



## Analisis Dampak Hasil Pertandingan Sepak Bola PERSIB terhadap Penjualan Merchandise Original

Ajeng Yasti<sup>1</sup>, Akhmad Sobarna<sup>2</sup>, Rony M Rizal<sup>3</sup>.

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Pasundan Cimahi, Indonesia

E-mail: [aynmuflihah@stkipasundan.ac.id](mailto:aynmuflihah@stkipasundan.ac.id), [akhmadsobarna9@gmail.com](mailto:akhmadsobarna9@gmail.com), [denrony@gmail.com](mailto:denrony@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-04-09 Revised: 2024-05-27 Published: 2024-06-01  <b>Keywords:</b> <i>Sports Industry;</i> <i>Persib;</i> <i>Merchandise.</i>	In the current era, football is not just a sport, but has become an industrial area capable of creating large profits. Persib is a football club that has a large fan base in Indonesia. Persib fans, known as Bobotoh, not only support their team on the pitch, but also through purchasing official merchandise. The aim of this research is to analyze the impact of Persib football match results on sales of original merchandise and what factors influence the increase in income from merchandise sales. The method used is qualitative with a descriptive approach. The data collection technique is in-depth interviews as a primary source and observation as a secondary source. From the research carried out, it can be seen that the results of the Persib Liga 1 football match in 2023 will influence sales of original merchandise at the Graha Persib store.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-04-09 Direvisi: 2024-05-27 Dipublikasi: 2024-06-01  <b>Kata kunci:</b> <i>Industri Olahraga;</i> <i>Persib;</i> <i>Merchandise.</i>	Di era sekarang, sepak bola bukan hanya sekedar olahraga, namun sudah menjadi lahan industri yang mampu menciptakan keuntungan yang besar. Persib merupakan salah satu klub sepak bola yang memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia. Penggemar Persib, yang dikenal sebagai Bobotoh, tidak hanya mendukung tim mereka di lapangan, tetapi juga melalui pembelian merchandise resmi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak hasil pertandingan sepak bola Persib terhadap penjualan merchandise original dan faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan pendapatan terhadap penjualan Merchandise. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara yang mendalam sebagai sumber primer serta observasi sebagai sumber sekunder. Dari penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa hasil pertandingan sepak bola Persib Liga 1 tahun 2023 berpengaruh terhadap penjualan merchandise original di store Graha Persib.

### I. PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan cabang olahraga yang sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Permainan olahraga yang satu ini banyak sekali yang mengembangkan dalam dunia bisnis hingga pelaksanaannya sampai menyentuh liga profesional Indonesia. Industri olahraga sepak bola merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dan kegiatan dalam mengembangkan bisnis industri olahraga tersebut dilakukan melalui berbagai macam cara. Permainan ini hampir dimainkan di perkotaan dan pedesaan mudah ditemui dan tidak memandang ras, suku, agama, serta daerah. Sehingga orang dalam berwira-usaha mendirikan toko perlengkapan sepakbola akan membuka peluang dalam mengembangkan usaha perekonomiannya (Fitria Yulianto, 2018)

Sepak bola sebagai olahraga di dalam perkembangannya sangat pesat, hal ini dapat dilihat baik dari tatanan global maupun nasional (Prawira & Tribinuka, 2016). Sepak bola sendiri

tidak hanya berkaitan dengan kegiatan fisik saja tetapi olahraga ini sudah menjadi bagian dari sebuah industri seperti hiburan, wisata bahkan hal-hal lain di dalam aspek kehidupan bermasyarakat (Dedy Setiawan et al., 2022). Sepak bola telah menjadi bagian integral dari budaya dan identitas banyak masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu klub sepak bola yang memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia adalah Persib Bandung. Penggemar Persib, yang dikenal sebagai Bobotoh, tidak hanya mendukung tim mereka di lapangan, tetapi juga melalui pembelian merchandise resmi.

Merchandise sepak bola, seperti jersey, syal, jaket dan berbagai aksesoris lainnya, telah menjadi sumber pendapatan penting bagi klub sepak bola. Namun, penjualan merchandise ini bisa sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah hasil pertandingan. Kemenangan tim cenderung meningkatkan moral penggemar dan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak merchandise. Sebaliknya,

kekalahan atau performa buruk dapat menurunkan semangat penggemar dan berdampak negatif pada penjualan merchandise. Namun, hubungan antara hasil pertandingan dan penjualan merchandise belum banyak diteliti, khususnya dalam konteks sepak bola Indonesia dan Persib Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk dapat menganalisis dampak hasil pertandingan sepak bola Persib terhadap penjualan merchandise resmi.

Dari tahun ke tahun perkembangan industri terjadi perubahan, saat ini perubahan industri sudah masuk pada tahap yang ke empat atau yang dikenal dengan sebutan 4.0. Konsep revolusi industri 4.0 dikenalkan pertama kali oleh Profesor Klaus Schwab, Ekonom asal Jerman yang menulis buku dengan judul "The Fourth Industrial Revolution" konsep itu telah mengubah hidup dan kerja manusia (Noor, 2018) Menurut Parks, Zanger, dan Quarterman, Segmen industri olahraga dibagi dalam tiga kategori produknya, yaitu: (Nugroho S., 2019)

1. Sport performance (penampilan olahraga) segmen ini berkaitan dengan hal-hal berbau olahraga, Seperti olahraga sekolah, perkumpulan kebugaran, camp olahraga, olahraga profesional, dan taman olahraga kota.
2. Sport production (produksi olahraga) segmen produksi olahraga ini dapat berkaitan dengan alat dan bahan untuk olah raga seperti bola basket, bola tenis, sepatu olahraga, kolam renang, serta perlengkapan olahraga lainnya.
3. Sport promotion (promosi olahraga) segmen ini dapat berupa barang yang diperjualbelikan seperti kaos, atau baju yang berlogo, media cetak dan elektronika, sport marketing agency, dan sport event organizer. (Athalarik & Rusadi, 2023)

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:19) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dan peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis. Sedangkan menurut Ibrahim (Ibrahim, 2018) mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan cara kerja penelitian yang menitik

beratkan pada aspek pendalaman data untuk memperoleh kualitas dari penelitian yang dilakukan. Pendekatan kualitatif menggunakan kata atau kalimat deskriptif, dimulai dengan pengumpulan data sampai dengan menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (A Muri Yusuf, 2017) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif sangat menekankan pada pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, atau deskripsi peristiwa yang bersifat alami kemudian disajikan dalam bentuk kata-kata.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan Persib Store. Sampel merupakan suatu bagian dalam populasi atau wakil populasi yang akan diteliti dalam suatu permasalahan dengan memiliki karakteristik yang sama. Sampel yang menjadi informan sumber data adalah manager store Graha Persib. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan (Sugiyono, 2017).

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Lokasi Graha Persib

Graha Persib beralamat di Jln Sulanjana No 17, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116. Tepatnya berada ditengah Kota Bandung 5 menit dari exit tol Pasteur, lokasinya yang strategis ini menjadi sangat mudah dijangkau oleh para bobotoh dari Bandung ataupun Luar kota.



**Gambar 1.** Graha Persib

## 2. Rival Bisnis

Dalam dunia bisnis tidak terlepas dari rival bisnis atau pesaing bisnis termasuk dalam industri olahraga. Berikut pendapat langsung dari manager store Graha Persib “Untuk rival bisnis persib store official tidak memiliki rival, rival sebenarnya ada produk bajakan, dan kurangnya team inti dari store untuk mengembangkan design dari produknya, yang menyebabkan produk dari store yang stagnan dan begitu saja”. Produk bajakan atau yang tidak ori ini terbentuk karena adanya slogan ‘Persib nu aing’ sehingga tumbuh persepsi bahwa semua memiliki hak untuk memproduksi merchandise persib secara bebas, ini bagian yang tidak bisa dikontrol sehingga perlu adanya edukasi yang dilakukan kepada para bobotoh untuk meningkatkan kesadaran terhadap kualitas merchandise persib yang original dan meningkat kesadaran terkait pentingnya mendukung Persib melalui pembelian merchandise original.

## 3. Produk dan Pemasaran

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia diperlukan ketersediaan produk (barang dan jasa). Sehingga dengan demikian produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan. Pentingnya suatu produk bukan terletak pada kepemilikannya secara fisik, akan tetapi pada jasa yang diberikan kepada pembeli. Dengan demikian tugas pemasar adalah menjual keuntungan atau jasa dalam suatu produk fisik dan bukan hanya menjelaskan ciri produk tersebut (Aris Pasigai, 2009). Produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan desain yang terus berkembang sesuai dengan trend dari masa ke masa dapat meningkatkan dan menjaga kestabilan dalam pemasaran.

“Untuk produk dari persib store sendiri masih stagnan di situ-situ aja masih di kejar target untuk berjualan jersey 2023 yang harganya dapat terbilang relatif tinggi, sedangkan untuk produk penunjang yg lain masih kurang dalam segi pengembangan, jadi masih di situ-situ saja, hal ini yang dirasa sulit mendongkrak sales dari merchandise. Persib official store dan manajemen yang ada saat ini masih terlalu percaya diri dengan jumlah bobotoh yang

ada, merasa bobotoh yg ada itu merupakan market yang selalu bisa diandalkan untuk mendongkrak penjualan merchandise tanpa mempertimbangkan faktor lain penunjang sales, seperti variansi dari artikel dan promo. Jadi untuk saat ini Persib official store masih di bilang sangat jauh dalam penerapan marketing 4.0 jangankan marketing 4.0 marketing 2.0 aja masih harus perlu pengkajian lagi.”

Revolusi industri 4.0 berpengaruh terhadap perkembangan industri di dunia khususnya industri olahraga. Revolusi industri 4.0 tidak hanya mengubah industri, namun juga pekerjaan, cara berkomunikasi, berbelanja, bertransaksi dan gaya hidup. Sebelum membahas lebih luas tentang perubahan industri di bidang olahraga, perlu dipahami terlebih dahulu tentang apa yang dimaksud dengan industri, jenis-jenis industri, dan makna industri olahraga.(Nugroho, n.d. 2020).

## 4. Data Penjualan dan Hasil Pertandingan

Berdasarkan dari fokus penelitian sebagaimana bab 1, maka paparan data ini dikelompokkan menjadi 2, yaitu (1) paparan data mengenai penjualan merchandise Persib 2023, (2) paparan data mengenai hasil pertandingan Persib Liga 1 2023 bulan Juli – Desember 2023.

a) Data Penjualan Merchandise Persib 2023

**Tabel 1.** Data Penjualan 1

Data Penjualan Merchandise Persib 2023	
Bulan	Sales
Januari	781.193.000
Februari	934.641.300
Maret	405.990.400
April	1.256.138.800
Mei	681.268.000
Juni	658.902.700
Juli	911.921.300
Agustus	707.195.500
September	629.420.000
Oktober	838.739.800
November	945.652.300
Desember	883.578.100



**Gambar 2.** (Diagram Data Penjualan)

- b) Skor Hasil Pertandingan Persib di Liga 1 2023

**Tabel 2.** Skor Hasil Pertandingan Persib  
1

Skor Pertandingan Liga 1 Tahun 2023			
Tanggal/Bulan/Tahun	Pertandingan	Skor	Ket.
02 Juli 2023	Persib Bandung VS Madura United	1.1	Seri
07 Juli 2023	Persib Bandung VS Arema FC	3.3	Seri
14 Juli 2023	Persib Bandung VS Dewa United	2.2	Seri
28 Juli 2023	Persik VS Persib Bandung	1.2	Menang
03 Agustus 2023	Persib Bandung VS Bali United	0.0	Seri
08 Agustus 2023	Persib VS Persib Bandung	2.1	Kalah
13 Agustus 2023	Persib Bandung VS Baito Putera	1.1	Seri
20 Agustus 2023	PSIS VS Persib Bandung	1.2	Menang
26 Agustus 2023	Persib Bandung VS RANS Nusantara	2.1	Menang
16 September 2023	Persib Bandung VS Persikabo 1973	2.0	Menang
01 Oktober 2023	Persib Bandung VS Perita	5.0	Menang
20 Oktober 2023	Borneo FC Vs Persib Bandung	1.1	Seri
28 Oktober 2023	Persib Bandung VS PSS	4.1	Menang
01 November 2023	Madura United VS Persib Bandung	0.1	Menang
08 November 2023	Persib Bandung VS Arema FC	2.2	Seri
26 November 2023	Dewa United VS Persib Bandung	1.5	Menang
04 Desember 2023	Persib Bandung VS PSIM Makassar	0.0	Seri
10 Desember 2023	Persib Bandung VS Persik	0.2	Kalah
18 Desember 2023	Bali United VS Persib Bandung	0.0	Seri

## B. Pembahasan

1. Hasil Pertandingan Sepak Bola Persib Liga 1 2023 Terhadap Penjualan Merchandise

Berdasarkan data penjualan di tahun 2023 nilai omset tertinggi terdapat di bulan April dengan omset penjualan sebesar 1.256.138.800 (Satu Miliar Dua Ratus Lima Puluh Enam Juta Seratus Tiga Puluh Delapan Ribu Delapan Ratus Rupiah). Namun jika kita analisis dampak hasil pertandingan sepak bola Persib terhadap penjualan merchandise. Maka bisa kita analisis dari Bulan pertama Liga 1 dimulai yaitu di bulan Juli 2024.

- a) Juli 2024 Persib tanding sebanyak 4 kali dengan hasil seri sebanyak 3 kali dan menang 1 kali dengan omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 911.921.300*
- b) Agustus 2024 Persib tanding sebanyak 5 kali dengan hasil seri sebanyak 2 kali, menang 2 kali dan kalah 1 kali dengan omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 707.195.500*
- c) September 2024 Persib tanding sebanyak 1 kali dengan hasil pertandingan menang dan juga omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 629.420.000*
- d) Oktober 2024 Persib tanding sebanyak 3 kali dengan hasil seri sebanyak 1 kali dan menang 2 kali dengan omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 838.739.800*
- e) November 2024 Persib tanding sebanyak 3 kali dengan hasil seri sebanyak 1 kali dan menang 2 kali dengan omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 945.652.300*

- f) Desember 2024 Persib tanding sebanyak 3 kali dengan hasil seri sebanyak 2 kali dan kalah 1 kali dengan omset penjualan merchandise sebesar *Rp. 883.578.100*

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari data skor pertandingan sepak bola Persib Liga 1 2023 dan data penjualan merchandise 2023 ditemukan peningkatan penjualan merchandise setiap kali Persib mendapatkan kemenangan disetiap pertandingannya.

2. Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan Merchandise Persib

### a) Faktor Eksternal

Factor eksternal merupakan factor yang berasal dari luar diri individu itu sendiri seperti lingkungan di sekitar termasuk juga orang-orang yang berada di luar diri seperti orang-orang terdekat, factor alam, ekonomi, sosial dan lain sebagainya (Marganingsih, 2018). Faktor eksternal adalah faktor yang datang dari luar dan tidak bisa kita kendalikan seperti persaingan pasar, perubahan ekonomi, tren pasar, kualitas produk, dan layanan, dapat berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini karena faktor-faktor ini dapat mempengaruhi permintaan pelanggan, persepsi merek, dan juga preferensi konsumen.

Meskipun faktor eksternal ini tidak dapat kita kendalikan sepenuhnya tapi pelaku bisnis terutama dalam industri olahraga bisa memaksimalkan dengan ikut berkembang sesuai dengan perkembangan dari zaman ke zaman, agar tetap bisa terus melakukan inovasi sesuai dengan tren pasar sehingga tetap memenuhi kebutuhan dan keinginan bobotoh. Memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan merchandise Persib menjadi salah satu upaya dalam mengikuti perkembangan zaman marketing 4.0, menganalisis tren pasar dengan teknologi yang ada bisa dimaksimalkan untuk meningkatkan penjualan merchandise.

### b) Faktor Internal

Pengertian dari istilah internal ini bersifat umum, pemaknaannya biasa diterapkan pada setiap bidang kehidu-

pan. Jika kita berbicara tentang sebuah Lembaga, maka orang-orang atau bagian dari setiap unsur yang ada dalam sebuah Lembaga dinamakan dengan unsur intern (Bungsu & Rosadi, 2021).

Beberapa faktor internal yang dapat kita kendalikan dan dapat mempengaruhi peningkatan penjualan meliputi motivasi dan juga keterampilan tim penjualan, pengetahuan produk dan pelatihan, strategi promosi (pemanfaatan platform, strategi diskon, serta budaya perusahaan dan kepemimpinan yang mendukung penjualan). Faktor internal ini sangat bergantung pada tim yang mengelola langsung store official Graha Persib. Setiap anggota yang terlibat dalam pengelolaan store official Graha Persib harus memiliki motivasi yang tinggi ditunjang dengan keterampilan tim sesuai dengan divisinya masing-masing.

Namun berdasarkan temuan dilapangan rekrutment tim pengelola store official Graha Persib tidak semua memiliki keterampilan sesuai dengan jobdesknya, sehingga perlu diadakan pelatihan khusus untuk mengasah keterampilan setiap tim untuk memaksimalkan kinerja setiap tim dengan upaya untuk meningkatkan penjualan merchandise. Misal tim spesialis social media dan advertiser melakukan pemasaran produk dengan pemanfaatan platform yang ada saat ini dengan maksimal. Melakukan edukasi kepada bobotoh melalui social media terkait kualitas produk original sehingga dapat membuat semua bobotoh sadar terhadap pentingnya mendukung Persib melalui pembelian produk original.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan, bahwa hasil pertandingan sepak bola Persib Liga 1 tahun 2023 berpengaruh terhadap penjualan merchandise di store Graha Persib. Selain dari hasil pertandingan Persib peningkatan penjualan merchandise Persib dipengaruhi oleh factor internal dan eksternal.

##### B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang

#### DAFTAR RUJUKAN

- A Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*.
- Aris Pasigai. (2009). Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Athalarik, F. M., & Rusadi, U. (2023). Sepak Bola Indonesia dalam Perspektif Komodifikasi Budaya Populer. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 25476–25487.
- Bungsu, R., & Rosadi, K. I. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Berpikir Sistem: Aspek. *JEMSI, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informatika*, 2(2), 205–215.
- Dedy Setiawan, Prabasmoro, T., & Nugrahanto, W. (2022). Dominasi Tanda Identitas dalam Foto Esai Sepak Bola di Museum Olahraga. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(5), 476–487. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i5.346>
- Fitria Yulianto, P. (2018). Sepak bola dalam industri olahraga. *Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA*.
- Ibrahim. (2018). *METODE PENELITIAN*.
- Marganingsih, A. (2018). *PENGARUH FAKTOR INTERN DAN FAKTOR EKSTERN TERHADAP KESULITAN BELAJAR MAHASISWA PADA MATA KULIAH PENGANTAR AKUNTANSI*.
- Noor, A. R. (2018). Mengenal Konsep Revosuli Industri 4.0. <https://M.Detik.Com/Inet/Business/d-4041437/Mengenal-Konsep-Industri-4.0>. Diupdate Mei 2018.
- Nugroho, S. (n.d.). *OLAHRAGA*.
- Prawira, R. R. Z., & Tribinuka, T. (2016). Pembinaan Pemain Muda Melalui Akademi Sepak Bola Rengga. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 5(2), 13–17.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.