



Analisis SWOT Pemasalan Olahraga *Fullball*

Fauzan Zufar Athallah^{1*}, Hijrin Fitroni², Himawan Wismanadi³,
Mokhamad Nur Bawono⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Lidah Wetan, Lidah Wetan, Kec Lakarsantri, Surabaya, Jawa Timur 60213

Korespondensi penulis: Fauzan.21077@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *Fullball* is one of the new sports that has gained a lot of attention from the public. *Fullball* combines several well-known ball sports such as basketball, futsal and handball. The development of *Fullball* sports is currently influenced by the marketing of *Fullball* sports to the public, so the right strategy is needed to introduce *Fullball* sports. This research was conducted with the objective of conducting a SWOT analysis to see the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats through the Major League competition as an activity to introduce the new sport of *Fullball* to the wider community, efficiently, and sustainably. The components analysed include quantitative data through interviews and the author's involvement in *Fullball* sports. The results showed that the main strengths of *Fullball* are its uniqueness as a new sport and the strong support from brand sponsors and the government in the implementation of the competition. However, weaknesses include the lack of a solid sports ecosystem, limited facilities and accessibility, and limited resources. In addition, opportunities that can be utilized include the trend of exploring new sports among young people, active use of social media, and the potential for strategic cooperation with various parties. Meanwhile, threats that need to be anticipated are financial instability and low levels of participation from players and audiences. The conclusion of this study emphasizes the importance of strategies that maximize strengths and opportunities, as well as address weaknesses and anticipate threats to support *Fullball*'s marketing success at the national level.

Kata Kunci: SWOT Analysis, *Fullball*, Sports marketing, Major League

Abstrak. Olahraga *Fullball* menjadi salah satu olahraga baru yang telah mendapatkan perhatian luas dari masyarakat. Permainan *Fullball* menggabungkan beberapa olahraga berbasis bola yang terkenal seperti basket, futsal, dan *handball*. Perkembangan olahraga *Fullball* saat ini dipengaruhi oleh pemasalan olahraga *Fullball* kepada masyarakat luas, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk memperkenalkan olahraga *Fullball*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melakukan analisis SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui kompetisi *Major League* sebagai kegiatan pemasalan olahraga baru *Fullball* kepada masyarakat lebih luas, efisien, dan berkelanjutan. Komponen yang dianalisis meliputi data kuantitatif melalui wawancara dan keterlibatan penulis dalam olahraga *Fullball*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kekuatan utama *Fullball* terletak pada keunikannya sebagai olahraga baru serta dukungan kuat dari sponsor *brand* dan pemerintah dalam pelaksanaan kompetisi. Namun, kelemahan yang dihadapi antara lain belum terbentuknya ekosistem olahraga yang solid, keterbatasan fasilitas maupun aksesibilitas, dan rendahnya ketersediaan sumber daya manusia. Selain itu, peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren eksplorasi olahraga baru di kalangan anak muda, penggunaan media sosial yang aktif, dan potensi kerja sama strategis dengan berbagai pihak. Sedangkan ancaman yang perlu diwaspadai adalah ketidakstabilan finansial serta rendahnya tingkat partisipasi dari peserta maupun penonton. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya strategi yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil mengatasi kelemahan serta mengantisipasi ancaman untuk mendukung keberhasilan pemasaran *Fullball* di tingkat nasional.

Kata Kunci: Analisis SWOT, *Fullball*, Pemasalan olahraga, Major League

1. LATAR BELAKANG

Olahraga memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kebugaran fisik dan mencegah berbagai penyakit (Dedy & Noortje, 2022). Di lingkungan mahasiswa atau pelajar, olahraga juga dapat dijadikan sarana yang efektif untuk meningkatkan kerjasama dalam tim dan menumbuhkan rasa semangat dan solidaritas pada kompetisi yang sehat. Di dalam era modern seperti ini, memunculkan inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan pengalaman terutama dalam konsep dunia olahraga. Salah satu inovasi yang telah mendapatkan perhatian luas dari masyarakat adalah olahraga baru yang bernama *Fullball*, sebuah olahraga yang menciptakan tantangan baru dan pengalaman bermain yang unik. Pengadaan olahraga *Fullball* memberikan sebuah akses yang lebih luas pada masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas fisik yang menyenangkan, serta masyarakat akan mendapatkan dan memahami pengalaman baru Di dalam dunia olahraga.

Dalam beberapa tahun dan bulan terakhir ini, di media sosial seperti instagram, tiktok dan sejenisnya, ramai memperbincangkan sebuah olahraga baru dan inovatif yang menggabungkan beberapa elemen dari olahraga berbeda yang dibuat oleh anak bangsa sendiri dan awal mulai dipopulerkan di Jakarta. Olahraga baru ini diciptakan pemuda dari Indonesia oleh Rizky Arief Dwi Prakoso Bersama teman-temannya yaitu, Imam, Timothy, Raihan, Ari, Ilham dan Kirana. *Fullball* ini dimainkan oleh tim dan perhitungan skor sistem poin. Dari pernyataan pada sebuah artikel (Antaraneews.com, 2023) olahraga *Fullball* ini telah mendapat dukungan positif dari Menteri Pemuda dan Olahraga yaitu pak Dito Ariotedjo. Aktivitas fisik ini berinovasi dan menggabungkan olahraga berbasis bola yang terkenal seperti basket, futsal dan *handball*. Olahraga baru ini dinamai dengan nama olahraga “*Fullball*”.

Fullball merupakan sebuah olahraga yang menggabungkan dari ketiga olahraga yang sangat terkenal (basket, futsal, dan *handball*) ketiga olahraga tersebut dijadikan satu dalam olahraga *Fullball*. Olahraga *Fullball* menggunakan gawang sama seperti olahraga futsal tetapi ditambah sebuah target yang terletak di atas mistar gawang yang menjadi pembeda dari olahraga-olahraga yang sudah ada, kegunaan target ini untuk mencetak sebuah poin. Dengan memiliki gaya bermain yang berinovasi dari basket dan futsal, *Fullball* memiliki bola khusus yang didesain berukuran mirip dengan bola voli memiliki kulit hitam sintetik supaya dapat memantul, serta beratnya juga ringan sehingga ideal untuk digunakan dalam permainan *Fullball* (OfficialFullball.com, 2023). Namun, terdapat beberapa kendala yang ada, salah satunya masih sulit menemukan peralatan *Fullball* dimana sekarang perlengkapan seperti target dan bola masih harus memproduksi sendiri dan belum ada dipasaran umum seperti toko olahraga.

Saat ini cukup banyak masyarakat yang sangat antusias dan ingin mencoba permainan olahraga *Fullball* ini. Seiring berjalannya waktu, olahraga *Fullball* ini memberikan perubahan yang signifikan bertumbuh dan berkembang pesat, yang awalnya hanya Jakarta saja, kemudian menyebar ke berbagai kota di Indonesia diantaranya yaitu: Jakarta, Cilegon, Depok, Bandung, Bali, Medan, Semarang, Jogja, Bali, Balikpapan dan Surabaya. Tercatat bahwa sudah lebih dari 200 peminat olahraga *Fullball* ini dari keseluruhan tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Galih (2024) dan dari hasil observasi penulis melalui sosial media *Fullball* seperti tiktok dan instagram, hanya sedikit orang yang mengetahui apa itu olahraga baru bernama “*Fullball*”, bagaimana cara bermainnya, dan mendapatkan tanggapan yang cukup beragam dari masyarakat. Beberapa dari orang menganggap bahwa olahraga ini terdengar asing dan cukup sulit untuk dimainkan, sementara itu yang lain merasa kurang tertarik dengan olahraga *Fullball* karena kurang nyaman dan sudah terbiasa dengan olahraga yang sudah mereka kenal seperti futsal maupun basket pada umumnya. Oleh karena itu, untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas diperlukan sebuah strategi dalam hal ini, yaitu dapat membangun sebuah program-program atau membuat sebuah kompetisi *Fullball*. Tetapi, dalam pengadaan sebuah kompetisi agar dapat membangun sebuah citra untuk mengembangkan olahraga *Fullball* lebih luas, perlu melalui tahap analisis agar dapat membuat strategi-strategi yang tepat dalam mengembangkan olahraga *Fullball* melalui kompetisi.

Dalam konteks olahraga baru *Fullball*, bahwa suksesnya memasarkan olahraga *Fullball* salah satunya dapat menggunakan analisis yang tepat agar strategi yang dilakukan dapat berjalan lancar. Bagaimana strategi memasarkan olahraga *Fullball* dalam pengembangan melalui kompetisi yang akan diadakan masih dirasa kurang bagi penulis. Memahami elemen-elemen dalam memasarkan olahraga *Fullball* yang mempengaruhi keberhasilan merupakan sebuah komponen yang sangat diperlukan untuk menyukseskan kegiatan kompetisi dalam pengembangan olahraga *Fullball* di ranah nasional. Untuk dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, dan melihat potensi peluang untuk melihat kemungkinan yang tidak diinginkan di masa depan (Mukhlisin & Pasaribu, 2020). Oleh karena itu, penulis merasa bahwa menjalankan sebuah penelitian “Analisis SWOT Pemasaran Olahraga *Fullball* Melalui Kompetisi *Major League*” sangat baik untuk mencapai kesuksesan pada pengembangan olahraga *Fullball* ke masyarakat lebih luas dan meningkatkan semangat pengurus *Fullball* yang berada di daerah lain.

2. KAJIAN TEORITIS

Berbagai macam aktivitas fisik termasuk olahraga berperan penting pada pengembangan kualitas diri. Secara umum olahraga didefinisikan sebagai sebuah permainan yang memiliki peraturan dan bersifat kompetitif, yang juga melibatkan aktivitas fisik dalam berbagai tingkat (Rustandi dkk, 2021). Olahraga juga telah menjadi aspek penting dalam kebijakan pemerintah, sebagaimana dibuktikan dengan banyaknya negara yang mengartikulasikan 'kebijakan olahraga' yang terpisah dengan pendanaan dan dukungan yang bersamaan untuk inisiatif pengembangan olahraga elit dan komunitas. Dianggapnya olahraga sebagai aspek penting oleh pemerintah karena beberapa alasan: Pertama, olahraga memiliki signifikansi budaya yang kuat bagi sebagian besar negara maju. Kedua, olahraga dianggap sebagai sumber daya yang dapat membantu mencapai tujuan-tujuan non-olahraga. Ketiga, olahraga bersifat multidimensi, tidak hanya sebagai layanan publik tetapi juga sebagai aspek penting dalam memberikan kesejahteraan dan aktivitas ekonomi (Hoye, dkk, 2010).

Olahraga memiliki kekuatan dalam pemberian manfaat bagi para peminatnya, sehingga perkembangan dari olahraga membentuk gagasan pendewasaan, pendidikan, konsolidasi kompetensi, keterampilan, dan pengetahuan. Sistem pengembangan olahraga sendiri memiliki tujuan kuantitatif dan kualitatif utama, dalam segi kualitatif yaitu peningkatan jumlah peminat aktif, sedangkan dalam segi kualitatif yaitu peningkatan prestasi peminat olahraga tersebut (Livingston dkk, 2017). Dalam menjalankan sebuah pengembangan olahraga di Indonesia, dengan wilayah yang luas yang terdiri dari 34 provinsi, 524 kabupaten/kota, dan jumlah penduduk kurang lebih 250 juta jiwa, perlu adanya kebijakan-kebijakan yang unggul dalam menjalankan proses pengembangan. Pengembangan harus mengacu pada kondisi pemerintah daerah dan jumlah penduduk yang ada untuk dilaksanakan secara berkelanjutan sesuai dengan potensi dan kebutuhannya. Pemangku keputusan harus merumuskan kebijakan yang unggul dengan berlandaskan pada terwujudnya kualitas pengembangan olahraga yang maju dan berbudaya.

Model pengembangan olahraga yang sedang dikembangkan di Indonesia adalah *Triangle Model* (Ma'mun, 2017). *Triangle Model* ini mengelaborasi model tradisional (Piramida) dan *house of sport* (Geoff Cooke) serta tambahan referensi dari model aktual di Inggris. *Triangle Model* ini diarahkan untuk menjadi acuan bagi para pemimpin dan pengambil keputusan dalam melihat arah pengembangan olahraga sesuai dengan lingkup cabang olahraga. *Triangle Model* pada dasarnya terdiri dari tiga hal: yaitu olahraga sebagai edukasi, rekreasi, dan prestasi. Pada tahap olahraga sebagai edukasi meliputi kegiatan olahraga yang dikembangkan untuk memperkenalkan lingkungan pendidikan formal melalui pendidikan

jasmani dan olahraga. Tahap kedua adalah kegiatan olahraga rekreasi yang tumbuh dan berkembang sebagai bentuk nyata dari gaya hidup aktif yang sehat dengan fasilitasi dan regulasi pemerintah. Tahap ketiga adalah kegiatan olahraga kompetitif yang bertujuan untuk meraih prestasi, yang dikembangkan dan diciptakan oleh klub-klub olahraga di bawah koordinasi organisasi olahraga. Model-model ini dikembangkan dan diintegrasikan ke dalam institusi pendidikan. Tahap- tahap berikutnya dilanjutkan dengan mengembangkan olahraga unggulan melalui klub-klub olahraga, baik yang bersifat amatir maupun profesional.

Tingkat yang lebih tinggi dari pengembangan olahraga adalah pemfasilitasian olahraga unggulan oleh pihak swasta dengan orientasi bisnis dan didukung oleh pemerintah serta berkembangnya industri olahraga yang menjadi fenomena yang menggiurkan di bidang ekonomi. Tahap berikutnya adalah olahraga puncak sebagai pencapaian prestasi optimal dalam berbagai multi event dan single event yang berkontribusi mengharumkan nama bangsa dan negara. Organisasi cabang olahraga unggulan secara langsung melakukan sistem pembinaan dimana pemerintah memfasilitasi pembiayaannya. Pelaksanaan dan koordinasi kegiatannya dibantu oleh Komite Olahraga Nasional, seperti KONI dan komite-komite cabang olahraga lainnya.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif, jenis penelitian kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa sebuah kalimat atau lisan dari objek dan perilaku yang diamati. Meleong (2013) mengungkapkan penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena dengan apa yang dialami oleh objek yang akan diteliti, terkait perilaku, persepsi, motivasi dan Tindakan, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata - kata. Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, dikarenakan dalam topik yang diambil oleh penulis, penulis ingin berusaha mendeskripsikan sebuah fenomena mengenai bagaimana pengembangan olahraga *Fullball* dalam pengadaan kompetisi *Major League* dengan menggunakan analisis *SWOT* dapat mengetahui strategi yang baik dalam mengembangkan olahraga baru *Fullball* kepada masyarakat Indonesia. Melalui analisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga masyarakat dapat mengetahui dan memahami olahraga *Fullball* melalui pengadaan kompetisi tersebut dengan cara wawancara mendalam yang bertujuan untuk mengkonfirmasi yang diperoleh.

Dalam menetapkan keabsahan data memerlukan sebuah teknik pemeriksaan yang mendasar, dengan sejumlah kriteria yang ada. Terdapat 4 kriteria yang dapat digunakan dalam teknik keabsahan data: uji kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*) (Hardanid kk., 2020). Keabsahan data ini dilakukan sebagai membuktikan apakah penelitian tersebut benar dan merupakan penelitian ilmiah sekaligus menguji data yang diperoleh oleh peneliti. Pada setiap kriteria uji keabsahan ini saling keterikatan dan memberikan dukungan terhadap penelitian kualitatif.

Namun pada penelitian ini, penulis memilih salah satu dari kriteria uji keabsahan data tersebut, yaitu penulis memilih uji kepercayaan (*credibility*) yang berfokus pada triangulasi dan *prolonged engagement*.

1. Uji Kepercayaan (*Credibility*)

Kriteria uji kepercayaan ini untuk memenuhi data dari penelitian yang disajikan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah, yang berarti bahwa hasil penelitian kualitatif ini dapat dipercaya oleh para pembaca dan dapat diterima oleh responden yang mengungkapkan semua informasi yang dikumpulkan selama wawancara berlangsung. Sejauh mana penelitian tersebut mencapai hasil yang akurat dan dapat dipercaya bisa dilakukan atau dilihat melalui uji kepercayaan.

Pada hasil penelitian yang diperoleh penulis dapat memenuhi kredibilitas yang tinggi, maka dapat menggunakan beberapa teknik yang dapat dilakukan oleh peneliti yaitu : *prolonged engagement*, *persisten observation*, *triangulation*, *referential adequacy chechs*, dan *member checking* (Lincon dan Guba dalam Hardanid dkk., 2020).

a. *Prolonged Engagement*

Pada teknik penelitian ini, penulis telah terlibat dan bekerja dalam organisasi tersebut cukup lama, hal positif yang didapat dari lamanya waktu bagi seorang peneliti kualitatif untuk terlibat dalam organisasi tersebut : 1) dapat menumbuhkan kepercayaan diri dari melihat situasi dan subjek yang diteliti, 2) memahami atau mengalami sendiri kompleksitas situasi yang ada di lokasi penelitian, dan 3) dapat menghindari distorsi akibat kehadiran penelitian di lapangan penelitian.

b. *Persistent Observation*

Observasi dapat dilakukan terus menerus karena peneliti telah terlibat langsung dalam organisasi tersebut dan dapat memahami suatu gejala yang lebih mendalam. Dengan teknik *persistent observation*, peneliti dapat menetapkan aspek mana yang penting dan yang tidak, kemudian dapat berfokus pada kejadian yang relevan dengan topik

penelitian penulis.

c. Triangulasi

Triangulasi merupakan usaha untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain, sebagai fase penelitian lapangan dan pada waktu yang berlainan dengan metode lain. Triangulasi dilakukan dengan tujuan pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam triangulasi akan dilakukan pengumpulan data yang sekaligus menguji kredibilitas data berdasarkan kesesuaian dari seluruh rangkaian pengumpulan data yang telah dilakukan.

d. Kecukupan Referensi

Peneliti mengumpulkan berbagai bahan, catatan atau rekaman yang dapat dilakukan sebagai referensi untuk menguji pada waktu diadakan analisis dan penafsiran data. Jika data atau informasi yang diperoleh dan kesimpulan-kesimpulan hasil penelitian terdapat kesesuaian, maka dapat dikatakan kesimpulan ini dapat dipercaya.

e. *Member Check*

Merupakan salah satu teknik yang penting dalam meningkatkan kredibilitas pada hasil penelitian kualitatif, dengan melibatkan subjek untuk mereviewnya. Proses ini dapat dilakukan dengan melibatkan subjek untuk mereview informasi, interpretasi, dan laporan hasil penelitian yang telah disiapkan oleh sang peneliti. Kemudian, apabila subjek sepakat terhadap laporan peneliti, maka kesimpulan hasil penelitian ini dapat dipercaya.

Pada Metode Penelitian Kualitatif untuk penelitian yang bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif (Sugiyono, 2020) mengatakan bahwa pada penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri, namun selanjutnya setelah penelitian lebih jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan menjadi instrument penelitian sederhana, yang dapat dibandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti memerlukan bantuan instrument dalam mengumpulkan data agar dapat melihat data apa saja yang diperlukan, data apa saja yang sudah diambil, dan data apa saja yang masih diperlukan. Pada penelitian kualitatif, instrumen penelitian tersebut bersifat fleksibel yang disesuaikan dengan keadaan di lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi atau pengamatan, wawancara, dan melakukan dokumentasi. Peneliti mendapatkan hasil yang berkaitan dengan topik yang diambil, yaitu berkaitan dengan *SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*.

1. Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League* berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Umum Pengurus *Fullball* Pusat, Pelatih, dan Pemain, sekaligus penyelenggara kompetisi dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Sesuatu hal yang baru dalam olahraga

Fullball merupakan sesuatu hal yang baru dengan melihat banyak atensi atau tertarik dengan olahraga yang menggunakan seluruh anggota tubuh mereka untuk bermain, dengan melihat struktur tubuh orang Indonesia. Dengan olahraga yang unik dan terasa familiar, jadi sangat seru ketika dimainkan dan bisa menarik peserta maupun penonton ketika kompetisi. Pada saat wawancara kepada salah satu pemain dari salah satu SMA yang bertanding, yaitu Kevin, mengatakan “Karena olahraga *Fullball* memiliki aturan yang berbeda dari olahraga basket atau futsal, hingga membuat olahraga ini terkesan unik”.

b) Pengadaan Kompetisi, Dukungan dan Fasilitas

Dengan melihat dan membuat kompetisi olahraga, kita bisa men-stretch sejauh mana olahraga ini bisa dimainkan secara serius dan kompetitif. Dari pengadaan kompetisi kita bisa melihat banyak dan mengevaluasi banyak hal dari sisi pengembangan olahraga itu sendiri, jadi bisa melihat apakah ada peraturan yang sudah aman dan tidak membahayakan pemain atau ada peraturan yang harus di sesuaikan. Ini semua terlihat ketika dalam kompetisi. Peserta kompetisi pun dapat membantu meningkatkan pemasaran dengan berlatih aktif, belajar tentang olahraga *Fullball* dan mengenalkan ke orang lain apa itu *Fullball* dengan cara mereka mewakili institusi mereka.

Tidak hanya peserta saja, tetapi dukungan dari sponsor baik *brand*, media, maupun pemerintah, dengan support secara media popularitas serta bermain bersama dengan mereka. Hingga akhirnya membantu dalam pengadaan hingga pelaksanaan kompetisi *Fullball* ini. Sebagai Pelatih juga merasa tidak terlalu sulit dalam mempersiapkan pemainnya dalam hal fasilitas, dikarenakan olahraga *Fullball* ini bisa berlatih menggunakan lapangan futsal, yang dimana setiap sekolah pasti memiliki paling tidak satu lapangan futsal untuk digunakan latihan olahraga *Fullball* sebelum bertanding. Hal ini dibenarkan oleh Apis sebagai pelatih salah satu SMA yang bertanding “lapangan kita bisa memakai lapangan sekolah, karena sama seperti

lapangan futsal, terus kalau equipment gawang itu sudah pasti ada, untuk *Fullball* yang paling jelas ada target, itu sudah disediakan oleh kami atau dari sekolah yang menyiapkan..”.

2. Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki *Fullball* pada pemasalan melalui kompetisi *Major League* berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Umum Pengurus *Fullball* Pusat, Pelatih, dan Pemain, sekaligus penyelenggara kompetisi dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Ekosistem Baru, Fasilitas, dan Sumber Daya

Karena membuat ekosistem olahraga yang sangat baru, baik dari fasilitas, peraturan, wasit, hingga federasi. Yang paling *prominent* adalah dari segi fasilitas, karena *Fullball* merupakan olahraga baru, jadi sangat kesulitan bagi pemain *Fullball* yang baru untuk berlatih dan akses yang memudahkan *Fullball* ke institusi masih menjadi kendala. Salah satu tanggapan dari hasil wawancara kepada pemain *Fullball* Kevin mengatakan “Fasilitas dari sekolah saya, selain itu kita masih belum ada pelatih tetap dari sekolah”. Untuk mengenalkan *Fullball* ke kota-kota terdekat saja membutuhkan sumber daya manusia yang banyak, terlebih lagi dengan tujuan memasalkan olahraga *Fullball* lebih luas, dengan kurangnya sumber daya manusia yang saat ini, masih menjadi kelemahan yang perlu diperhatikan oleh *Fullball*.

b) Penerimaan Masyarakat dan Wasit *Fullball*

Sejauh ini olahraga *Fullball* masih dapat diterima baik oleh masyarakat umum di Indonesia, meskipun tetap ada juga yang mempertanyakan olahraga ini seperti apa. Pernyataan dari Ketua Umum Pengurus Pusat ini juga didukung oleh mas Apis selaku pelatih “Kalau untuk minat sudah jelas, minat ke olahraga *Fullball* cukup tinggi, karena olahraga ini unik dan perpaduan dari olahraga yang sudah *major*” Yang masih menjadi kendala, yaitu bagaimana kita memiliki wasit yang memiliki standar sertifikasi yang memahami peraturan dan pengertian regulasi detail. Bagi olahraga baru seperti *Fullball* ini masih menjadi hal yang perlu diperhatikan, karena kurangnya wasit yang memenuhi standar sertifikasi.

c) Keahlian dan mempersiapkan atlet dalam kompetisi

Pada wawancara kepada salah satu pelatih yang bertanding mengatakan “kami memiliki hambatan kalau misalkan pemain si A, dia belum mengerti dan belum paham *knowledge Fullball* seperti apa, jadi dia harus lebih sering untuk mendapatkan tekniknya dan juga harus mencoba dan berlatih lebih sering”. Hal ini juga menyambung pada keahlian atlet *Fullball* ketika bertanding yaitu Kevin dari salah satu pemain SMA yang bertanding “ketika saya harus menentukan arah finishing saya, antara ke gawang atau *Fullball Poin*”.

3. Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League* berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Umum Pengurus *Fullball* Pusat, Pelatih, dan Pemain, sekaligus penyelenggara kompetisi dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Eksplorasi Olahraga Baru dan Peningkatan Popularitas Olahraga *Fullball*

Bahwa anak muda sekarang banyak yang ingin eksplorasi kegiatan olahraga baru yang ingin mereka coba dan *Fullball* merupakan salah satu opsi yang menarik, karena olahraga yang menggunakan seluruh anggota tubuh untuk bermain dan menjadikan tubuh mereka sehat, yang kemudian menjadikan tren anak muda sekarang dan menjadi komunitas olahraga *Fullball*. Popularitas olahraga *Fullball* juga sudah jelas akan meningkat, sesuai hasil jawaban dari wawancara kepada Apis selaku pelatih “Kalau dari *Major League* itu sudah jelas mempengaruhi popularitas *Fullball*, karena sudah jelas *Major League* turnamennya lebih besar dari pada *Minor League*” jadi diikuti pemain lebih banyak dan wilayah yang lebih banyak lagi.

b) Sosial Media

Sosial media merupakan sumber utama dalam memberikan informasi dan komunikasi, konten dalam sosial media sangat membantu awareness dari mulai *Fullball* secara olahraga hingga kompetisi *Major League*. Jadi, fokus utama dalam memperkenalkan *Fullball* paling efisien yaitu sosial media.

c) Potensi Kerjasama

Sering berkolaborasi dengan ikatan mahasiswa baik dalam negeri maupun luar negeri, sehingga mereka bisa memperkenalkan dan memasarkan *Fullball*, dan bisa membantu membuat ekosistem yang baik di luar negara. Salah satunya kerjasama dengan ikatan mahasiswa Indonesia yang sedang berkuliah di Taiwan, kami bekerjasama dalam pembuatan pelatihan hingga kompetisi *Fullball*. Yang saat ini *Fullball* sedang bekerjasama dengan Futsal Series, yaitu salah satu liga futsal pelajar yang terkenal. Dengan menghadirkan kompetisi *Fullball* Series antar SMA di Indonesia dan membantu dalam eksplor dan memperkenalkan *Fullball* di seluruh Indonesia. Dalam kompetisi *Major League*, *Fullball* juga bekerjasama dengan pihak sponsor dari brand “cave” dalam mengadakan kompetisi nasional *Major League*. Peluang kerjasama ini juga semakin besar dari pernyataan Apis selaku pelatih “peluang kerjasama tentu semakin besar, karena tim yang ikut andil semakin banyak, atlet yang tercetak juga makin banyak, dan itu akan lebih banyak sponsor yang masuk. Pernyataan ini juga disampaikan oleh Kevin sebagai pemain yang bertanding mengatakan “ karena dari official *Fullball* bekerjasama dengan pihak futsal series untuk mengadakan sebuah ajang bernama

Fullball Series yang bertujuan mengenalkan olahraga *Fullball* ke seluruh Indonesia”.

4. Ancaman (*Threats*) yang dimiliki *Fullball* pada pemasalan melalui kompetisi *Major League* berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Umum Pengurus *Fullball* Pusat, sekaligus penyelenggara kompetisi dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Finansial

Baik dari olahraga lain, tantangan finansial merupakan masalah yang *universal*. Setiap olahraga memiliki masalah finansialnya, baik itu dalam pengadaan akses dan fasilitas maupun dalam pengadaan kompetisi. Dengan adanya *network* dan sosial media yang aktif, memungkinkan untuk membantu dalam memasalkan olahraga *Fullball* dan meminimalisir masalah finansial.

- b) Kemungkinan kurangnya partisipasi

Adanya kemungkinan besar yang dihadapi oleh *Fullball* yaitu kurangnya partisipasi dari pengadaan kompetisi jangka panjang. Kurangnya partisipasi ini juga bisa terjadi karena *Fullball* merupakan olahraga baru yang belum begitu dikenal masyarakat luas, hal ini disampaikan juga oleh Kevin selaku pemain yang bertanding “Iya, karena *Fullball* merupakan olahraga baru. Apalagi jika dibandingkan dengan basket maupun futsal”. Terkadang dari sekolah tidak mengizinkan juga, sesuai pernyataan dari wawancara bersama dengan Apis pelatih tim “bisa juga ada problem dari sekolah yang tidak mengizinkan”. Tentu dengan berkolaborasi bersama dengan entitas yang kita undang untuk bertanding dan bermain *Fullball* dan olahraga *Fullball* ini menjadi bagian dari budaya sekolah yang mengikuti kompetisi. Dengan menghadirkan pemain yang memiliki fans di olahraga *Fullball*, memungkinkan untuk menghadirkan partisipasi dalam pengadaan kompetisi.

Pembahasan pada penelitian ini menjelaskan terkait analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dalam pemasalan *Fullball* melalui kompetisi *Major League*. Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian hasil dari penelitian tentang analisis *SWOT* Pemasalan Olahraga *Fullball* Melalui Kompetisi *Major League* sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan merupakan faktor penting yang dapat dikembangkan ataupun dipertahankan oleh sebuah olahraga dalam mencapai hasil yang maksimal. Dari hasil wawancara terhadap Pengurus Pusat *Fullball* Indonesia dan sekaligus pelaksana kompetisi *Major League*, dapat diketahui bahwa faktor kekuatan yang dimiliki *Fullball* dalam Pemasalan Olahraga *Fullball* Melalui Kompetisi *Major League* adalah keunikan permainan yang menjadi sesuatu hal baru bagi masyarakat, pengadaan kompetisi dan dukungan dari institusi sponsor maupun

partnership.

Sesuatu hal yang baru atau inovasi dalam dunia olahraga merupakan salah satu faktor kekuatan yang dimiliki *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*. Menemukan suatu hal yang baru merupakan hal yang dibutuhkan dalam dunia modern sekarang. Pengembangan sebuah usaha membutuhkan kemampuan inovasi dan kreatifitas untuk menghadapi tantangan dalam usaha (Prama Dhani Danang, 2018). Oleh karena itu, untuk melakukan pengembangan dalam pemasaran olahraga yang unggul membutuhkan kemampuan melakukan inovasi dan kreatifitas, dalam hal ini olahraga *Fullball* memiliki keduanya pada kekuatan yang dimiliki pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*.

Pengadaan kompetisi juga menjadi salah satu faktor kekuatan *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*. Dengan membuat sebuah kompetisi yang berskala nasional, kita bisa mendapatkan atensi dari para peserta dan penonton yang banyak, sehingga mereka secara tidak langsung bisa membantu dalam pemasaran olahraga *Fullball* lebih luas dengan membuat sebuah konten atau hanya sekedar membuat video dan di *upload* ke sosial media mereka. Dengan adanya kompetisi ini juga, sebagai pengurus cabang olahraga bisa men-*stretch* sejauh mana olahraga ini bisa dimainkan secara serius dan kompetitif melalui pengadaan kompetisi olahraga *Fullball*, salah satunya adalah *Major League*. Jadi sebagai pengurus bisa mengevaluasi olahraga *Fullball* ini apakah sudah dijalankan sesuai dengan peraturan yang dibuat dan itu menjadi salah satu kekuatan olahraga *Fullball*.

Tidak hanya unik dan mendapatkan atensi yang banyak dari masyarakat melalui kompetisi saja, *Fullball* juga memiliki kekuatan yang tidak kalah penting. Yaitu dukungan dari sponsor baik itu *brand*, media, maupun pemerintah setempat, dengan support mereka secara media serta bermain bersama pihak sponsor, popularitas olahraga *Fullball* akan meningkat dan bisa membantu dalam pemasaran olahraga *Fullball* ini melalui kompetisi tersebut. Dengan demikian *Fullball* diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan kekuatan yang dimiliki.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan faktor yang masih menjadi kendala bagi sebuah olahraga baru untuk mencapai popularitas pada saat melakukan pemasaran melalui kompetisi. Pada hasil penelitian dapat diketahui beberapa faktor yang masih menjadi kelemahan olahraga *Fullball* pada pemasaran olahraga melalui kompetisi *Major League* adalah ekosistem baru, fasilitas, sumber daya, penerimaan masyarakat dan wasit *Fullball* sendiri.

Salah satu kelemahan yang dimiliki olahraga *Fullball* pada pemasalan melalui kompetisi *Major League* adalah karena sebagai pengurus cabang olahraga baru, *Fullball* membuat ekosistem olahraga yang sangat baru, baik dari fasilitas, wasit, hingga federasi itu sendiri. Pada pemasalan melalui kompetisi yang paling *prominent* adalah fasilitas yang dimiliki *Fullball* masih terbilang kurang. Dikarenakan olahraga *Fullball* merupakan olahraga yang baru, sebagai pemain maupun pelatih olahraga *Fullball* masih mengalami kesulitan ketika berlatih karena kurangnya fasilitas dan akses yang memudahkan olahraga *Fullball* ke institusi masih menjadi kendala. Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang penting dari kesuksesan suatu kompetisi, semakin baik sarana dan prasarana penunjang kompetisi, semakin efektif juga suatu kompetisi atau latihan yang dilakukan.

Selain ekosistem dan fasilitas yang masih menjadi kelemahan *Fullball* dalam melakukan pemasalan melalui kompetisi *Major League* adalah sumber daya manusia masih sangat kekurangan, untuk melakukan pemasalan yang lebih luas melalui kompetisi *Major League*, membutuhkan sumber daya manusia yang cukup banyak. Ketika melakukan pemasalan melalui kompetisi *Major League*, *Fullball* masih sangat kekurangan sumber daya manusia pada saat kompetisi dijalankan, namun kelemahan ini masih bisa ditangani oleh tim pengurus *Fullball* dengan cara satu orang melakukan pekerjaan *double*.

Namun, sejauh ini kelemahan lain yang dimiliki olahraga *Fullball* seperti regulasi dan aturan masih dapat diterima baik oleh masyarakat umum. Meskipun juga tetap ada yang masih mempertanyakan olahraga ini seperti apa dan ada pula yang membandingkan dengan olahraga lain yang sudah terkenal dan sempurna dari segi pelaksanaan kompetisi dan aturan-aturan permainannya. Saat ini selain di atas yang masih termasuk dalam kelemahan olahraga *Fullball* pada kompetisi *Major League* adalah kurangnya wasit yang memiliki standar sertifikasi yang memahami peraturan dan pengertian regulasi secara mendetail. Bagi olahraga baru seperti *Fullball* ini, memiliki wasit yang sesuai standar sertifikasi merupakan hal sangat penting khususnya ketika pelaksanaan sebuah kompetisi tingkat nasional. Dengan kurangnya wasit yang memiliki standar, menjadi kelemahan olahraga *Fullball* dan bisa menjadi ancaman yang cukup membahayakan, karena akan dapat mengurangi semangat para peserta kompetisi yang akhirnya bisa mengurangi jumlah peserta kompetisi *Major League*.

Dengan adanya kelemahan yang ada akan menjadi kendala bagi olahraga *Fullball* dalam pemasalan olahraga *Fullball* melalui kompetisi *Major League*, hal ini segera diminimalisir oleh pengurus *Fullball* dalam mengurangi dampak yang berlebih ketika pemasalan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa peluang yang dimiliki *Fullball* pada pemasaran olahraga *Fullball* melalui kompetisi *Major League* adalah eksplorasi olahraga baru, sosial media yang aktif dan memiliki potensi kerjasama dengan para pihak yang baik.

Dengan adanya trend gaya sehat anak muda sekarang, dapat mempermudah olahraga *Fullball* dalam melakukan pemasaran. Melihat pada saat observasi kompetisi *Major League*, banyak dari peserta maupun penonton yang ingin eksplorasi olahraga baru yang ingin mereka lihat dan coba, *Fullball* salah satu opsi yang menarik. Karena kekuatan keunikan yang dimiliki olahraga *Fullball* yang menggunakan seluruh anggota tubuh untuk bermain dan menjadikan tubuh mereka sehat. Akhirnya bisa menjadi trend anak muda sekarang dan terbentuklah komunitas olahraga *Fullball* di kota tersebut.

Komunikasi dalam olahraga merupakan aspek yang penting dalam industri pemasaran olahraga, karena entitas yang terlibat dalam industri olahraga memanfaatkan teknologi komunikasi pemasaran melalui berbagai mekanisme, salah satunya adalah sosial media. Media sosial merupakan peluang besar yang dimiliki oleh *Fullball* memiliki peran yang sangat penting dalam proses pemasaran dan promosi olahraga dari waktu ke waktu (Andi Widya, dkk., 2024). Sosial media *Fullball* merupakan sumber utama dalam memberikan informasi dan komunikasi, konten dalam sosial media sangat membantu *awareness* dari mulai *Fullball* secara olahraga itu sendiri hingga memberikan informasi dan komunikasi yang baik pada pengadaan dan pelaksanaan kompetisi *Major League*.

Dengan adanya informasi dan komunikasi yang baik dari sosial media, olahraga *Fullball* bisa menarik potensi bekerjasama dengan para pihak dalam memasarkan olahraga *Fullball*, khususnya pada kompetisi *Major League* ini. Dengan teknologi informasi, *Fullball* berkolaborasi dengan para pihak seperti Ikatan Mahasiswa baik dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu contoh dari peluang sosial media yang dimiliki yaitu *Fullball* bekerjasama dengan Ikatan Mahasiswa Indonesia yang berada di Taiwan dalam pembuatan pelatihan dan kompetisi di luar negeri. Tidak hanya itu, peluang potensi bekerjasama juga diterima oleh olahraga *Fullball* setelah diadakannya kompetisi *Major League* ini, olahraga *Fullball* bekerjasama dengan *Futsal Series*, sehingga bisa menghadirkan turnamen yang baru setelah *Major League*, yaitu kompetisi *Fullball Series* antar SMA Sederajat dan memperkenalkan *Fullball* di seluruh Indonesia. Dalam kompetisi *Major League*, *Fullball* juga mendapatkan kerja sama dengan sebuah sponsor *brand* “cave” dalam mengadakan kompetisi *Major League* ini.

Peluang tersebut dapat dicapai jika semua program pemasaran melalui kompetisi *Major League* telah disusun dan dilaksanakan dengan baik.

4. Ancaman (*Threats*)

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa ancaman yang dihadapi oleh *Fullball* dalam pemasaran melalui kompetisi *Major League* adalah ancaman finansial dan kemungkinan kurangnya partisipasi baik dari peserta maupun penonton.

Baik bagi olahraga *Fullball* maupun olahraga yang lain, tantangan finansial merupakan masalah yang *universal* dalam pemasaran olahraga itu sendiri dalam pengadaan akses dan fasilitas maupun melalui sebuah kompetisi. Masalah finansial sangat harus diselesaikan karena merupakan masalah yang sangat krusial dalam pemasaran melalui kompetisi *Major League*. Namun, masalah ini dapat dibantu dengan adanya *network* yang baik dan media sosial yang aktif, dapat memungkinkan mengurangi masalah finansial yang dimiliki olahraga *Fullball*.

Ancaman lain yang dimiliki olahraga *Fullball* dalam pemasaran melalui kompetisi *Major League* adalah kemungkinan kurangnya partisipasi baik dari peserta itu sendiri maupun penonton yang melihat kompetisi jangka panjang tersebut. Dengan adanya kolaborasi bersama dengan entitas yang kita undang untuk bertanding atau menonton kompetisi dan kita bisa menjadikan olahraga *Fullball* ini menjadi bagian dari budaya sekolah yang mengikuti kompetisi, masalah ancaman ini bisa teratasi dengan cukup baik. Karena dengan menghadirkan pemain yang memiliki pendukung di olahraga *Fullball*, sangat memungkinkan untuk menghadirkan partisipasi yang banyak dalam pengadaan kompetisi *Major League* kedepannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Ditentukan bahwa dari hasil penelitian dan pembahasan pada pemasaran olahraga *Fullball* melalui kompetisi *Major League*, mengenai analisis SWOT olahraga *Fullball* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*strength*) yang dimiliki olahraga *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*:
 - a. Sesuatu hal yang unik dan baru
 - b. Pengadaan sebuah kompetisi yang kompetitif dan memiliki dukungan sangat suportif dari sponsor *brand* maupun pihak pemerintah setempat
2. Kelemahan (*weakness*) yang dimiliki olahraga *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*:

- a. Membentuk ekosistem olahraga yang baru
 - b. Fasilitas dan aksesibilitas yang kurang memadai
 - c. Sumber daya manusia yang tergolong kurang
 - d. Penerimaan olahraga *Fullball* ke masyarakat, dan
 - e. Kurangnya wasit *Fullball* yang memiliki standar sertifikasi yang baik pada kompetisi *Major League*
3. Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*:
- a. Eksplorasi olahraga baru dari trend anak muda, hingga pembuatan komunitas olahraga *Fullball*
 - b. Sosial media yang aktif
 - c. Potensi bekerjasama dengan para pihak yang baik, dari sponsor maupun pemerintah setempat yang menciptakan peluang pemasaran secara luas melalui kerjasama
4. Ancaman (*threats*) yang dimiliki olahraga *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*:
- a. Ancaman finansial yang dapat membahayakan *Fullball* pada pemasaran melalui kompetisi *Major League*
 - b. Kemungkinan kurangnya partisipasi baik dari peserta maupun penonton yang menghadiri kompetisi

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang analisis *SWOT* pemasaran olahraga *Fullball* melalui kompetisi *Major League*, dari hasil dan pembahasan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Pengurus olahraga *Fullball* harus meningkatkan fasilitas dan aksesibilitas yang dimiliki untuk menunjang semua program kompetisi *Fullball* yang disusun, agar dapat berjalan lancar
2. Dengan memaksimalkan kerjasama dengan para pihak baik sponsor *brand* maupun pemerintah, dapat memaksimalkan pemasaran olahraga *Fullball* ke masyarakat lebih luas
3. Aktifkan sosial media lebih luas lagi jangkauannya dengan mengait pengurus-pengurus daerah untuk membantu pemasaran olahraga *Fullball* agar dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat
4. Pengurus *Fullball* dapat membuat pelatihan secara rutin untuk pengambilan sertifikasi dan pembinaan pada wasit resmi, agar mereka dapat memahami peraturan secara detail dan *Fullball* memiliki wasit yang berstandar sertifikasi selama mengadakan kompetisi

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, R. F., & Yuwono, C. (2021). Pola pembinaan akademi sepak bola Satria Kencana Serasi di Kabupaten Semarang. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 2(1), 65–71.
- Galih Setyo, P., Fithroni, H., Abdil, L. K., & Wismanadi, H. (2024). Sport marketing strategies: Membangun awareness & public interest terhadap olahraga baru Fullball. *Jurnal Porkes*, 7(2), 966–979. <https://doi.org/10.29408/porkes.v7i2.26734>
- Hanifa, P. (2023, November 29). Fullball, olahraga revolusioner karya bangsa Indonesia. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3847269/Fullball-olahraga-revolusioner-karya-bangsa-indonesia?page=all>
- Hidayatul Isnaini, N., & Decheline, G. (2022). The distribution of fencing sports in junior high school students in Nipah Panjang District, Tanjung Jabung Timur Regency. *Indonesian Journal of Sport Science and Coaching*, 4(1), 1–12. <https://online-journal.unja.ac.id/IJSSC/index>
- Hoye, R., Nicholson, M., & Houlihan, B. (2010). *Sport and policy: Issues and analysis*. London: Routledge.
- Irianto, D. P. (2021). Pembinaan prestasi pencak silat PSHT Ranting Singgahan Kabupaten Tuban. In A. P. Paradiso & A. R. Wahyudi (Eds.), *Pembinaan prestasi pencak silat*.
- Livingston, L. A., et al. (2017). Sport officiating recruitment, development, and retention: A call to action. *Current Issues in Sport Science*, 10, 11–13.
- LP2M Universitas Negeri Medan. (2022, Januari 10). Snowball sampling: Pengertian, metode, keuntungan dan kekurangan. <https://www.unimed.ac.id>
- Ma'mun, A. (2017). *Pembangunan olahraga nasional: Konsep, strategi, dan implementasi*. Bandung: UPI Press.
- Meleong, L. J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- MinFullball. (2023, Maret 32). Fullball 101: Yang perlu kamu tahu tentang Fullball. Fullball Official. <https://officialFullball.com/Fullball-101/>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis SWOT dalam membuat keputusan dan mengambil kebijakan yang tepat. *Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–45. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Pranata, D., & Kumaat, N. A. (2022). Pengaruh olahraga dan model latihan fisik terhadap kebugaran jasmani remaja: Literature review. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 10(2), 107–116.
- Pranata, D., Yunitaningrum, W., Triansyah, A., Hidasari, F. P., Bafadal, M. F., Simanjuntak, V. G., Atiq, A., Haetami, M., Yanti, N., Ali, R. H., & Suwanto, W. (2023). Manajemen pertandingan olahraga. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1). <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2291>

- Rustandi, E., Suherman, A., & Ma'mun, A. (2021). Sport for all in Indonesia: A review of sport development concept. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 9(4A), 130–135.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, K., Hidayatullah, M. F., & Kiyatno. (2017). Evaluasi pembinaan prestasi olahraga bola basket di Kabupaten Magetan. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 7(1), 9–15. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/miki>
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT: Kajian perencanaan model, strategi, dan pengembangan usaha* (I. K. Sumantra, Ed.; 1st ed.). Universitas Mahasaraswati Press. <https://www.unmas.ac.id>