

Analisis Perkembangan Ekonomi Minisoccer Mabrur Pratama

Afriyadi *¹
Dheo Rizky Ananda ²
Elang Nusa Bintan ³
Julio Nurhisyam Putra ⁴
Leandra Haikal Mahmud ⁵
Muhammad Ramadhan Oktavery ⁶
Rizza Abror Muzacky ⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

*e-mail : elangnusabntn@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak perkembangan ekonomi usaha olahraga yang terjadi pada Minisoccer Mabrur Pratama yang ada di Tanjungpinang sejak didirikan pada tahun 2016. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dianalisis menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini menelusuri strategi, tantangan dan inovasi yang dilakukan oleh pemilik usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ini berhasil tumbuh dengan baik dibuktikan dengan melakukan ekspansi atau perluasan usaha Minisoccer Mabrur Pratama dari Kota Tanjungpinang ke Kota Karawang dan Banjarmasin yang merupakan hasil dari strategi yang terencana, peningkatan kualitas layanan yang baik, serta kemampuan adaptasi terhadap kondisi eksternal yang tidak terduga seperti pandemi COVID-19.

Kata Kunci: perkembangan ekonomi, bisnis olahraga, strategi ekspansi

Abstract

This study aims to identify and analyze the economic development impact of the sports business at Minisoccer Mabrur Pratama in Tanjungpinang since its establishment in 2016. This is a qualitative study analyzed using a descriptive method. Data collection techniques used in this research include observation and interviews. The study explores the strategies, challenges, and innovations implemented by the business owner. The results of this study indicate that the business has grown successfully, as evidenced by the expansion of Minisoccer Mabrur Pratama from Tanjungpinang to the cities of Karawang and Banjarmasin. This success is attributed to well-planned strategies, improved service quality, and the ability to adapt to unexpected external conditions such as the COVID-19 pandemic.

Keywords: Economic development, sports business, expansion strategy

PENDAHULUAN

Olahraga merupakan semua bentuk aktivitas fisik yang dapat dilakukan baik dengan cara kompetitif atau juga santai. Berbagai jenis olahraga sangat diminati baik itu pria atau wanita dikarenakan olahraga dapat memelihara, meningkatkan kemampuan fisik. Olahraga juga memberikan efek relaksasi dan hiburan, juga membantu mengurangi stres yang disebabkan oleh rutinitas sehari-hari.

Bisnis dalam bidang olahraga juga telah berkembang menjadi sektor ekonomi yang dinamis, karena tidak hanya digunakan sebagai sarana kesehatan dan rekreasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai ladang usaha yang cukup menjanjikan. Seperti olahraga Minisoccer, yaitu variasi dalam olahraga sepak bola yang dimainkan di lapangan yang lebih kecil cukup diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia di kota Tanjungpinang dikarenakan olahraga ini menyenangkan, fleksibel juga sangat mudah diakses. Sehingga bisnis di bidang olahraga minisoccer ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai usaha komersial.

Minisoccer Mabrur Pratama didirikan pada tahun 2016 oleh seorang pengusaha travel umroh di Tanjungpinang dengan modal terbatas dan dua karyawan. Pada awal operasional, perusahaan menghadapi berbagai tantangan terkait pelayanan, harga, dan keterbatasan sumber daya, namun berhasil membangun reputasi sebagai penyedia layanan yang dapat diandalkan. Setelah empat

tahun, Maburur Pratama memperluas layanan dengan membuka lokasi baru di Karawang, memperkuat tim dengan merekrut staf berbakat, serta menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan besar guna meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas jangkauan pasar.

Di tengah pandemi COVID-19, Maburur Pratama menunjukkan ketangguhan dengan mengembangkan sistem manajemen jarak jauh dan solusi inovatif agar tetap produktif dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang berubah. Perusahaan juga memulai ekspansi ke wilayah Kalimantan, khususnya Banjarmasin, dengan melakukan riset pasar dan membuka lokasi modern yang memenuhi standar internasional. Hingga kini, Maburur Pratama telah berkembang menjadi tiga lokasi strategis dengan lebih dari tujuh karyawan, berkomitmen tidak hanya pada pertumbuhan bisnis tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, demi memberikan dampak positif bagi komunitas dan pelanggan.

Dalam usaha jasa semacam ini, faktor-faktor utama yang dapat menentukan keberhasilan dan kesuksesannya yaitu kualitas layanan, fasilitas fisik dan juga loyalitas konsumen. Menurut Tjiptono (2016:16), fasilitas adalah sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Sementara itu, Kotler dan Keller (2016:138) menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan, meskipun ada faktor situasi dan upaya pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk beralih. Oleh karena itu dalam usaha jasa di bidang olahraga, kombinasi antara pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai akan meningkatkan kepuasan dan memperkuat loyalitas konsumen.

Aspek lain yang juga penting yaitu aspek strategi pertumbuhan usaha. Berdasarkan teori keunggulan kompetitif oleh Porter (1985), perusahaan dapat tumbuh melalui strategi diferensiasi, kepemimpinan biaya atau fokus pada segmen tertentu. Dalam kenyataannya usaha seperti Minisoccer Maburur Pratama menerapkan pendekatan yang strategis guna menjaga daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Inovasi dan adaptasi pada perubahan kondisi dan situasi (seperti pandemi COVID-19) serta peningkatan kualitas layanan menjadi lebih baik lagi adalah kunci penting untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha dalam bidang ini.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi oleh peneliti, penelitian ilmiah ini akan secara spesifik menganalisis pertumbuhan dan perkembangan ekonomi usaha dalam bidang olahraga pada Minisoccer Maburur Pratama, dengan cara menelusuri strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi serta inovasi-inovasi yang dilakukan sejak usaha ini didirikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha sejenis dalam merancang strategi-strategi bisnis yang berkelanjutan dan juga adaptif.

KAJIAN TEORI

Minisoccer merupakan varian sepak bola yang dimainkan di lapangan lebih kecil, biasanya berukuran 20 hingga 30 meter dengan jumlah pemain inti antara 5 hingga 7 orang. Lapangan ini umumnya menggunakan rumput sintetis atau alami, mirip lapangan sepak bola standar, namun dengan beberapa aturan yang disesuaikan seperti durasi pertandingan, jumlah pergantian pemain, dan cara penalti. Pertandingan biasanya dibagi menjadi dua babak, masing-masing berdurasi 10 hingga 20 menit sesuai kesepakatan.

Fasilitas lapangan minisoccer bervariasi tergantung pengelolaan, namun secara umum meliputi lapangan berkualitas dengan permukaan halus untuk kenyamanan dan keamanan pemain, pagar atau dinding pembatas, ruang ganti lengkap dengan tempat penyimpanan barang pribadi, serta kamar mandi bersih. Selain itu, tersedia kantin atau kafe sebagai tempat bersantai, area penonton berupa tribun atau kursi, sistem pencahayaan untuk permainan malam, dan area parkir yang luas untuk kendaraan pemain dan pengunjung. Keberadaan peralatan pertolongan pertama juga sangat penting untuk menangani cedera secara cepat, sementara beberapa lapangan menyediakan akses Wi-Fi dan ruang pertemuan atau lounge untuk interaksi sosial sebelum dan sesudah pertandingan. Fasilitas-fasilitas ini bertujuan memberikan kenyamanan dan mendukung pengalaman bermain yang menyenangkan bagi semua pihak.

Minisoccer menawarkan beberapa keuntungan, seperti permainan yang lebih cepat dan intens karena lapangan yang lebih kecil, serta kesempatan lebih banyak bagi pemain untuk mengembangkan keterampilan individu dengan lebih sering menyentuh bola. Selain itu, olahraga ini mudah diakses dan dapat dimainkan di berbagai lokasi, termasuk area terbatas.

Minisoccer memiliki organisasi di tingkat nasional dan internasional. Di tingkat global, World Minifootball Federation (WMF) mengatur dan mengembangkan olahraga ini, sementara di Indonesia, Federasi Sepak Bola Mini Indonesia (FSMI) bertanggung jawab mempromosikan dan mengelolanya. Popularitas minisoccer semakin meningkat di berbagai negara karena sifatnya yang inklusif dan menyenangkan, memungkinkan banyak orang dari berbagai usia untuk berpartisipasi baik untuk rekreasi maupun kompetisi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis perkembangan ekonomi Minisoccer Mabrur Pratama. Pendekatan ini digunakan karena fokus penelitian adalah memahami fenomena ekonomi secara mendalam berdasarkan pengalaman dan data langsung dari lapangan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- Data primer, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan salah satu pegawai Minisoccer Mabrur Pratama pada tanggal 25 Mei 2025.
- Data sekunder, yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen perusahaan terkait perkembangan usaha dan sektor olahraga rekreasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan:

- Wawancara semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi mendalam dari narasumber mengenai perkembangan ekonomi perusahaan.
- Observasi non-partisipatif, yaitu dengan mengamati langsung aktivitas operasional di lingkungan Minisoccer Mabrur Pratama tanpa ikut terlibat.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan tahapan:

- Reduksi data: menyaring informasi yang relevan dari hasil wawancara dan observasi.
- Penarikan kesimpulan: menyimpulkan hasil analisis yang menjawab tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam wawancara yang dilakukan dengan perwakilan Minisoccer Mabrur Pratama, diketahui bahwa usaha ini telah mengalami pertumbuhan signifikan sejak berdiri pada tahun 2016. Berawal dari operasional sederhana di Tanjungpinang, kini usaha ini telah berkembang menjadi jaringan dengan tiga cabang yang tersebar di Karawang dan Banjarmasin. Pertumbuhan tersebut didorong oleh strategi ekspansi yang tepat serta komitmen terhadap peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

Kemampuan adaptasi terhadap tantangan eksternal, khususnya selama pandemi COVID-19, menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan. Meskipun menghadapi tekanan finansial dan meningkatnya persaingan, perusahaan tetap fokus pada penyediaan pengalaman bermain yang optimal bagi pelanggan. Diversifikasi pendapatan melalui penyelenggaraan turnamen dan program pelatihan menjadi strategi tambahan yang mendukung keberlangsungan bisnis.

Meski demikian, tantangan tetap ada, terutama dalam hal pemeliharaan fasilitas dan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, investasi berkelanjutan dalam infrastruktur dan peningkatan mutu layanan menjadi perhatian utama manajemen. Dengan memanfaatkan

keunggulan yang dimiliki serta terus melakukan inovasi, Minisoccer Maburr Pratama optimistis dapat mempertahankan posisinya sebagai pelaku utama dalam industri minisoccer dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, wawancara ini menggambarkan dedikasi, strategi, serta visi jangka panjang yang dijalankan oleh perusahaan dalam menghadapi tantangan serta mewujudkan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Hasil Analisis

Perkembangan ekonomi Minisoccer Maburr Pratama dalam beberapa tahun terakhir mencerminkan hasil dari strategi ekspansi yang terencana, peningkatan efisiensi operasional, serta optimalisasi sumber daya secara berkelanjutan. Perusahaan mencatat pertumbuhan yang signifikan melalui pembukaan cabang-cabang baru di lokasi strategis, peningkatan jumlah tenaga kerja terampil, serta tren pendapatan yang konsisten naik setiap tahunnya. Perkembangan ini mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memperluas pangsa pasar dan membangun jaringan bisnis yang adaptif terhadap dinamika industri olahraga rekreasi.

Langkah awal bisnis dimulai dari satu cabang di Tanjungpinang yang menjadi titik pijak penyediaan fasilitas olahraga modern berbasis minisoccer. Seiring waktu, visi ekspansi diwujudkan melalui pendirian cabang di Karawang dan Banjarmasin. Ketiga cabang tersebut mempertegas posisi Minisoccer Maburr Pratama sebagai pelaku usaha yang terus berkembang secara organik dan sistematis. Setiap ekspansi dilakukan dengan analisis pasar yang cermat, termasuk kajian demografis, pemetaan kompetitor, dan studi aksesibilitas lokasi—praktik yang mencerminkan pendekatan pemasaran berbasis data sebagaimana diuraikan oleh Setiawan dan Harmon (2017), bahwa keberhasilan bisnis futsal sangat ditentukan oleh kecermatan dalam merancang strategi berbasis bauran pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan lokal.

Komitmen terhadap kualitas diwujudkan melalui pembaruan infrastruktur secara berkala, pelatihan sumber daya manusia, dan integrasi sistem digital seperti pemesanan online dan manajemen layanan. Elemen produk dalam bauran pemasaran, khususnya kualitas lapangan dan fasilitas pendukung, menjadi determinan utama yang membedakan daya tarik bisnis olahraga sejenis. Hal ini senada dengan temuan Setiawan dan Harmon (2017), yang menyatakan bahwa dalam bisnis futsal, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, sementara variabel lain seperti promosi dan lokasi menunjukkan pengaruh yang lebih rendah secara statistik.

Pendapatan perusahaan juga diperkuat oleh diversifikasi sumber pemasukan. Selain penyewaan lapangan sebagai tulang punggung utama, pendapatan diperoleh dari penyewaan peralatan, penyelenggaraan turnamen, serta kerjasama sponsorship dan event komunitas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperluas jaringan bisnis. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Syadzwina et al. (2024), pemasaran olahraga modern tidak lagi bergantung pada media konvensional, melainkan ditopang oleh kolaborasi komersial dan pemanfaatan digital branding untuk menjangkau lebih banyak khalayak.

Penerapan teknologi juga menjadi pilar dalam efisiensi operasional. Sistem pemesanan daring, pengelolaan jadwal, serta pelaporan berbasis data real-time memungkinkan pengurangan biaya sekaligus peningkatan kualitas layanan. Menurut Syadzwina et al. (2024), organisasi olahraga yang berhasil adalah mereka yang mampu menggunakan media baru—termasuk media sosial dan aplikasi—sebagai saluran komunikasi langsung dengan pelanggan, memperkuat relasi emosional, dan mendorong loyalitas.

Secara keseluruhan, kinerja ekonomi Minisoccer Maburr Pratama menunjukkan arah pertumbuhan yang positif dan konsisten. Keberhasilan dalam ekspansi cabang, diversifikasi pendapatan, serta adopsi teknologi menjadi fondasi kuat dalam membangun daya saing. Dengan tetap responsif terhadap perubahan pasar dan terus berinovasi dalam pelayanan, perusahaan ini berada pada jalur yang kokoh untuk tumbuh sebagai pemain utama dalam industri olahraga rekreasi di Indonesia.

Kelebihan dan Tantangan

Membangun dan mengelola fasilitas minisoccer merupakan langkah strategis yang membawa manfaat signifikan, tidak hanya secara ekonomi tetapi juga dalam aspek sosial dan kesehatan masyarakat. Peningkatan minat terhadap olahraga tim kecil seperti futsal dan minisoccer, terutama di kalangan generasi muda, menciptakan permintaan yang tinggi terhadap fasilitas olahraga yang berkualitas dan mudah diakses. Kondisi ini membuka peluang bisnis yang menarik bagi pelaku usaha yang mampu mengelola fasilitas secara profesional dan berorientasi pada kebutuhan komunitas. Seperti yang dijelaskan oleh Setiawan dan Harmon (2017), dalam bisnis futsal, keberhasilan sangat ditentukan oleh kualitas produk dan penyediaan layanan pendukung yang relevan dengan ekspektasi pelanggan. Sebuah prinsip yang juga dapat diterapkan pada pengelolaan usaha minisoccer.

Dari sisi ekonomi, bisnis minisoccer memberikan potensi pendapatan yang cukup beragam dan cenderung stabil. Sumber utama berupa penyewaan lapangan dapat diperkuat dengan pendapatan tambahan melalui penyelenggaraan turnamen, pelatihan atlet muda, penjualan merchandise, serta penyediaan fasilitas konsumsi. Diversifikasi ini tidak hanya memperkuat stabilitas keuangan perusahaan, tetapi juga membentuk ekosistem bisnis yang dinamis dan lebih tangguh terhadap fluktuasi permintaan pasar. Penerapan strategi pemasaran dan komunikasi yang adaptif juga menjadi penentu kesuksesan. Syadzwin et al. (2024) menekankan bahwa di era digital, promosi olahraga harus melibatkan media sosial, strategi konten, dan keterlibatan komunitas untuk membangun koneksi yang kuat dengan target pasar.

Selain manfaat ekonomi, kehadiran fasilitas minisoccer juga memberikan dampak sosial yang nyata. Fasilitas ini menjadi pusat aktivitas fisik yang mendorong gaya hidup sehat, membangun hubungan sosial dalam komunitas, serta memfasilitasi interaksi lintas usia dan kelompok. Lebih dari itu, minisoccer berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja lokal, mulai dari instruktur, petugas kebersihan, hingga teknisi peralatan dan administrasi. Efek pengganda ini menunjukkan bahwa bisnis olahraga skala kecil seperti minisoccer dapat berfungsi sebagai motor pembangunan lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Fleksibilitas penggunaan fasilitas juga menjadi nilai tambah yang signifikan. Lapangan tidak hanya dimanfaatkan untuk pertandingan reguler, tetapi juga untuk pelatihan, turnamen komunitas, dan pengembangan atletik usia dini. Potensi multifungsi ini mendukung optimalisasi aset dan memperluas peluang pendapatan. Penggunaan teknologi seperti sistem pemesanan online, manajemen jadwal digital, dan integrasi dengan media sosial tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat relasi dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil studi Syadzwin et al. (2024), yang menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi dalam bisnis olahraga menjadi instrumen utama dalam membangun loyalitas dan reputasi merek.

Namun, di balik berbagai keunggulan tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi secara strategis. Salah satu tantangan utama adalah besarnya investasi awal, yang mencakup biaya lahan, konstruksi, pengadaan peralatan, dan infrastruktur pendukung. Tantangan ini semakin kompleks bagi pelaku usaha dengan keterbatasan modal atau akses pembiayaan yang terbatas. Selain itu, persaingan usaha yang semakin ketat akibat maraknya fasilitas serupa menuntut pemilik usaha untuk memiliki proposisi nilai yang berbeda, baik dari segi pelayanan, fasilitas, maupun harga.

Dari sisi operasional, pengelolaan fasilitas memerlukan perhatian berkelanjutan, mulai dari perawatan rutin, penggantian peralatan, hingga penyesuaian dengan kondisi cuaca bagi fasilitas outdoor. Faktor keamanan juga menjadi perhatian penting, karena risiko cedera dalam olahraga fisik menuntut tersedianya standar keselamatan yang tinggi dan sistem perlindungan yang memadai, termasuk asuransi dan prosedur darurat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha bukan semata pada aspek pemasaran, tetapi juga terletak pada manajemen risiko dan kepatuhan terhadap standar operasional.

Tantangan lainnya mencakup keterbatasan ruang di area perkotaan, yang dapat membatasi ekspansi dan mengurangi kenyamanan pengguna. Lokasi yang tidak strategis akan berdampak pada okupansi dan tingkat kunjungan. Selain itu, permintaan yang fluktuatif akibat

musim, hari kerja, atau perubahan tren olahraga juga memerlukan fleksibilitas dalam penjadwalan dan program. Strategi manajemen yang adaptif menjadi kunci untuk mengatasi dinamika ini secara efektif.

Sumber daya manusia pun menjadi elemen penting yang tidak dapat diabaikan. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada kompetensi staf, baik dalam hal teknis maupun interaksi pelanggan. Oleh karena itu, rekrutmen dan pelatihan berkelanjutan harus menjadi bagian dari strategi jangka panjang. Di sisi lain, aspek legal dan regulatif seperti izin usaha dan kepatuhan terhadap peraturan pemerintah juga dapat menjadi hambatan administratif yang memerlukan perhatian khusus.

Dengan memahami kelebihan dan tantangan ini secara menyeluruh, pelaku usaha dapat menyusun strategi pengelolaan yang lebih responsif dan terukur. Penggunaan pendekatan berbasis data, inovasi layanan, serta sinergi dengan komunitas lokal akan memperbesar peluang keberhasilan bisnis minisoccer dalam jangka panjang. Sebagaimana dicatat oleh Setiawan dan Harmon (2017), keberhasilan usaha olahraga bukan hanya ditentukan oleh produk fisik semata, melainkan oleh bagaimana keseluruhan elemen operasional dirancang untuk memberikan nilai yang konsisten dan unggul bagi pelanggan.

Strategi Pengembangan

Dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, Minisoccer Maburr Pratama telah menyusun strategi pengembangan yang menyeluruh, mencakup peningkatan kualitas layanan, optimalisasi operasional, penguatan pemasaran digital, serta kolaborasi eksternal yang strategis. Fokus utama perusahaan terletak pada penyediaan pengalaman pelanggan yang unggul melalui peningkatan mutu fasilitas dan layanan. Perawatan lapangan secara berkala, pembaruan infrastruktur, serta penyediaan peralatan olahraga berkualitas tinggi dilakukan secara konsisten guna menciptakan lingkungan yang aman, nyaman, dan profesional. Dengan menciptakan pengalaman bermain yang positif, perusahaan berupaya membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan tingkat kunjungan berulang.

Pada aspek pemasaran, perusahaan mengadopsi pendekatan digital yang terarah dan adaptif. Media sosial dimanfaatkan sebagai kanal utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas, disertai dengan strategi promosi online yang berbasis data dan segmentasi pasar yang tepat. Konten digital yang menarik dan interaktif tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari komunitas futsal. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memperkuat posisi brand di tengah dinamika industri olahraga rekreasi.

Efisiensi operasional juga menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan ekonomi perusahaan. Penerapan sistem manajemen terintegrasi memungkinkan optimalisasi sumber daya, pengelolaan jadwal yang lebih efektif, serta pengendalian biaya operasional tanpa menurunkan kualitas layanan. Pemanfaatan teknologi dalam manajemen inventaris dan penghematan energi turut mendukung efisiensi jangka panjang, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap profitabilitas dan daya saing harga.

Di sisi lain, kolaborasi menjadi pilar strategis dalam memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan nilai tambah layanan. Minisoccer Maburr Pratama secara aktif menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan dan komunitas olahraga untuk menyelenggarakan turnamen, pelatihan, dan berbagai kegiatan berbasis partisipasi. Kemitraan ini tidak hanya memperluas jaringan perusahaan, tetapi juga memperkuat citra sebagai fasilitator pertumbuhan komunitas olahraga lokal. Sinergi yang terbangun dari kolaborasi ini memperbesar peluang ekspansi serta memperkuat fondasi sosial dan ekonomi perusahaan di tingkat lokal.

Melalui penerapan strategi yang berbasis inovasi, efisiensi, dan kolaborasi, Minisoccer Maburr Pratama menegaskan komitmennya untuk tidak hanya memperkuat posisi bisnisnya secara finansial, tetapi juga berkontribusi aktif dalam pengembangan ekosistem olahraga yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini menjadi landasan penting dalam menjadikan perusahaan sebagai pelaku utama dalam industri minisoccer nasional.

KESIMPULAN

Minisoccer Maburr Pratama telah menunjukkan perkembangan yang mengesankan sejak didirikan pada tahun 2016, bertransformasi dari usaha kecil di Tanjungpinang menjadi jaringan dengan tiga cabang strategis di Karawang dan Banjarmasin. Keberhasilan ini merupakan hasil dari strategi ekspansi yang efektif, peningkatan kualitas layanan, dan kemampuan beradaptasi terhadap berbagai tantangan, termasuk dampak dari pandemi COVID-19. Dengan komitmen untuk memberikan pengalaman bermain yang berkualitas dan inovatif, Maburr Pratama telah berhasil membangun reputasi yang solid di industri futsal.

Perkembangan ekonomi Minisoccer Maburr Pratama mencerminkan pertumbuhan yang stabil, ditandai dengan peningkatan pendapatan yang konsisten serta diversifikasi sumber pendapatan melalui penyelenggaraan turnamen dan program pelatihan. Penerapan teknologi modern dalam pengelolaan operasional juga telah meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan, menjadikan perusahaan ini lebih kompetitif di pasar.

Namun, meskipun terdapat banyak keuntungan, seperti potensi pendapatan yang beragam dan dampak positif bagi masyarakat, perusahaan juga menghadapi sejumlah tantangan. Aspek finansial, persaingan yang ketat, pemeliharaan fasilitas, dan manajemen risiko merupakan beberapa tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Selain itu, faktor lokasi, fluktuasi permintaan, dan regulasi juga mempengaruhi operasional dan pertumbuhan perusahaan.

Dengan memahami keuntungan dan kelemahan yang ada, serta menerapkan strategi yang tepat, Minisoccer Maburr Pratama memiliki prospek yang cerah untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Melalui inovasi, kolaborasi, dan komitmen terhadap kualitas, perusahaan ini siap menghadapi tantangan di masa depan dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam industri Minisoccer.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. D., Aksan, A. R., Ridwan, M. F. M., & Aesyi, U. S. (2025). Evaluasi dan Optimalisasi Penyewaan Lapangan Mini Soccer Menggunakan Business Process Improvement. *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis dan Manajemen*, 23(1), 37-47.
- Hafiz, M., Lubis, I., & Andriana, S. D. (2023). Penerapan Payment Gateway Booking Lapangan Mini Soccer. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2), 520-533.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Harrizki Amin (2024), Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Mini Soccer di Kota Medan, <https://journal-nusantara.com/index.php/EKOMA/article/view/4572>
- Yasin, N. A., & Supriyono, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Lapangan Futsal pada saat Pandemi COVIDeks-19 di Kabupaten Kendal Tahun 2021. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 3(1), 113-120.

- Haddar, A. A. (2015). Analisis Swot Pembinaan Olahraga Futsal Pada Klub Futsal Al Irsyad Surabaya Analisis Swot pada Klub Futsal Al Irsyad Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 3(2), 274-285.
- Ridhwan, M., Ifwandi, I., & Amiruddin, A. (2017). Tanggapan Pelaku Olahraga Futsal di Kota Banda Aceh Tahun 2016. *Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi*, 3(1).
- Setiawan, I., & Chaniago, H. (2017). Bisnis olah raga: peran bauran pemasaran pada keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(1), 13-22.
- Syadzwina, A. W. W., Cangara, H., Unde, A. A., & Bahfiarti, T. (2024). Komunikasi Olahraga: Promosi dan Pemasaran Olahraga di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(3), 551-564.