

Petunjuk bagi Penulis

1. Artikel belum pernah dimuat dalam media cetak lain, diketik spasi rangkap pada kertas kuarto sepanjang 10-20 halaman, dalam bentuk disket program Microsoft Word (MS) beserta hasil cetakannya (*Print Out*) sebanyak 1 eksemplar. Diserahkan paling lambat 3 bulan sebelum penerbitan berikutnya.
2. Artikel merupakan hasil penelitian atau non-penelitian (gagasan konseptual, kajian teori, aplikasi teori bidang Ilmu Kepeleatihan Olahraga)
3. Artikel ditulis dalam bentuk esai, disertai judul subbab (heading). Peringkat judul subbab dinyatakan dengan jenis huruf yang berbeda:
PERINGKAT **1** (huruf besar semua rata dengan tepi kiri)
Peringkat **2** (huruf besar-kecil dan dicetak tebal)
Peringkat **3** (huruf besar pada awal subbab, dicetak miring dan tebal)

4. Artikel hasil penelitian memuat:

Judul

Nama Penulis

Abstrak(memuat tujuan, metode, dan hasil penelitian: 50 - 75 kata)

Kat-kata Kunci

Pendahuluan (tanpa subjudul, memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, dan rangkuman kajian teoritik)

Metode

Hasil

Pembahasan

Kesimpulan dan Saran

Daftar Pustaka

5. Artikel Non Hasil Penelitian memuat:

Judul

Nama Penulis

Abstrak (50 - 75 kata)

Kat-kata Kunci

Pendahuluan (tanpa subjudul, memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, dan rangkuman kajian teoritik)

Subjudul

Subjudul -- sesuai dengan kebutuhan

Subjudul

Penutup (atau Kesimpulan dan Saran)

Daftar Pustaka

6. Daftar Pustaka hanya mencantumkan sumber yang dirujuk dalam uraian saja, diurutkan alfabetis. Disajikan seperti contoh berikut:

Bompa, Tudor O. 2000. *Total Training for Young Champions*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Martens, Rainer. 2004. *Successful Coaching*. Third edition. Champaign, IL: Human Kinetics.

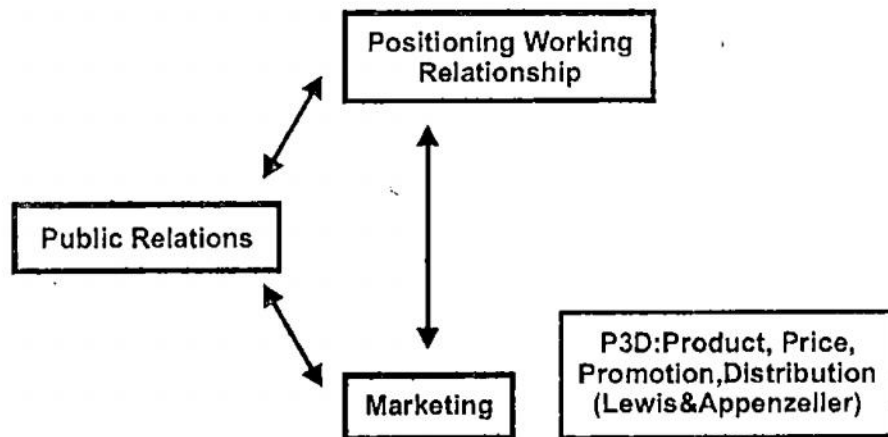
DAFTAR PUSTAKA

- Davis KA. 1994. *Sport Management. Successful Private Sector Bussines Strstegies*. Brown&Benchmark Publisher, Dubugue Iowa.
- Dirjen Dikti. 1999. *Buku Pedoman Pengembangan Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Ditbinlittabnas Dirjen Dikti.
- Haryadi Said dan Siswantoyo. 2005. *Sepak Takraw: Industri Olahraga Masa Depan Propinsi Gorontalo*. Proceeding Industri Olahraga pada Seminar Nasional. Yogyakarta.
- Lewis G & Appenzeller H. 1986. *Successful Sport Management*. The Michie Company Law Publisher. Charlottesville Virginia.
- Parks, Janet B.,DA, Zanger, Beverly,RK.,and Quarterman,Jerome. 1998. *Contemporary Sport Management*. Campaign,II., Human Kinetics.
- Pitts,B.G., Fielding,L.W., and Miller,L.K. 1994. *Industry Segmentation Theory and The Sport Industry.Developing a Sport Industry Segment Model*. *Sport Marketing Quarterly*. 3,1994. (Morgantown,WV:Fitness Information Technology,Inc).
- Ria Lumintuarso, 2005. *Globalisasi Industri Olahraga. Tim Industri Olahraga Kementerian Pemuda dan Olahraga*. Proceeding Industri Olahraga pada Seminar Nasional. Yogyakarta.
- Siswantoyo, Rumpis AS. 2004. *Peningkatan Ketrampilan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Keperawatan Olahraga Melalui Program Magang Kewirausahaan di CV Jamindo Sejahtera Jogja*. Yogyakarta. LPM UNY.
- Siswantoyo. 2005. *Fiberglass: Peluang Industri Olahraga Alternatif Sports Equipment*. Proceeding Industri Olahraga pada Seminar Nasional. Yogyakarta.
- Sudrajat Rasyid. 2005. *Membangun Idustri Olahraga Menuju Negara Industri Yang Keunggulan Kompetitif*. Asdep Bidang Kewirausahaan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Proceeding Industri Olahraga pada Seminar Nasional. Yogyakarta.

Kesimpulan

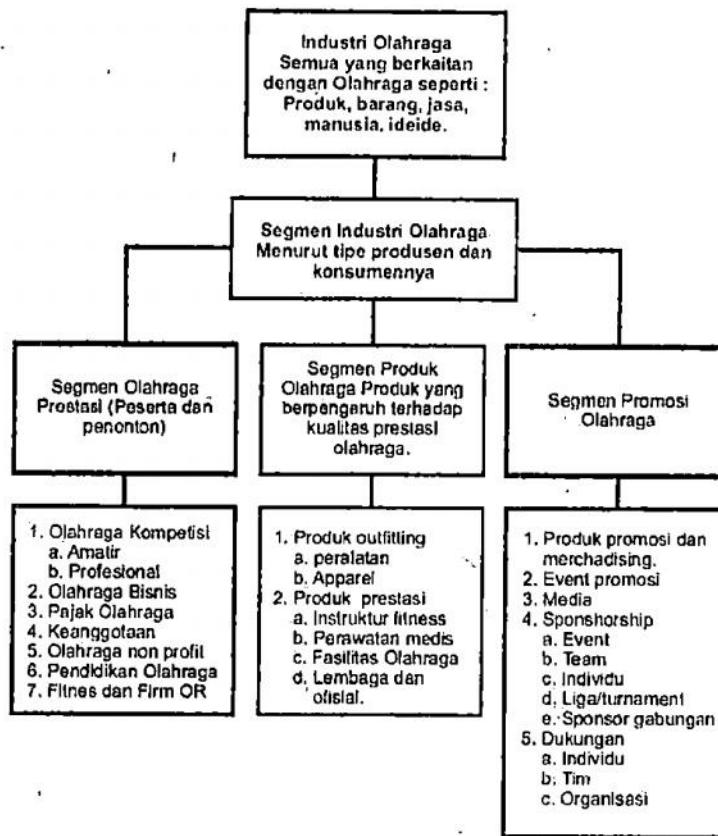
Industri olahraga merupakan peluang bisnis yang masih prospektif di masa sekarang dan masa mendatang. Untuk meraih kesuksesan dalam bisnis maka diperlukan berbagai faktor pendukung yang antara lain: kemampuan untuk mengetahui segmen pasar secara riil, kemampuan manajemen yang profesional, kemampuan marketing yang handal, dan memiliki daya sensitivitas yang tinggi terhadap berbagai hal yang akan terjadi, serta masih banyak hal yang perlu dimilikinya. Bisnis tidak hanya di monopoli oleh orang-orang yang berasal dari ekonomi dan sejenisnya. Namun berkaitan dengan bisnis olahraga yang memiliki peluang sangat prospektif, maka komunitas insan olahraga memiliki peluang yang besar. Mahasiswa prodi PKO yang memiliki spesialisasi cabang olahraga tertentu juga perlu diberikan *second skill* dalam konteks kewirausahaan. Bila *second skill* tersebut diperhatikan, maka mahasiswa prodi PKO akan mampu untuk bersaing dalam dunia industri khususnya industri olahraga.

marketing dan *positioning working relationship*. Dalam marketing ada 4 hal yang perlu diingat yaitu: *product, price, promotion, distribution* (Lewis and Appenzeller). Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4: pola marketing (Lewis & Appenzeller dalam Haryadi S dan Siswantoyo, 2005: 202)

Dengan terciptanya pasar serta terjalannya komunikasi yang baik dengan berbagai sector, maka bisnis tersebut akan memiliki peluang yang lebih besar dalam meraih kesuksesan. Untuk itulah secara internal harus juga di imbangi dengan adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan peningkatan kualitas produksinya, peningkatan promosinya dan distribusi produk ke pelanggan dengan cepat. Dengan kemauan yang kuat dan pantang menyerah maka tujuan yang di inginkan akan tercapai dengan maksimal.



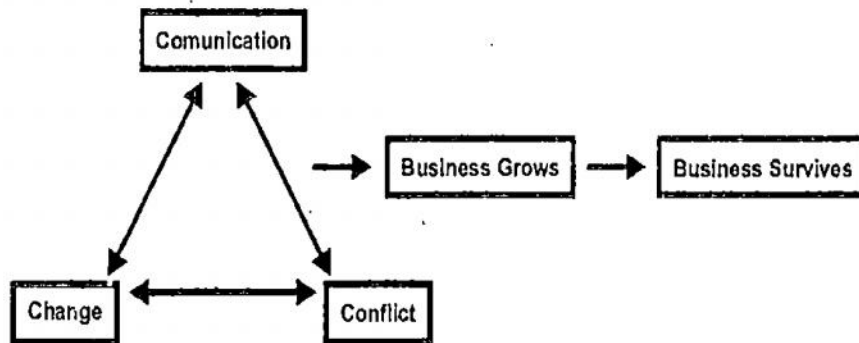
Gambar :The Sport Industry Segment Model
(B.G. Pitts, L.W. Fielding, and L.K.N. Miller, 1994)

Untuk keberhasilan sebuah bisnis industri olahraga, diperlukan beberapa hal yang mendukung ketercapaian tujuan yang diinginkan. Hal tersebut antara lain sensitivitas terhadap lingkungan dan kejadian yang ada, keseriusan dalam kerja, manajemen yang profesional. Dalam aspek pengembangan industri olahraga perlu dukungan *public relations*,

1. **Sport performance** / penampilan olahraga. Segmen ini meliputi bermacam-macam produk, seperti olahraga sekolah, perkumpulan kebugaran, camp olahraga, olahraga professional, dan taman olahraga kota.
2. **Sport Production** / produksi olahraga. Segmen produksi olahraga ini dapat diberikan contoh seperti bola basket, bola tennis, sepatu olahraga, kolam renang, serta perlengkapan olahraga lainnya.
3. **Sport Promotion** / Promosi Olahraga. Segmen ini dapat berupa barang dagangan seperti kaos, atau baju yang berlogo, media cetak dan elektronika, *sport marketing agency*, *sport event organizer*.

Disamping ketiga segmen di atas penulis berasumsi bahwa kecenderungan pada segmentasi oleh Pitts di atas dapat ditambahkan lagi dengan sebuah segmen yang lebih berorientasi pada aset yang tidak nampak (*Intangible asset*) yaitu pelayanan jasa dalam olahraga. Hal ini sesuai dengan definisi yang melibatkan orang dan pemikirannya, seperti konsultan olahraga, wasit dan pelatih olahraga, serta di dalamnya *event organizer*. Dibawah ini dikutipkan model segmen industri olahraga yang dikembangkan oleh Pitts and Miller,(1994) sebagai berikut dalam bagan dibawah ini.

berkualitas, meskipun akan ada sebuah perubahan, namun perubahan tersebut mengarah ke yang lebih baik. setelah dilaksanakannya *triangle* manajemen perubahan ini, diharapkan bisnis akan lebih *survives*. Berikut dapat dilihat gambar pentingnya komunikasi dalam bisnis.



Gambar 2: *Managing Change* (Davis KA,1994: 167)

Bisnis akan lebih survives apabila mampu menguasai berbagai hal, yang antara lain menguasai segmen pasar. Segmen pasar dalam industri olahraga akan diuraikan sebagai berikut dibawah ini.

Segmen Pasar Industri Olahraga

Segmentasi industri olahraga dapat diklasifikasikan melalui berbagai jenis objeknya yaitu: segmen industri olahraga sesuai dengan tipe produknya. Menurut Parks, Zanger and Quarterman,(1998:58) terdapat tiga segmen yaitu:

pendekatan ini juga ada beberapa aspek yang diperhatikan, seperti aspek psikologi, antropologi dan sosiologi sebagai dasar pendekatan behavioral (Davis KA,1994:156).

3. Pendekatan Keilmuan Manajemen. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan pendekatan keilmuan, seperti statistik, matematik, dan lainnya, untuk memperhitungkan segala sesuatu yang bertujuan untuk efisiensi dan efektifitas.
4. Pendekatan sistem (*The system Approach*). Pendekatan ini dibangun atas dasar dari ketiga pendekatan sebelumnya. Diharapkan dengan pendekatan ini upaya untuk identifikasi, analisa, prediksi terhadap keseluruhan sistem dan fungsinya dapat lebih tepat dan akurat sehingga tujuan dapat tercapai dengan lebih sukses.
5. Pendekatan Kontingensi (*The Contingency Approach*). Adanya teori kemungkinan. *There is NO "ONE BEST" ways to manage*, sehingga dalam me-manage segala sesuatu juga harus dicarikan konsep solusi lain yang berbeda, tanpa mengurangi maksud dan tujuan yang diinginkan. Disamping memilih dan melakukan berbagai pendekatan untuk kesuksesan dalam bisnis olahraga, kiranya juga perlu dibangun sebuah komunikasi yang baik dengan berbagai pihak.

Langkah melalui jalur komunikasi mampu memecahkan adanya sebuah konflik bisnis, sehingga akan didapatkan konsep solusi yang lebih

yang ditawarkan pada publik berkaitan dengan olahraga (Pitts, Fielding, and Miller, 1994:89). Disamping itu ada beberapa pengertian lain tentang industri olahraga. Sebelum jauh membicarakan tentang hal tersebut diatas, perlu dicermati tiga poin yang berkaitan dengan tumbuh kembangnya industri olahraga yaitu: 1). Di Indonesia terdapat potensi pelaku olahraga dan berbagai ruang lingkup/dimensi keolahragaan yang besar. Ini merupakan salah satu keberhasilan program pemerintah untuk memasyarakatkan olahraga, 2). Terdapat tiga area/sektor bidang garapan yaitu olahraga pendidikan, olahraga rekreasi dan olahraga prestasi, 3). Besarnya peluang tumbuhkembang industri di bidang olahraga.

Dari ketiga area bidang garapan tersebut di atas, maka industri olahraga dapat menembus diberbagai segmen pasar. Untuk meraih dan menguasai segmen pasar dengan baik maka perlu adanya manajemen yang baik dari pelaku bisnis. Pendekatan manajemen dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang antara lain diuraikan di bawah ini:

1. Pendekatan klasikal (*The Classical Approach*). Pendekatan ini lebih memfokuskan penjelasan pada fungsi manajer. Fungsi manajer tersebut antara lain membuat *planning, organizing dan controlling*.
2. Pendekatan perilaku (*The Behavioral Approach*). Pendekatan ini lebih terfokus pada kebutuhan individu dan perbedaannya. Dalam

Peluang Mahasiswa Dalam Industri Olahraga

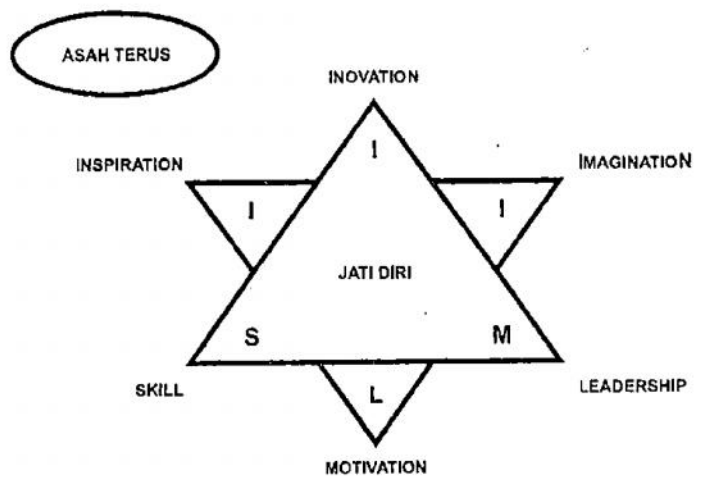
Kemampuan menganalisa dan intelektual yang tinggi mendorong mahasiswa untuk dapat membaca pasar. Dengan kemampuan yang dimiliki tersebut, maka mahasiswa memiliki berbagai peluang dalam industri olahraga. Peluang tersebut antara lain: 1). peluang sebagai pengelola, 2). peluang untuk produksi alat fasilitas olahraga, 3). peluang jasa, 4). konsultan dan lainnya.

Peluang ini dapat dikembangkan berdasarkan kepekaan mahasiswa dalam menganalisa situasi di sekelilingnya. Untuk itulah sensitivitas mahasiswa sangat diperlukan. Untuk mendukung hal tersebut maka mahasiswa perlu tambahan pengetahuan tentang manajemen bisnis dan marketing.

Aspek Manajemen dalam Bisnis Industri Olahraga

Manajemen olahraga diartikan "Setiap kombinasi dari keterampilan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengaturan, pengawasan, penganggaran, kepemimpinan dan penilaian dalam konteks organisasi atau departemen, yang produk atau jasa utamanya terkait dengan olahraga dan pendidikan jasmani" (DeSensi et al, 1990: 78). Sedangkan pengertian Industri olahraga menurut Pitts dkk, adalah "Setiap produk, barang, servis, tempat, orang-orang dengan pemikiran

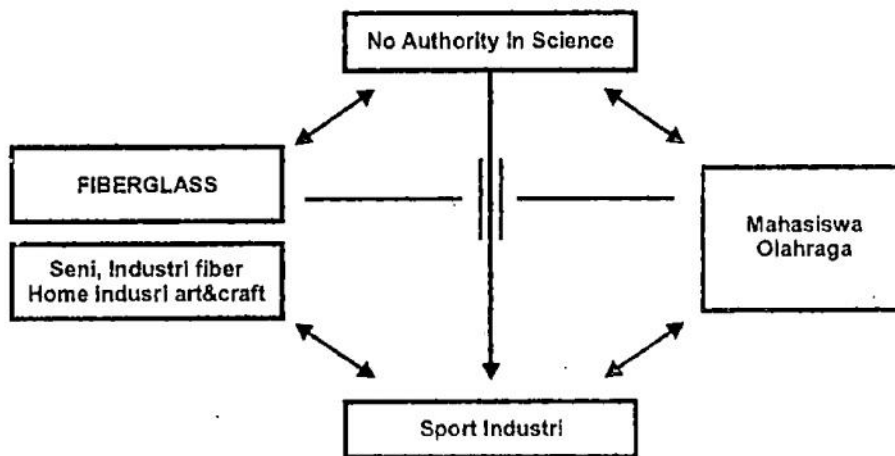
Untuk mewujudkan menjadi insan bisnis yang mumpuni, sebenarnya mahasiswa telah memiliki modal awal yang sangat besar. Sudrajat R (2005: 5) menggambarkan sebagai berikut di bawah ini.



Gambar : potensi individu (Sudrajat R,2005: 5).

Setelah mencermati gambar di atas, maka mahasiswa telah memiliki bekal skill yang baik, motivasi tinggi, jiwa kepemimpinan yang telah terbangun selama studi, inovasi yang tinggi, daya khayal untuk berinspirasi dan berimajinasi. Sensitivitas jiwa bisnis perlu diasah terus dengan berbagai pengalaman lapangan yang ada. Kemampuan tersebut Ji atas sangat mendukung untuk pengembangan dalam menganalisa peluang pasar yang ada.

yang tinggi akan lebih mendongkrak terciptanya bisnis olahraga sebagai sebuah industri. Lebih ditegaskan lagi oleh Siswantoyo (2005: 165) bahwa dengan berlandaskan konsep **"NO AUTHORITY IN SCIENCE"** maka keberanian dan keyakinan untuk dapat mengelola industri olahraga tersebut menjadi sangat kuat. Dicontohkan bahwa fiberglass biasanya dilakukan oleh para seniman patung, mahasiswa seni dan pebisnis yang telah bergerak di bidang tersebut, namun dengan keyakinan ilmu itu tidak ada batas yang membelenggu maka siapapun dapat mempelajari dan menguasainya dengan baik. Berikut dapat dilihat gambaran tentang tidak ada batasan keilmuan yang mendukung industri olahraga.



Gambar 2: Lintas Keilmuan yang tidak ada batas (Siswantoyo,2004)

Berlandaskan pada ilmu itu bukan monopoli bagi yang menekuninya saja, maka siapapun dapat mengembangkan sesuai dengan *interest* nya.

Setelah melihat dan mencermati tabel di atas, maka peluang pengembangan industri olahraga sangat terbuka luas. Hal ini menjadi tantangan mahasiswa prodi PKO untuk melakukan pengembangan *skill* dan potensi yang dimilikinya.

Potensi Mahasiswa Prodi PKO dalam Bisnis Olahraga

Pangsa pasar industri olahraga masih sangat luas dan belum sepenuhnya tergarap dengan baik. Menurut Siswantoyo (2005: 162) Orang yang mengerti banyak dengan olahraga antara lain pelaku olahraga, pemerhati olahraga dan lainnya termasuk mahasiswa olahraga. Mahasiswa dari Fakultas Ilmu Keolahragaan disamping memiliki ketrampilan berolahraga dan melatih yang baik, juga akan mampu menjadi wirausahawan yang tangguh dan trengginas. Mengingat kesempatan kerja disektor formal sudah semakin terbatas, maka perlu diupayakan pengembangan disektor nonformal seperti kemampuan kewirausahaan mahasiswa, sehingga mereka mampu untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. Berawal dari hal tersebut diatas maka diharapkan akan muncul wirausahawan muda yang tangguh dan berbakat serta memiliki kecakapan dan kemampuan intelektual yang tinggi. Sehingga diharapkan akan dapat mendongkrak dan mampu bersaing dengan produk-produk dari luar negeri. Dengan potensi dari mahasiswa olahraga

dunia. Untuk itu bagaimana potensi ini dapat digali sebagai pijakan dalam menjalankan industri olahraga.

Pengembangan Potensi Industri Olahraga

Mengacu dari berbagai uraian tentang orientasi industri olahraga dan klasifikasi segmentasi serta ciri-ciri yang terkandung dalam aktivitas olahraga maka dapat disusun sebuah tabel potensi industri olahraga di Indonesia yang dapat dikembangkan sebagai kegiatan industri seperti di bawah ini:

Tabel 1: Pengembangan Potensi Industri Olahraga (Lumintuarso R, 2005:12)

Faktor /RL	Pendidikan	Rekreasi	Prestasi
Partisipasi	<ul style="list-style-type: none"> - kurikulum - ekstrakurikuler - club sekolah - PPLP & PPLM 	<ul style="list-style-type: none"> - Sehat & Kebugaran - Outdoor Activity - Pemasalan - OR Tradisional - Sport turism 	<ul style="list-style-type: none"> - atlit elite - club olahraga
Tools	<ul style="list-style-type: none"> - guru penjasor - pelatih - organisator - perwasitan - sarana prasarana - manajemen event - buku pedoman - TI 	<ul style="list-style-type: none"> - Instruktur - Manajemen event - Sarana prasarana - Buku pedoman - TI 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatih - Perwasitan - Manajemen event - Buku kepelatihan - Organisator - TI
Publik	<ul style="list-style-type: none"> - Siswa - Orang tua - Simpatisan OR 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat OR
Media	<ul style="list-style-type: none"> - Media cetak - Media elektronik 	<ul style="list-style-type: none"> - Media cetak - Media elektronik 	<ul style="list-style-type: none"> - Media cetak - Media elektronik
Partner	<ul style="list-style-type: none"> - Sponsor - Pemerintah - NGO - Broad casting 	<ul style="list-style-type: none"> - Sponsor - Pemerintah - NGO - Broad casting 	<ul style="list-style-type: none"> - Sponsor - Pemerintah - NGO - Broad casting

- a. **Universalitas;** Keluasan khalayak pelaku olahraga yang tidak terbatas pada; geografis, status sosial ekonomi, ras, suku, agama, kondisi jasmani, dsb membuat olahraga berada dimana manusia ada dan sejak manusia ada.
- b. **Entertainment;** Olahraga sebagai kegiatan masyarakat luas memiliki daya tarik yang menakjubkan ketika dilaksanakan dengan orientasi dan tujuan yang sesuai dengan sifat manusia sebagai *homoludens*. Kelebihan sifat ini membuat hampir seluruh media menyediakan ruang khusus untuk olahraga. Bagi media olahraga memiliki sifat ganda yaitu sebagai berita dan sebagai hiburan. Sementara masyarakat dengan berbagai motivasinya melaksanakan dan menyaksikan kegiatan olahraga untuk mendapatkan kesehatan, prestasi, hiburan, relasi, dan sebagainya.
- c. **Image;** Tidak pelak olahraga secara alami merupakan kegiatan gerak dinamis manusia yang memiliki citra positif. Bahkan banyak negara di dunia yang menggunakan olahraga sebagai alat pemersatu bangsa, perdamaian, persahabatan, pembangunan karakter, dan penggalian tradisi luhur sebuah bangsa.

Dengan ciri-ciri di atas dapat dibayangkan betapa besar potensi olahraga untuk menjadi sebuah aktivitas global di dalam perkembangan

dikembangkan. Untuk itulah kajian tentang peluang industri olahraga bagi mahasiswa prodi PKO masih perlu diungkap.

Pembahasan

Olahraga merupakan aktivitas fisik yang dapat dilakukan oleh siapapun dan dalam kondisi apapun. Saat ini olahraga telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan oleh banyak orang. Dengan menjamurnya olahraga di berbagai kalangan, hal ini berkontribusi positif terhadap perkembangan industri yang bergerak di bidang olahraga. Seiring majunya paradigma sehat tanpa obat, maka olahraga telah masuk pada tataran perkembangan global. Hal tersebut memberikan peluang potensi industri olahraga di era globalisasi.

Potensi Industri Olahraga Di Era Globalisasi

Seiring dengan pola orientasi dunia baru yang dicirikan oleh akselerasi perkembangan teknologi yang pesat terutama teknologi informasi dan berbagai gaya hidup yang membaaur serta trend dunia maka globalisasi muncul sebagai keniscayaan yang terjadi diseluruh aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi dan industri. Olahraga yang telah disepakati sebagai sebuah kegiatan industri memiliki potensi yang besar untuk bergabung dalam situasi globalisasi dengan ciri-ciri olahraga sebagai berikut:

upaya menyelipkan pemahaman kewirausahaan dalam pendidikan perguruan tinggi (DPPPM,1993:3).

Untuk menghadapi perdagangan bebas dan untuk recovery perekonomian nasional, pendidikan tinggi merasa terpanggil untuk turut menciptakan SDM yang memiliki karakter *entrepreneur* dan mandiri serta menguasai IPTEKS. Selanjutnya akan mampu mendorong tumbuh kembangnya usaha kecil dan menengah yang sanggup menghasilkan barang produksi atau jasa yang berkualitas tinggi, memenuhi standart nasional dan internasional khususnya dibidang olahraga. Dalam rangka menumbuhkembangkan usaha kecil dan menengah kiranya perlu dipersiapkan sumber daya manusia dari kalangan pelaku dan pecinta atau pemerhati olahraga yang siap pakai.

Mahasiswa merupakan aset potensial yang dapat dikembangkan secara maksimal. Olahraga memiliki peluang untuk dapat dilakukan di berbagai lingkungan. Ruang lingkup olahraga yang dapat digarap sebagai pasar dalam bisnis olahraga antara lain; 1)olahraga pendidikan, 2). Olahraga rekreasi, dan 3) olahraga prestasi. Dengan luasnya ruang lingkup dan keberhasilan pemasaran olahraga akan sangat mendukung tercapainya bisnis olahraga. Namun sampai saat ini bisnis olahraga yang dimotori oleh mahasiswa dari fakultas ilmu keolahragaan khususnya mahasiswa program studi pendidikan kepelatihan masih perlu

bidang olahraga. Fakultas Ilmu Keolahragaan merupakan salah satu bagian dari lembaga pendidikan yang memiliki visi dan misi dalam pengembangan olahraga, baik yang bersifat pendidikan, rekreasi maupun prestasi. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta memiliki 3 jurusan, salah satunya adalah jurusan pendidikan kepelatihan dengan program studi pendidikan kepelatihan olahraga. Dalam program studi tersebut mengembangkan berbagai cabang olahraga yang antara lain: sepak bola, bolavoli, bola basket, softball, tenis meja, tenis lapangan, karate, taekwondo, pencak silat, judo, renang, atletik, anggar, senam dan lainnya. Dilihat dari animo mahasiswa di prodi PKO yang cukup tinggi, maka terdapat peluang untuk menggarap cabang olahraga yang beraneka ragam tersebut menjadi sebuah industri atau bisnis olahraga. Disamping misi prodi PKO untuk mencetak pelatih yang profesional dibidangnya, maka juga terdapat peluang untuk pengembangan *second skill* bagi mahasiswa yaitu bisnis olahraga. Dalam bisnis olahraga sangat luas cakupannya. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka kajian tentang peluang mahasiswa prodi PKO untuk menggarap industri atau bisnis olahraga perlu untuk diungkap.

Banyak lulusan perguruan tinggi yang diambil oleh pihak perusahaan besar dan diperuntukkan pada industri yang besar dari pada di industri kecil. Kondisi ini lebih dipertajam lagi oleh terlampau sedikitnya

PELUANG MAHASISWA PRODI PKO DALAM PERSPEKTIF INDUSTRI OLAHRAGA

Oeh:
FAUZI

(Dosen Jurusan Pendidikan Kepeleatihan FIK UNY)

fauzi@uny.ac.id

Abstrak

Makalah ini bertujuan untuk mengungkap peluang mahasiswa Prodi PKO dalam perspektif industri olahraga. Olahraga saat ini telah mulai menjadi kebutuhan hidup, yaitu untuk tetap bugar dan meningkatkan derajat sehat. Semakin banyak pelaku olahraga maka akan semakin besar peluang bisnis di dunia olahraga. Kebutuhan akan sarana prasarana olahraga semakin meningkat tajam, kebutuhan informasi olahraga terkini semakin tinggi, dan sebagainya. Mahasiswa prodi PKO disamping memiliki ketrampilan khusus, juga memiliki tambahan skill yang masih perlu dimaksimalkan. Second skill dalam bisnis olahraga perlu ditumbuhkembangkan di prodi PKO. Untuk menjadi pebisnis dalam industri olahraga maka mahasiswa perlu mengetahui berbagai aspek yang berkaitan dengan bisnis olahraga. Aspek tersebut antara lain; mengerti segmen pasar, jenis produk unggulan, aspek manajemen bisnis, mahir dalam komunikasi, dan lainnya. Disisi lain dalam upaya mencapai survive dalam bisnis mahasiswa juga perlu meningkatkan sensitivitas terhadap berbagai hal. Sehubungan dengan peluang bisnis dalam industri olahraga yang memiliki prospektif ke depan maka peningkatan second skill bagi mahasiswa prodi PKO perlu ditindaklanjuti dan dilaksanakan.

Kata kunci: peluang, bisnis, industri olahraga, mahasiswa

Olahraga telah mulai merambat ke urat nadi masyarakat untuk dimanfaatkan bagi kebugaran tubuh dan kesehatan. Berdasarkan pilar olahraga dibagi menjadi 3 yaitu olahraga pendidikan, olahraga rekreasi dan olahraga prestasi. Agar olahraga lebih mampu tumbuh berkembang maka diharapkan ada lembaga pendidikan yang memfokuskan pada

ISSN 0216-4493

JORPRES

(JURNAL OLAHRAGA PRESTASI)

CITIUS – ALTIUS - FORTIUS

Volume 3, Nomor 1, Januari 2007

Terbit dua kali setahun, bulan Januari dan Juli, berisi ringkasan hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian teori, aplikasi teori di bidang Ilmu Kepeleatihan Olahraga

Ketua Penyunting:

Putut Marhaento, M.Or.

Wakil Ketua Penyunting:

Herwin, M.Pd.

Penyunting Ahli:

Prof. Dr. Harsuki (Universitas Negeri Jakarta)

Prof. Dr. H. Jumhan Pida (Universitas Negeri Yogyakarta)

Prof. Dr. Furchon Hidayatullah (Universitas Negeri Surakarta)

Dr. Setyo Nugroho (Universitas Negeri Yogyakarta)

Dr. dr. BM. Wara Kushartanti (Universitas Negeri Yogyakarta)

Herman Subardjah, M.Si. (Universitas Pendidikan Indonesia Bandung)

Penyunting Pelaksana:

Dr. Sukadiyanto

Djoko Pekik Irianto, M. Kes.

Agung Nugroho, M.Si.

Pelaksana Tata Usaha:

Devi Tirtawirya, M. Or.

Agus Suprianto, M. Si.

Awan Hariono, S. Pd.

Danardono, S. Pd.

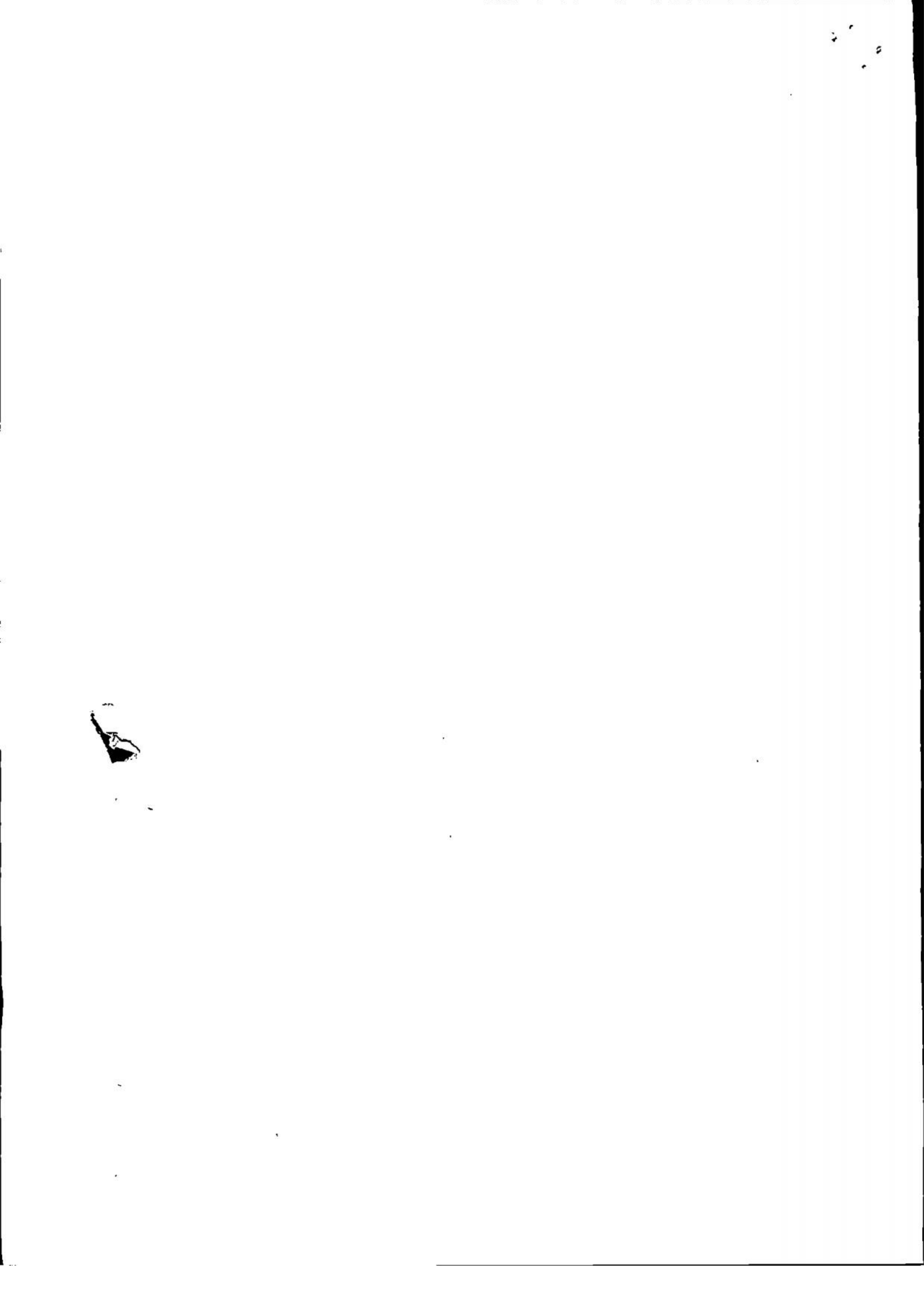
Joko Purwoko, S.T.

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Jurusan Pendidikan Kepeleatihan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta, Jl. Kolombo No. 1, Yogyakarta. 55281. Telepon/Fax: (0274)-513092. Alamat e-mail: jorpres_pkouny@yahoo.com.

Nomor Rekening BNI Taplus: 228.007027469.901, a.n. Endang Rini Sukamti.

JURNAL OLAHRAGA PRESTASI diterbitkan oleh Jurusan Pendidikan Kepeleatihan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. **Pembina:** Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. **Penanggung Jawab:** Ketua Jurusan Pendidikan Kepeleatihan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

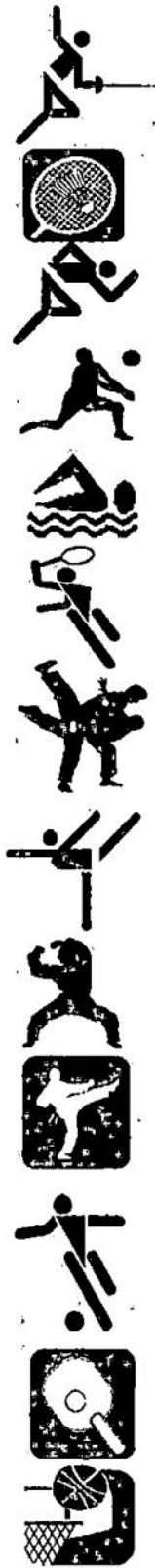
Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah dimuat dan diterbitkan dalam media cetak lain. Naskah diketik dengan spasi rangkap pada kertas kuarto, panjang 10-20 halaman sebanyak 1 (satu) eksemplar (lebih lanjut baca petunjuk bagi Penulis pada sampul dalam belakang). Naskah yang masuk dievaluasi oleh Penyunting ahli, Penyunting dapat melakukan perubahan pada tulisan yang dimuat untuk keseragaman format, tanpa mengubah maksud dan isinya.



Sdh Ouplora

Volume 3, Nomor 1, JJanuari 2007


ISSN 0216 - 4493



JORPRES

[JURNAL OLAH RAGA PRESTASI]

CITIUS ALTIUS FORTIUS



JURUSAN PENDIDIKAN KEPELATIHAN
FAKULTAS ILMU KEOLAH RAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

ISSN 0216-4493

770216 449306