

Pelatihan Pengembangan Strategi Bisnis Sekolah Sepak Bola

Football School Business Strategy Development Training

Anik Nur Habyba *

Annisa Dewi Akbari

Triwulandari Satitidjati

Dewayana

Rahmi Maulidya

Didien Suhardini

Dadang Surjasa

Indah Permata Sari

Department of Industrial Engineering, Trisakti University, Jakarta, West Jakarta, Indonesia

email: anik@trisakti.ac.id

Kata Kunci

Business Model Canvas (BMC)
Sekolah Sepak Bola
Strategi Bisnis

Keywords:

Business Model Canvas (BMC)
Business Strategy
Football School

Received: August 2025

Accepted: October 2025

Published: January 2026

Abstrak

"KR" merupakan usaha berbasis jasa yaitu sekolah sepak bola (SSB). Usaha ini dibangun untuk membantu siswa-siswanya yang gemar dengan sepak bola dapat lebih berkembang dan berlatih fisik. SSB ini dibangun oleh seorang guru olahraga dan teman seprofesinya. Jumlah siswa yang saat ini masih terbatas menyebabkan adanya kurang waktu dua tahun lebih beroperasi, menyebabkan belum adanya keuntungan di salah satu lokasi lapangan yang disewa. Kondisi bisnis SSB belum stabil dan diharapkan dapat berkembang. Tujuan kegiatan pengabdian ini dilakukan yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pengelola SSB dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif melalui pengembangan model bisnis SSB yang inovatif dan berkelanjutan. Hasilnya menunjukkan bahwa mitra berhasil meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep Business Model Canvas (BMC), segmen pelanggan, dan strategi biaya. PkM ini diharapkan dapat menjadi bahan ajar, memperoleh HKI, dan dipublikasikan pada jurnal terakreditasi Sinta 4.

Abstract

"KR" is a service-based business, a soccer school (SSB). This business was established to help students who enjoy soccer develop and train physically. The SSB was founded by a sports teacher and his colleagues. The currently limited number of students has resulted in the lack of profit from one of the rented field locations in over two years of operation. The SSB business is still unstable and is expected to grow. The purpose of this community service activity is to provide knowledge and skills to SSB managers in formulating effective business strategies through the development of an innovative and sustainable SSB business model. The results show that partners have successfully improved their understanding of the BMC concept, customer segments, and cost strategies. This Community Service Program is expected to serve as teaching materials, obtain IPR, and be published in a Sinta 4-accredited journal.



© 2026 Anik Nur Habyba, Annisa Dewi Akbari, Triwulandari Satitidjati, Dewayana, Rahmi Maulidya, Didien Suhardini, Dadang Surjasa, Indah Permata Sari. Published by **Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya**. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1.10477>

PENDAHULUAN

Sepakbola merupakan salah satu jenis olahraga yang digemari di Indonesia. Jumlah sekolah sepakbola juga banyak tersedia untuk pengembangan bakat dan minat anak-anak ke olahraga sepakbola. Walaupun bisnis sekolah sepakbola menjanjikan namun masih menghadapi beberapa kendala yang berdampak terhadap pengembangan dan operasionalnya. Beberapa kendala yaitu tidak layaknya fasilitas yang sesuai standar (Marsudi *et al.*, 2024), banyak sekolah sepakbola yang kurang adaptif terhadap teknologi dalam menyebarkan informasi, promosi dan registrasi sehingga manajemen tidak efisien (Dzikri & Hasanah, 2023). Selain itu permasalahan finansial seperti kurangnya pendanaan yang menyebabkan keterbatasan fasilitas dan kendala dalam branding dan market positioning (Irdiyanti *et al.*, 2023). Padahal dalam membuat brand yang mudah dikenali dan diterima masyarakat perlu komunikasi yang efektif agar tetap bersaing dan terlihat menarik.

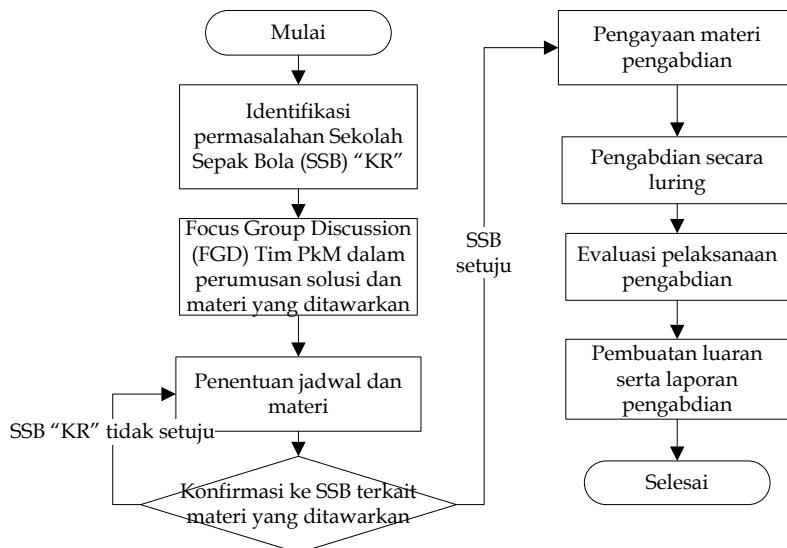
How to cite: Habyba, A., A., Akbari, A., D., Dewayana., Maulidya, R., Suhardini, D., Sujasa, D., Sari, I., P. (2026). Pelatihan Pengembangan Strategi Bisnis Sekolah Sepak Bola. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(Suppl1), S35-S40. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11iSuppl-1.10477>

"KR" merupakan salah satu Sekolah Sepak Bola (SSB) yang berada di Jakarta. SSB ini didirikan oleh seorang guru yang memiliki latar belakang pendidikan olahraga sejak tahun 2022. Sekolah ini memberikan wadah bagi anak-anak yang memiliki ketertarikan mengembangkan keahlian dalam sepak bola untuk berkembang. SSB ini menyewa lebih dari satu lapangan bola sesuai lokasi yang berdekatan dengan siswanya. Jumlah siswa yang saat ini masih terbatas menyebabkan menyebabkan belum adanya keuntungan di salah satu lokasi lapangan yang disewa. Kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan SSB "KR". Pemilik menceritakan jika ada biaya sewa lapangan yang sangat mahal tidak sebanding dengan jumlah siswa yang dilatih. Pengkajian dan pengembangan model bisnis perlu dilakukan agar diperoleh gambaran bagaimana bisnis model yang cocok agar value proposition dan customer segments dapat teridentifikasi dengan baik (Izadfar *et al.*, 2020). Para pendiri yang berprofesi sebagai guru olahraga belum pernah berkesempatan untuk belajar terkait model bisnis secara komprehensif dan mengkaji kembali bisnis SSB mereka. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan model bisnis yang lebih terstruktur dan inovatif untuk mengidentifikasi solusi yang tepat dan meningkatkan daya saing SSB.

Pengkajian bisnis model SSB dapat dilakukan dengan pendekatan kerangka kerja Business Model Canvas (BMC). BMC merupakan alat analisis yang efektif untuk mengukur operasi dan kinerja sebuah bisnis (Khodaei & Scholten, 2024). Selain itu juga dapat lebih mudah dimengerti karena memiliki kerangka kerja visual untuk membantu suatu bisnis dalam merencanakan dan memvalidasi strategi pengembangannya (Diderich, 2020). Pelatihan penyusunan pengembangan strategi bisnis sekolah sepak bola selanjutnya diperlukan untuk SSB "KR". Program ini merupakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Laboratorium Pengembangan Organisasi dan Bisnis, Jurusan Teknik Industri Universitas Trisakti. PkM ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis SSB dan diharapkan dapat membantu mengidentifikasi potensi nilai tambah dan berperan dalam pengembangan bisnis di masa mendatang. Kegiatan ini dapat berkontribusi pada pencapaian beberapa Indikator Kinerja Utama (IKU) dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi, melibatkan SSB sebagai mitra yang dapat membuka peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman praktis di dunia usaha. Selain itu juga kegiatan ini dapat menjadi wadah bagi dosen dan mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dalam konteks nyata.

METODE

Kerangka kerja metodologi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Pelatihan Pengembangan Strategi Bisnis Sekolah Sepak Bola dapat dilihat di Gambar 1. PkM ini disampaikan melalui pendekatan holistik yang menggabungkan metode pembelajaran interaktif dan praktik langsung. Selain fokus pada pelaksanaan juga sampai evaluasi dan pelaporan akhir.



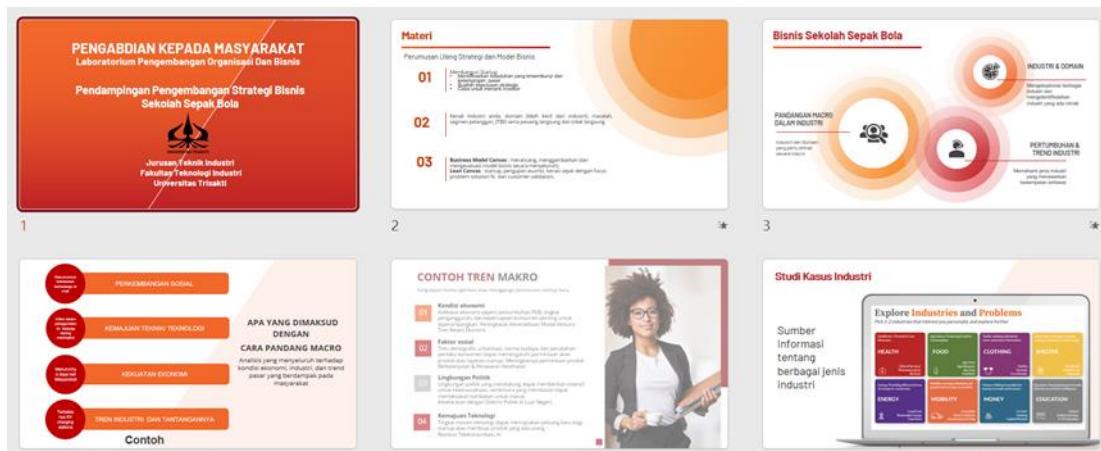
Gambar 1. Kerangka Kerja Metodologi PkM

Persiapan PkM dimulai dengan identifikasi kebutuhan dengan melakukan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik pengelola SSB. Selanjutnya dilakukan Focus Group Discussion (FGD) (Gambar 2) PkM untuk membahas solusi permasalahan melalui kegiatan pelatihan yang akan dilakukan pada tanggal 17 Juli 2025.



Gambar 2. Focus Group Discussion (FGD).

Materi yang ditawarkan selanjutnya perlu persetujuan SSB untuk dapat terlaksana. Pelaksanaan pelatihan selanjutnya dilakukan secara luring dan dijadwalkan dengan persetujuan kedua belah pihak. Pembagian tugas tim dalam penyusunan materi pelatihan dalam bentuk power point juga dilakukan untuk persiapan pelatihan juga persiapan sarana dan prasarana. Pelatihan dilakukan dengan ceramah dan diskusi juga pendampingan pengisian template Business Model Canvas (BMC) sesuai tahapan. Selama pelatihan pendampingan pengisian BMC juga dilakukan oleh tim pelatihan. Gambaran materi pelatihan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Materi Pelatihan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mendampingi para perintis sekolah sepak bola dalam mengembangkan strategi bisnis mereka agar lebih berkelanjutan. Materi yang disampaikan fokus pada perumusan ulang strategi dan model bisnis, dimulai dengan pemahaman makro terhadap industri sepak bola, tren, serta tantangannya. Peserta diajarkan untuk mengidentifikasi masalah dan segmen pelanggan yang tepat, serta menggunakan alat-alat seperti Business Model Canvas untuk merancang, menggambarkan, dan mengevaluasi model bisnis secara komprehensif (Diderich, 2020; Izadfar *et al.*, 2020). Selanjutnya evaluasi pemahaman peserta pelatihan melalui post-test yang dibuat di google form terkait materi pelatihan. Selain itu juga dilakukan evaluasi terkait jalannya proses pelatihan. Penyusunan luaran serta laporan pengabdian dilakukan oleh seluruh anggota Tim PkM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PkM dilakukan pada hari Minggu, 27 Juli 2025 di Jakarta Timur. Pendampingan ini diikuti oleh Founder dan Co-Founder dari pihak mitra SSB "KR" sedangkan dari Tim pelatih yaitu dosen, mahasiswa dan laboran yang tergabung di Laboratorium Pengembangan Organisasi dan Bisnis (POBIS). Pendampingan terbagi menjadi tiga tahapan utama yaitu

presentasi dari mitra terkait kondisi usaha SSB "KR" yang sudah berjalan, presentasi dari perwakilan tim dosen Ir. Didien Suhardini, PhD dan dilanjutkan dengan Focus Group Discussion (FGD) terkait model bisnis SSB secara kerangka kerja Business Model Canvas (BMC). Rincian tahapan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelaksanaan PkM.

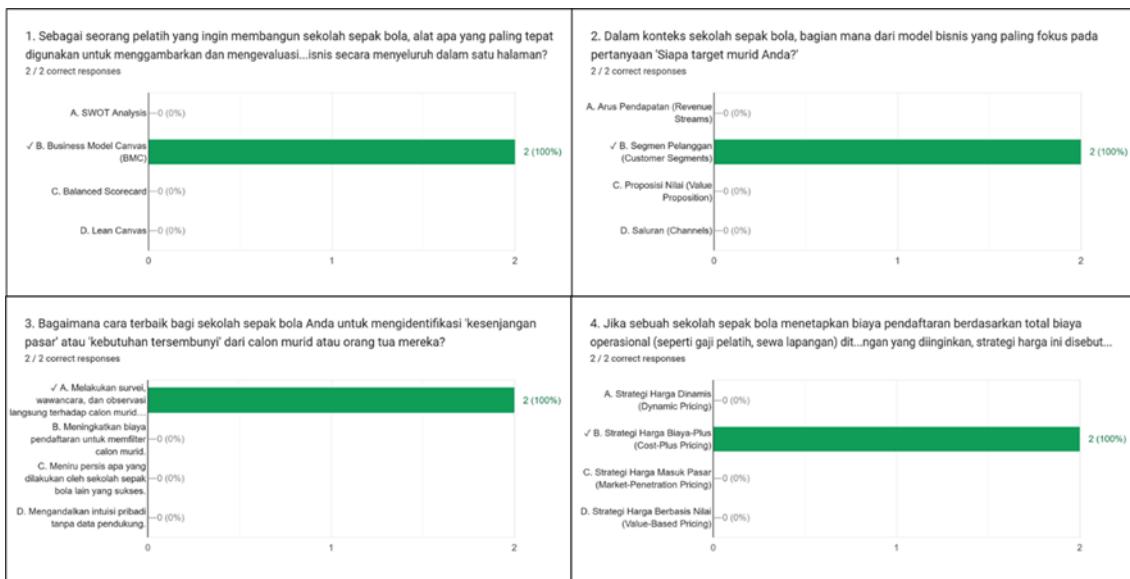
Berdasarkan presentasi kondisi bisnis SSB, Tim PkM dan Mitra merumuskan beberapa poin utama Business Model Canvas (BMC) yaitu:

- 1) Proposisi Nilai: mendefinisikan nilai unik yang ditawarkan sekolah sepak bola kepada siswanya, seperti pelatihan berkualitas tinggi, pelatihan profesional, dan peluang pengembangan karir (Izadfar *et al.*, 2020).
- 2) Segmen Pelanggan: mengidentifikasi pelanggan utama sangatlah penting. Bagi sekolah sepak bola, segmen ini bisa mencakup atlet muda, orang tua mereka, dan mungkin klub sepak bola lokal yang mencari bakat (Izadfar *et al.*, 2020).
- 3) Saluran: cara sekolah sepak bola menjangkau pelanggannya. Ini bisa berupa platform daring, media sosial, kemitraan dengan sekolah lokal, dan acara komunitas (Gupta *et al.*, 2024).
- 4) Hubungan Pelanggan: menjaga hubungan yang kuat dengan siswa dan keluarga mereka sangatlah penting. Hal ini dapat mencakup komunikasi rutin, sesi umpan balik, dan rencana pelatihan yang dipersonalisasi (Gupta *et al.*, 2024).
- 5) Aliran Pendapatan: memahami bagaimana sekolah sepak bola akan menghasilkan pendapatan sangatlah penting. Aliran pendapatan dapat mencakup biaya kuliah, sponsor, penjualan merchandise, dan penyelenggaraan kamp atau turnamen sepak bola (Gupta *et al.*, 2024; Izadfar *et al.*, 2020).
- 6) Sumber Daya Utama: aset penting yang dibutuhkan untuk menjalankan sekolah sepak bola, seperti fasilitas pelatihan, staf pelatih, peralatan, dan platform digital untuk manajemen dan komunikasi (Khodaei & Scholten, 2024).
- 7) Kegiatan Utama: kegiatan utama yang diperlukan untuk keberhasilan sekolah sepak bola meliputi sesi pelatihan, pencarian bakat, penyelenggaraan pertandingan, dan pemeliharaan fasilitas (Gupta *et al.*, 2024; Khodaei & Scholten, 2024).
- 8) Kemitraan Utama: membentuk kemitraan strategis dapat meningkatkan penawaran sekolah sepak bola. Mitra potensial dapat mencakup klub sepak bola lokal, pemasok peralatan olahraga, dan lembaga pendidikan (Gupta *et al.*, 2024; Khodaei & Scholten, 2024).
- 9) Struktur Biaya: melibatkan pemahaman tentang biaya utama yang terkait dengan menjalankan sekolah sepak bola, seperti gaji pelatih, pemeliharaan fasilitas, pembelian peralatan, dan biaya pemasaran (Gupta *et al.*, 2024; Khodaei & Scholten, 2024).

Berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh sekolah sepak bola, penting untuk mengevaluasi kembali elemen-elemen kunci dalam Business Model Canvas (BMC), terutama terkait aliran pendapatan (Revenue Streams) dan sumber daya utama (Key

Resources). Peningkatan profit dari sewa lapangan bisa dicapai dengan strategi inovatif, seperti mengoptimalkan jadwal pemakaian lapangan di luar jam latihan reguler (misalnya, untuk pertandingan antar komunitas, turnamen kecil, atau latihan klub lain), serta menawarkan paket-paket sewa dengan nilai tambah (seperti fasilitas tambahan atau sesi latihan khusus). Selain itu, sekolah sepak bola juga bisa menjalin kemitraan dengan bisnis lokal untuk promosi silang, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan sewa, tetapi juga memperkuat posisi sekolah sebagai pusat kegiatan olahraga di komunitas. Promosi digital dapat dimaksimalkan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Akbari *et al.*, 2025). Media sosial tambahan seperti TikTok dapat dipertimbangkan karena dalam beberapa tahun terakhir menjadi sangat digemari masyarakat (Pradhana *et al.*, 2022). Strategi ini memungkinkan sekolah tidak hanya bergantung pada iuran murid, tetapi juga menciptakan sumber pendapatan lain yang stabil dan berkelanjutan. Selain itu untuk pemasaran berkelanjutan juga dapat dipertimbangkan, karena sangat dipengaruhi oleh kualitas produk layanan dan kesadaran masayarakat (Habyba *et al.*, 2024). SSB dapat berfokus pada memberikan edukasi pada orang tua terkait pentingnya menggali minat anak dalam olahraga, khususnya sepakbola.

Selanjutnya evaluasi pelaksanaan PkM dilakukan dengan dua cara yaitu keberhasilan program meningkatkan pengetahuan mitra terkait konsep model bisnis (Gambar 5) dan manfaat program yang dilakukan. Hasil konfirmansi pemahaman terkait BMC, segmen pelanggan, cek keserjangan pasar atau kebutuhan tersembunyi dari pelanggan dan strategi biaya menunjukkan jika mitra sudah 100% paham pada saat pelatihan. Namun hal ini tidak lantas menggugurkan peran pendampingan pada pelaksanaan pengabdian. Tim PkM bersedia melakukan pendampingan agar meningkatkan keterampilan mitra dan kemampuan pemecahan masalah pelaku usaha (Rahmiyanti & Sari, 2022).



Gambar 5. Hasil Konfirmasi Pemahaman Mitra.

Terkait manfaat program pelatihan mitra menyatakan 100% sangat setuju jika materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra dan fasilitator memberikan materi dengan jelas. Namun 50% mitra tidak setuju jika alokasi waktu sudah memadai dan memberikan saran jika perlu waktu lebih lama. Saran ini dapat diakomodasi dengan memberikan pendampingan bisnis secara berkelanjutan dan kerjasama penelitian dan pendidikan dapat dilakukan kedepannya. Selain itu mahasiswa dapat melakukan penelitian dengan contoh kasus bisnis nyata yang juga dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk menjadi entrepreneur (Galib *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Kegiatan PkM ini berhasil meningkatkan kapasitas manajemen bisnis Sekolah Sepak Bola (SSB) "KR" dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para pengelola dalam merumuskan strategi bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan terstruktur dengan kerangka kerja Business Model Canvas (BMC), tim PkM membantu mitra mengidentifikasi proposisi nilai, segmen pelanggan, dan aliran pendapatan yang lebih efektif. Meskipun pelatihan berjalan sukses, temuan menunjukkan perlunya alokasi waktu yang lebih lama untuk pendampingan berkelanjutan guna memastikan implementasi strategi secara optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Trisakti yang telah mendanai program ini. Apresiasi juga kami sampaikan kepada SSB "KR" yang telah memfasilitasi dosen dan mahasiswa dalam kegiatan penelitian dan pengabdian. Kami berharap hubungan kerja sama ini dapat terus berlanjut.

REFERENSI

- Habyba, A. N., Delfitriani, Dewayana, T. S., Sari, D. K., Sari, E., & Sari, I. P. (2024). Sustainable marketing strategy in the remanufacturing industry: A soft systems methodology approach. *Business Review and Case Studies*, **5**(3), 375. <https://doi.org/10.17358/brcs.5.3.375>
- Akbari, A. D., Kurniawan, W., Habyba, A. N., & Cristina, M. (2025). Pengembangan strategi pemasaran melalui pendampingan digital marketing pada UMKM Ikeda. *Jurnal AKAL: Abdimas dan Kearifan Lokal*, **6**(1), 1-10. <https://doi.org/10.25105/akal.v6i2.20361>
- Diderich, C. (2020). Revisiting the Business Model Canvas as a common language. In *Management for Professionals: F573* (pp. 29–45). https://doi.org/10.1007/978-3-030-25875-7_3
- Dzikri, A., & Hasanah, E. A. (2023). Web-based information system development of Tunas Jaya Duriangkang football school. *AIP Conference Proceedings*, **2665**(1). <https://doi.org/10.1063/5.0146854>
- Gupta, P., Dutta Gupta, S., Garg, V., Jain, A., Kavalakkatt, J., & Mahawar, A. (2024). Xoxoday – growth in the post-COVID world. *CASE Journal*, **20**(2), 492–505. <https://doi.org/10.1108/TCJ-11-2022-0188>
- Irdiyanti, D. T., Haryono, H., Oktorina, N., & Awalya, A. (2023). Qualitative study on private school branding in Indonesia: Identifying barriers and strategies for school branding. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, **10**(12), 100–108. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.12.012>
- Izadfar, V., Sharififar, F., & Mohammadkazemi, R. (2020). The business model of sports academies with an emphasis on value proposition and customer segments. *Annals of Applied Sport Science*, **8**(4), 1–7. <https://doi.org/10.29252/aassjournal.791>
- Khodaei, H., & Scholten, V. (2024). Educating engineer students business models: Exploring a proposed framework to capture business model dynamics. *IEEE Global Engineering Education Conference, EDUCON*. <https://doi.org/10.1109/EDUCON60312.2024.10578813>
- Pradhana, R. M., Suhardini, D., & Akbari, A. D. (2022). Pengembangan model bisnis menggunakan Lean Canvas dengan metode Design Thinking di Bulaf Café. *Jurnal Teknik Industri*, **12**(3), 219–231. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15649>
- Marsudi, I., Fajar, M. K., Rusdiawan, A., Kurniawan, R., Ar Rasyid, M. L. S., Susanto, N., García-Jiménez, J. V., & Pavlovic, R. (2024). Managing East Java's sports facilities and infrastructure for achievement. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, **12**(2), 363–370. <https://doi.org/10.13189/saj.2024.120211>
- Rahmiyanti, D., & Sari, D. (2022). Pengaruh pelatihan, pendampingan, dan pembinaan PLUT-KUMKM Kota Kupang terhadap peningkatan UMKM. *Al-Buhuts*, **18**(1), 151–168. <https://doi.org/10.30603/ab.v18i1.2366>