

Implementasi Usaha Olahraga Rekreasi : M7 Tactical, Kuningan City Mall, Jakarta

Dewi Ayu Kusumaningrum^{1, @} Filipus Geovani^{2, @}

¹ Politeknik Sahid

² Politeknik Sahid

ARTICLE INFO

Keywords:
Implementation,
Business,
Tourism,
Recreational Sports,
Airsoft

ABSTRACT

The sports industry in Indonesia is being developed into a tourist visit called Sport Tourism or Recreational Sports. Tourism and sports are two disciplines combined so that they have many strengths and effects for economic growth in Indonesia. The purpose of this study was to determine the implementation of recreational sports businesses and the obstacles faced by the M7 Tactical Kuningan City Jakarta recreational sports business. The method of data analysis in this research is descriptive qualitative, the determination of the research subject is carried out using a non-probability sampling method with purposive sampling. Data was collected using observation techniques, interviews, and documentation. The results of this study indicate that M7 Tactical really understands its business as a recreational sports business that has elements of sport and fun for consumers. The implementation of M7 Tactical as a recreational sport business is quite good in terms of communication, resources, attitudes, and organizational structure. Obstacles faced include the provision of airsoft units and equipment maintenance that requires quite expensive costs, the general view of the wider community regarding airsoft sports, and the Covid-19 pandemic which hampers business operations.



Copyright © 2022 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

@ dewiayu@polteksahid.ac.id

@ filipus06@gmail.com

1. Pendahuluan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami peningkatan yang signifikan sampai pada tahun 2019, tertinggi dalam 10 tahun terakhir. Industri pariwisata menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten tiap tahun ke tahun. *World Tourism Organization* memperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi peningkatan 200% terhadap angka kunjungan wisatawan dunia saat ini ([Utama, 2016](#)). Selain industri pariwisata, industri olahraga juga merupakan salah satu aspek penting yang mempengaruhi perkembangan ekonomi suatu negara. Industri olahraga di beberapa negara industri maju menjadi pemasok utama devisa negara mereka. Di Indonesia industri olahraga pun masih belum menjadi pemasok utama devisa negara. Industri olahraga di Indonesia masih memerlukan peran serta dari pemerintah dalam mensosialisasikan besarnya peluang wirausaha dalam bidang olahraga. Indonesia harus membenahi industrialisasi olahraga dalam menanggulangi masalah tersebut ([Wahyudi, 2018](#)).

Industri olahraga adalah kegiatan bisnis yang dilakukan dengan cara memproses atau mengolah barang dan jasa dalam ruang lingkup kegiatan olahraga seperti pengelolaan sarana dan prasarana olahraga dalam memperoleh keuntungan baik itu bagi industri itu sendiri, masyarakat serta *stakeholder*. Menurut Brown dan Petrello (1976) dalam ([Wahyudi, 2018](#)), bisnis olahraga meliputi usaha bidang keolahragaan baik itu menciptakan atau memproduksi suatu produk yang berkaitan dengan olahraga ataupun kegiatan jasa olahraga dan kemudian memasarkan kepada masyarakat atau konsumen.

Pertumbuhan industri olahraga tentu akan menumbuhkan inovasi dalam perkembangan keolahragaan, memunculkan industri kreatif dalam penyediaan sarana dan prasarana sehingga akan menumbuhkan daya saing yang baik di industri lokal maupun pasar dunia. Pengembangan industri olahraga di Indonesia sedang menjadi perhatian yang cukup besar bagi pemerintah ([Wahyudi, 2018](#)). Industri olahraga di Indonesia sedang dikembangkan menjadi kunjungan wisata yang bisa disebut sebagai wisata olahraga atau olahraga rekreasi. Pariwisata dan Olahraga (*Sport Tourism*) merupakan dua disiplin ilmu yang dipadukan sehingga memiliki kekuatan dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh sebab itu *sport tourism* ini menjadi perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademis, maupun masyarakat luas ([Astuti, 2015](#)).

Olahraga rekreasi adalah aktifitas olahraga yang melakukan gerak yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kegembiraan. Aktifitas olahraga saat ini sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Olahraga rekreasi biasanya dilakukan seseorang disamping bekerja atau sedang liburan. Rekreasi memiliki banyak bentuk aktivitas yang bisa dilakukan tergantung kepada pilihan individual ([Wahyudi, 2018](#)).

Di Indonesia pun sekarang sudah banyak macam wisata olahraga yang sudah dikembangkan oleh pemerintah. Indonesia memiliki banyak wisata alam yang bisa dimanfaatkan untuk olahraga rekreasi, seperti wisata paralayang, wisata panjat tebing, berselancar, *ice skating* dan banyak lagi. Wisata olahraga mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan kesehatan, kebugaran jasmani, kegembiraan dan hubungan sosial ([Hidayat, 2015](#)).

Salah satu olahraga rekreasi di DKI Jakarta yang menerapkan pariwisata *indoor* terdapat di Kuningan *City Mall*, tepatnya berlokasi di parkir mobil yaitu *M7 Tactical*. *M7 Tactical* adalah usaha olahraga rekreasi yang mengakomodasikan kegiatan olahraga tantangan khususnya menembak.

Gambar 1. M7 Tactical



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2022

M7 Tactical menyediakan aktivitas *shooting range*, *shooting classes*, *wargame*, *dynamic chamber*, dan *competition*. Penyewaan peralatan bermain seperti *airsoft gun/rifle*, *gear* dan *ammo* ataupun bisa membawa peralatan sendiri.

Keberadaan usaha olahraga rekreasi M7 Tactical mendapat respon positif dari konsumen. Berdasarkan observasi virtual, M7 Tactical memiliki rating 5.0 di *google review* dengan total 90 ulasan pengunjung yang diberikan. Salah satu komentar dari pengunjung adalah M7 Tactical merupakan tempat olahraga *airsoft* "hits" di pusat Jakarta yang memiliki ruang war game luas serta *shooting range* dan *dynamic chamber* yang baik untuk berlatih menembak cocok untuk *airsofter* dan untuk pemula. ([google.com](https://www.google.com), 2021)

Kendala yang dihadapi M7 Tactical antara lain tanggapan sebagian besar masyarakat yang berpikiran usaha olahraga ini merupakan kegiatan eksklusif atau khusus bagi komunitas menembak sehingga mereka takut untuk datang dan mencoba olahraga ini, olahraga menembak masih dianggap olahraga yang tidak memiliki unsur kesenangan atau tidak sebagai pilihan untuk melepas penat. Banyak juga yang belum mengenal usaha olahraga M7 Tactical ini, terkait lokasi dan bagaimana olahraga ini.

Sebagai usaha olahraga rekreasi M7 Tactical, usaha olahraga tantangan menembak ini perlu lebih berupaya memperkenalkan kepada khalayak umum bahwa dapat juga dijadikan sebagai pilihan wisata atau rekreasi yang dapat dinikmati semua dengan tetap memperhatikan ketentuan dalam menembak. Implementasi terkait karakteristik wisata dan penerapan standar olahraga menembak yang diterapkan.

Terdapat beberapa penelitian terkait implementasi olahraga rekreasi; penelitian Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Olahraga Pariwisata Di Kota Pariaman ([Saputra & Rifki, 2020](#)) Hasil penelitian pelaksanaan kegiatan event olahraga sepatu roda mampu meningkatkan wisata Kota Pariaman dan terdapat permasalahan terkait pengembangannya. Penelitian ([Handjaja, 2020](#)) mengenai usulan peningkatan niat beli konsumen pada usaha olahraga rekreasi Delta Force Arena menunjukkan hasil niat beli dipengaruhi oleh perilaku karyawan dan lingkungan fisik. Penelitian ([Sara & Komaini, 2018](#)) mengenai manajemen pengelolaan olahraga rekreasitrekking di air terjun Nyarai Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman yang dinilai sebagian besar pada kategori perencanaan (*planning*), pengawasan (*controlling*), pengorganisasikan (*organization*), pengarahan (*directing*), penganggaran (*budgeting*), kepemimpinan (*leading*), dan penilaian (*evaluation*) di dalam konteks dari suatu organisasi atau departemen yang produk utamanya atau dikaitkan dengan olahraga atau kegiatan fisik dengan nilai cukup persentase sebesar 40%. Penelitian ([Putra, Supriyono, Priyono, &](#)

[Raharjo, 2020](#)) Survey Bisnis Wahana Olahraga Rekreasi Muncul River Tubing Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang diungkapkan bisnis ini menggunakan media sosial dan situs web sebagai alat pemasaran utama mereka, bagian keuangan bersifat transparan, Sumber daya manusia adalah penduduk dan sebagian besar masih remaja serta Fasilitas yang ditawarkan menarik, namun sarana dan prasarana harus dijaga dengan baik agar pengunjung tetap nyaman.

Dapat dilihat bahwa penelitian yang terdahulu banyak membahas terkait operasional bisnis olahraga rekreasi dan permasalahannya, belum ada yang membahas implementasi dari aspek pariwisata sekaligus aspek olahraga. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui bagaimana implementasi dari aspek pariwisata sekaligus aspek olahraga dari usaha olahraga rekreasi *M7 Tactical*.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. dimana peneliti hanya membutuhkan responden atau informan yang mampu memberikan jawaban atau informasi kualitatif tentang hal – hal yang berkaitan dengan implementasi usaha olahraga rekreasi *M7 Tactical*. Dimana maksud dari penelitian ini adalah mengetahui fenomena apa yang dialami masyarakat sebagai suatu subjek penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan salah satu teknik pengambilan dari non probability sampling dimana peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalah secara mendalam dan dapat dipercaya menjadi sumber perolehan data yang lengkap. Narasumber yang ditetapkan peneliti yaitu pihak manajemen *M7 Tactical*. Dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Poin pertanyaan terkait implementasi dari aspek pariwisata sekaligus aspek olahraga dari usaha olahraga rekreasi *M7 Tactical*

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis dan data kualitatif, yaitu dengan menyajikan data yang dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari beberapa sumber data yang terkumpul, mengolah, menyusunnya dalam satuan – satuan yang kemudian dikategorikan pada tahap selanjutnya dan memeriksa keabsahan data serta mengartikannya dengan analisis sesuai dengan kemampuan daya nalar peneliti untuk membuat kesimpulan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Profil Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah usaha olahraga rekreasi *airsoft M7 Tactical*. *M7 Tactical* merupakan salah satu tempat bermain *airsoft* secara indoor di wilayah Jakarta. *M7 Tactical* didirikan pada akhir tahun 2018. Lokasi *M7 Tactical* berada di Kuningan City Mall, Jl. Prof Dr. Satrio No. Kav. 18, Kuningan, Karet Kuningan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940. *M7 Tactical* bertempat di parkir lantai P4 Kuningan City Mall lantai P4 seluas 1500 meter. *M7 Tactical* memiliki keuntungan dari segi lokasi yang strategis dimana berada di tengah perkotaan, gedung bersebelahan dengan ITC Kuningan serta dekat Hotel *The Westin* dan JW Marriott Jakarta. Operasional *M7 Tactical* pukul 13.00 – 21.00 di hari Selasa sampai Jumat, dan pukul 10.00 – 21.00 pada hari Sabtu dan Minggu, dan tidak beroperasi nal setiap hari Senin.

Nama *M7 Tactical* terdiri dari *M7* yang memiliki arti kepemilikan dari tujuh (7) orang dibawah PT Tujuh Pilar dan *Tactical* yang merupakan dasar dunia *airsoft* yaitu tembak - menembak. Pada awalnya *M7 Tactical* didirikan dengan tujuan merangkul para komunitas – komunitas *airsoft* agar dapat memenuhi kebutuhan prasarana bermain *airsoft* secara indoor. Namun dengan seiring berjalannya waktu, *M7 Tactical* meluaskan target pasar ke masyarakat umum yang ingin mencoba olahraga rekreasi menembak ini. Memperkenalkan olahraga

tantangan yang berbeda yaitu *airsoft* yang dilakukan secara indoor dengan prasarana dan sarana atau fasilitas yang lengkap kepada masyarakat umum (M7Tactical, 2021). Fasilitas yang ditawarkan M7 Tactical yaitu (M7Tactical, 2021);

1. *Shooting Range*. *Shooting Range* adalah tempat latihan menembak bagi para pemula. M7 Tactical memiliki 3 arena *shooting range* yang bisa digunakan oleh pengunjung

Gambar 2. *Shooting Range*



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2021

2. *Dynamic Chamber* merupakan tempat latihan menembak *tactical* dan reaksi bagi para penembak yang sudah memiliki senjata *airsoft* atau perlengkapan menembak sendiri. *Dynamic chamber* merupakan tempat latihan dimana para penembak bisa mengatur *obstacle*, target dan *timer* mereka sesuai dengan kebutuhan latihan

Gambar 3. *Dynamic Chamber*



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2021

3. *War game* adalah arena simulasi peperangan yang disertakan dengan *obstacle*. M7 Tactical menyediakan unit rental untuk kegiatan olahraga *war game* dengan *water gel blasters*.

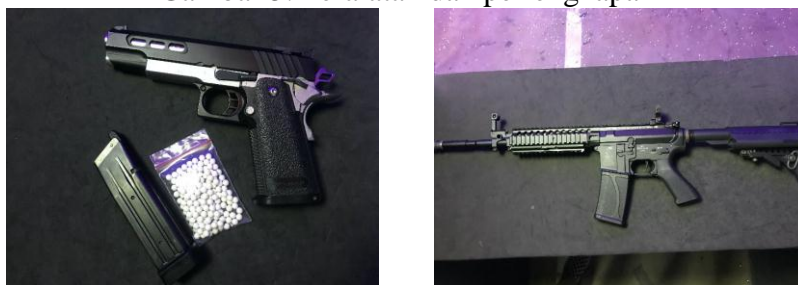
Gambar 4. War Game



Sumber : Facebook M7 Tactical, 2019

Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan antara lain *unit airsoft*, *water gel blasters*, dan *safety equipment* (M7Tactical, 2021), berikut gambar peralatan dan perlengkapan ;

Gambar 5. Peralatan dan perlengkapan



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2021

Pembahasan

Aspek Pariwisata

Narasumber adalah manajemen M7 *Tactical* menyatakan bahwa M7 *Tactical* ini merupakan jenis pariwisata berjenis sport tourism yang artinya olahraga rekreasi. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang berpengaruh cukup besar terhadap perekonomian negara. Narasumber memahami dengan baik olahraga dapat dijadikan sebagai atraksi wisata yang menyenangkan sebagai rekreasi. Narasumber menegaskan aspek paling penting dalam pariwisata adalah *having fun* atau bersenang – senang, karena pariwisata dasarnya adalah travelling dan orang – orang pasti berpikir untuk bersenang – senang. Kalau dari daya tarik pariwisata, untuk jaman sekarang sosial media menjadi marketing nomor satu yang bisa menjadikan daya tarik pariwisata yang instagramable atau yang memiliki spot foto yang bagus, *family friendly* dan akses juga merupakan aspek terpenting dalam pariwisata. Hal ini sesuai dengan teori Medlik dalam ([Tanjung, 2019](#)) yang menyatakan bahwa aspek 4A harus diperhatikan dalam pariwisata. Aspek tersebut yaitu Attraction (daya tarik), *Accesable* (aksesibilitas), *Amenities* (fasilitas), dan *Ancillary* (fasilitas tambahan).

Aspek Olahraga Rekreasi

Narasumber mengemukakan bahwa segala jenis olahraga dapat dijadikan sebagai olahraga rekreasi. Hal ini sesuai dengan teori Kusmaedi (2002) dalam ([Fitriantono, 2019](#)) yang salah satu jenis olahraga rekreasi adalah olahraga rekreasi wisata bahari (selam, dayung, selancar air) dan olahraga rekreasi *playground* (menembak, balap mobil, sepeda). Hanya saja masih ada lagi jenis – jenis olahraga rekreasi yang tidak disebutkan oleh narasumber. Narasumber mengatakan Olahraga saja lebih ke fisik, tetapi olahraga rekreasi bukan hanya untuk fisik saja tetapi untuk kesehatan mental. Karena dengan olahraga rekreasi bisa melepas penat dan menghilangkan stress. Dimana olahraga menembak di M7 *Tactical* dengan beberapa jam dapat melepas penat akibat bekerja atau lelah akibat aktivitas sehari-hari. Hal sesuai dengan ([Hidayat, 2015](#)) yang menyatakan bahwa tujuan olahraga rekreasi adalah sebagai pelepas lelah, kepenatan, kebosanan, untuk memperoleh kesegaran jasmani dengan olahraga dan untuk memperoleh kesenangan dengan berolahraga.

Untuk tren olahraga rekreasi khususnya olahraga menembak menurut narasumber di Indonesia masih belum berkembang dengan baik, masih dianggap sebagai olahraga serius khusus komunitas. Masyarakat belum berani dengan hal baru, khawatir akan keterjangkauan biaya olahraga. Walau terdapat beberapa kalangan masyarakat yang tertarik namun kendala ketersediaan operator atau usaha yang menyediakan kegiatan olahraga rekreasi hanya satu di kota tertentu. Sebagai contoh banyak pengunjung media sosial M7 *Tactical* yang berasal dari daerah luar Jakarta seperti Medan, Surabaya yang menyarankan membuka cabang M7 *Tactical* karena merupakan sesuatu yang baru yang belum ada. Hal ini sesuai dengan ([Astuti, 2015](#)) yang menyatakan bahwa perkembangan industri olahraga di Indonesia sedang dikembangkan sehingga memang tren olahraga rekreasi belum begitu menonjol.

Faktor–faktor yang mempengaruhi usaha olahraga rekreasi, informasi yang didapat dari narasumber mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi M7 *Tactical* adalah keunikan produk yang ditawarkan dan menjaga hubungan dengan konsumen dan masyarakat luas. Narasumber berpendapat sesuatu yang unik dan faktor menjaga hubungan komunikasi dengan konsumen atau masyarakat menjadi faktor penting yang mempengaruhi usaha M7 *Tactical*. Dalam usaha olahraga rekreasi memiliki kendala dan permasalahan tersendiri yang dihadapi. Narasumber mengungkapkan mengenai kendala dan permasalahan secara umum yang dihadapi usaha olahraga rekreasi seperti di M7 *Tactical* adalah terkait penyediaan sarana dan prasarana serta pemeliharaan untuk konsumen bisa menikmati olahraga rekreasi dengan baik dan sesuai standar keselamatan. Tipe konsumen yang berbeda dalam kesadaran akan pentingnya

mengikuti standar aturan kegiatan olahraga mengakibatkan peralatan yang digunakan cepat rusak dan membutuhkan biaya perbaikan yang tinggi. Di *M7 Tactical* kendala yang dihadapi adalah perihal tentang penyediaan sarana dan konsumen yang tidak memiliki kesadaran untuk menjaga fasilitas yang diberikan.

Usaha olahraga rekreasi memiliki target konsumen tersendiri, menurut informasi dari narasumber mengenai target konsumen dalam usaha olahraga rekreasi secara umum adalah masyarakat umum yang entah itu pria maupun wanita. Berdasarkan observasi diagram inside sosial media di *M7 Tactical*, secara umum konsumen yang datang memiliki karakteristik usia aktif yaitu 19 – 35 tahun dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Saat ini target konsumen *M7 Tactical* tidak hanya untuk para komunitas *airsoft*, melainkan meluas ke masyarakat umum yang belum pernah mencoba dan ingin mencoba olahraga *airsoft*

Mengenai pernyataan tentang olahraga menembak ini termasuk dalam olahraga rekreasi, narasumber menyetujui hal tersebut. Olahraga menembak *airsoft* ini sudah lama termasuk dalam PERBAKIN (Persatuan Berburu dan Menembak Seluruh Indonesia) sebagai olahraga resmi seperti lainnya. Namun masih banyak masyarakat awam mencoba olahraga ini dengan tujuan sembari bersenang-senang, tidak memiliki target kompetitif, mencoba hal baru seperti konsep *M7 Tactical*. Konsep ini dapat dikatakan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda. Walau masih terdapat banyak orang yang belum berani mencoba karena takut akan hal – hal terkait senjata.

Implementasi Usaha Olahraga Rekreasi

Implementasi dari usaha olahraga rekreasi merupakan pelaksanaan atau penerapan yang dilakukan oleh suatu usaha olahraga rekreasi dalam mencapai tujuan tertentu. Implementasi yang baik dapat memenuhi semua tujuan usaha yang diinginkan. Implementasi juga memiliki beberapa aspek seperti komunikasi, sumber daya, sikap, dan struktur organisasi. Dari sisi komunikasi pada awal pendirian usaha olahraga *M7 Tactical*, menurut informasi yang didapat dari narasumber pada awal pendirian komunikasi yang dilakukan adalah dengan berbagai pihak terkait dari pemerintah dan organisasi naungan olahraga. Komunikasi terkait perizinan, standar penyelenggaraan, pengawasan secara berkala. *M7 Tactical* melakukan komunikasi kepada Polda Metro Jaya dan kepolisian setempat. Perizinan terkait olahraga menembak dibawah naungan Polda dan dikomunikasikan juga dengan dinas olahraga daerah setempat. Olahraga *airsoft* juga terkait dengan Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) dan Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat (FORMI). Hal ini sesuai dengan perizinan *airsoft* gun diawasi langsung oleh pihak kepolisian dengan dasar hukum Pasal 15 ayat (2) Undang – undang nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia yang menyatakan bahwa, kepolisian berwenang dalam hal memberikan izin dan melakukan pengawasan senjata api, bahan peledak, dan senjata tajam.

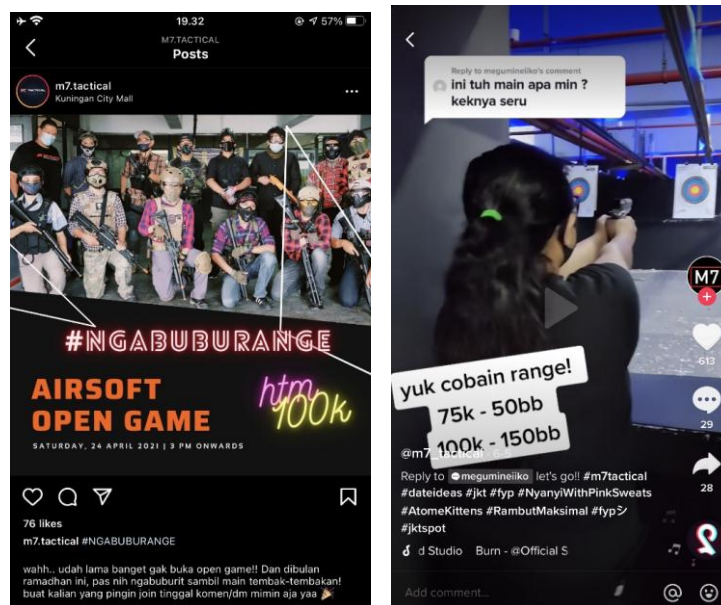
Mengenai komunikasi dengan dinas olahraga, informasi dari narasumber terkait adanya pemeriksaan rutin terkait dengan operasional atau inspeksi di tiap waktu tertentu belum ada. Karena usaha olahraga rekreasi menembak ini dapat dikatakan jenis usaha baru, sehingga pemerintah, dinas olahraga dan dinas pariwisata belum memperhatikan usaha olahraga rekreasi ini. Komunikasi yang dilakukan lebih pada sekadar menginformasikan akan mendirikan usaha olahraga rekreasi dan sudah memenuhi syarat – syarat, menaati aturan yang berlaku, serta semua fasilitas sudah teregistrasi dengan baik.

Mengenai komunikasi dengan komunitas *airsoft* bersifat *naturally*. Dimana awal pendirian memang ditujukan sebagai wadah bagi komunitas melakukan kegiatan olahraga ini. Di Indonesia sendiri memiliki 4 komunitas menembak, pada awal pembukaan 4 komunitas *airsoft* diundang dan organisasi *airsoft* ini juga sering membuat event dan acara di *M7 Tactical*. Sehingga awal pendirian segala bentuk pemasaran atau promosi diberikan khusus komunitas, namun saat ini berubah dengan adanya peluang mengenalkan ke masyarakat luas. Komunikasi

yang dilakukan oleh manajemen kepada calon konsumen mengenai pandangan itu menurut informasi yang didapat dari narasumber adalah selalu mengedepankan edukasi konsumen terkait penerapan aturan atau standar di dalam olahraga menembak yaitu RSSF. RSSF merupakan *Responsible, Smart, Safe* dan *Fun*. Empat elemen dasar ini sudah ditanamkan ke pemain sebelum bermain. Tetap menjunjung unsur *fun* atau senang-senang namun tetap mengutamakan *safety* atau keselamatan. Olahraga *Airsoft* menggunakan peluru yang berbasis plastik dan jell yang aman digunakan. Staf operasional mengedukasi kepada calon konsumen terkait dasar – dasar *safety* dalam menembak, hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Hal ini sesuai dengan (tribunnews.com, 2021) yang menyatakan olahraga menembak bukan sarana penyaluran keinginan orang untuk melakukan aksi kekerasan, sebaliknya cabang olahraga ini memiliki disiplin ilmu jika diterapkan dengan benar dan membawa manfaat bagi kesehatan jasmani maupun mental.

Terkait mengenai keberadaan *M7 Tactical* yang masih belum diketahui banyak orang, komunikasi yang dilakukan manajemen kepada masyarakat umum mengenai adalah melakukan digital marketing melalui sosial media. Cara yang paling efektif dalam menjangkau calon konsumen adalah dengan sosial media marketing. Memang pada awal – awal pembukaan masih targetnya antar komunitas jadi masih mouth to mouth, tetapi saat ini target pasar meluas ke masyarakat umum sehingga manajemen meluaskan promosi melalui sosial media. Hal ini sesuai dengan teori ([Wahyuningsih](http://Wahyuningsih.com), 2020) yang menyatakan tingginya angka pengguna sosial media memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha. Dengan berbagai platform sosial media, pelaku usaha bisa melakukan pemasaran produk/jasa bisnis kepada masyarakat dengan lebih efisien, mudah dan murah. Berikut gambar akun media sosial yang digunakan;

Gambar 6. Sosial Media *M7 Tactical*



Sumber : Instagram dan Tiktok *M7 Tactical*, 2021

Mengenai peraturan dan syarat – syarat bermain *airsoft* yang harus diterapkan oleh konsumen, komunikasi yang dilakukan manajemen kepada calon konsumen adalah mengutamakan edukasi penerapan RSSF di awal saat menerima konsumen dan selama kegiatan olahraga untuk diingatkan secara berkala.

Komunikasi manajemen juga mengenai promosi dan program diskon terkait penjualan tiket, informasi yang didapat dari narasumber adalah pada awalnya penjualan langsung hanya melalui platform *Instagram* dan melalui *whatsapp*. Namun saat ini dengan berkembangnya

permintaan, manajemen membuka kerja sama penjualan melalui agen penjualan tiket Jd.id, Klook Travel dan Traveloka.

Terdapat pertimbangan dimana harga tiket M7 *Tactical* tidak terlalu tinggi maka manajemen tetap menerapkan pembelian langsung di tempat. Sistem pembayaran untuk bermain di M7 sendiri adalah “main dulu baru bayar”, yang dapat dilakukan secara tunai atau non tunai. M7 *Tactical* melakukan promosi dengan menggabungkan paket seperti dengan jumlah minimal orang yang bermain akan membuat harga yang dikeluarkan lebih murah.

Sumber daya menjadi faktor penting juga dalam implementasi usaha olahraga rekreasi. Untuk struktur organisasi yang digunakan oleh usaha olahraga rekreasi M7 *Tactical* ini adalah tim kerja. M7 *Tactical* hanya mempunyai 2 bagian staf, yaitu front desk dan operasional. Struktur organisasi M7 *Tactical* sederhana. Struktur organisasi yang digunakan oleh M7 *Tactical* bisa dibidang struktur organisasi fungsional. Pembagian kerja dalam bentuk struktur organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya, seperti karyawan yang memiliki keterampilan masing – masing ditempatkan pada jabatan yang sesuai dan dikelompokkan kedalam satu unit kerja. Penentuan posisi staf disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki. Narasumber mengungkapkan perilaku dan sikap yang menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan. Penentuan posisi staf operasional melihat kemampuan yang komunikatif dan cepat tanggap, umumnya staf pria, sedangkan untuk posisi staf front desk yang memiliki kemampuan administrasi, dasar pengetahuan kasir dan dasar pelayanan konsumen yang umumnya staf wanita. Hal ini sesuai dengan teori bentuk organisasi fungsional oleh F.W. Taylor (Nurlia, 2019), bentuk organisasi ini disusun berdasarkan sifat dan macam pekerjaan yang harus dilakukan. Pada tipe organisasi ini, masalah pembagian kerja mendapat perhatian yang sungguh-sungguh, pembagian kerja didasarkan pada “spesialisasi” yang sangat mendalam dan setiap pejabat hanya mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan sesuai dengan spesialisasi nya.

Terkait dengan kualitas kinerja staf agar memiliki sikap tanggung jawab dan kepemimpinan yang baik, narasumber mengungkapkan melakukan pendekatan dengan staf. Mengadakan *weekly meeting* setiap hari Selasa yang dipimpin oleh *Owner M7 Tactical* yang menekankan hubungan “*reachable*” dengan staf, sehingga staf dapat langsung mengemukakan kesulitan, permasalahan yang dihadapi dan dapat langsung dievaluasi dan diberikan solusi. Penekanan komunikasi yang baik antar staf, staf dengan manajemen atas, serta dengan konsumen menjadi kunci penting dalam menjaga kualitas sumber daya manusia M7 *Tactical*.

Sumber daya prasarana merupakan aspek dalam sumber daya yang dibutuhkan sebagai implementasi usaha olahraga rekreasi. Sumber daya prasarana yang dimiliki oleh M7 *Tactical* untuk memenuhi kebutuhan dalam pelaksanaan. M7 *tactical* memiliki 3 arena yaitu *shooting range*, *dynamic chamber*, dan *war game*. Tiap arena memiliki sarana pendukung masing – masing. Selain sumber daya prasarana, sumber daya sarana juga penting dalam memenuhi kebutuhan pelaksana. Informasi yang didapat dari narasumber mengenai sumber daya sarana yang dimiliki oleh M7 mengenai peralatan dan perlengkapan dalam airsoft. Jenis GBB (senjata bertenaga gas) untuk pistol dan ada jenis AEG (senjata bertenaga listrik) untuk senjata rifle. Sedangkan untuk *war game*, M7 menyediakan senjata berjenis *water gel blasters* yaitu senjata yang menggunakan peluru gel yang aman untuk digunakan. Untuk sumber daya teknologi yang dimiliki M7 hanya ada *retractable target* yang digunakan dalam *shooting range* yaitu target yang bisa diatur jarak nya seberapa jauh.

Terkait dengan poin pertanyaan mengenai sikap kreatif dan inovasi dari manajemen dalam mengembangkan usaha olahraga rekreasi ini, narasumber mengatakan bahwa : “Kreatif dan inovasi di sini memang *modern problem require modern solution*. Seperti pada awal pembukaan manajemen masih menggunakan billboard sebagai marketing yang dilakukan, tetapi sekarang kreatif inovasi yang dilakukan seperti itu sudah tidak terlalu jalan. Sekarang mengikuti yang sedang hype seperti platform *Tiktok*, manajemen sekarang sudah fokus ke

tiktok. Marketing nya jalan dimana yang sedang *hype* tersebut. Manajemen menggunakan dari *mikro influencer*, mengikuti yang sedang trend jadi akhirnya juga akan menaikkan pemasukan sendiri dari konsumen yang datang.”

M7 *Tactical* menyalurkan kreativitas dalam hal meningkatkan promosi – promosi menaikkan tren usaha supaya dikenal oleh masyarakat luas, sebagai contoh dengan membuat program iklan menggunakan mikro influencer platform *Tiktok*, dapat dilihat pada gambar berikut ;

Gambar 7. *Mikro influencer*



Sumber : *Tiktok M7 Tactical*, 2021

Hal ini selaras dengan (Bilgies, 2017) yang menyatakan kreatif dan inovatif menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menjadikan keunggulan termasuk keunggulan bersaing yang berdampak pada berlangsungnya kegiatan usaha. Dimana M7 *Tactical* dengan adanya *influencer* memberikan nilai baru pada produk olahraga *airsoft* ini yang memiliki kesan “kekinian”, menjadi tren yang wajib diikuti semua kalangan, bersifat aman karena tidak perlu menjadi ahli atau profesional untuk memainkan olahraga ini.

Terkait dengan poin pertanyaan mengenai SOP (*Standard Operational Procedure*), tahapan SOP diterapkan M7 *Tactical* mulai dari awal konsumen datang sampai selesai berolahraga. Narasumber menjelaskan tahapan pertama masuk konsumen datang dilakukan pengecekan suhu, anjuran mencuci tangan kemudian dapat melanjutkan masuk dan disambut front desk. Dapat dilihat pada gambar berikut ;

Gambar 8. Staf *Front Desk*



Sumber : Facebook M7 Tactical, 2021

Staf *front desk* akan membantu konsumen mengisi daftar hadir, memberikan informasi produk yang ditawarkan, setelah konsumen memutuskan produk yang dipilih diarahkan dan diantar kedalam arena dan disambut langsung oleh staf operasional. Dapat dilihat pada gambar berikut ;

Gambar 9. Penjelasan dari staf operasional



Sumber : Tiktok M7 Tactical, 2020

Staf operasional akan menjelaskan peraturan, cara kegiatan olahraga serta hal-hal terkait RSFF sebelum memulai kegiatan olahraga. Konsumen menggunakan rompi dan kacamata sebelum memulai bermain airsoft jenis *war game* di M7 Tactical. Dapat dilihat pada gambar berikut ;

Gambar 10. *Safety equipment* untuk konsumen



Sumber : Facebook M7 Tactical, 2020

Staf operasional akan selalu mengawasi selama kegiatan olahraga berlangsung. Setelah konsumen selesaikan kegiatan, langsung menuju ke front desk untuk melakukan pembayaran. Sistem di M7 Tactical yaitu pembayaran dilakukan di akhir setelah kegiatan dilakukan. Menurut peneliti sistem pembayaran yang dilakukan oleh M7 Tactical sudah sesuai dengan keadaan di lapangan. Karena banyak customer yang setelah main ingin menambah jumlah peluru karena banyak customer yang kurang puas dengan peluru yang awal dipesan, jadi memang pembayaran setelah bermain memang sangat cocok diaplikasikan di M7 Tactical. Tidak terdapat kendala berarti dalam penerapan SOP yang dihadapi manajemen M7 Tactical selama ini. Konsumen yang baru pertama kali mengikuti umumnya lebih fokus mengikuti aturan yang disediakan oleh manajemen.

Terkait dengan poin pertanyaan mengenai rencana jangka panjang, narasumber mengungkapkan rencana melakukan expanding usaha. Terdapat beberapa lokasi tempat pilihan untuk membuka cabang M7 Tactical. Rencana untuk memenuhi kebutuhan akan arena olahraga rekreasi airsoft di berbagai kota, agar masyarakat dari luar Jakarta pun bisa menikmati olahraga rekreasi menembak seperti ini. Karena pada dasarnya olahraga yang berbasis komunitas ini bisa lebih diperluas lagi dan lebih membuka agar apresiasi olahraga airsoft ini sebenarnya dapat juga dinikmati kalangan umum dan bukan olahraga yang terkesan eksklusif.

Dari pembahasan yang didapat dari narasumber, penulis dapat menyimpulkan bahwa implementasi usaha olahraga rekreasi menembak ini sangat mudah diresap oleh masyarakat. Olahraga menembak ini juga bukan olahraga yang berbahaya dan bukan olahraga yang terkesan eksklusif. M7 Tactical sudah menyediakan sarana dan prasarana yang baik sehingga masyarakat umum difasilitasi agar dapat menikmati pengalaman berolahraga tembak - menembak ini. Dilengkapi dengan pemberian arahan - arahan basic menembak dan aturan - aturan yang berlaku saat bermain airsoft ini sehingga saat masyarakat mengikuti aturan dengan baik kegiatan olahraga menembak ini sangat aman.

Kendala

Setiap usaha olahraga rekreasi pasti memiliki kendala dalam menjalani usaha. Kendala yang dihadapi dalam menjalani usaha olahraga menembak M7 Tactical, informasi yang didapat dari narasumber terdapat 3 kendala. Kendala pertama yang dihadapi adalah penyediaan unit dari *airsoft* dan pemeliharaan alat yang membutuhkan biaya tinggi. Kendala diperparah dengan penggunaan oleh konsumen yang tidak sesuai dengan aturan yang ada. Sebaiknya dengan adanya kendala yang dialami pihak manajemen bisa mensosialisasikan lebih kepada bagian

operasional agar bisa meningkatkan pengawasan terhadap konsumen yang menggunakan unit *airsoft*.

Kendala kedua yang dihadapi M7 sendiri adalah faktor pandangan umum masyarakat luas mengenai olahraga ini. Dimana terlihat lebih menampikan bahaya dan membuat masyarakat takut untuk mencoba olahraga ini. Sikap dan cara dari manajemen untuk mengatasi kendala tersebut adalah mengkomunikasikan keseruan, keselamatan dalam kegiatan olahraga melalui *platform Instagram* dengan memposting video – video singkat M7 *Tactical*, sehingga masyarakat juga bisa memahami dan mempelajari juga tentang olahraga menembak ini ternyata tidak sebahaya yang dipikirkan.

Kendala yang ketiga adalah pandemi Covid-19. Sejak adanya pandemi Covid-19, M7 *tactical* menutup sementara usaha di bulan Maret 2020 dan buka kembali di bulan Juli 2020. Pada saat pandemi tersebut pengunjung yang datang berkurang drastis, masih banyak orang dari komunitas maupun masyarakat umum yang masih takut untuk berolahraga dan berinteraksi dengan orang lain.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta. Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan isi karya tulis ini, diantaranya :

1. M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta memahami dengan baik konsep usaha mereka sebagai usaha olahraga rekreasi yang menggabungkan unsur olahraga dan faktor daya tarik wisata serta kesenangan bagi konsumen. Keunggulan utama M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta adalah keunikan produk yang dimiliki jenis olahraga *airsoft* indoor yang belum banyak diketahui masyarakat luas, serta kesan tantangan dan unsur kesenangan dari olahraga ini.
2. Konsumen M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta memiliki karakteristik usia aktif yaitu 19 – 35 tahun dan berdomisili di Jabodetabek, tidak hanya komunitas *airsoft*, melainkan meluas ke masyarakat umum yang belum pernah mencoba dan ingin mencoba olahraga *airsoft*.
3. Implementasi M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta sebagai usaha olahraga rekreasi sudah cukup baik dilihat dari aspek komunikasi, sumber daya, sikap, dan struktur organisasi. Aspek komunikasi yang cukup baik dengan pihak pemerintah baik kepolisian, dinas pariwisata, dinas olahraga, organisasi resmi olahraga, serta komunitas olahraga dalam penyelenggaraan usaha. Namun tanggapan pihak pemerintah belum antusias. Aspek sumber daya prasarana, sarana, serta sumber daya manusia karyawan yang sesuai dengan standar kelengkapan dan keamanan yang ditentukan dalam olahraga *airsoft*. Aspek sikap terkait kegiatan promosi lebih menekankan pada digital marketing. Aspek organisasi yang menekankan pada struktur organisasi sederhana atau fungsional, menjaga komunikasi aktif antar staf manajemen serta pemilik usaha.
4. Kendala yang dihadapi antara lain penyediaan unit dari *airsoft* dan pemeliharaan alat yang membutuhkan biaya tinggi; faktor pandangan umum masyarakat luas mengenai olahraga ini serta pandemi Covid-19 yang menghambat operasional usaha.

Daftar Pustaka :

Article :

- Astuti, M. T. (2015). Potensi Wisata Olah Raga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, vol.10, no.1, 31-40.
- Bilgies, A. F. (2017). Keunggulan Kompetitif Yang Dalam Menciptakan Inovasi Untuk Kewirausahaan Strategis. *AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 02, April 2017, 321-343.
- Diwangkara, N. K., Sari, S. R., & Rukayah, R. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur ARCADE Vol 4, No 2 (2020)* , 122-123.
- Nurlia. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan . *Meraja Journal Vol. 2, No. 2, Juni 2019*, 51-66.
- Putra, H. A., Supriyono, S., Priyono, B., & Raharjo, A. (2020). Survey Bisnis Wahana Olahraga Rekreasi Muncul River Tubing Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang. *Jurnal Unnes VOL 1 NO 2 (2020): DECEMBER 2020*, 1-10.
- Saputra, S. D., & Rifki, M. S. (2020). Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Olahraga Pariwisata Di Kota Pariaman Tahun 2019. *Jurnal Stamina Vol 3 No 7 (2020)*, 595-602.
- Sara, F. R., & Komaini, A. (2018). Manajemen Pengelolaan Olahraga Rekreasi Trekking Di Air Terjun Nyarai Lubuk Alung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Stamina Vol 1 No 1 (2018)*, 1-10.
- Wahyudi, N. A. (2018). Peran Perkembangan Industri Olahraga dan Rekreasi dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Generasi Muda. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA, Vol 1, No 1 (2018)*, 34-42.

Book :

- Fitriantono, M. R. (2019). Potensi alam desa Ponggok sebagai daerah pengembangan olahraga rekreasi dan wisata olahraga air bagi masyarakat wilayah kabupaten klaten. Potensi alam desa Ponggok sebagai daerah pengembangan olahraga rekreasi dan wisata olahraga air bagi masyarakat wilayah kabupaten klaten. Surakarta, Jawa Tengah, Surakarta: UNS-Pascasarjana Prodi Ilmu Keolahragaan.
- Handjaja, J. (2020). Usulan Peningkatan Niat Beli Konsumen Pada Usaha Olahraga Rekreasi Delta Force Arena. Usulan Peningkatan Niat Beli Konsumen Pada Usaha Olahraga Rekreasi Delta Force Arena, 1-5. Bandung, Jawa Barat, Bandung: UNPAR Institutional Repository.
- Hidayat, A. (2015). Survei Perkembangan Olahraga Rekreasi Gateball di Kabupaten Semarang. Survei Perkembangan Olahraga Rekreasi Gateball di Kabupaten Semarang. Semarang, Jawa Tengah, Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- M7Tactical. (2021, July 07). Implementasi Usaha Olahraga Rekreasi M7 *Tactical* Kuningan City Jakarta. (F. Geovanni, Interviewer)
- Nugroho, S. (2019). *Industri Olahraga*. Yogyakarta: UNY Press.
- Priyono, B. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga . *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 113.
- Rachman, A. (2020). Olahraga Rekreasi di Perguruan Tinggi. Olahraga Rekreasi di Perguruan Tinggi. Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Banjarmasin: ULM Repository.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, Warella, S. Y., Nurmiati, . . . Purba, R. A. (2020). Pengantar Pariwisata. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sara, F. R., & Komaini, A. (2018). Manajemen Pengelolaan Olahraga Rekreasi Trekking di Air Terjun Nyarai Lubuk Alung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Stamina*, 325.

- Tanjung, F. A. (2019). Pengembangan Wisata Religi Islami Makam Syekh Mahmud Fil Hadratul Maut Dalam Perspektif Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah, 14. Medan, Sumatera Utara, Medan: UMSU Repository.
- Utama, I. G. (2016). Pengantar Industri Pariwisata. Sleman: Deepublish.
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP). Tourism, Covid-19.
- Widodo. (2011). Analisis Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik. Malang: Bayu Media.

Website :

- google.com. (2021). *M7 Tactical*. Retrieved from google.com: <https://www.google.com/search?q=M7+Tactical&oq=M7+Tactical&aqs=chrome.69i59j0j0&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- tribunnews.com. (2021). *Manfaat Olahraga Menembak bagi Kesehatan: Perkuat Stamina hingga Kesehatan Mental*. Retrieved from tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/kesehatan/2021/12/02/manfaat-olahraga-menembak-bagi-kesehatan-perkuat-stamina-hingga-kesehatan-mental>
- Wahyuningsih, R. (2022, April 24). *cermati.com*. Retrieved from <https://www.cermati.com/artikel/maksimalkan-5-strategi-marketing-media-sosial-ini-biar-jualan-online-makin-laris>