuk berbagai jenis dokumen ISO yang bekerjasama dengan Komisi Elektronik Internasional (IEC) (Brian Rothery, 2000).

Tanggung jawab dan wewenang pemberian akreditasi dan sertifikasi secara internasional dilakukan oleh suatu badan dunia, yaitu *International Accreditation Forum* (IAF). IAF merupakan badan dunia federasi, badan akreditasi nasional lebih dari 30 negara didunia, diantaranya komite akreditasi nasional (KAN) Indonesia. Menurut Gaspersz (2005), ISO 9001 adalah suatu standar internasional untuk SMM. Definisi dari Standar ISO 9000 untuk SMM (*Quality Management Sistem* atau QMS) adalah struktur organisasi, tanggung jawab, prosedur-prosedur, proses-proses dan sumber-sumber daya untuk penerapan manajemen mutu. ISO 9001 menetapkan persyaratan-persyaratan dan rekomendasi untuk desain dan penilaian dari suatu SMM, yang bertujuan untuk menjamin bahwa organisasi akan memberikan produk (barang dan jasa) yang memenuhi persyaratan-persyaratan yang ditetapkan.

#### **2.4.3.2 Inti Sari ISO 9000**

Menurut Brian Rothery (1997:40) berpendapat berdasarkan sudut pandang manajemen ISO 9000 berarti tidak lebih dari mengidentifikasi langkah-langkah penting untuk memastikan bahwa hasil akhir dari produk atau jasa memenuhi spesifikasi yang ditetapkan. Inti ISO 9000 adalah spesifikasi, baik untuk komponen yang dibeli, proses atau hasil akhir, dan langkah-langkah kunci yang

didefinisikan dan kontrol secara ketat, yang dapat mempengaruhi mutu produk atau jasa akhir. Kita melihat bahwa mutu dalam ISO 9000 berarti kesesuaian ketetapan (tujuan).

Mengimplimentasikan suatu sistem ISO 9000 yang praktis dan baik membutuhkan ketaatan terhadap persyaratan standar *generic* dan terhadap kebutuhan spesifik dari proses perusahaan. Pada proses spesifik perusahaanlah pedoman praktik untuk industri jasa tertentu ikut berperan. Pedoman praktik ini akan dikembangkan menjadi standar spesifik oleh ISO.

## 2.5 Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Vincent Gaspersz (2004:3) produksi merupakan fungsi pokok dalam setiap organisasi, yang mencakup aktivitas yang bertanggungjawab untuk menciptakan nilai tambah produk yang merupakan *output* dari setiap organisasi industri. Proses perpindahan nilai tambah dari *input* menjadi *output* dalam sistem produksi modern selalu melibatkan komponen-komponen struktural dan fungsional.

Ada beberapa karakteristik mengenai sistem produksi (Vincent Gaspersz, 2004:6): 1) Mempunyai komponen-komponen atau elemen-elemen yang saling berkaitan satu sama lain dan membentuk satu kesatuan yang utuh. Hal ini berkaitan dengan komponen struktural yang membangun sistem produksi itu hal paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis; 2) Mempunyai tujuan yang mendasari keberadaannya yaitu menghasilkan produk (barang dan atau jasa) berkualitas yang dapat dijual dengan harga kompetitif dipasar; 3) Mempunyai aktivitas berupa proses perpindahan nilai tambah *input* menjadi *output* secara

efektif dan efisien; 4) Mempunyai mekanisme yang mengendalikan pengoperasiannya, berupa optimalisasi pengalokasian sumber-sumber daya.

Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi. Orang atau badan yang melakukan kegiatan produksi disebut dengan produsen. Berdasarkan pengertian tersebut maka produksi mengandung dua hal pokok yaitu menciptakan nilai guna dan menambah nilai guna. Sebuah produksi didukung oleh beberapa faktor diantaranya: 1) Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh alam yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam usahanya mencapai kemakmuran antara lain yaitu lingkungan alam, lahan, maupun kekayaan yang terkandung didalam tanah; 2) Sumber daya manusia merupakan kemampuan (daya) atau usaha manusia berupa jasmani maupun rohani yang digunakan untuk meningkatkan guna suatu barang. Menurut kualitasnya, sumber daya manusia dapat dibedakan menjadi tiga yaitu tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terlatih, serta tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih; 3) Sumber daya modal merupakan alat atau barang hasil produksi yang dipakai sebagai sarana untuk menghasilkan barang. Modal ini dibeli tidak oleh konsumen melainkan oleh produsen. Modal tidak harus berupa uang. Modal dapat berupa barang yang dihasilkan. Barang-barang modal disebut juga alat-alat produksi, antara lain gedung, mesin, dan bahan dasar yang digunakan dalam proses produksi; 4) Keahlian juga berpengaruh dalam produksi karena merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan proses produksi. Keahlian atau keterampilan individu penting untuk mengoordinasikan dan mengelola faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa; 5) Proses produksi merupakan proses yang dimana harus dilewati dalam memproduksi

barang atau jasa. Ada proses produksi yang membutuhkan waktu lama, misalnya dalam pembuatan gedung pencakar langit, pembuatan pesawat terbang, dan pembuatan kapal, serta lain-lainnya. Kualitas produk ditentukan oleh atribut produk. Atribut produk adalah unsur-unsur yang paling dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Fandy Tjiptono, 2001:103). Fandy Tjiptono dalam strategi pemasaran menyatakan atribut produk itu sendiri meliputi merek, kemasan, label, jaminan (garansi), pelayanan, dan hal-hal lain yang terkait. Menurut Saputra, Waluyo, & Listyorini, (2014) berpendapat bahwa “kualitas produk sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk dan selanjutnya menentukan keputusan pembelian atas produk yang dipilih tersebut” . Bagi perusahaan, kualitas produk juga berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran produk. Untuk memuaskan konsumen maka, produsen di dalam pembuatan produk harus berkualitas sehingga konsumen merasa puas, dengan demikian konsumen akan membeli. Menurut Garvin (Fandy Tjiptono dan Anastasia, 2001:27) dalam jurnal (Saputra et al., 2014:5) bahwa kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan untuk menentukan dimensi kualitas barang, terdapat delapan dimensi, yaitu :

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

- e. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. *Serviceability*, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

## 2.6 Standarisasi

### 2.6.1 Lahirnya Standarisasi dalam Dunia Industri

Lahirnya standarisasi dalam dunia industri merupakan suatu keutuhan yang tidak dapat dielakkan. Dalam dunia industri kebutuhan standarisasi pertamanya diterapkan didalam pabrik mobil *Ford* pada permulaan abad ke -20. Henry Ford adalah tokoh utama yang menerapkan standarisasi dalam produksi mobil *Ford* model T yang sangat populer pada permulaan abad ke-20 yang menyebabkan industri mobil berkembang dengan sangat pesat. Prinsip produksi mobil Ford seperti itu memerlukan standar-standar tertentu sehingga waktu dan tenaga yang diperlukan untuk membuat sebuah mobil sangat dipersingkat. Efisiensi-efisiensi dalam proses produksi mobil *Ford* tersebut terkenal dengan Fordisme yang dipopulerkan oleh Antonio Gramsci. Fordisme merupakan anak dari revolusi industri abad ke-20 yang bukan saja melahirkan produk-produk murah dan bermutu dengan cepat dan efisien, tetapi juga telah melahirkan kelompok kaum buruh yang ternyata dapat diberdayakan untuk meningkatkan taraf hidupnya sendiri (H.A.R. Tillar:35).

Fordisme telah lahir dari pandangan perlu adanya efisien dalam manajemen produksi. Konsep ini dilahirkan oleh ahli manajemen E.W. Taylor dengan

*scientific management*-nya ke-20 telah menghasilkan revolusi dunia industri modern. Pandangan *scientific modern* pada akhirnya bukan hanya diberlakukan di dalam dunia industri tetapi juga di dalam bidang-bidang kehidupan lainnya termasuk dalam pengelolaan sistem pendidikan. *Scientific management* bukan hanya memerlukan pengelolaan yang berdasarkan pada ilmu pengetahuan tetapi juga memerlukan pengetahuan serta ketrampilan yang khusus dari para pengelola (H.A.R. Tillar:35).

### **2.6.2 Pengertian Standarisasi**

Dalam suatu kegiatan olahraga maupun non olahraga, perlu adanya sebuah sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan olahraga, dalam setiap kejuaraan olahraga memerlukan sebuah peralatan maupun sarana dan prasarana yang memenuhi kriteria keabsahan atau biasanya disebut dengan standarisasi. Standar merupakan dokumen yang dibuat secara konsensus dan ditetapkan oleh lembaga berwenang (BSN, 2000). Standarisasi merupakan keadaan ideal atau tingkat pencapaian tinggi dan sempurna, yang dipakai sebagai batas penerimaan minimal (*Clinical Practice Guideline*, 1990). Menurut H. A. R. Tillar, n.d:47 mengatakan bahwa standarisasi merupakan suatu pengejawantahan dari paham "*all can be measured*" segala sesuatu dapat diukur. Karena segala sesuatu dapat diukur maka akan tercapai efisiensi dan diketahui kualitas suatu benda atau pun suatu servis. Standar merupakan aturan yang harus disepakati bersama, sehingga standarisasi merupakan sebuah standar yang harus dibuat dan harus disepakati bersama.

Dalam sebuah standarisasi berperan menjadi regulasi yang ketat untuk memberikan kenyamanan bagi masyarakat yang ada, dikarenakan agar semua lingkup transaksinya terjaga. Ada beberapa syarat suatu standar yang baik

dipandang cukup penting antara lain: 1) Bersifat jelas, berarti dapat diukur dengan baik, termasuk ukuran terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi; 2) Mudah dimengerti: Suatu standar yang tidak masuk akal, bukan saja akan sulit dimanfaatkan tetapi juga akan menimbulkan frustrasi para profesional; 3) Mudah dipahami dan mengerti: suatu standar yang tidak masuk dapat dimengerti juga akan menyulitkan tenaga pelaksana; 4) Dapat dipercaya: Tidak ada gunanya menentukan standar yang sulit karena tidak akan mampu tercapai. Karena itu sering disebutkan, dalam menentukan standar, salah satunya syarat yang harus terpenuhi adalah harus sesuai dengan kondisi organisasi yang dimiliki; 5) Absah: berarti ada hubungan yang kuat dan dapat di demonstrasikan antara standar dengan sesuatu yang diwakilinya; 6) Menyakinkan: mewakilkan persyaratan yang ditetapkan apabila terlalu rendah akan menyebabkan persyaratan menjadi tidak berarti; 7) Mantap, Spesifik, dan Eksplisit berarti dengan adanya standarisasi tidak berpengaruh oleh perubahan waktu, bersifat khas dan *gambling*.

Sehingga dalam peralatan woodball memiliki standarisasi yang meliputi standarisasi IWbA (Indonesia *Woodball Association*) yang termasuk standarisasi dalam cakupan Nasional dan standarisasi IWbF (*International Woodball Federation*) dalam cakupan internasional.

### 2.6.3 Standarisasi Peralatan

Peralatan olahraga woodball terdiri dari: bola, mallet (pemukul) dan *gate* (gawang). Pelengkapan yang digunakan harus sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan oleh *International Woodball Federation* (IWbF) yaitu

Tabel 2. Ukuran mallet, *gate* dan bola berdasarkan IWbF

bagian	Ukuran Gate	bagian	Ukuran Gate	Bagian	Ukuran Bola
b k	800 gr	t b	20,5± 0,5 cm	d b	9,5±0,2 cm



Tabel 2. (lanjutan)

Bagian	Ukuran Gate	bagian	Ukuran Gate	bagian
p m	85±15cm	d b	6,7± 0,2 cm	b b
p km	21,5± 0,5cm	d ba	6 cm	
d em	3,5± 0,1cm	t ba	15± 0,5 cm	
Dk	6,6± 0,2 cm	p be	29 cm	
Tk	3,8 ±0,1 cm			

ket:

bk : Berat Kotor

t b : Tinggi botol

d : Diameter bola

pm : Panjang mallet

d b : Diameter Botol

bb : Berat bola

d em : Diameter ekor mallet

d ba : Diameter Bandul

dk : Diameter karet

p be : Panjang besi

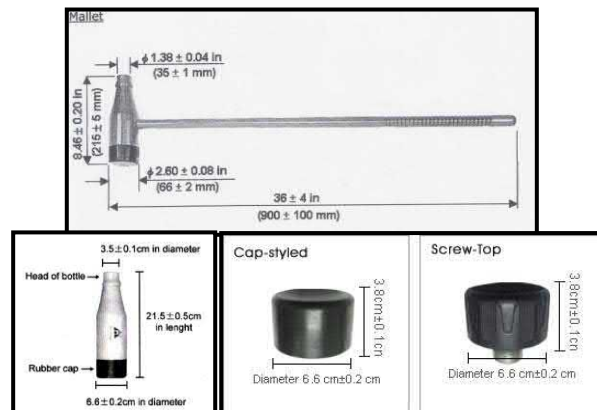
tk : Tinggi karet

pkm : Panjang kepala mallet

Sumber: <http://iwbf-woodball.org/en/2-2.php>

### 2.6.3.1 Standarisasi Mallet (*stick*)

Mallet merupakan peralatan yang berbentuk palu yang memiliki fungsi untuk memukul bola dan menghantarkan bola menuju ke arah gate atau gawang. Menurut Kriswantoro (2015:5) berpendapat bahwa "Mallet terbuat dari kayu berbentuk T dengan berat kotornya sekitar 800 gram. Panjang mallet adalah 90 cm (terdiri dari pegangan dan kepala berbentuk botol). (lihat gambar 2.2). Kepala mallet berbentuk botol berukuran panjang 21,5 cm; selisih +/- 0,5 cm. Dasarnya ditutup dengan topi karet dengan garis tengah topi (diameter) 6,6 cm; selisih +/- 0,2 cm, untuk dasarnya setebal 1,3 cm, selisih +/- 0,1 cm; tinggi 3,8 cm; selisih +/- 0,1 cm, dan ketebalannya dinding luarnya 0,5 cm". (lihat gambar 2.3). Biasanya untuk kenyamanan pengguna mallet (*stick*) di bagian ujung atau garis berbentuk tersebut di berikan grip atau biasa disebut dengan blebet, agar pemain saat menggunakan mallet (*stick*) merasa nyaman dan layak saat digunakan. Selain itu , ukuran mallet yang digunakan bisa disesuaikan berdasarkan postur tubuh. Agar penggunaannya merasakan kenyamanan saat menggunakan mallet.



Gambar 2. Mallet dan karet  
(Sumber: Kriswanto, 2015)

### 2.6.3.2 Standarisasi Bola

Bola woodball berbentuk bulat dan terbuat dari kayu alami. Bola ini bergaris tengah (berdiameter) 9,5 cm dan berat sekitar 350 gram + 60 gram (D. Soetrisno, 2015:19). Pada permukaan bola dapat diberi tanda nomor, angka dan lambang woodball. Bentuk dan spesifikasi bola selain itu peneliti menambahkan bahwa untuk ukuran bola harus disesuaikan dengan mallet (*stick*) dan postur tubuh agar waktu saat bola dipukul dengan mallet, bola akan melaju dan berhenti sesuai target. Selain itu, untuk menjaga kualitas dan komposisi bola yang terbuat dari kayu. Sebaiknya, bola selesai digunakan lebih baik direndam dengan air, agar kualitas dan komposisi bola tetap terjaga. (lihat gambar 2.4).



Gambar 3. Bola woodball  
(Sumber: <http://iwbf-woodball.org/en/2-4.php>)

### 2.6.3.3 Standarisasi Gate

Gawang woodball atau biasanya disebut dengan *gate* merupakan tempat untuk berakhirnya sebuah permainan dalam setiap lapangan, peralatan ini berbentuk seperti botol. Gawang ini terbuat dari kayu yang menggunakan aksesoris meliputi tongkat besi, kelereng kayu dan 2 selang karet. Gawang ini dibentuk dengan dua botol kayu sebagai tonggakinya, yang ditancapkan/ditanamkan pada permukaan tanah dengan jarak 15 cm (Kriswantoro, 2015:6). Bentuk dan spesifikasi *gate* adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Gate  
(Sumber: [letsplaywoodball.blogspot.com](http://letsplaywoodball.blogspot.com))

## 2.7 Citra Merek

Sebuah perusahaan tidak luput dengan *brand* atau merek yang menjadi sebuah identitas dan ciri khas perusahaan tersebut. Citra merek menurut Kotler dalam Simamora (2003: 37-63) citra merek adalah sejumlah keyakinan tentang merek. Aaker dalam Simamora (2003:96) menyatakan bahwa citra adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara para pemasar. Keller dalam (Sitinjak dan Tumapal, 2005:72), *brand image* adalah sebagai persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan pelanggan dengan merek dalam ingatannya. Menurut Simamora, citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang

dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu. Berdasarkan beberapa uraian pendapat diatas maka disimpulkan oleh peneliti bahwa citra merek merupakan suatu nama produksi yang memiliki kekhasan dalam menjalankan sebuah bisnis yang menghubungkan pelanggan dengan merek untuk mengingatkannya. Ada tiga indikator dari *brand image*, yaitu: 1) Citra perusahaan (*corporate image*) yaitu, sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa. Dengan adanya citra perusahaan yang baik ini membantu orang mengambil keputusan untuk bertransaksi di perusahaan tersebut. Karena sudah percaya dengan reputasi baik itu, tentunya orang tidak membeli hanya satu kali, tetapi dapat berkali-kali; 2) Citra pemakai (*user image*) yaitu, sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa. Citra pemakai merupakan salah satu indikator dari citra merek dan sering menjadi rujukan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Pada kondisi yang menguntungkan, pemakai dari sebuah produk mempunyai peran sangat strategis dalam komunikasi pemasaran; 3) Citra produk (*product image*) yaitu, sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Citra produk dipandang sebagai elemen penting didalam upaya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas yang melekat pada produk merupakan nilai yang akan menjadikan produk memiliki citra yang baik. Sehingga dalam hubungan jangka panjang, nilai dari sebuah produk menjadi sesuatu yang mutlak, karena dengan adanya nilai yang mampu memuaskan inilah yang menjadi landasan konsumen di dalam mengambil keputusan untuk bertransaksi saat ini maupun dimasa mendatang. Citra merek dibangun melalui iklan, kata dari mulut ke mulut, kelompok referensi, selebriti, dan media (R. Mihalcea dan I.

Catoiu, 2008). Produksi woodball sendiri memiliki produksi peralatan merek terkenal yaitu dalam cakupan nasional maupun cakupan internasional yang meliputi: Hui King, Dr. Pat, Jack King dan Three Wood. Menurut Chaudhri & Holbrook (2001:7) dalam jurnal (Upamannyu, Bhakar, & Gupta ,2015) menyarankan bahwa pengaruh merek adalah tanggapan positif konsumen setelah penggunaannya dan diriwatkan bahwa perbedaan antara kepercayaan merek dan pengaruh merek adalah: kepercayaan merek dipandang sebagai proses panjang yang dapat terjadi oleh pemikiran dan pertimbangan pengalaman konsumen. Sedangkan pengaruh merek terdiri dari perasaan impulsif yang dapat terbentuk secara spontan. Pembagian merek tersebut berdasarkan legalisasi dari masing-masing produksi. Peralatan dengan merek Hui king digunakan saat kejuaraan meliputi *Asean Beach Games, World University*, dan semua kejuaraan nasional maupun internasional karena dalam peraturan pertandingan internasional sendiri mengharuskan memakai peralatan sesuai standar *International Woodball Federation* salah satunya adalah Kejuaraan *International Open* dan tanpa pengecualian. Peralatan dengan merek Dr. Path, Jack King dan Three Wood di gunakan saat kejuaraan nasional tetapi tidak semua kejuaraan internasional diperbolehkan untuk menggunakan peralatan tersebut hanya saja dikejuaraan tertentu yang bersifat *open*.

## **2.8 Lisensi Paten**

### **2.8.1 Lisensi**

Lisensi dalam pengertian umum berarti memberi izin. Pemberian lisensi dapat dilakukan jika ada pihak yang memberi lisensi dan pihak yang menerima lisensi, hal ini termasuk dalam sebuah perjanjian. Definisi lain, pemberian izin

dari pemilik barang jasa kepada pihak yang menerima lisensi untuk menggunakan barang atau jasa yang dilisensikan. Lisensi Paten diatur dalam pasal 69 UU No 14 Tahun 2001 tentang paten dimana lisensi diberikan oleh pemegang paten kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi untuk melaksanakan segala perbuatan yang dimaksud pada pasal 16, kecuali diperjanjikan lain dalam jangka waktu tertentu dalam hal ini sesuai dengan isi perjanjian lisensi dan berlaku untuk seluruh wilayah NKRI. Selain itu, untuk melisensikan produk biasanya juga memerlukan biaya. Besaran biaya yang dibutuhkan untuk melisensikan produk bervariasi, bergantung tingkatan lisensinya.

### **2.8.2 Manfaat Lisensi**

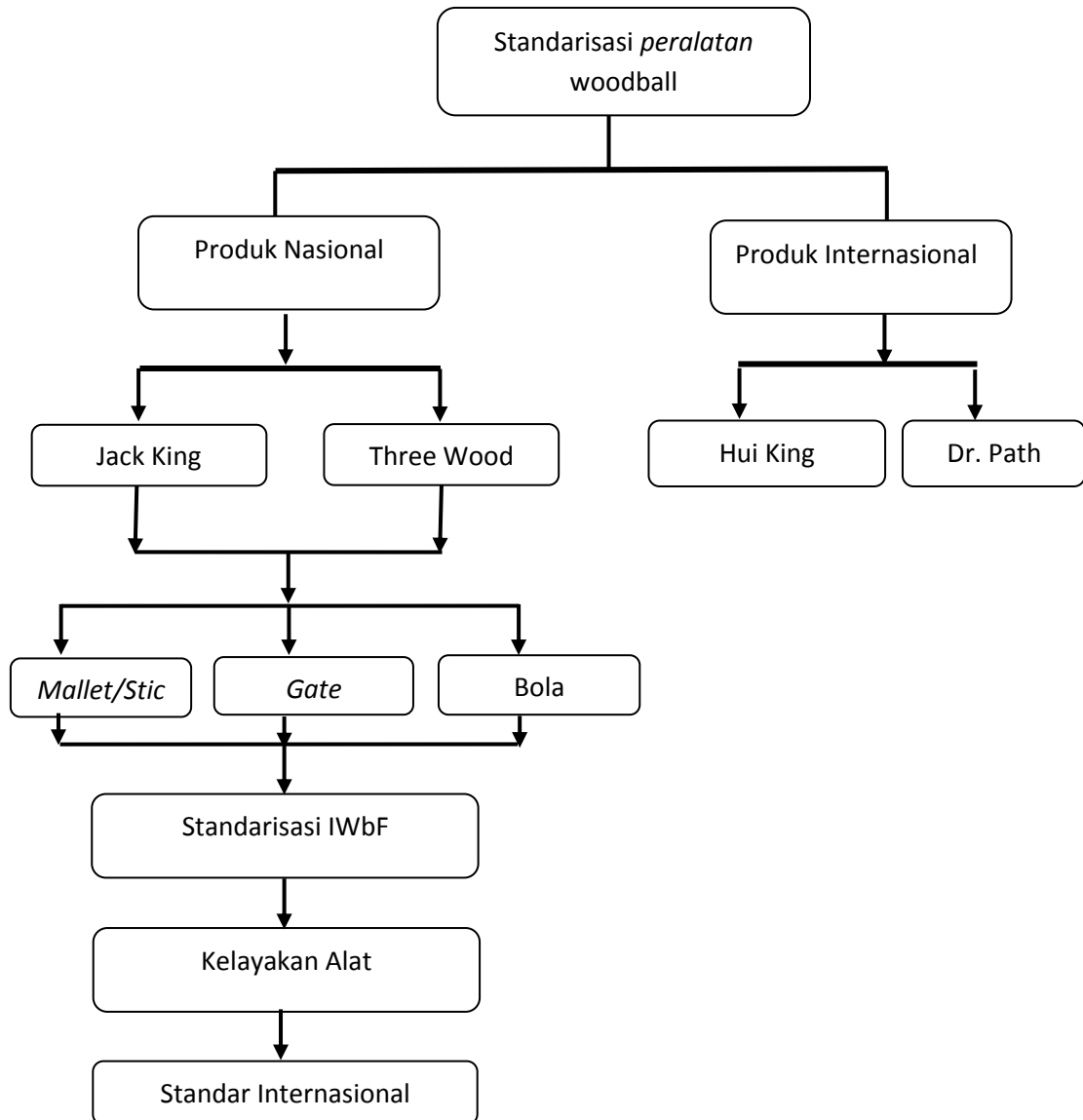
Biasanya lisensi didasari dengan perjanjian lisensi. Perjanjian Lisensi didorong oleh kepentingan bisnis yang memiliki nilai ekonomi. Begitu pula dengan lisensi paten, pihak pemegang lisensi tidak akan mau melakukan perjanjian lisensi sejak awal apabila paten yang akan dilisensikan tidak memiliki nilai ekonomi atau memiliki nilai keuntungan bagi bisnis pemegang lisensi, begitu pula dengan pihak pemegang paten tidak akan mau memberikan patennya kepada pihak lain apabila tidak didasari oleh kepentingan ekonomi atau kemanfaatan bagi pemegang hak paten (Utama Kartika Widya, 2009).

Lisensi paten disisi lain juga beresiko karena dengan memberikan hak penggunaan dan produksi dari sebuah temuan rentan terjadi peralihan teknologi kepada pemegang lisensi tanpa sepengetahuan pemilik hak paten, hal ini tidak dapat dihindari oleh pemegang paten karena dalam melaksanakan lisensi pemilik hak lisensi dapat dengan mudah mempelajari produk teknologi yang dilisensikan kepadanya, oleh karenanya pemegang hak paten memertukan biaya pengganti

yang sesuai atau yang biasa disebut dengan royalti untuk setidaknya mengurangi kerugian apabila terjadi peralihan teknologi yang tidak direncanakan semula.

## 2.9 Kerangka Berpikir

### Susunan Kerangka Berpikir





## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

**5.1.1** Peralatan produksi Jack King yang meliputi bola, *gate*, karet dan mallet sudah memenuhi syarat berdasarkan standar *International Woodball Federation*. Selain itu, produksi peralatan tersebut sudah berlisensi internasional sehingga peralatan tersebut sudah diakui dunia dan memiliki grade B.

**5.1.2** Peralatan produksi Three Wood yang meliputi bola, *gate*, karet dan mallet sudah memenuhi syarat berdasarkan standar *International Woodball Federation*. Akan tetapi, produksi peralatan tersebut belum memiliki lisensi sehingga peralatan tersebut segera memproses perlisensian agar peralatan tersebut bisa digunakan untuk kejuaraan internasional.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan simpulan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

**5.2.1** Kepada pengurus organisasi cabang olahraga woodball, perlu mengadakan sosialisasi tentang woodball dan perlu adanya informasi terkait standarisasi peralatan woodball secara lengkap.

**5.2.2** Kepada para produsen peralatan woodball yang ada di Jawa Tengah khususnya Kabupaten Jepara dan Kabupaten Boyolali. Informasi terkait peralatan perlu dipublikasikan melalui media *online*, meliputi: instagram,

*facebook*, *twitter*, dll). Selain itu, informasi mengenai pemesanan dan pembelian belum memiliki *outlet* atau toko khusus.

**5.2.3** Selaku produksi peralatan woodball, seharusnya untuk perijinan usaha kedua produksi yaitu produksi Jack King dan Three Wood segera di proses . Selain itu, untuk produksi Three Wood sendiri terkait perlisensian segera di proses juga agar peralatan tersebut bisa digunakan pada kejuaraan bergengsi didalam maupun diluar negeri.

**5.2.4** Selaku produksi peralatan woodball di Jawa Tengah yaitu produksi Jack King dan produksi Three Wood, perlu menyediakan *souvenir* atau sejenis miniatur tentang peralatan woodball. Sehingga produksi tersebut menjadi *icon* atau ciri khas pada produksi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Bambang Priyono. 2012. Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*. Desember, 2012: 2088–6802.
- Chang, S. H., & Lee, J. 2017. *Teaching Striking Skills in Elementary Physical Education Using Woodball*. Diambil dari <https://doi.org/10.1080/07303084.2017.1356767>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2018 13.25.
- D.Soetrisno. 2015. *Bermain Woodball*. Semarang, Jawa Tengah: Effhar Offset Semarang.
- Desy Anggar Aditia. 2015. Survei Penerapan Nilai-Nilai Positif Olahraga dalam Interaksi Sosial Antar Siswa di SMA Negeri Se-Kabupaten Wonosobo Tahun 2014/2015. *Jurnal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*. Desember, 2015: 2251-2259.
- Federation, I. W. 2016. *Rules of Woodball & Beach Woodball*. Taipei, Taiwan.
- H. A. R. Tillar. *Standarisasi Pendidikan Nasional Suatu Tinjauan Khusus*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Harsuki. 2003. *Perkembangan Olahraga Terkini : Kajian Para Pakar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- . 2012. *Pengantar Manajemen Olahraga* ed 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hatane Samuel dan Joni Zulkarnain. 2011. *Pengaruh Sistem Manajemen Mutu ISO Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Budaya Kualitas Perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Juli, 2011: 162-176.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 1995. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall International.
- Kotler, P. & Kettler, K.L. 2006. *Marketing Management*, 12<sup>th</sup>. ed. New Jersey: Pearson Education International.
- Kriswanto. 2015. *Teknik Dasar Bermain Woodball*. Semarang, Jawa Tengah: Fastindo.
- Moleong L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Pitts B.G, Fielding, L.W., and Miller. 1994. *Developing a Sport Industry Segmentation Model Sport Marketing Quarterly*. Morgantown, WV: Titness Information Technologi, Inc.
- Rothery Brian. 1997. ISO 9000&ISO 14000. *Industri Olahraga*. Jakarta:PT Gramedia.
- Saputra, D., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. 2014. Effect Of Product Quality , Promotion , and Brand Image On Purchase Decision Of Nike Sports Shoes. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Diambil dari <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2018 pukul 17.49.
- Soedjatmiko. 2017. *Manajemen Olahraga*. Semarang, Jawa Tengah: Fastindo.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Taylor, B. dan. 1975. *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Thaheer, H. 2005. *Sistem Manajemen HACCP*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thesis, M. 2014. *Effect Of Brand Image On Consumer Purchase Behaviour*. Diambil dari [https://projekter.aau.dk/projekter/files/198320070/Master\\_Thesis\\_Egle\\_Petrauskaite.pdf](https://projekter.aau.dk/projekter/files/198320070/Master_Thesis_Egle_Petrauskaite.pdf), diakses pada tanggal 22 Oktober 2018 pukul 19.42.
- Fandy dan Anastasia Diana. 2001. *Total Quality Management*. Edisi keempat. Yogyakarta.
- UNNES. 2014. *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan*. Semarang.
- Upamannyu, N. K., Bhakar, S. S., & Gupta, M. 2015. *Effect of Corporate Image son Brand Trust and Brand Affect*. Diambil dari [dpub.com/articles/effect-of-corporate-image-on-brand-affect.pdf](http://dpub.com/articles/effect-of-corporate-image-on-brand-affect.pdf), diakses pada tanggal 22 Oktober 2018 pukul 16.51.
- Utama Kartika Widya. 2009. Manfaat lisensi paten bagi industri teknologi dan informasi indonesia. *Thesis*. Universitas Diponegoro. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/154285-ID-manfaat-lisensi-paten-bagi-industri-tekn.pdf>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2018 pukul 14.25.

Yipno, Wanhar. 2010. Perbandingan Tekanan Darah Antara Perokok Dan Non-Perokok Di Pondok Pesantren Riyadus Sholihin Al - Amin Kecamatan Mayang Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.

Zulkarnain. Pengaruh Olahraga Futsal Terhadap Produksi Kadar Kreatinin Darah. *Prosiding Seminar Nasional Biology for Life*. Makassar: Jurusan Biologi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Alaudin Makassar, 10 November 2017, pp. 26-30.