



**Survey Bisnis Wahana Olahraga Rekreasi Muncul River Tubing Kecamatan  
Banyubiru Kabupaten Semarang**

**Hendra Adi Putra<sup>1✉</sup>, Supriyono<sup>2</sup>**

Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas  
Negeri Semarang, Indonesia<sup>12</sup>

**History Article**

*Received : 01 September 2020  
Accepted : December 2020  
Published : December 2020*

**Keywords**

*Survey; Business;  
Recreational Sports; River  
Tubing.*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran, manajemen, sumber daya manusia, sarana dan prasarana wahana olahraga rekreasi Muncul *River Tubing*. Jenis penelitian ini adalah etnografi dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sasaran dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis olahraga rekreasi Muncul *River Tubing*. Teknik analisis data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian: (1) Menggunakan media sosial dan website sebagai alat utama pemasaran mereka. (2) Bagian keuangan bersifat transparan. (3) Sumber daya manusia adalah warga setempat dan kebanyakan masih remaja. (4) Fasilitas yang ditawarkan menarik namun sarana dan prasarana harus tetap dijaga dengan baik agar pengunjung tetap merasa nyaman. Simpulan dalam penelitian ini adalah bisnis wahana olahraga rekreasi muncul *River Tubing*, untuk pemasaran mereka menggunakan media sosial dan website. Administrasi keuangan di muncul *river tubing* sendiri sudah baik dapat ditunjukkan melalui laporan keuangan. Sumberdaya manusia di Muncul *River Tubing* adalah warga setempat sehingga berdampak positif bagi desa muncul seperti mengurangi pengangguran. Fasilitas yang di tawarkan tergolong sudah baik. Memiliki strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, dan fasilitas yang tertata.

**Abstract**

*The purpose of this research is to describe the marketing strategy, management, human resources, facilities and infrastructure for recreational sports facilities, Muncul River Tubing. This type of research is etnografi with methods of collecting data on observation, interviews, and documentation. The targets in this study are the business players of the recreational sport Muncul River Tubing. Data analysis techniques, data reduction, data presentation, and concluding. Research results: (1) Using social media and websites as their main marketing tools. (2) The financial part is transparent. (3) Human resources are residents and most are still teenagers. (4) The facilities offered are attractive, but the facilities and infrastructure must be maintained properly so that visitors remain comfortable. Conclusions in this study are the business of recreational sports media muncul river tubing in Banyubiru District, Semarang Regency, for marketing them using social media and websites. For financial administration, river tubing itself is good, it can be shown through financial statements. Human resources in Muncul River Tubing are residents so that a positive impact on the village appears like reducing unemployment. And the facilities offered are quite good. Have a marketing strategy, organized financial management, human resources, and facilities.*

**How To Cite:**

Putra, H. A., & Supriyono., (2020). Survey Bisnis Wahana Olahraga Rekreasi Muncul River Tubing Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 1(2), 447 – 452.

✉ Corresponding author :

E-mail: Hendraadi2208@gmail.com

© 2020 Universitas Negeri Semarang  
p-ISSN 2723-6803  
e-ISSN-

## PENDAHULUAN

Undang-Undang Dasar Bab I ayat (18) ketentuan umum UU No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional menyebutkan industri olahraga adalah kegiatan bisnis di bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan atau jasa (UU. RI, 2006). Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Diberbagai industri maju dan modern seperti di Amerika, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea dan China, olahraga telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Selain itu olahraga juga dirancang sebagai industri modern berskala global. Di Indonesia perkembangan industri olahraga masih memerlukan peran serta dari pemerintah dalam mensosialisasikan besarnya peluang wirausaha dalam bidang olahraga. Indonesia sudah harus melakukan industrialisasi olahraga sebagai salah satu cara menanggulangi masalah tersebut. Sekaligus, ketertarikan negara-negara barat dan Amerika Serikat untuk berinvestasi dalam bidang olahraga di Asia merupakan *moment* tepat untuk mengembangkan industrialisasi olahraga (Ibnu, 2011)

Jawa Tengah sendiri telah dikenal dengan keanekaragaman budaya dan keindahan alamnya, sehingga menjadi salahsatu tujuan favorit masyarakat untuk wisata dan melepaskan penat dari kesibukan mereka sehari-hari, dengan potensi tersebut banyak pelaku bisnis yang mendirikan usaha dibidang ini, di Jawa tengah sendiri sudah ada beberapa tempat yang menyediakan wahana olahraga rekreasi, sebut saja the pikas resort dan serayu adventure di Banjarnegara, serta *elo rivers adventure* di Magelang.

Kabupaten Semarang merupakan salah satu Kabupaten dari 29 kabupaten dan 6 kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Terletak pada posisi 110° 14' 54,74" - 110° 39' 3" Bujur Timur dan 7° 3' 57" - 7° 30' 0" Lintang Selatan. Luas keseluruhan wilayah Kabupaten Semarang adalah 95.020,674 Ha atau sekitar 2,92% dari luas Provinsi Jawa Tengah.

Di Kabupaten Semarang sendiri terdapat tempat yang menyediakan wahana olahraga rekreasi tersebut yaitu Muncul River Tubing yang terletak di Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang sendiri terkenal dengan keindahan alam dan sungai-sungai yang bersih dan masih alami yang mempunyai jeram cukup bagus, sehingga menjadi lokasi yang cukup strategis bagi para pelaku bisnis untuk mendirikan tempat olahraga rekreasi. Usaha

River Tubing tersebut dikelola oleh Bapak Yazid pemilik wahana Muncul *River Tubing*. Walaupun tanpa bantuan dari dinas terkait, tempat tersebut mampu mendatangkan banyak pengunjung dan seiring berjalanya waktu bisnis tersebut pun mulai berkembang, dan tentunya berdampak positif pula perekonomian pelaku bisnis tersebut.

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam industri. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *entrepreneur* (Allan Afuah, 2004). Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (Huat T Chwee, 1990). bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat maka lembaga bisnis pun meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba (Steinfeld, 1979). Bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan. (Griffin dan ebert, 1996). Bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan laba (*profit*). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode (*total revenues*) lebih besar dari total biaya (*total cost*) pada periode yang sama. (Hughes dan Kapoor, 2008). Bisnis merupakan bentuk kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi yang berkepentingan atau mengusahakan kegiatan tersebut. (Darwin, 2017). Bisnis telah menjadi aktifitas manusia setiap hari. Transaksi dalam memenuhi hajat primer, sekunder maupun tersier sulit dilepaskan dari unsur bisnis. (Riyadi, 2016). Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang atau organisasi yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. (Konadi, 2012). Bisnis diartikan sebagai seuruh kegiatan yang di oganisasikan oleh mereka yang berkecimpung di dalam perniagaan baik sebagai produsen, pedagang, konsumen didalam suatu industry dimana perusahaan tersebut berada, dalam rangka untuk memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. (Astuti, 2005).

Sebuah bisnis atau usaha pastinya tidak lepas dari manajemen, Manajemen pemasaran

adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terkait. (Hartono, 2012) Manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum. (Kotler, 2011). Manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. (Priangani, 2013) Kesulitan yang sering dihadapi adalah bahwa banyak orang menyamakan antara penjualan dengan pemasaran. Penjualan bukan satu-satunya aspek dari pemasaran, dan bukan pula yang terpenting dari pemasaran. Penekanan pada pendekatan pemasaran adalah pada penentuan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan dan kemudian memenuhinya. (Kotter & Andreasen, 1987 Dalam Harsuki, 2012).

Menurut Griffin yang dikutip dalam (Hani Handoko, 2008) Manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif adalah tujuan yang dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien adalah tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Itu artinya jika suatu usaha melakukan proses manajemen dengan baik maka usaha tersebut akan mendapatkan hasil yang baik pula, berlaku juga sebaliknya. Selain manajemen faktor-faktor lain seperti sarana dan pra sarana, keuangan, sumber daya, dan strategi pemasaran juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu bisnis.

Berdasarkan hal-hal yang penulis jelaskan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Survey Bisnis Wahana Olahraga Rekreasi Muncul *River Tubing* Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang".

## METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi. Etnografi yaitu suatu bentuk penelitian yang berfokus pada makna sosiologi melalui observasi lapangan

tertutup dari fenomena sosiokultural. Metode ini titik fokus penelitiannya meliputi studi intensif budaya dan bahasa, bidang atau domain tunggal, ataupun gabungan metode historis, observasi, dan wawancara. Rencana penelitian berkembang selama proses penelitian berlangsung, dengan kondisi antar responden yang diteliti saling berinteraksi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 7 orang (pemilik 1, karyawan 3, pengunjung 3). Lokasi penelitian di Muncul River Tubing Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang.

Instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melakukan observasi/pengamatan langsung terhadap strategi pemasaran dan sarana prasarana yang ada di wahana olahraga rekreasi Muncul *River Tubing*. Melakukan wawancara dengan pengelola, karyawan dan pengunjung. wahana olahraga rekreasi muncul *River Tubing* tentang strategi pemasaran, manajemen pengelolaan, sumber daya manusia, dan juga sarana prasarana yang tersedia. Serta melakukan dokumentasi mengenai sarana dan prasarana yang terdapat di wahana olahraga rekreasi Muncul *River Tubing* sebagai data penguat dalam penelitian.

Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2015)

Analisis data yang digunakan adalah teknik etnografi dengan model interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang survey bisnis wahana *river tubing* Muncul Kabupaten Semarang, penelitian dilakukan di wahana *river tubing* Muncul yang terletak di desa Rowoboni Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang, tujuan diadakanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bisnis yang dilakukan oleh Muncul *River Tubing*.

Muncul *River Tubing* merupakan wahana *river tubing* yang berada di Kabupaten Banyubiru, Muncul *River Tubing* didirikan pada bulan agustus 2015 di Desa Muncul Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang yang banyak memiliki aliran sungai yang masih alami dan belum dimanfaatkan dengan maksimal, hal inilah yang membuat pemilik tertarik mendirikan sebuah bisnis wahana yang bertemakan olahraga rekreasi yaitu *river tubing*,

selain itu juga karena melihat minat masyarakat yang cukup besar terhadap *river tubing* sehingga pemilik tidak ragu untuk mendirikan sebuah bisnis di bidang olahraga rekreasi ini. Dengan minat masyarakat dan potensi sumber daya alam yang ada, daya saing juga merupakan salah satu faktor pemilik berminat mendirikan bisnis wahana *river tubing* ini. Sampai saat ini baru ada dua wahana *river tubing* di Kabupaten Semarang yaitu Muncul *River Tubing* dan Fun Tubing yang letaknya berhadapan di desa Rowoboni Kecamatan Banyubiru.

Lokasi *river tubing* di desa muncul sendiri cukup menarik karena ada sejarah atau asal muasal kenapa daerah tersebut bisa disebut dengan desa muncul. Asal usul desa muncul masih ada kaitannya dengan asal usul rawa pening. Didalam cerita rawa pening terdapat cerita yang bernama baru klinting. Ketika baru klinting itu diburu oleh penduduk setempat untuk dijadikan santapan pesta rakyat, bagian tubuh baru klinting terpotong-potong menjadi beberapa bagian. Kepala baru klinting terlempar di pusat mata air yang sekarang disebut desa Muncul. Cerita desa muncul ada dua versi yang pertama dinamakan muncul karena desa itu terkenal dengan sumber airnya yang melimpah. Muncul berarti keluar, airnya keluar kemudian menjadi Desa Muncul. Kemudian yang kedua disebut muncul karena sungai muncul diyakini tempat munculnya atau pintu keluar para penghuni kerjaan rawa pening yang melewati kali santer. Bahkan kemunculan kepala baru klinting sering kali muncul di desa itu. Dan pada saat itu orang-orang tidak berani menyebut langsung nama baru klinting, biasanya hanya menyebut sing bahu rekso muncul kemudian jadilah nama Desa Muncul. Maka bisnis *river tubing* ini dinamakan Muncul *River Tubing*. Pemilik mendirikan Muncul *River Tubing* di tanah milik sendiri yang letaknya dekat dengan sungai di Desa Muncul Kabupaten Semarang, karena didirikan di lahan sendiri pemilik hanya membutuhkan dana untuk membangun beberapa fasilitas seperti tempat istirahat, kamar ganti, dan ruang penyimpanan peralatan juga untuk membeli beberapa peralatan *river tubing* diantaranya ban, helm dan pelampung. Selain itu juga untuk membeli alat transportasi yang digunakan untuk membawa pengunjung dan ban yang akan digunakan berupa mobil pick-up.

Wahana ini menawarkan suasana pedesaan yang asri kepada para pengunjung yang juga menjadi salah satu keunggulan dari wahana ini, tujuannya agar pengunjung benar-benar menikmati liburan mereka. Selain itu fasilitas yang ditawarkan dari wahana ini sudah cukup lengkap yaitu adanya kamar ganti,

mushola, tempat makan, toilet, dan tempat beristirahat, dsb. Harga yang ditawarkan oleh Muncul *River Tubing* sendiri terbilang terjangkau dengan harga 40 ribu rupiah, dengan harga tersebut pelanggan mendapatkan fasilitas berupa alat atau perlengkapan *river tubing*, DVD Dokumentasi, Asuransi, minuman, dan transportasi menuju *start point*. Untuk target pengunjung, pemilik menargetkan 500 pengunjung setiap bulanya, dan ketika musim libur target pun bertambah menjadi 700 bulanya setiap minggunya. Pelayanan yang baik dan ramah dijadikan strategi pemilik untuk menarik minat pengunjung, dengan harapan pengunjung puas dan akan berkunjung lagi di lain waktu untuk menikmati liburan mereka.

Pemasaran memegang peranan sangat penting dalam dunia bisnis. pemasaran menentukan akan keberhasilan suatu bisnis, jika strategi pemasaran perusahaan tersebut bagus dan mencapai sasaran bisa dikatakan perusahaan tersebut dalam jalur yang benar untuk mencapai keberhasilan, juga sebaliknya, jika strategi pemasaran suatu usaha dilakukan secara asal-asalan dan tidak dapat mencapai sasaran yang diharapkan hampir bisa dipastikan perusahaan tersebut berpeluang kecil untuk berhasil. Pemasaran erat kaitannya dengan suatu usaha perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk/layanan mereka kepada masyarakat luas dengan tujuan agar masyarakat mau menggunakan produk/layanan yang mereka tawarkan yang tujuan utamanya adalah untuk mencari keuntungan, pemasaran dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan kemampuan dan keinginan pemilik perusahaan atau suatu usaha bisnis, ingin masuk ke kalangan apa, dan dimana, serta siapa saja yang menjadi target mereka. Pemanfaatan teknologi dan media sosial yang dilakukan oleh pengelola atau pemilik wahana Muncul *River Tubing* terbilang sudah cukup bagus, pemilik sangat jeli dalam melihat potensi pasar yang ada, sehingga dengan pengamatan tersebut pemilik memutuskan untuk menjadikan media sosial dan website sebagai sarana mereka dalam kegiatan pemasaran. Hal tersebut dinilai lebih efektif oleh pemilik untuk sarana promosi dibandingkan dengan alat-alat promosi yang lainnya dikarenakan faktor perkembangan zaman yang cenderung beralih ke arah digital.

Bagian keuangan yang ada di wahana Muncul *River Tubing* rinciannya sangat jelas, yaitu dicatat jumlah pemasukan dan pengeluaran dalam suatu buku dengan rincian yang jelas, sehingga pemasukan dan pengeluaran telah terekap secara keseluruhan,

pemilik mengakui hal tersebut harus ada rincian yang jelas karena untuk melihat keuntungan yang didapat tiap bulannya.

Sesuai data wawancara yang peneliti lakukan, seperti yang diungkapkan pemilik bahwa target pengunjung yang ditetapkan oleh pemilik yaitu 500 pengunjung setiap bulannya, dari target tersebut dan dengan tarif pengurangan yang telah ditetapkan, jadi Muncul *River Tubing* memperoleh pendapatan kotor Rp.20.720.000 setiap bulannya dari pendapatan tersebut masih dikurangi untuk kebutuhan operasional wahana, semisal gaji karyawan, belanja kebutuhan konsumsi, kas desa, kas kali, biaya transportasi serta kebutuhan-kebutuhan yang menunjang keperluan operasional wahana Muncul *River Tubing* sendiri, sesuai table proyeksi perhitungan keuntungan yang dilakukan peneliti Muncul *River Tubing* memperoleh laba bersih Rp.11.878.000 setiap bulannya.

Selain sumber daya alam, sumber daya manusia adalah salah satu unsur terpenting dalam suatu usaha bisnis, pengelolaan yang tepat mengenai sumber daya manusia akan mempengaruhi berjalannya suatu bisnis. Aktivitas yang dilakukan manajemen sumber daya manusia meliputi Desain organisasional, *Staffing*, Komunikasi dan hubungan masyarakat, Kinerja/*performance* manajemen Sistem reward, *benefit* dan pemenuhan, Pengembangan karyawan dan organisasi. Di Muncul *River Tubing* sendiri untuk manajemen sumber daya manusia masih minim, pengaturan pegawai (*staffing*) dilakukan oleh pemilik selaku manajer Muncul *River Tubing*, pemilik sendiri merekrut orang untuk menjadi pegawai melalui koneksi kerabatnya, seperti perekrutan *river guide*, juru masak (konsumsi), bagian transportasi, melalui koneksi kerabatnya, sumber daya manusia yang dimiliki oleh wahana Muncul *River Tubing* masih terbelang belum profesional, hal itu ditandai dengan adanya beberapa *river guide* yang masih belum mempunyai sertifikat di bidang arung jeram, seharusnya pengelola dalam merekrut karyawannya harus memperhatikan secara serius tentang standar-standar keahlian yang harus dimiliki calon pegawainya tersebut, dikarenakan aktivitas seperti arung jeram memiliki resiko yang cukup besar, jadi keselamatan dan standar operasional harus benar-benar diperhatikan. Aktivitas-aktivitas manajemen sumber daya manusia yang lain seperti sistem *reward*, *performance*, *benefit*, pengembangan karyawan dan organisasi masih belum ada, hal ini menjadikan motivasi karyawan sangat rendah untuk bekerja lebih dari

yang diharapkan, dikarenakan tidak ada penghargaan khusus jika karyawan melakukan sesuatu pekerjaan yang lebih dari harapan pemilik.

Sarana adalah tempat aktivitas itu dilakukan sedangkan prasarana adalah barang atau benda tidak bergerak yang dapat menunjang atau mendukung pelaksanaan tugas dan unit kerja. Di Muncul *River Tubing* sendiri untuk sarana dan prasarana tergolong cukup lengkap Muncul *River Tubing* mempunyai 120 bandalam yang sudah di modifikasi, total keseluruhan pelampung berjumlah 115 yang terdiri dari 75 pelampung dewasa 40 untuk anak-anak, dan 80 helm. Fasilitas pendukung lainnya berupa sebuah mobil pick up untuk mengangkut pengunjung ke *start point*, ruang ganti, serta kamar mandi untuk keperluan membilas setelah berarung jeram. Pemeliharaan fasilitas yang ada di Muncul *River Tubing* sudah dilakukan dengan baik, seperti membilas ban dalam, helm, dan pelampung setelah digunakan dan diletakkan di khusus sehingga peralatan tetap terjaga kondisinya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil data pembahasan dari penelitian yang telah dilaksanakan mengenai bisnis wahana olahraga rekreasi muncul *river tubing* Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

Muncul *River Tubing* menggunakan media sosial dan website sebagai alat utama pemasaran mereka. Hal tersebut sangat efektif bagi Muncul *River Tubing* karena berhasil mendatangkan pengunjung yang lumayan banyak.

Bagian keuangan yang ada di Muncul *River Tubing* tercatat sangat jelas. Pemasukan dan pengeluarannya semua tercatat seperti iuran wajib, kas kali, kas desa, fee karyawan, transportasi dan kas desa Rowo Ganjar. Sehingga bisa dilihat dengan jelas kenaikan omzet tiap bulannya.

Sumber daya manusia di Muncul *River Tubing* adalah warga setempat dan kebanyakan masih remaja. Hal tersebut memberikan dampak positif bagi desa muncul seperti mengurangi pengangguran, menambah penghasilan kas desa dan perekonomian meningkat.

Fasilitas yang ditawarkan oleh Muncul *River Tubing* tergolong sangat baik namun sarana dan prasarana harus tetap dijaga

dengan baik agar pengunjung tetap merasa nyaman saat menggunakannya.

## REFERENSI

- Ade Priangani. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. Jurnal Kebangsaan 2 (4)
- Afuah, Allan. 2004. *Bussiness Model: A Strategic Management Approach*. New York: McGraw-Hill
- Ashshofa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chwee Huat T. 1990. *Pengantar Bisnis*. Jurnal Busines and Management
- Darwin, Endang. 2017. *Restoran Bisnis Berbasis Standard Kompetensi*. Jurnal Paeiwisata
- Dewi, Astuti. 2005. *Kajian Bisnis Francise Makanan di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
- Griffin and Ronald J. Ebert. 1996. *Bisnis*. Buku Satu, Edisi Ke 4. Jakarta
- Hani, Handoko. 2008. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty
- Harsuki. 2012. *Pengantar Manajemen Olahraga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Hendry Hartono, dkk. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Binus Business Review
- Konadi Win. 2012. *Tinjauan Konseptual Kewirausahaan Dalam Bisnis Pembentukan Wirausaha Baru Untuk Mengatasi Pengangguran*. Jurnal Ekonomika.
- Kotler dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran Edisi 14*. Global Edition. Tearson Prentice Hol.
- Riyadi Fuad. 2016. *Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.
- Schermerhorn. 1996. *Instructor's Resource Guide: Management*. New York: John Wiley dan Sons.
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Steinfort Paul. 2014. *Stakeholder Voices Through Rich Pictures*. Journal Of Managemen Projects in Business.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional