

EVALUASI MANAJEMEN PENGELOLAAN DAN PEMASARAN SARANA PRASARANA PADA BISNIS OLAHRAGA KOMPLEK PUSAKA ARENA SUKOREJO KENDAL

Safarudin¹, Sulaiman², Bambang Priyono³

Universitas Negeri Semarang^{1,2,3}

Safarudin013@students.unnes.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi manajemen pengelolaan dan pemasaran sarana prasarana pada bisnis olahraga pada kompleks pusaka arena sukarejo Kendal. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. desain penelitian yang dipilih adalah *cross-sectional survey*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan narasumber 15 orang. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi dan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data sebagai kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan evaluasi CIPP di Komplek Pusaka Arena berjalan dengan baik. Simpulan, aspek *context*, Aspek *input*, Aspek *process* dan Aspek *product* pada kompleks pusaka dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci : Evaluasi, manajemen, pemasaran

ABSTRACT

This research aims to determine and evaluate the management and marketing of infrastructure in the sports business at the Sukarejo Kendal arena heritage complex. The research approach used is a quantitative method with a descriptive approach. The research design chosen was a cross-sectional survey. Data collection techniques were observation, documentation, and interviews with 15 sources. Data validity techniques use triangulation, data analysis techniques use data reduction and data presentation as conclusions. The research results explain that the CIPP evaluation at the Pusaka Arena Complex went well. In conclusion, the heritage complex's context, input, process, and product aspects are outstanding.

Keywords: Evaluation, management, marketing

PENDAHULUAN

Industri olahraga memiliki peran yang penting terhadap ekonomi global, mencakup beberapa aspek meliputi sponsor, penjualan *merchandise*, dan hak siar. Selain itu industri ini menciptakan lapangan kerja, mempromosikan gaya hidup sehat, dan menjadi platform untuk integrasi sosial melalui kompetisi olahraga yang memasyarakat. Industri olahraga adalah aspek penting dalam perkembangan ekonomi sebuah negara. Di berbagai negara modern seperti Inggris, Spanyol, Italia Olahraga menjadi salah satu pedoman kebijakan nasional untuk mewujudkan masyarakat indonesia yang sehat serta mencapai peningkatan kualitas sumber daya manusia (Priyono, 2012).

Olahraga berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas fisik atau acara pelatihan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa olahraga adalah kegiatan atletik yang bermanfaat bagi kesehatan fisik dan mental seseorang. Menurut UU No. 3 Tahun industri adalah perekonomian yang memanfaatkan bahan mentah atau menggunakan sumber daya

industri untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai tambah (DPR, n.d.). Industri ini dapat dibagi menjadi dua: industri komoditas dan industri jasa. Industri komoditas adalah industri yang menghasilkan barang, dan industri jasa adalah industri yang menghasilkan jasa.

Standarisasi prasarana olahraga sebagai penunjang berolahraga merupakan bentuk sesungguhnya untuk mencapai tujuan olahraga. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 16 Tahun 2007, pasal 84 dan 85 berkaitan tentang standarisasi nasional keolahragaan bertujuan untuk menjamin mutu penyelenggaraan sistem keolahragaan nasional dimana di dalamnya terdapat ruang lingkup standar keolahragaan, yang meliputi: kompetensi tenaga keolahragaan; isi program penataran/pelatihan tenaga keolahragaan; sarana dan prasarana olahraga; pengelolaan organisasi keolahragaan; penyelenggaraan keolahragaan, dan pelayanan minimal keolahragaan.

Tujuan pengelolaan sarana dan prasarana olahraga agar dapat bertahan lama dan aman serta dapat digunakan dengan baik sesuai fungsinya. Pengelolaan sarana prasarana *sport center* dapat terealisasi sesuai tujuan didirikannya *sport center* membutuhkan manajemen yang baik. Dalam pengelolannya perlu adanya suatu fungsi manajemen yang menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan yang semestinya.

Kemajuan pembangunan olahraga di suatu wilayah bisa diamati dalam empat aspek, pertama merupakan partisipasi masyarakat, yang menandakan keterlibatan aktif masyarakat suatu wilayah terhadap aktivitas olahraga. Kedua merupakan ruang terbuka yang dimiliki oleh suatu daerah yang bisa diakses untuk kegiatan olahraga masyarakat, yang ketiga adalah tingkat kebugaran fisik masyarakat, dan yang keempat adalah sumber daya manusia keolahragaan yang dimiliki dan dapat didayagunakan oleh suatu daerah untuk memajukan olahraga daerah (Setiawan et al., 2019).

Penyewaan sarana prasarana merupakan industri yang belum banyak serta berkembang dan dengan potensi keuntungan yang tinggi dibidang olahraga. Hal ini disebabkan semakin kecilnya *open country* dan fasilitas umum untuk berolahraga semakin berkurang, hal ini juga menjadi faktor berkembangnya olahraga di kalangan masyarakat yang baik di Indonesia. Mengingat industri olahraga merupakan industri yang menjanjikan di masa depan, maka perlu dilakukan upaya untuk memaksimalkan hasil industri bisnis olahraga.

Hadirnya lapangan kompleks olahraga yang dengan banyak pilihan area berolahraga menambah daya tarik tersendiri, perpaduan olahraga dan hiburan juga berperan dalam kepuasan pelanggan sebagai nilai tambah bagi poin kenyamanan pengunjung. perkembangan sarpras yang lengkap, mampu menjadi solusi kurangnya aktivitas fisik atau olahraga pada masyarakat yang berlokasi Sudagaran, Sukorejo, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal. Lokasi ini dapat dipergunakan untuk berbagai kalangan pelanggan seperti dewasa, pelajar bahkan wanita. Hadir dengan fasilitas beragam disertai fasilitas pendukung di dalam area menjadi daya tarik tersendiri. Komplek pusaka buka setiap hari 06.00- 22.59 wib.

Komplek Pusaka Sukorejo, Kendal adalah lokasi olahraga dan hiburan yang terpusat dalam satu lokasi yang dimiliki oleh pusaka grup. Komplek pusaka terletak di Kabupaten Kendal Jawa Tengah dan lokasi persisnya ada di kecamatan Sukorejo atau wilayah Kendal selatan yang termasuk wilayah perbatasan Kabupaten Kendal. Komplek Pusaka Arena Sukorejo hadir sebagai pusat kegiatan olahraga masyarakat dan atlet di beberapa cabang seperti Futsal, Gym, Senam, beladiri, dll. Komplek Pusaka Arena Sukorejo dimiliki dan dikelola oleh manajemen Pusaka Grup. Kawasan tersebut

memiliki berbagai area indoor maupun outdoor berdasarkan cabang olahraga dan hiburan, yaitu; gedung olahraga futsal; gym; sanggar senam dan beladiri; area taman; kolam renang, dan area kuliner. Dari berbagai sarana dan prasarana olahraga tersebut yang dimiliki oleh Pusaka Grup diharapkan mampu sebagai wadah untuk mendukung atlet dalam berlatih atau menjadi tujuan masyarakat Kendal khususnya wilayah Kendal selatan untuk dapat terus menyalurkan hobi, minat, dan bakatnya di bidang olahraga. Seperti halnya GOR futsal yang ada di Komplek Pusaka Arena Sukorejo tersebut adalah merupakan markas latihan dari klub futsal wanita profesional terbaik di Indonesia kebanggaan masyarakat Kabupaten Kendal yaitu Pusaka Angel. Tidak hanya dijadikan markas Pusaka Angel namun adanya GOR juga bisa digunakan masyarakat umum untuk menggelar sebuah kompetisi.

Manajemen GOR futsal melibatkan pengelolaan fasilitas futsal secara efisien. Ini termasuk penjadwalan lapangan, pemeliharaan fasilitas, pemasaran untuk meningkatkan penggunaan lapangan, serta manajemen keuangan dan sumber daya manusia. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan olahraga futsal dan memberikan pengalaman positif bagi para pengguna fasilitas. Manajemen bisnis gym melibatkan sejumlah aspek, termasuk pengelolaan fasilitas, pemasaran, keuangan, dan layanan pelanggan. Ini mencakup perencanaan jadwal pelatihan, pemeliharaan peralatan, perekrutan dan pengelolaan staf, serta strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan anggota. Manajemen keuangan melibatkan pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, sementara layanan pelanggan berfokus pada memberikan pengalaman positif kepada anggota agar mereka tetap berkomitmen pada program kebugaran. Secara keseluruhan, manajemen bisnis gym bertujuan menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kebugaran sambil memastikan keberlanjutan operasional dan pertumbuhan bisnis. Manajemen pengelolaan sanggar senam melibatkan beberapa aspek kunci. Ini mencakup perencanaan dan penjadwalan kelas, pemilihan dan pelatihan instruktur, pemeliharaan fasilitas dan peralatan, serta pengelolaan keuangan dan administrasi. Pemasaran juga menjadi faktor penting untuk menarik peserta baru dan mempertahankan anggota yang ada. Penting untuk menciptakan lingkungan yang aman, menyenangkan, dan mendukung perkembangan para peserta dalam senam. Manajemen yang efektif dapat meningkatkan daya tarik sanggar senam dan memberikan pengalaman yang positif kepada peserta.

Berdasarkan hasil observasi awal ditemukan permasalahan yang diangkat peneliti dalam ini adalah kurang optimal dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pasar. Memperoleh pasar dengan cara pasif dengan hanya *personal selling* dan mulut ke mulut adalah sebuah masalah dalam pemasaran sebuah bisnis olahraga (Yasin & Supriyono, 2021). Kelemahan mentalitas dalam usaha kurang terjadi dengan baik, pengelolaan berjalan dengan apa adanya dan kurang terstruktur dengan baik menjadikan usaha berjalan dengan pelan tanpa kemajuan yang pesat dan menjadikan hambatan tersebut adalah sebuah masalah dalam berkembangnya pembangunan industri keolahragaan (Prabowo et al., 2022). Keterbatasan dalam penggunaan dan penguasaan teknologi yang terjadi akibat keterbatasan sumber daya manusia hal ini pekerja dalam menyerap ilmu pengetahuan dan teknologi. Menaikan kemampuan iptek sesuai perkembangan zaman adalah salah satu upaya bersaing dalam sebuah usaha (Harini & Rohman, 2020). Fasilitas juga menjadi sebuah permasalahan yang disebabkan karena usia dan intensitas pemakaian. menurut Endang Sudarwan tahun (2021, menyatakan bahwa fasilitas, dan aksesibilitas yang baik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung yang datang. Terdapat kerusakan lain yang disebabkan oleh faktor alam dan kelalaian

dalam perawatan fasilitas pendukung berupa kebersihan dan kerapian yang dapat mengancam kepuasan pengunjung .

Berdasarkan bahasan di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang luasan pengelolaan serta pemasaran POAC, 4P dan evaluasi CIPP di kompleks pusaka. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul ‘‘Evaluasi Manajemen Pengelolaan Dan Pemasaran Sarana Prasarana Dan Pada Bisnis Olahraga Komplek Pusaka Arena Sukorejo Kendal’’.

KAJIAN TEORI

Menurut Widodo & Soedjatmiko, (2019), manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai goals secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. George R. Terry, mengungkapkan bahwa manajemen sebagai proses khas dari beberapa tindakan, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat didalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Fungsi manajemen pertama kali diperkenalkan oleh Henry Fayol pada abad ke-20. Ketika itu, ia menyebutkan lima fungsi manajemen, yaitu: merancang, mengorganisir, memerintah, mengkoordinasi, dan mengendalikan. Kemudian ada menurut George R. Terry fungsi manajemen adalah *Planning, Organizing, Actuating, dan, Coordinating*. Fungsi manajemen yang digunakan adalah *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* atau disingkat (Widodo & Soedjatmiko, 2019).

Sukirno (2012), latihan adalah proses yang sistematis dilakukan secara berulang – ulang dengan semakin hari semakin menambah jumlah yang diberikan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa latihan adalah suatu proses yang sistematis yang dilakukan secara berkelanjutan dengan setiap hari semakin meningkat jumlah beban latihannya, untuk meningkatkan kualitas fungsi sistem organ tubuh manusia sehingga mempermudah atlet dalam menyempurnakan gerakannya.

Menurut Mohamad & Rahim, (2021), pemasaran adalah kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha dalam mempertahankan usahanya, untuk berkembang dan memperoleh laba. Pemasaran mencakup berbagai kegiatan yang berguna menciptakan, mengembangkan, mendistribusikan barang yang dihasilkan sesuai permintaan pembeli berdasarkan kemampuan menghasilkan barang Dari pengertian tersebut, peneliti akan menggunakan teori 4P dari jerome McCarthy tahun 1960 yang berisi *Product, Price, Promotion, Place*.

Evaluasi adalah proses penyediaan informasi yang dijadikan sebagai pertimbangan yang digunakan untuk menentukan harga dan jasa dari tujuan-tujuan yang akan dicapai, desain, implementasi, dan mempunyai dampak untuk membantu membuat keputusan, membantu pertanggung jawaban serta meningkatkan pemahaman fenomena yang sedang terjadi (Kasih et al., 2020). Evaluasi manajemen pemasaran merupakan salah satu aspek yang dapat dilakukan evaluasi sekaligus diterapkan kepada seluruh bidang usaha. Terdapat beragam strategi dalam melakukan pemasaran, tetapi tujuan utama dari strategi pemasaran tersebut adalah promosi terkait produk ataupun terkait layanan (Thabit & Raewf, 2018).

Tujuan dari evaluasi terkait tujuan bisnis dan efektivitas pemasaran harus saling mendukung, khususnya pada hal memenuhi kebutuhan konsumen (Diatmika et al., 2021).

Pemenuhan kebutuhan konsumen menjadi point penting dalam hasil evaluasi efektivitas pemasaran dan tujuan bisnis. Efektivitas pemasaran dapat digunakan untuk menilai apakah hasil pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kata tercapai dapat dilihat dari peningkatan konsumen pembeli produk atau pengguna jasa layanan yang telah dipasarkan manajemen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. desain penelitian yang dipilih adalah *cross-sectional survey*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan nasasumber 15 orang. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi dan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data sebagai kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Hasil wawancara POAC

Planning

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, Komplek Pusaka Arena Sukorejo tidak terdapat visi & misi tujuan pembangunan secara tertulis namun Komplek Pusaka Arena Sukorejo telah digunakan masyarakat umum serta atlet untuk berolahraga atau pengelola 1 dalam hasil wawancara yaitu:

“Awal pembangunan itu dimulai pada tahun 2014, awal mula berdiri karena pusaka Grup ingin berkontribusi aktif dalam perkembangan olahraga di kabupaten kendal khususnya futsal. pelaksanaan pembangunan sendiri bertahap disetiap tahun selalu ada pembangunan dan perubahan. Tujuan utamanya untuk memberikan fasilitas bagi atlet khususnya warga kendal sekaligus menghasilkan nilai tambah dari sebuah bisnis”.
(Pengelola 1).

Hal itu juga diungkapkan dalam hasil wawancara dengan salah satu pengguna Komplek Pusaka Arena Sukorejo yang menyebutkan bahwa alasan berlatih di Komplek Pusaka Arena Sukorejo.

“fasilitas memang diutamakan di gunakan oleh para atlet binaan pusaka Grup”. (Pengguna 1)

Penentu mutlak kebijakan di Komplek Pusaka adalah pimpinan Pusaka Grup. Standar operasional prosedur dalam pengelolaan serta pemakaian di Sport Center telah diungkapkan pada wawancara dengan Pengelola 1:

“Saat ini belum ada Standar Operasional Prosedur yang resmi tentang pengelolaan maupun pemakaian kecuali ketentuan biaya penyewaan. pemeliharaan dilakukan secara keseluruhan yaitu setiap pagi pasti semua karyawan Komplek Pusaka Arena Sukorejo menyapu seluruh adengan pembagian areanya sesuai dangan bagian kerjanya masing masing. ‘pemakaian gedung kita membebaskan menerima jasa persewaan maupun pemakaian si sela kegiatan atlet berlangsung.”
(Pengelola 1)

Komplek Pusaka tidak memiliki strategi pengelolaan khusus untuk setiap area yang dilakukan oleh pengelola dalam pengelolaan Komplek Pusaka Arena Sukorejo, menurut pengelola dalam hasil wawancara dengan tiga pengelola hasil triangulasi, Pengelola 1 yang menyatakan:

“Ketentuan khusus tidak ada, namun sebenarnya pihak pengelola langsung mempunyai strategi untuk diajukan ke manajemen Pusaka.”

(Pengelola 1)

Komplek Pusaka Arena Sukorejo memiliki jumlah 5 karyawan dengan rekrutmen oleh pengelola. Pengelola 2 menjelaskan bahwa rekrutmen untuk karyawan:

“Mengadakan pengumuman pencarian atau pembukaan lowongan karyawan. Ada tes masuk untuk seleksinya wawancara dan administrasi.”

Dana yang digunakan untuk mengelola Komplek Pusaka Arena Sukorejo bersumber dari pendapatan penjualan di Komplek Pusaka Arena Sukorejo.

Organizing

Penyusunan organisasi telah tersusun dari manajemen pusaka Grup dan untuk penyusunan organisasi/jabatan di karyawan yang mengatur adalah Owner Pusaka Grup. Dari hasil wawancara dengan karyawan pengelola area GOR Futsal, gym, sanggar dan kolam renang menunjukkan bahwa personil yang telah disusun oleh pengelola menurutnya kurang karena luasnya area yang tidak sebanding dengan karyawan kebersihannya. karyawan telah melakukan tugas masing-masing disetiap area, hal tersebut didukung hasil wawancara dengan tiga pengelola sesuai yang mengemukakan bahwa masing-masing setiap area/gedung terdapat 1-2 personil karyawan. Pada tahun 2022 Komplek Pusaka juga ada pengembangan, renovasi, pengadaan, atau pembangunan.

Kendala yang dihadapi adalah kurangnya respon manajemen perusahaan dalam memberikan tindak penanganan dalam respon terhadap kekurangan maupun masukan pada fasilitas menurut pengunjung dan karyawan. Hasil wawancara juga mengemukakan kurangnya alat kebersihan disetiap gedung/lapangan, kendala saat hujan disertai angin yang menyebabkan lapangan gedung *indoor* basah, kendala lainnya di stadion yaitu kurangnya alat pompa air, alat garis lapangan masih manual menggunakan tali, serta kurangnya personil untuk memotong rumput. Dari hasil wawancara dengan dua pengguna mengatakan bahwa kendala yang dihadapi atlet saat berlatih di Gor adalah saat jadwal sewa Gor berbenturan oleh pelanggan.

Monitoring dan koordinasi yang dilakukan oleh pengelola dari hasil observasi pengelola melakukan monitoring secara langsung terjun ke Komplek Pusaka mapun saat melakukan laporan keuangan. Hasil wawancara dengan pengelola dan karyawan dapat disimpulkan bahwa pengelola melakukan monitoring dan koordinasi rutin melalui media WhatsApp dan secara langsung secara bergantian antara Pengelola 1, Pengelola 2, dan Pengelola 3.

Actuating

Usaha koordinasi antar pengelola dengan karyawan yaitu dengan pengarahan dan pembinaan serta antar karyawan secara rutin. Cara (teknik/metode) pengarahan yang dilakukan oleh pengelola yaitu secara langsung. Pengelola memotivasi karyawan dalam pekerjaannya dengan cara memahami prosedur sebagai karyawan

Controlling

Pengelola melakukan pemantauan langsung secara rutin 1-2 kali dalam satu minggu. Dalam indikator koreksi tentang bagaimana pengelola mengoreksi kinerja karyawan serta bagaimana pemeliharaan Komplek Pusaka Arena Sukorejo mengatakan bahwa hal tersebut

“Lebih ke evaluasi biasanya 1 minggu sekali, semua sudah berjalan dengan baik sesuai job tugas masing-masing serta keadaan bisnis terjadi dengan baik.” (Pengelola 3)

Kondisi sarana & prasarana yang ada di *Sport Center* belum berstandar serta belum terkelola dengan baik dan bersih. Semua perlu ada perbaikan serta setiap gedung/area perlu perhatian khusus.

Hasil wawancara Pemasaran 4P

Product

Kualitas lantai lapangan futsal yang berbahan *interlock* yang biasa digunakan dalam kejuaraan futsal profesional dengan panjang 32 meter dan lebar 20 meter serta memiliki kombinasi warna yang cantik. Didukung dengan adanya jaring penghalang setinggi 5 meter mengelilingi lapangan dan 14 lampu pencahayaan yang di atas lapangan saat malam hari. Gym memiliki banyak sekali sarana termasuk *treadmill* yang hanya dimiliki kompleks pusaka diantara usaha serupa di wilayah sekitar. Sangar senam juga tersedia *indoor* serta dilengkapi matras.

Price

Harga yang dikenakan pada kompleks pusaka sukorejo tergolong murah yaitu dengan tarif gor futsal Rp.70.000,00/jam- Rp.100.000,00/jam. Harga pada gym yaitu Rp.10.000,00 persekali latihannya dan harga member Rp.200.000,00 untuk umum dan Rp.160.000,00 untuk pelajar untuk paket satu bulan disertai bonus satu *jersey* latihan. Untuk *treadmill* menambah biaya Rp.10.000,00. Pengunjung mendapat kebebasan menggunakan fasilitas seperti alat, toilet, musola dan isi ulang air minum.

Place

Komplek pusaka sukorejo berada di lokasi yang mudah dijangkau dari pusat keramaian dan dekat dengan alun-alun sukorejo yang beralamat di Jalan Sudagarana, Sukorejo, Kec Sukorejo, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah 51363, berdiri dari 2016 dan menjadi bisnis penyewaan sarana prasarana olahraga yang mana Bapak H.Mastur Darori sebagai pendirinya.

Promotion

Komplek Pusaka Sukorejo dikenal dengan melalui mulut ke mulut, selain di kenal melalui mulut ke mulut juga menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial di massa yaitu dengan *WhatsApp*, radio tersebut menjadi kekuatan di promosi Komplek Pusaka Sukorejo karena hanya dimiliki oleh perusahaan. Setiap area berbeda beda dalam media promosi dan fasikitas yang digunakan.

Hasil wawancara CIPP

Berdasarkan hasil wawancara aspek CIPP disajikan dalam bentuk tabel kriteria keberhasilan pada evaluasi CIPP

Tabel 1
Kriteria keberhasilan evaluasi CIPP

No	Evaluasi Cipp	Variabel	Hasil	Kriteria
1	<i>Contex</i>	Latar belakang dan visi misi	√	Baik sekali (Memiliki latar belakang, visi misi dan tujuan perusahaan yang tercapai)
				Baik (Memiliki latar belakang dan visi misi yang jelas)
				Cukup (Memiliki latar belakang, visi misi tetapi tidak jelas)
				Kurang (Tidak ada latar belakang dan visi misi)
2	<i>Input</i>	Sarana prasarana	√	Baik sekali (Sarana prasarana beragam, kualitas bagus, terawat)
				Baik (Sarana beragam, layak digunakan)
				Cukup (Layak digunakan)
				Kurang (Tidaklengkap dan tidak terawatt)
		SDM	√	Baik sekali (Profesional, memiliki keterampilan, pengalaman, konsistensi)
				Baik (Memiliki ketrampilan, pengalaman, konsistensi)
				Cukup (Pengalaman dan konsistensi)
				Kurang (Konsistensi)
3	<i>Process</i>	Penjualan	√	Baik sekali (Kegiatan penjualan berjalan dengan keuntungan meningkat, member bertambah)
				Baik (Kegiatan penjualan berjalan stabil).
				Cukup (Penjualan selalu mengalami kerugian)
				Kurang (Tidak berjalan kegiatan penjualan)
		pengelolaan	√	Baik sekali (Memanfaatkan, mengevaluasi dan menggunakan semua sarana prasarana yang ada)
				Baik (Memanfaatkan dan menggunakan sebagian besar sarana prasarana yang ada)
				Cukup (Kurang memanfaatkan dan tidak memanfaatkan sarana yang ada)
				Kurang (Tidak menggunakan sarana prasarana yang ada)
4	<i>Product</i>	Pemasaran		Baik sekali

	(Kegiatan pemasaran promosi aktif, menggunakan media online maupun langsung, evaluasi produk pemasaran, meningkatkan penjualan)
√	Baik (Kegiatan pemasaran promosi aktif, menggunakan media online maupun langsung)
	Cukup (ada pemasaran promosi)
	Kurang (Tidak ada kegiatan promosi)

Berdasarkan tabel 1 kompleks pusaka memiliki aspek evaluasi menggunakan model CIPP dengan kategori baik. latar belakang dan visi misi yaitu pendirian lokasi dengan tujuan pengabdian masyarakat dengan menyediakan sarana prasarana yang menunjang serta dijalankannya kegiatan bisnis untuk oprasional serta nilai tambah.

PEMBAHASAN

Pembahasan POAC

Fungsi manajemen perencanaan (*planning*) merupakan tujuan dari pembangunan kompleks pusaka arena sukorejo adalah sebuah komitmen dari owner Pusaka Grup untuk memberikan dukungan bagi praktisi (atlet) dan non praktisi olahraga. Tujuan kedua adalah bisnis atau mendapat nilai tambah yang nantinya berguna untuk operasional dan perawatan fasilitas bahkan mendapat keuntungan lebih kawasan *Sport Center* ini, baik itu untuk olahraga prestasi, olahraga rekreasi maupun olahraga pendidikan. Tujuan tersebut terbilang hampir tercapai berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa *Sport Center* digunakan masyarakat umum dan atlet untuk berolahraga, hal tersebut sesuai dengan fungsi *Sport Center* menurut yaitu *Sport Center* berfungsi sebagai sarana pembinaan dan peningkatan prestasi olahraga dan daya apresiasi olahraga dan daya apresiasi olahraga terhadap masyarakat (Akbar, 2020).

Dana yang diperuntukkan untuk mengelola kompleks pusaka hanya mengandalkan dari profit atau keuntungan. Dari hasil dana tersebut mencukupi biaya operasional kompleks pusaka. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Rimbano *et.al* (2023) manajemen POAC mempengaruhi pemulihan ekonomi diberbagi sektor (Rimbano, 2023). Penelitian Kusuma & Farida, (2021), juga menyatakan perencanaan merupakan usaha serta pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah di tentukan. Perencanaan pengelolaan di kompleks Pusaka Sukorejo dinyatakan masih kurang karena pengelola belum memiliki visi dan misi yang jelas dan tertulis serta strategi khusus untuk pengelolaan disetiap area.

Fungsi manajemen *organizing* Pengorganisasian (*organizing*) adalah penentuan sumber daya dan pemberian kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dan mencapai tujuan (Terry & Rue, 2019). Berdasarkan hasil penelitian pengelola maupun karyawan terdapat struktur organisasi/jabatan dan adanya monitoring dan koordinasi antar pengelola dengan karyawan maupun antar karyawan. Dalam pengorganisasian ini rupanya kurang, karena banyaknya kendala-kendala yang dihadapi baik pengelola, karyawan, maupun pengguna. Menurut Ayu & Nawawi, (2024), kunci utama supaya kegiatan pengorganisasian berjalan dengan baik yaitu terdapat pembagian kerja agar

terbentuknya organisasi yang saling bersinergi. Pengembangan fungsi organisasi bisa dilihat melalui beban kerja individu dan kelompok, hubungan antar personal, delegasi wewenang, serta pemanfaatan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan

Menurut Munaf et al., (2023), komunikasi yang kuat dapat mewujudkan kenyamanan tersendiri pada sebuah organisasi terhadap pengunjung atau pelanggan yang mayoritas didasari oleh rasa kekeluargaan, maka tidak ada batasan bagi pengunjung atau pelanggan untuk langsung berbagi ide dengan pengurus hingga pimpinan untuk kemajuan suatu perusahaan. Setiap pengorganisasian harus memiliki struktur organisasi yang layak. pengorganisasian dalam pengelolaan *Sport Center* sudah sesuai dengan asas *organizing* George R, Terry dimana pengorganisasian tersebut memiliki pembagian kerja, penempatan tenaga kerja, penanggung jawab dan pelimpahan wewenang (Terry & Rue, 2019). Namun masih kurang bahwa pembagian organisasi/jabatan serta penempatan bagian tersebut tidak disertai dengan inovasi yang ada serta mengorganisir untuk pembangunan dan pemeliharaan serta masih banyak kendala dalam hal kendala sarana dan prasarana maupun kendala dalam kurangnya personel karyawan pengelola di beberapa area Komplek Pusaka Arena Sukorejo

Fungsi pengarahan (*actuating*) dalam pengelolaan Komplek Pusaka Arena Sukorejo terdapat usaha, cara pengarahan, dan motivasi yang serasi, usaha pengelola untuk karyawan maupun karyawan untuk karyawan lainnya dalam usaha koordinasi yaitu dengan saling mengarahkan, membina dan menganggap sebagai keluarga. Cara yang dilakukan pengelola untuk mengarahkan karyawan serta memotivasi karyawan dikatakan baik, karena dengan rutin mengarahkan secara langsung dan melalui WhatssApp. Fungsi pengarahan dalam pengelolaan Komplek Pusaka sudah sesuai. Hal ini didukung pada hasil penelitian Saputra & Ali, (2022), yang menyatakan bahwa “dengan adanya pengarahan yang dilakukan dengan baik maka dapat memberikan pengaruh menggerakkan semua instrument pemerintah, dalam melakukan Pemulihan Ekonomi akibat pandemi” Sumber daya manusia akan memiliki efisiensi dan efektivitas yang tinggi, apabila sumber daya manusia atau karyawan tersebut diberikan perhatian dengan kebijakan yang mengarah pada kesejahteraan karyawan. Perhatian dan kebijakan yang mensejahterakan karyawan diharapkan mampu memberikan motivasi yang positif pada setiap karyawan.

Fungsi manajemen pengawasan (*controlling*) pada Komplek Pusaka yaitu dengan pemantauan dan koreksi secara langsung dan melalui WhatssApp, namun pemantauan pengelola secara langsung lebih sering hanya 1-2x dalam satu minggu, tetapi untuk koreksi kinerja karyawan dan pemeliharaan Komplek Pusaka Arena Sukorejo selalu ada dalam 1 minggu sekali. Di sisi lain, masih banyak yang harus dikoreksi atau diperbaiki terutama dalam hal standar sarana dan prasarana, alat kebersihan, serta perlunya ada perhatian khusus disetiap gedung/lapangan.

Pengawasan merupakan fungsi yang saling keterkaitan dengan pengarahan, dengan adanya pemimpin yang mengarahkan maka apa yang menjadi perencanaan awal tersebut akan terarah selanjutnya akan dinilai bagaimana hasilnya dan apa saja yang harus dievaluasi atau diperbaiki. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian Lorensius Lengmani et al., (2022), yang menyebutkan bahwa pengelolaan POAC memberikan pengaruh positif karena dapat menjadi acuan dalam melakukan pemulihan ekonomi di masa pandemi Fungsi pengawasan atau sistem kontrol dalam pengelolaan Komplek Pusaka bahwasannya pengelola sudah melakukannya dengan optimal melalui pengarahan dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah ditetapkannya namun kendala yang nyata atau kendala yang dihadapi belum bisa diatasi karena terkendala dalam kurangnya

dana pengelolaan.

Pembahasan Pemasaran 4P

Produk merupakan barang atau jasa yang dibuat produsen untuk konsumen akhir, dan produk biasanya dibedakan atas barang dan jasa (Suherly et al., 2016). Komplek Pusaka Sukorejo milik manajemen Pusaka Grup yaitu memiliki banyak fasilitas yang tergolong cukup baik dan nyaman, hal ini terlihat dari kualitas lantai lapangan futsal yang berbahan *interlock* yang biasa digunakan dalam kejuaraan futsal profesional dengan panjang 32 meter dan lebar 20 meter serta memiliki kombinasi warna yang cantik. Didukung dengan adanya jaring setinggi kurang lebih lima meter dan 14 lampu yang mengelilingi lapangan saat malam hari. Gym memiliki banyak sekali sarana termasuk treadmill yang hanya dimiliki komplek pusaka di antara usaha serupa di wilayah sekitar. Sangar senam juga tersedia indoor serta dilengkapi matras.

Penejelasan di atas didukung oleh penelitian Anjelika & Sinaga, (2022) mengungkapkan apabila produk yang ditetapkan perusahaan terlalu tinggi, maka dapat menurunkan keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini diketahui produk lebih tinggi jika dibandingkan dengan penjual lain sehingga konsumen dengan potensi pembelian rendah akan melakukan evaluasi ulang sebelum mengambil keputusan. Menurut Zhu, (2021), produknya harus didahulukan serta harus memenuhi keinginan dan permintaan konsumsi konsumen. Pada saat yang sama, perusahaan juga tidak boleh kekurangan kemampuan berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan dunia terkini. Ketika kualitas produk ditingkatkan, penting untuk fokus pada publisitas produk Menurut Magetana & Widodo, (2022), strategi bauran 4P telah meningkatkan kinerja pada destinasi wisata Minggu Jatinan. Hal tersebut membuktikan strategi pemasaran berperan penting dalam meningkatkan penjualan suatu produk

Harga merupakan suatu nilai dari produk yang berbentuk uang yang di gunakan konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Komplek Pusaka telah menentukan salah satu harga khususnya harga sewa lapangan futsal, dimana owner telah melakukan riset terhadap harga sewa lapangan di wilayah sekitar. Hal tersebut didukung oleh penelitian Anjelika & Sinaga, (2022), menjelaskan bahwa di PT Alfa Scorpii Setia Budi dalam penentuan harga melakukan riset terlebih dahulu di mall wilayah sekitar, namun mall yang dimaksud bukanlah salah satu mall yang banyak dikunjungi konsumen dan bisa dikatakan Mall yang sepi

Tarif sewa gor futsal tergolong sangat murah yaitu dengan tarif gor futsal Rp.70.000,00/jam- Rp.100.000,00/jam, hal ini menjadi aspek kekuatan dari Komplek Pusaka Sukorejo ditambah memiliki harga khusus untuk pelajar dikarenakan masuk dalam tarjet pemasaran, hal ini membuat warga masyarakat sangat mudah dan murah untuk menyewa lapangan. Harga pada gym yaitu Rrp.10.000,00 persekali latihanya dan harga member Rp.200.000,00 untuk umum dan Rrp.160.000,00 untuk pelajar disertai bonus satu kaos latihan. Untuk treadmill menambah biaya Rrp.10.000,00. Pengunjung mendapat kebebasan menggunakan fasilitas seperti alat, toilet, musola dan isi ulang air minum. hal ini membuat warga masyarakat sangat mudah dan murah untuk menyewa lapangan. Sistem pembayaran Komplek Pusaka Sukorejo masih menggunakan pembayaran tunai, dimana masih banyak pelanggan yang tidak memahami prosedur pembayaran dengan tunai maupun non tunai, hal ini di sebabkan setiap team hanya menugaskan salah satu anggota untuk mengurus pemesanan serta pembayaran. Hal ini menjadi sebuah ancaman dikarenakan dengan adanya system tersebut maka peluang untuk mengembangkan minat datang pelanggan baru akan terhambat.

Tempat merupakan area yang menjadi tempat distribusi barang atau jasa yang di siapkan untuk kebutuhan konsumen (Anjani et al., 2018). Tempat juga berpengaruh atas laku dan tidaknya suatu jasa. Komplek pusaka sukorejo berada terletak di Jalan sudagaran, sukorejo, kec sukorejo, kabupaten kendal, jawa tengah 51363, berdiri sejak 2016. Latar belakang pendirian lapangan tersebut adalah pembinaan dan pemberdayaan atlet dari Pusaka Grup maupun kabupaten Kendal sebagai bentuk pengabdian masyarakat, disamping hal tersebut maka perusahaan membutuhkan biaya operasional maka perusahaan melakukan kegiatan bisnis dengan melihat potensi bisnis di Kabupaten Kendal. Tempatnya yang strategis dimana letaknya mudah dijangkau serta tidak bising oleh kendaraan umum. Terdapat plang penunjuk lokasi di pingir jalan masuk. Berdasarkan penelitian (Rachmawati et al., 2021), empat mempunyai peranan yang cukup besar dalam meningkatkan volume penjualan, mulai dari efisiensi biaya yang dikeluarkan perusahaan hingga target perusahaan dalam menjangkau konsumen potensial hingga meningkatkan penjualan. Peran mendasar perusahaan adalah menjual produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dalam jumlah yang lebih banyak

Promosi merupakan suatu kegiatan pemberian informasi tentang produk pada konsumen dan di tuntut bisa mempengaruhi untuk bisa membeli produk yang di promosikan (Wijaya et al., 2018). Promosi di era digital sangat memerlukan suatu alat yang serba cepat dan efisien. Komplek Pusaka Sukorejo dikenal dengan melalui telinga ke telinga, selain di kenal melalui telinga ke telinga juga menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial di massa yaitu dengan *WhatsApp*, radio tersebut menjadi kekuatan di promosi Komplek Pusaka Sukorejo karena hanya dimiliki oleh perusahaan. Setiap area berbeda beda dalam media promosi dan fasilitas yang digunakan. Penelitian yang dilakukan Rachmawati et al., (2021), mengungkapkan *Brand Awareness* akan lebih mudah dicapai jika menggunakan media digital seperti *Google Ads*, *Facebook*, *Instagram*, *Tik*, *Tok*, dan *YouTube*. Pendekatan ini penting karena pasar telah beralih ke komunitas digital yang mulai membaik, sehingga penerapan bauran pemasaran lebih difokuskan pada promosi dimana akan memanfaatkan platform digital yang ada semaksimal mungkin. Sedangkan penelitian Sujianto & Supriyono, (2020), menyebutkan promosi dari mulut ke mulut serta kurang gencarnya promosi digital menjadikan informasi tidak tersebar luas, hal tersebut akan menghambat pemasukan karena pengunjung yang datang sedikit

Pembahasan CIPP

Pembahasan Aspek *Context*

Evaluasi *context* digunakan untuk memberikan alasan rasional visi misi suatu perusahaan. Evaluasi ini dilakukan berdasarkan bukti di bidang-bidang berikut; kebutuhan dan kepentingan kebijakan, pengaturan kelembagaan, lingkungan pengembangan bakat, dan kemitraan (Teshome et al., 2022). Evaluasi input berguna dalam pemilihan strategi sehingga informasi yang diperoleh. Evaluasi masukan tersebut memberikan informasi untuk menentukan bagaimana memanfaatkan sumber daya guna mencapai tujuan dan sasaran proyek (Wahidah et al., 2023). Evaluasi *context* ini juga mencakup penilaian masalah, aset, dan peluang (Burke & Hennessy, 2021).

Komplek Pusaka Arena Sukorejo berdiri atas dasar keinginan owner Pusaka Grup tentang memasyarakatkan olahraga dan mengolahragakan masyarakat sekaligus bisnis Komplek Pusaka Arena Sukorejo berada di bawah naungan Pusaka Grup. sehubungan dengan itu salah satu latar belakang berdirinya Komplek Pusaka Arena Sukorejo adalah untuk pembinaan atlet yang diharapkan dapat mempermudah dan

mendukung atlet binaan Pusaka Grup maupun Kabupaten Kendal melakukan pelatihan. Meskipun berada di lingkup prestasi, Komplek Pusaka Arena Sukorejo tetap berfokus pada bisnis dan pengabdian kepada masyarakat. Perubahan terkait fokus Komplek Pusaka Arena Sukorejo apakah menuju ke bisnis murni atau prestasi perlu dilakukan karena terdapat tujuan ganda dalam Komplek Pusaka Arena Sukorejo. Meskipun setiap perusahaan berhak memiliki beberapa tujuan perusahaan, tujuan yang tidak terlalu besar atau terlalu beragam membantu perusahaan fokus pada apa yang dianggap penting untuk mencapai tujuan utama mereka (Ahadi et al., 2021).

Penjelasan di atas juga diperkuat oleh penelitian Pramono et al., (2020), bahwa visi dalam strategi pengelolaan mempunyai beberapa fungsi diantaranya visi sebagai penunjuk arah yang artinya sebagai acuan di masa depan. Selain itu, visi menceritakan gambaran masa depan dan saran tentang apa yang harus diubah dalam program, bagaimana melakukannya, dan visi juga berperan sebagai motivasi karena visi menawarkan kemungkinan bagaimana program akan berhasil dilaksanakan. Menurut pengelola, lokasi Komplek Pusaka Arena Sukorejo memberikan kemudahan bagi pelanggan dan anggota selama berlatih. Salah satu yang menarik adalah lokasinya, tempat parkir yang luas dan fasilitas yang baik. Selain itu, Komplek Pusaka Arena Sukorejo ini memberikan layanan gratis jersey bagi *member*. Subjek penelitian yang dalam hal ini adalah pelanggan dan *member*, menyampaikan terdapat beberapa hal yang menarik mereka untuk menjadi pelanggan atau *member* di Komplek Pusaka Arena Sukorejo.

Menurut pelanggan atau *member*, lokasi Komplek Pusaka Arena Sukorejo memberikan kemudahan bagi pelanggan dan anggota selama berlatih. Salah satu yang menarik adalah lokasinya, tempat parkir yang luas dan fasilitas yang baik. Komplek Pusaka Arena Sukorejo berada di antara empat kecamatan di eks kawedanan selokaton atau Kendal selatan sehingga memudahkan para pelanggan dalam mobilitas. Banyak pelanggan yang menyampaikan bahwa harga yang ditawarkan oleh layanan ini sangat terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Meskipun banyak untuk aspek yang menarik bergabung di Komplek Pusaka Arena Sukorejo, terdapat beberapa hal yang dikeluhkan oleh sebagian pelanggan maupun *member*. Beberapa kali terjadi kesalahan dalam penadwalan kususnya dalam area lapangan futsal sehingga harus merubah jadwal.

Berdasarkan pembahasan di atas, aspek *context* Komplek Pusaka Arena Sukorejo masuk dalam kategori baik. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah menentukan visi misi Komplek Pusaka Arena Sukorejo. salah satu usaha yang dapat dilakukan yaitu melakukan ekspansi atau pengembangan dengan memberikan pelayanan dan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Sedangkan apabila Komplek Pusaka Arena Sukorejo fokus pada bisnis murni, maka pengembangan Komplek Pusaka Arena Sukorejo dapat digunakan untuk mendapat keuntungan lebih maksimal dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia terutama pada pelayanan komunikasi dengan pelanggan.

Pembahasan Aspek *Input*

Keramahan dan kesediaan para karyawan di Komplek Pusaka Arena Sukorejo menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Secara tidak langsung, hal ini menjadi alat pemasaran yang lebih efektif melalui *Word Of Mouth* (WOM). Namun sebagian anggota menyayangkan pemasaran Komplek Pusaka Arena Sukorejo melalui media belum berhasil. Kurangnya informasi digital menimbulkan hambatan bagi pelanggan baru untuk mencari tempat berolahraga. Pelanggan mengatakan bahwa informasi yang disampaikan

oleh pengelola perlu ditingkatkan agar lebih menarik bagi konsumen lainnya. Penelitian Thümler, (2022), mengungkapkan bahwa perilaku non verbal memberikan dampak dalam suatu penjualan dan pelayanan

Media pemasaran yang kurang mendapat perhatian dari pengelola adalah melalui pemasaran media sosial. Bahkan pelanggan lokal pun belum mengetahui keberadaan sanggar kebugaran dan gym. Media sosial apa pun yang digunakan pelanggan di sini untuk pemasaran hanya dijalankan melalui WA. Kurangnya manajemen pemasaran ini didukung oleh pernyataan pengelola bahwa anggaran khusus yang dialokasikan untuk pemasaran Komplek Pusaka Arena Sukorejo belum maksimal. Tidak ada karyawan khusus yang bertanggung jawab mengelola akun pemasaran dan media sosial Komplek Pusaka Arena Sukorejo. Karyawan yang berkomitmen pada sisi emosional akan memberikan upaya ekstra untuk organisasi (Swalhi et al., 2017). Kurangnya anggaran khusus pemasaran yang optimal tentunya akan memberikan dampak yang sangat panjang terhadap proses pemasaran Komplek Pusaka Arena Sukorejo. Seperti yang disampaikan salah satu *member*, saat ia bertanya terkait layanan Komplek Pusaka Arena Sukorejo melalui *message* WA, tidak ada respon dari pengelola untuk waktu yang cukup lama dan tidak ada media sosial yang bisa di pantau untuk melngupdate jam pemesanan pada GOR futsal. Hal tersebut tentu memberikan citra yang kurang baik bagi Komplek Pusaka Arena Sukorejo. Berdasarkan pembahasan di atas, aspek *input* masuk dalam kategori cukup. Rekomendasi yang dapat disarankan adalah dengan mengikuti berbagai kursus pelatihan manajemen bagi karyawan, khususnya di bidang pemasaran, dan membagi tanggung jawab secara proporsional kepada setiap karyawan.

Pembahasan Aspek *Process*

Informasi dapat berasal dari berbagai sumber, antara lain media cetak, media eksternal, media sosial, dan informasi dari pihak lain. Sebagian besar anggota mendapatkan informasi tentang layanan Komplek Pusaka Arena Sukorejo dari orang lain, seperti teman, orang tua, atau radio. Peran lingkungan memberikan informasi yang lebih dapat dipercaya bagi sebagian orang. Menurut pengelola, media yang digunakan Komplek Pusaka Arena Sukorejo untuk pemasaran tidak ditinjau secara berkala karena kendala manajemen dari karyawan lama hingga baru.

Kendala lain yang ditemui dalam pengelolaan sisi pemasaran Komplek Pusaka Arena Sukorejo adalah kurangnya kreatifitas pihak pengelola dalam membuat materi pemasaran, sehingga informasi yang diberikan kurang menarik bagi sebagian pelanggan. Bisnis dan *brand* perlu membuat strategi pemasaran konten digital atau digital *content marketing* sebagai media pemasarannya (Casasnovas & Lozada-Contreras, 2020). Oleh karena itu, para karyawan Komplek Pusaka Arena Sukorejo harus berusaha keras untuk mempelajari digital *content marketing* sebagai metode pemasaran yang baik dalam proses pemasarannya. Satu-satunya metode pembayaran tunai merupakan salah satu hambatan lain yang sering dirasakan oleh pengelola. Pembayaran secara non tunai dipakai oleh konsumen untuk diterapkan pada transaksi finansial masing-masing (Rachmawati et al., 2021). Menurut pengelola, beberapa *member* menanyakan perihal metode pembayaran non tunai, namun belum dapat dipenuhi oleh Komplek Pusaka Arena Sukorejo, padahal di era digital saat ini pembayaran nontunai merupakan metode pembayaranyang lebih efektif dan efisien. Meskipun demikian, pelayanan yang baik dari manajemen baik instruktur fitness maupun pengelola menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi Komplek Pusaka Arena Sukorejo. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Dam & Dam, (2021), bahwa Kualitas layanan berada di atas dari kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pembahasan di atas, aspek *process* Komplek Pusaka Arena Sukorejo masuk dalam kategori baik. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah pembaharuan sistem digital pada pelaksanaan pemasaran di Komplek Pusaka Arena Sukorejo, baik secara langsung maupun tidak langsung. Memudahkan pelaksanaan kegiatan agar efisien dan efektif dapat dilakukan dengancara mengelola sistem informasi manajemen (M. A. Rahman & Anisah, 2020).

Pembahasan Aspek *Product*

Radio merupakan salah satu media yang paling banyak digunakan oleh pengelola untuk memberi informasi terkait layanan Komplek Pusaka Arena Sukorejo, jika dibandingkan dengan media sosial lain. Sebagian pelanggan menyampaikan bahwa informasi yang tersedia dari WA (*Whatsapp*) belum mampu memenuhi kebutuhan pengunjung terkait gambaran umum Komplek Pusaka Arena Sukorejo, seperti jam buka tutup Komplek Pusaka Arena Sukorejo, gambaran lokasi, fasilitas dan alat-alat yang tersedia. Konten yang diberikan kepada konsumen dapat menarik perhatian dan mungkin akan ditinggalkan di kemudian hari (Dwivedi et al, 2015).

Pengelola mengatakan mereka sedang mengembangkan aplikasi pemesanan dan jadwal. Pemasaran melalui konten, atau pesan-pesan yang terkandung dalam pemasaran konten, perlu disesuaikan dengan platform pemasaran yang dipilih (Plessis, 2017). Pengelola perlu memahami karakteristik konten yang diminati oleh *member* atau calon konsumen Komplek Pusaka Arena Sukorejo baik melalui media sosial maupun media cetak. Bahkan salah satu pengelola menyebutkan, beberapa konsumen meminta informasi detail mengenai layanan Komplek Pusaka Arena Sukorejo melalui WA .

Berdasarkan pembahasan di atas maka aspek *product* Komplek Pusaka Arena Sukorejo termasuk dalam kategori baik. Disarankan untuk menambahkan media lain seperti Instagram dan TikTok ke dalam pemasaran produk Komplek Pusaka dengan memperbarui informasi yang tersedia di media sosial yang tersedia saat ini seperti unggah aktivitas ke Instagram *Stories* dan pesan jadwal pada waktu tertentu secara *real time*.

SIMPULAN

Simpulan penelitian; aspek *context* pada komplek pusaka dalam kategori sangat baik yaitu diawali dari pemberdayaan atlet binaan Pusaka Grup dan diiringi kegiatan bisnis guna pemenuhan operasional dan keuntungan tempat usaha; Aspek *input* dalam kategori baik menjelaskan SDM sudah cukup baik bekerja namun dari fasilitas yang banyak terdapat kesalahan pembangunan dan kebersihan di beberapa area toilet; Aspek *process* dalam kategori Baik menunjukkan kegiatan penjualan berjalan stabil; Aspek *product* memiliki kategori baik dengan selalu adanya pemasaran yang berjalan namun tidak ada inovasi dan evaluasi produk pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadi, A., Bower, M., Singh, A., & Garrett, M. (2021). Online professional learning in response to COVID-19—towards robust evaluation. *Future Internet*, 13(3), 1–22. <https://doi.org/10.3390/fi13030056>
- Akbar, M. (2020). *Gowa Sport Center dengan Pendekatan Neo-Vernakular*. Universitas Hasanudin.
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2018). Relationship Of 7P Marketing Mix And Consumers ' Loyalty In Traditional Markets Hubungan Penerapan Bauran Pemasaran 7P dan Loyalitas Konsumen di Pasar Tradisional. *Agro Ekonomi*,

- 29(2), 261–273. <https://doi.org/http://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Anjelika, F., & Sinaga, T. M. (2022). Influence of Marketing MIX 4P (Product, Price, Place, Promotion) on Purchase Decision at PT. Alfa Scorpii Setia Budi Branch Medan. *Jurnal Mantik*, 5(4), 2239–2246.
- Ayu, S. S., & Nawawi, Z. M. (2024). Penerapan Planning , Organizing , Actuating , And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam Sinta Sukma Ayu keberkahan dari Allah SWT , dan setiap bisnis yang dilakukan harus berpedoman pada prinsip- Penerapan Planning , Organizing , Actuating , a. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Burke, E., & Hennessy, M. (2021). Evaluation of an early career clinical academic training programme using the CIPP model. *BMJ Open*, 11(11). <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-052965>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Diatmika, I. P. W., Yoda, I. K., & Tisna, G. D. (2021). Evaluasi Program Pembinaan Prestasi Cabang Olahraga Bulutangkis di Persatuan Bulutangkis (PB) Anugerah Denpasar dengan Metode Context, Input, Process, Product (CIPP). *Indonesian Journal of Sport & Tourism*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.23887/ijst.v1i1.34832>
- DPR. (n.d.). *Dokumen Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004*.
- Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi*, 4, 701–706.
- Kasih, A. M., Hidayatullah, m F., & Doewes, M. (2020). Ketercapaian Pelaksanaan Program Pembinaan Prestasi Olahraga Boccia Dengan Menggunakan Model CIPP di Pelatnas Boccia NPC Indonesia Tahun 2019/2020. *Seminar Nasional Keindonesiaan*, 2(1), 247–252.
- Kusuma, P. P., & Farida, L. A. (2021). Indonesian Journal for Manajemen Arista Sport Center Di Ungaran. *Jurnal Physical Education and Sport*, 2(1), 365–372.
- Lorensius Lengmani, P., Soegiyanto, S., & Wahyudi, A. (2022). Management of Coaching Football Achievement at the Football Association of Indonesia of Alor Regency. *Journal of Physical Education and Sports*, 11(1), 9–17. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes>
- Magetana, D. Y., & Widodo, J. (2022). A Marketing Mix Strategy to Improve the Marketing Performance on Tourist Destination of Wisata Minggon Jatinan at Hutan Rajawali in Batang. *Journal of Economic Education*, 11(1), 80–92.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Mix Marketing) dalam Prospektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1).
- Munaf, D., Susanto, N., Pranoto, N. W., & Gemaini, A. (2023). Analisis manajemen pengelolaan fasilitas olahraga di driving range golf southlink’s kota batam. *Jurnal Pendidikan Jasmani, Kesehatan Dan Rekreasi*, 8(2), 50–59.
- Prabowo, I. R., Priyono, B., & Sumartiningsih, S. (2022). Management of Athlete Achievement Development for Sport Supaya Sehat Football School in Semarang City. *Journal of Physical Education and Sports*, 11(4), 493–498. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes/article/view/72005%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes/article/download/72005/24898>
- Pramono, R., Sarliyani, S., & Purwanto, A. (2020). The Evaluation of Narada Cup School Sport Program Using CIPP Evaluation Model. *Jurnal Pendidikan Jasmani Dan*

- Olahraga*, 5(1), 81–86. <https://doi.org/10.17509/jpjo.v5i1.23516>
- Priyono, B. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 2(2), 112–123.
- Rachmawati, E. R., Rahmat Syah, T. Y., & Indradewa, R. (2021). Influence of Marketing Mix Strategy on Business Arena Corner. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 76–86. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210812>
- Rimbano, D. (2023). The Application of POAC Management in the Tourism Sector in Post-Pandemic Economic Recovery Based on E-Commerce Abstract : *European Journal of Theoretical and Pplied Sciences*, 1(3), 55–64. [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(3\).06](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(3).06)
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.733>
- Setiawan, I., Abdulaziz, M. F., Purwono, E. P., & Irsyada, R. (2019). Sports Development Reviewed by SDI to Improve The Quality of Physical With Conservation Character. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 362.
- Suherly, H., Affif, F., & Guterres, A. D. (2016). Marketing Performance As The Impact Of Marketing Mix Strategy (7P) With Determination Of Market Attraction And Company ' S Resources Survey On Performers Of Tourism Industry In Timor Leste. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV(9), 569–587.
- Sujianto, P. P. P., & Supriyono. (2020). Analisis Strategi Pemasaran 7p Di Kolam Renang Tirto Argo Siwarak Kabupaten Semarang. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 6(1), 1–7.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. bumi aksara.
- Teshome, Z., Wolde, B., Abrham, T., & Tadesse, T. (2022). Evaluating the Practices and Challenges of Youth Volleyball Development in Amhara Regional State, Ethiopia by Using the CIPP Model. *Healthcare (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/healthcare10040719>
- Thabit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4). <https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Thümler, N. (2022). How to sell without words: What science knows about nonverbal behavior in personal sales and service. *Management and Marketing*, 17(4), 503–527. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0028>
- Wahidah, I., Listyasari, E., Rahmat, A. A., & Rohyana, A. (2023). *Evaluation of Physical Education Independent Curriculum Through CIPP : Managerial Implementation in Learning Activities*. 3(2), 208–223.
- Widodo, A. F., & Soedjatmiko. (2019). Model Manajemen Pada Fitness Center Faculty Of Sport Fitness center yang terletak di Faculty of Sports Science Chulalongkorn University memiliki fasilitas dan sarana untuk laki – laki serta perempuan , ruan. *Journal of Sport Coaching and Physical Education*, 4(1), 1–7.
- Wijaya, E., Marantika, P., Sekolah, A., Ilmu, T., Pelita, E., & Pekanbaru, I. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang a.Yani

- Pekanbaru. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2).
- Yasin, N. A., & Supriyono. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal pada saat Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kendal Tahun 2021. *Indonesian Journal for Physical ...*, 3(1), 113–120. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/inapes/article/view/54283>
- Zhu, J. (2021). Analysis on Adidas Marketing Strategies in 4P Model. *Scientific and Social Research*, 3(5), 67–75. <https://doi.org/10.36922/ssr.v3i5.1204>