

**MANAJEMEN ORGANISASI DAN KUALITAS PELAYANAN EVENT
ORGANIZER CV. MAJU BERSAMA PADA KEJUARAAN BOLA
BASKET DI KABUPATEN INDRAMAYU**



Oleh:
Reza Iman Ramdhan
NIM 19711251051

Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan
mendapatkan gelar Magister Olahraga

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

MANAJEMEN ORGANISASI DAN KUALITAS PELAYANAN EVENT ORGANIZER CV. MAJU BERSAMA PADA KEJUARAAN BOLA BASKET DI KABUPATEN INDRAMAYU

**Reza Iman Ramdhan
NIM 19711251051**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mendapat gelar Magister Olahraga
Program Studi Ilmu Keolahragaan**

**Menyetujui untuk diajukan pada ujian tesis
Pembimbing,**

**Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes.
NIP. 19650301 199001 1 001**

**Mengetahui:
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Program Pascasarjana
Universitas Negeri Yogyakarta**

plt. Dekan

Koordinator Program Studi,

**Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. AIFO.
NIP 19820815 200501 1 002**

**Prof. Dr. Dra. Sumaryanti, M.S.
NIP 195801111982032001**

ABSTRAK

Reza Iman Ramdhan: Manajemen Organisasi dan Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu. **Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 2021.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu. (2) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.

Jenis penelitian ini adalah penelitian campuran (*mixed methods*). Subjek dalam penelitian ini adalah ketua, panitia *event/pengurus*, peserta, dan penonton pada Kejuaraan bola basket PERBASI CUP yang diadakan CV. Maju Bersama, yang diambil berdasarkan teknik *random sampling*. Instrumen yang digunakan angket tertutup dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif (deskriptif persentase) dan kualitatif (data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berada pada kategori baik. Berdasarkan faktor perencanaan sebesar 83,16% dalam kategori sangat baik, faktor pengorganisasian sebesar 77,08% dalam kategori baik, faktor pengarahan sebesar 71,09% dalam kategori baik, dan faktor pengendalian sebesar 76,56% dalam kategori baik. (2) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton berada pada kategori cukup. Berdasarkan faktor *Reliability* dari penilaian peserta sebesar 68,47% kategori cukup dan penonton 64,83% kategori cukup, faktor *Responsiveness* dari penilaian peserta 68,43% kategori cukup dan penilaian penonton 64,59% kategori cukup, faktor *Empathy* dari penilaian peserta 68,84% kategori cukup dan penilaian penonton 63,21% kategori cukup, faktor *Tangibles* dari penilaian peserta 70,20% kategori cukup dan penilaian penonton 64,21% kategori cukup.

Kata Kunci: *manajemen organisasi, kualitas pelayanan, event organizer* CV. Maju Bersama

ABSTRACT

Reza Iman Ramdhan: *Organizational Management and Service Quality Event Organizer CV. Maju Bersama at the Basketball Championship in Indramayu Regency. Thesis. Yogyakarta: Graduate School, Yogyakarta State University, 2021.*

This study aims to see: (1) Management of the event organizer organization CV. Advancing Together at the Basketball Championship in Indramayu Regency. (2) Quality of service for event organizer CV. Maju Bersama at the Basketball Championship in Indramayu Regency.

This type of research is a mixed method. The subjects in this study were the chairman, event committee / management, participants, and spectators at the PERBASI CUP basketball Championship held by CV. Maju Bersama, which is taken based on random sampling technique. The instruments used were closed questionnaires and interviews. The data analysis technique used is quantitative analysis (descriptive proportion) and qualitative (data reduction, data presentation, and conclusion / verification).

The results showed that: (1) Management of the event organizer organization CV. Maju Bersama Indramayu Regency is in the good category. Based on planning factor 83.16% in very good category, organizing factor 77.08% in good category, directing factor of 71.09% in good category, and control factor 76.56% in good category. (2) Quality of service for event organizer CV. Maju Bersama Indramayu Regency based on the results of the participants and the audience are in the sufficient category. Based on the reliability criteria of participants who meet the 68.47% sufficient category and 64.83% sufficient category participants, the Responsiveness factor of the participants is 68.43% in the sufficient category and the price of the participants is 64.59% the category is sufficient, the factors of all participants are 68, 84% enough category and 63.21% audience category enough, production factor from 70.20% participants enough category and enough category.

Keywords: *organizational management, service quality, event organizer CV. Maju Bersama*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Reza Iman Ramdhan

Nomor Mahasiswa : 19711251051

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,Maret 2021



Reza Iman Ramdhan

NIM 19711251051

LEMBAR PENGESAHAN

**MANAJEMEN ORGANISASI DAN KUALITAS PELAYANAN *EVENT*
ORGANIZER CV. MAJU BERSAMA PADA KEJUARAAN BOLA
BASKET DI KABUPATEN INDRAMAYU**

**Reza Iman Ramdhan
NIM 19711251051**

Dipertahankan di depan Tim Pengaji Tesis
Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
Tanggal 9 April 2021

TIM PENGUJI

Dr. Sigit Nugroho, M.Or.
(Ketua/Pengaji)

20/4 - 2021

Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.
(Sekretaris/Pengaji)

20/4 - 2021

Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes.
(Pembimbing/Pengaji)

20/4 2021

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. AIFO.
(Pengaji Utama)

20/4 - 2021

Yogyakarta, April 2021
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
bl. Dekan,



Yudik Prasetyo, M.Kes. AIFO.

NIP 19820815 200501 1 002

LEMBAR PERSEMBAHAN

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan karunia yang sangat luar biasa hingga saat ini, dalam sebuah kehidupan yang penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tiada henti.
2. Terima kasih yang teristimewa untuk insan yang selalu memberikan sinar cahaya cinta kasih, ibu, ayah, dan kakak atas semua kasih sayang serta do'a yang diberikan kepadaku selama ini, mohon maaf atas segala kesalahanku, ibu selalu ada di setiap perjalanan hidupku, di saat susah maupun senang selalu ada untukku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul, “Manajemen Organisasi dan Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu” dengan baik. Tesis ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Magister Pendidikan Program Studi Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada Bapak Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes., dosen pembimbing yang telah banyak membantu mengarahkan, membimbing, dan memberikan dorongan sampai tesis ini terwujud. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah banyak membantu penulis, sehingga tesis ini terwujud.
2. Bapak Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. AIFO., plt. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Thesis.
3. Ibu Prof. Dr. Dra. Sumaryanti, MS., Koorprodi Ilmu Keolahragaan serta para dosen Ilmu Keolahragaan yang telah memberikan bekal ilmu.

4. Sekretaris dan Pengaji yang sudah memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Bapak Dr. Abdul Alim, M.Or., dan Bapak Dr. Sigit Nugroho, M.Or., validator yang telah banyak memberikan arahan dan masukan sehingga terselesaikan tesis ini.
6. Ketua dan Pengurus atas izin, kesempatan, bantuan, serta kerja samanya yang baik, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
7. Teman-teman mahasiswa Program Pascasarjana khususnya Program Studi Ilmu Keolahragaan Angkatan 2019 Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan motivasi pada penulis untuk selalu berusaha sebaik-baiknya dalam penyelesaian penulisan tesis ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu mendapat pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini, bahkan masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi perbaikan di masa datang. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin.

Yogyakarta,Maret 2021



Reza Iman Ramdhan
NIM 19711251051

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR PERSEMAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori	14
1. Manajemen Organisasi	14
a. Definisi Manajemen	14
b. Fungsi Manajemen	18
2. Kualitas Pelayanan	30
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	30
b. Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan.....	37
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	38

3.	Perkembangan <i>Event</i>	42
a.	Definisi <i>Event</i>	42
b.	Perkembangan <i>Event</i> Olahraga	47
c.	<i>Stakeholders Event</i>	53
d.	Studi Kelayakan <i>Event</i>	53
e.	Perencanaan Penyelenggaraan <i>Event</i>	57
4.	Bola Basket.....	59
B.	Kajian Penelitian yang Relevan.....	60
C.	Kerangka Pikir.....	65
D.	Pertanyaan Penelitian	67
BAB III. METODE PENELITIAN		68
A.	Jenis Penelitian	68
B.	<i>Setting</i> Penelitian.....	69
C.	Sumber Data Penelitian	70
D.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	71
E.	Validitas dan Reliabilitas.....	74
F.	Teknik Analisis Data	75
G.	Keabsahan Data	79
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		81
A.	Hasil Penelitian.....	81
1.	Profil CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu.....	81
2.	Analisis Kuantitatif.....	83
a.	Manajemen Organisasi CV. Maju Bersama.....	83
b.	Kualitas Pelayanan CV. Maju Bersama.	90
3.	Analisis Kualitatif.....	100
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
C.	Keterbatasan Penelitian	124
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		125
A.	Simpulan.....	125
B.	Implikasi.....	126
C.	Saran.	26

DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	138

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir.....	67
Gambar 2. Komponen dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	77
Gambar 3. Diagram Batang Manajemen Organisasi <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu	84
Gambar 4. Diagram Batang Manajemen Organisasi <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Faktor	86
Gambar 5. Diagram Batang Kualitas Pelayanan <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu Berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton	91
Gambar 6. Diagram Batang Penilaian Faktor Kualitas Pelayanan <i>Event</i> <i>Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Peserta dan Penonton	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Rincian Subjek Penelitian.....	70
Tabel 2. Kisi-Kisi Wawancara	72
Tabel 3. Alternatif Jawaban Angket	73
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Manajemen Organisasi	73
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Pelayanan	74
Tabel 6. Teknik Pengumpulan Data dan Jumlah Responden	74
Tabel 7. Hasil Analisis Validitas Instrumen.....	75
Tabel 8. Hasil Analisis Reliabilitas Instrumen	75
Tabel 9. Norma Kategori Penilaian	75
Tabel 10. Deskriptif Statistik Manajemen Organisasi <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu	83
Tabel 11. Norma Penilaian Manajemen Organisasi <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu	84
Tabel 12. Persentase Penilaian Manajemen Organisasi <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Faktor	85
Tabel 13. Persentase Butir berdasarkan Faktor Perencanaan	87
Tabel 14. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengorganisasian	88
Tabel 15. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengarahan.....	89
Tabel 16. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengendalian.....	90
Tabel 17. Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu (Peserta dan Penonton).....	90
Tabel 18. Norma Penilaian Kualitas Pelayanan <i>Event Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu Berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton	91
Tabel 19. Persentase Penilaian Faktor Kualitas Pelayanan <i>Event</i> <i>Organizer</i> CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu Berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton.....	92
Tabel 20. Persentase Butir berdasarkan Faktor <i>Reliability</i>	95
Tabel 21. Persentase Butir berdasarkan Faktor <i>Responsiveness</i>	96

Tabel 22. Persentase Butir berdasarkan Faktor <i>Assurance</i>	97
Tabel 23. Persentase Butir berdasarkan Faktor Empathy	98
Tabel 24. Persentase Butir berdasarkan Faktor Tangibles	99

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Keterangan Validasi 1	139
Lampiran 2. Surat Keterangan Validasi 2	140
Lampiran 3. Instrumen Manajamen Organisasi	141
Lampiran 4. Instrumen Kualitas Pelayanan.....	144
Lampiran 5. Kisi-Kisi Wawancara	147
Lampiran 6. Contoh <i>Google Formulir</i>	150
Lampiran 7. Pedoman Observasi.....	153
Lampiran 8. Data Penelitian Kualitas Layanan	154
Lampiran 9. Data Penelitian Manajemen Organisasi	158
Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas	159
Lampiran 11. Tabel r	162
Lampiran 12. Hasil Wawancara	163
Lampiran 13. Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan.....	165
Lampiran 14. Deskriptif Statistik Manajemen Organisasi	172
Lampiran 15. Menghitung Norma Penilaian (PAP)	174
Lampiran 16. Dokumentasi Pertandingan	175

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis sangat begitu hebat, mulai dari bisnis dengan omset kecil hingga bisnis dengan omset ratusan juta bahkan miliaran. Memang bisa dibilang menggiurkan bagi beberapa orang yang menatap sebuah bisnis, hingga pada akhirnya beberapa orang memutuskan mengambil risiko untuk terjun langsung ke dunia bisnis dan melepas pekerjaan pokoknya. Tidak heran jika banyak bisnis yang bermunculan beberapa tahun belakangan. Mulai dari bisnis properti, jual beli, hingga bisnis di bidang jasa.

Bisnis di bidang jasa atau layanan yang semula hanya bisa dilakukan oleh pemain sekelas perusahaan, sekarang mulai merambah di kalangan bawah, bahkan sekelas komunitas maupun individu sekarang bisa berbisnis di bidang jasa. Persaingan khususnya bisnis di bidang jasa semakin terasa lebih ketat dengan adanya pemain asing sebagai investor dibalik penyedia jasa atau layanan. Salah satu bisnis penyedia layanan/jasa adalah di bidang *Event Organizer* (EO).

Hasanti (2019: 34) berpendapat bahwa EO bertugas untuk mengumpulkan dan mempertemukan khalayak untuk sebuah tujuan, EO bertanggung jawab melakukan penelitian, membuat desain event, merencanakan, melakukan koordinasi, supervisi, dan pengawasan terhadap pelaksanaan sebuah *event*. EO memproduksi atau menghadirkan sebuah *event* untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan klien, penyelenggara, orang atau instansi yang mempunyai hajat. Agar dapat berjalan dengan baik dan sukses, *event* harus melalui serangkaian tahap

proses. Seperti hasil penelitian Barajas, et al. (2016: 124) dan Theodorakis, et al (2015: 87) bahwa *event* balapan memiliki efek yang menguntungkan, tetapi juga menunjukkan bahwa dampaknya dapat ditingkatkan dengan beberapa perubahan sederhana pada struktur acara. Aspek kualitas layanan acara olahraga dioperasionalkan melalui lingkungan fisik, interaksi, dan faktor hasil mempengaruhi kepuasan.

Event Organizer mempunyai beberapa bidang, mulai dari *Event organizer pernikahan/wedding*, *event organizer* untuk acara kantor/*outbound*, bahkan *event organizer* untuk acara olahraga/*sport event organizer*. Dengan berdasarkan kondisi yang seperti itu, beberapa *Event Organizer* mulai melancarkan strategi bisnis guna dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Tentu dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen sebanyak banyaknya, tidak cukup hanya mendapatkan pelanggan atau konsumen yang sebanyak banyaknya, seiring sejalan dengan tujuan tersebut tentu perusahaan di bidang *Event Organizer* ini ingin mendapatkan pelanggan tetap. Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh *Event Organizer* untuk mendapatkan pelanggan tetap, adalah dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan.

Perlu diketahui bahwa pelanggan/konsumen biasanya akan melihat kualitas layanan dan harga, maka dari itu, penyedia jasa *Event Organizer* membutuhkan inovasi untuk meningkatkan kualitas layanan yang disediakan. Seperti yang diungkapkan Koronios et al. (2019: 187) bahwa empat faktor kualitas (yaitu kualitas permainan, *service quality* tambahan, kualitas interaksi dan

kualitas hasil) memiliki pengaruh positif dan menguntungkan pada *event* olahraga.

Meningkatnya animo masyarakat tentang sadarnya hidup sehat dan berolahraga merupakan potensi dalam olahraga pariwisata. Tren ini digunakan oleh para pemasar sport event untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui *event* olahraga (Mandy, 2016: 47). Hoeber (2012: 2) mengungkapkan bahwa kapasitas manajemen olahraga bagi seseorang akan menunjukkan tingkat keberhasilan seseorang dalam memimpin sebuah organisasi olahraga. Organisasi olahraga menaungi banyak bidang yang merupakan bagian yang penting yang harus dikendalikan untuk dapat dijadikan alat untuk mencapai sebuah tujuan.

Saat ini olahraga bukan hanya kegiatan pengisi waktu luang dan media untuk memperoleh kesehatan, tetapi kini menjadi sebuah bisnis oleh beberapa pihak dalam bentuk *event* olahraga. Kesuksesan acara olahraga adalah hasil penting dari suatu penyelenggaraan *event* (Kaplanidou et al., 2013: 138). Kualitas suatu *event* olahraga dipengaruhi oleh faktor internal yaitu tentang bagaimana perencanaan dan implementasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara dan kemudian faktor eksternal meliputi partner dan media yang ikut serta dalam pelaksanaan suatu event. Salah satu *event* olahraga yang dapat cukup menarik penonton yaitu bola basket.

Hingga saat ini permainan bola basket mulai berkembang ke arah yang lebih baik, hal ini terbukti dengan diadakannya beberapa kompetisi oleh berbagai pihak dengan bantuan sponsor. Beberapa kompetisi basket diantaranya yaitu *Pop Mie Basketball* dan *DBL Competition*. PT. DBL Indonesia merupakan *Sport*

Management pertama di Surabaya yang menaungi liga basket antar pelajar. DBL Competition merupakan pertandingan basket yang konsisten diadakan setiap tahunnya oleh PT. DBL Indonesia sejak tahun 2008.

Sejalan dengan perkembangan *event* olahraga, di Indonesia melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga, Indonesia melakukan terobosan untuk meningkatkan sumber daya manusia dalam penyelenggaraan event keolahragaan. Perkembangan penyelenggaraan *event* keolahragaan sangat pesat karena saat ini olahraga dinilai telah menjadi salah satu gaya hidup modern bagi masyarakat perkotaan dan diharapkan akan memberikan dukungan terhadap penyelenggaraan event-event keolahragaan. *Event* olahraga yang diselenggarakan saat ini banyak memberikan sisi hiburan bagi pengunjung, terutama dengan penggunaan teknologi pada setiap penyelenggaraan *event*.

Di Kabupaten Indramayu sendiri banyak event Organizer, diantaranya CV. Generasi Muda Karya, Elshanda, CV. Mentari Tulus, dan Cindelaras. Hanya saja Perbasi yang lebih spesifik ke *sport event organizer* hanya CV. Maju Bersama. CV. Maju bersama adalah sebuah perusahaan *event organizer* yang menyediakan pelayanan jasa *sport event organizer* yang ada di Kabupaten Indramayu. CV. Maju Bersama bertanggung jawab terhadap berjalannya kejuaraan bola basket yang ada di Kabupaten Indramayu. Jika ditelaah lebih lanjut, kondisi industri *sport event organizer* yang ada di Kabupaten Indramayu tidak lepas dari dukungan pemerintah yang dirasa kurang optimal. Dukungan pemerintah selaku penyedia infrastruktur dirasakan pada sisi minimnya infrastruktur yang tersedia, bahkan di Kabupaten Indramayu hanya terdapat dua GOR yang tersedia yaitu GOR Dharma

Ayu dan GOR Singalodra yang lokasinya jauh dari pusat kota. Kondisi ini berdampak langsung pada tingkat kenyamanan yang mampu diberikan kepada pengunjung event itu sendiri, baik pemain, pelatih maupun penonton.

Kelemahan lain dari sisi internal CV. Maju Bersama yang menjadi penyelenggara *event* pertandingan bola basket di Kabupaten Indramayu, adalah ketiadaan standar baku yang jelas dari masing-masing ketua divisi dalam mendefinisikan kualitas layanan *event*. Berdasarkan observasi awal peneliti pada bulan Agustus 2019 di GOR Dharma Ayu dengan mewawancara Dicky Dwi Putranto selaku sekretaris CV. Maju Bersama, menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan kurangnya antusias peserta dan penonton yaitu pertama adalah dari sisi manajemen organisasinya. Peneliti tidak menemukan program kerja dan komunikasi yang baik antar ketua divisi bahkan antara ketua divisi dan anggotanya ketika *event* akan diselenggarakan. Mencapai hasil yang maksimal sebuah organisasi harus mempunyai manajemen organisasi yang baik, yang terdiri atas komunikasi, perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian atau evaluasi agar semua berjalan terarah, terprogram, dan terencana.

Interaksi sosial merupakan hubungan antara individu atau lebih, dimana individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki individu yang lain atau sebaliknya. Pengaruh emosional konsumen yang terjadi pada saat berinteraksi di suatu event olahraga mempengaruhi kepuasan psikologis tersendiri bagi konsumen sehingga berdampak pada perspektif kesuksesan *event* tersebut (Zyl & Stander, 2015: 5). Zaibaf, et al., (2015: 491) interaksi sosial (*empathy*)

menunjukkan pengaruh hubungan signifikan terhadap kepuasan dan kesuksesan sebuah *event*. Menciptakan interaksi sosial yang positif dalam suatu *event* merupakan elemen penting dalam upaya pemasaran dan kesuksesan *event* tersebut (Levy et al., 2014: 658).

Koronios et al. (2019: 187) mengemukakan bahwa ada kekuatan dan kewenangan yang dimiliki oleh pihak *marketing* dari sebuah liga olahraga profesional. Orang yang berada di bidang *marketing* adalah orang-orang yang membuat, menjual, dan mengiklankan *event*. Membuat struktur organisasi merupakan hal yang penting untuk menciptakan *event* yang sukses. Setiap penyelenggaraan *event* diperlukan struktur organisasi yang berfungsi memudahkan operasional *event*. Meskipun banyak *event* memiliki tujuan yang sama, tetapi belum tentu memiliki struktur organisasi yang sama. Selain karena tujuan *event*, perbedaan struktur organisasi *event* bisa terjadi karena ukuran *event* dan jenis *event* yang akan diselenggarakan. Hal tersebut perlu diperhatikan dalam menentukan struktur organisasi *event* adalah struktur organisasi harus dapat transparan dalam otoritas, mekanisme pelaporannya serta dapat merespon kebutuhan lingkungan *event*.

Faktor yang kedua, CV. Maju Bersama kurangnya pelayanan. Martinez (2020: 502) menyatakan bahwa *service quality* merupakan salah satu solusi penting dalam kinerja manajemen *event* olahraga, faktor penting dalam penentuan posisi perusahaan kedepannya dan penentu utama yang berhubungan dengan konsumen, seperti loyalitas pelanggan. *Service quality* adalah penilaian secara menyeluruh berupa sikap yang berkaitan dengan keunggulan layanan. Inovasi

layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Omar, et al. 2016: 384).

Kurang adanya komunikasi antara masing-masing ketua divisi dan anggotanya yang membuat pelayanan untuk penonton agar selalu datang untuk menyaksikan pertandingan, acara yang kurang menarik membuat penonton merasa jemu. Kualitas layanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan penyelenggara *event* bagi kepuasaan konsumennya. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang sangat penting oleh konsumennya, agar konsumen dapat merasakan kepuasaan sebagaimana yang diharapkan. Pada PERBASI CUP 2019 Seasson 2, Jumlah peserta hanya 56 tim terdiri dari kategori SMP Putra 13 tim, SMP Putri 11 tim, SMA Putra Divisi I 8 tim, SMA Putra Divisi II 10 tim, SMA Putri 9 tim dan Club/Instansi 6 tim, yang biasanya jumlah total peserta bisa mencapai 70 tim. Kurangnya peserta mengakibatkan penurunan jumlah penonton yang datang untuk menyaksikan pertandingan di dalam GOR, selain itu kurangnya peningkatan pelayanan untuk membuat penonton merasa senang, nyaman, dan gembira pada saat menonton masih sangat kurang. Penonton yang didominasi anak sekolah usia SMP-SMA (15-18 Tahun) biasanya menginginkan acara lain selain menonton basket, misalnya acara musik, *dance* atau acara-acara yang bisa menghibur yang tidak hanya datang untuk menyaksikan pertandingan bola basket saja. Menurut Zheng et al. (2017: 2) menggunakan musik merupakan elemen penting yang digunakan untuk menghibur anggota penonton dan meningkatkan antusias saat bermain.

Event diselenggarakan tentunya melibatkan orang-orang yang terkait di dalamnya, baik penyelenggara, peserta, pengunjung dan penonton. Sponsor yang membantu kelancaran acara perbas CUP tahun 2019 adalah PT. Pertamina Balongan, HK. Aston, AGPSTUFF, Universitas Wiralodra, dan Radio Cinde fm. Kurdi dkk (2020: 3561) berpendapat bahwa interaksi antara karyawan dengan pelanggan adalah faktor terpenting yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang *service quality*. Keseluruhan jumlah penyelenggara, peserta, pengunjung dan penonton menjadi dasar *event* dikategorikan berdasarkan ukuran dan besarnya penyelenggaran *event* tersebut. Besar kecil suatu *event*, biasanya memiliki format penyelenggarannya yang cenderung sama, namun jumlah yang besar untuk *event* akan mendatangkan keuntungan yang lebih besar dalam satu kali penyelenggaraan *event*.

CV. Maju Bersama sebagai sebuah perusahaan *event organizer* harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dwikesumasari & Nugraha (2019: 75) berpendapat bahwa pada dasarnya kualitas layanan adalah salah satu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan atas jasa (SERVQUAL) akan terpenuhi jika penyampaian jasa EO sama seperti yang diharapkan pelanggan atau melebihinya. Adapun dimensi SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan tersebut adalah *tangible*, *assurance*, *responsiveness*, *reliability*, dan *empathy*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ismail & Yunan (2016) dimensi kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga sesuai dengan hasil penelitian ini. Mengedepankan kualitas layanan berarti melakukan kemampuan standar layanan sebagai professional *event organizer*. Perusahaan jasa tidak cukup hanya memiliki standar layanan saja. Hal yang terpenting yaitu pihak EO patuh terhadap standar layanan perusahaan jasanya, sehingga pencapaian kualitas layanan dapat terjaga. Sebagai contoh kualitas layanan dalam perusahaan kami adalah garansi produk bilamana terjadi hal yang tidak sesuai, maka kami akan langsung menggantikan produk sesuai spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen.

Berbagai peneliti memberikan definisi dan kategori yang beragam tentang konsep kualitas even. Namun demikian, banyak peneliti yang mengaitkannya dengan konsep kualitas layanan, seperti Tzetzis, et al. (2014), studi yang dilakukan dalam konteks even olahraga skala kecil mengkaji tiga dimensi kualitas layanan *event*, yaitu kualitas akses, kualitas tempat, dan kualitas pertandingan. Esu (2014), menambahkan instrumen dari kualitas *event* terbagi atas tiga komponen yang mengukur dimensi kualitas *event* (*quality of event employees, quality of event environment, and event product quality*). Kualitas yang memenuhi harapan pelanggan akan mendapatkan loyalitas pelanggan. Hal ini akan menghasilkan kecenderungan *client* dalam menggunakan layanan yang sama (Kaura, et al., 2015: 2). Kualitas *event* memiliki dampak positif terhadap nilai keuntungan, image destinasi, dan niat berkunjung (Jin, et al., 2012: 8).

MacIntosh & Nicol (2012: 13) pernah mengkaji satu *stakeholder* penting (atlet) dan bagaimana mereka mengalami lingkungan even besar, yakni XIX *Commonwealth Games* di India. Secara lebih jauh, mengidentifikasi berbagai faktor utama di luar kinerja atletik saat pertandingan yang membentuk pengalaman para atlet. Faktor-faktor seperti seremoni (misalnya acara pembukaan), area penunjang (misalnya fasilitas fitness), dan tempat olahraga (misalnya lingkungan) dinilai positif. Namun, beberapa aspek dari even pertandingan memerlukan perbaikan, seperti akomodasi (misalnya *housekeeping*, *laundry*) dan komunikasi (misalnya keberadaan *wireless*). Lee & Murray (2014: 126) bahwa kualitas penyelenggaraan *sport event* berdampak positif dan signifikan terhadap pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian Jae et al., (2011) bahwa konsep kualitas pelayanan di *mega sport event* dengan jumlah konsumen yang banyak dapat menyempurnakan kerangka konseptual dan skala pengukuran kualitas acara berdasarkan perspektif kepuasan konsumen.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti tertarik untuk mencoba melakukan penelitian terhadap manajemen organisasi dan tingkat pelayanan pelanggan dari *Event Organizer* di CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu (khususnya dalam bidang olahraga/*sport event organizer*). Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana cara manajemen organisasi CV. Maju Bersama bekerja ketika *event* PERBASI CUP dilaksanakan dan sejauh mana konsumen mendapatkan kepuasan terhadap servis yang diberikan oleh *Event Organizer* CV. Maju Bersama ini, sehingga nantinya tidak timbul *gap/gap*/

ketidaksesuaian antara harapan pelanggan/konsumen dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Manajemen Organisasi dan Kualitas Pelayanan Event Organizer CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, bahwa penelitian perlu dilakukan pada CV. Maju Bersama untuk mengetahui segala kondisi yang terjadi dalam hal manajemen organisasi dan tingkat pelayanan ketika *event*. Berdasarkan penelitian pendahuluan ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan manajemen organisasi dan tingkat pelayanan ketika *event* di CV. Maju Bersama Indramayu dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dilihat dari manajemen organisasi, dalam hal manajemen *event* masih belum jelas pembagian struktur organisasi ketika *event* dan standar baku disetiap masing-masing divisi.
2. Kurangnya komunikasi antar anggota mengakibatkan penonton bosan dalam menyaksikan pertandingan basket.
3. Program kerja CV. Maju Bersama masih kurang jelas.
4. Manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu belum diketahui.

C. Pembatasan Masalah

Agar masalah tidak terlalu luas, maka perlu adanya batasan-batasan sehingga ruang lingkup penelitian menjadi jelas. Maka masalah yang akan dibahas dalam penilitian ini perlu dibatasi pada manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu?
2. Bagaimana kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.
2. Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk menambah referensi dan memberikan gambaran serta bahan pustaka, khususnya tentang manajemen organisasi, struktur organisasi, program kerja, dan kualitas pelayanan di CV.Maju Bersama Kabupaten Indramayu.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh Direksi dan pengurus CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas.
- b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi ketua divisi dan anggota agar lebih sering melakukan rapat organisasi.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk pengurus agar lebih sering melakukan koordinasi sehingga program kerja dapat berjalan dengan baik.
- d. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi CV. Maju Bersama untuk lebih meningkatkan pelayanan dan sarana prasarana sehingga target yang ingin dicapai dapat dapat terpenuhi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Organisasi

a. Definisi Manajemen

Manajemen dibutuhkan berbagai organisasi dalam menentukan tujuan bersama. Fungsi manajemen bersifat universal karena semua pendapat tentang manajemen kurang lebih sama. Manajemen dapat dilakukan di berbagai organisasi, masyarakat dan perusahaan. Alasan utama manajemen adalah (1) Untuk mencapai tujuan organisasi. (2) Untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan organisasi. (3) Untuk menjaga efisiensi dan efektivitas. Manajemen merupakan pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan sumber daya organisasi (Daft, 2010: 6).

Manajemen dapat pula diartikan sebagai kegiatan mengurus, membimbing serta mengarahkan agar tujuan dapat tercapai. Untuk mencapai suatu tujuan organisasi, banyak aspek yang menjadi penentu yang terikat satu sama lainnya, antara lain adalah pemimpin yang profesional, sarana yang memadai, waktu yang tersedia, dana yang mencukupi dan dilaksanakan melalui tata pelaksanaan manajemen yang baik. Hal ini sesuai dengan pendapat dari George R Terry (dalam Sukirno, 2012: 8) yang menyatakan bahwa unsur dasar (*basic element*) yang merupakan sumber yang dapat digunakan (*available resources*) untuk

mencapai tujuan dalam manajemen adalah *Man* (manusia), *Materials* (material), *Machins* (mesin-mesin) dan *Money* (uang).

Manajemen dan organisasi merupakan dua sisi mata uang yang tak terpisahkan. Keberadaan organisasi merupakan wadah bagi manajemen, tetapi manajemen pula yang menentukan gerak dan napas organisasi. Artinya organisasi tidak dapat digerakkan tanpa manajemen dan sebaliknya manajemen hanya dapat diimplementasikan dalam organisasi. Dijelaskan mengenai definisi manajemen, yaitu: "*management as being responsible for the attainment of objectives, taking place within a structured organization and with prescribed roles*" (Mullins, dalam Rifa'i & Fadhli, 2013: 13).

"*Management as a process of getting things done through and with people operating in organize group*" (Matteson dan Ivancevich, dalam Rifa'i & Fadhli, 2013: 13). Dari pendapat ini dipahami bahwa manajemen adalah proses melakukan usaha memperoleh tindakan melalui pekerjaan orang dalam kesatuan kelompok. Dalam makna yang hampir sama, Mondy dan Premeaux (Rifa'i & Fadhli, 2013: 14) menjelaskan pendapatnya bahwa: "*management is the process of getting things done through the efforts of other perople*". Dipahami bahwa manajemen adalah proses memperoleh suatu tindakan melalui usaha orang lain".

Tegasnya, kegiatan manajemen selalu saja melibatkan alokasi dan pengawasan uang, sumberdaya manusia, dan fisik untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sebagai ilmu, manajemen memiliki pendekatan sistemik yang selalu digunakan dalam memecahkan masalah. Pendekatan manajemen bertujuan untuk menganalisis proses, membangun kerangka konseptual kerja, mengidentifikasi

prinsip-prinsip yang mendasarinya dan membangun teori manajemen dengan menggunakan pendekatan tersebut. Karena itu, manajemen adalah proses universal berkenaan dengan adanya jenis lembaga, berbagai posisi dalam lembaga, atau pengalaman pada lingkungan yang beragam luasnya antara berbagai persoalan kehidupan. Apa sebenarnya teori manajemen? Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa: "teori manajemen adalah sebagai suatu cara pengorganisasian pengalaman bahwa dalam praktiknya dapat dibuktikan melalui penelitian, percobaan pengalaman dan prinsip-prinsip serta pengajaran hal-hal fundamental dalam proses manajemen (Rifa'i & Fadhl, 2013: 15).

Pengertian manajemen diungkapkan Fahmi (2012: 2) adalah suatu ilmu yang mempelajari secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan dan mengelola orang-orang dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sementara Desensi, dkk (dalam Harsuki, 2013: 63) manajemen merupakan setiap kombinasi dari suatu keterampilan yang berkaitan dengan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengawasan (*controlling*), penganggaran (*budgeting*), kepemimpinan (*leading*), dan penilaian (*evaluation*).

"Management process involves planning and strategizing, organizing, leading and controlling, and decision making" (Meija & Balkin, 2012: 5). Dijelaskan bahwa proses manajemen melibatkan perencanaan dan strategi, pengorganisasian, kepemimpinan, pengawasan, dan pengambilan keputusan. Hal ini sependapat dengan Daft (2010: 6) manajemen (*management*) adalah pencapaian

tujuan organisasional secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengelolaan, kepemimpinan, dan pengawasan sumber daya organisasional.

Manoli (2016: 340) menjelaskan “*the analysis of the club's practices underlines the lack of proactivity and presents the most popular strategies of crisis-communications management*”. Dijelaskan bahwa suatu klub akan menyajikan strategi manajemen yang popular/baik agar dapat mencapai hasil maksimal. Sementara Amirullah & Haris (dalam Harsuki, 2013: 19) sesuai perkembangan teori manajemen juga mengalami evolusi yang dimulai dari teori manajemen ilmiah, teori manajemen klasik, pendekatan hubungan manusiawi, pendekatan manajemen modern, dan pendekatan sistemn manajemen. Lain pendapat dengan Yusuf (2012: 11) yang menjelaskan bahwa manajemen adalah seni mengelola sumber daya yang tersedia, misalnya orang, barang, uang, pikiran, ide, data, informasi, infrastruktur, dan sumber daya lainnya yang ada di dalam kekuasaan guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Nugroho (2019: 133) menjelaskan bahwa pada hakikatnya definisi manajemen dapat dibagi menjadi dalam tiga golongan, yaitu:

- 1) Manajemen sebagai seni (*art*), seni dalam penyelesaian pekerjaan melalui orang lain.
- 2) Manajemen sebagai ilmu pengetahuan (*science*), bidang pengetahuan yang berusaha secara sistematis memahami bagaimana manusia bekerja sama dalam mencapai tujuan, dan membuat sistem kerja sama dapat bermanfaat bagi kemanusiaan.
- 3) Manajemen sebagai suatu proses (*process*), proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan kegiatan anggota organisasi, dan penggunaan tujuan organisasi yang sudah ditentukan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen mempunyai fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian,

kepemimpinan, dan evaluasi yang dilakukan oleh setiap organisasi. Manajemen untuk mengorganisasikan berbagai sumber daya yang dimiliki, sehingga segala usaha yang dilakukan organisasi akan mendapatkan hasil yang efisien. Organisasi melalui fungsi manajemen yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

b. Fungsi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen adalah universal. Sifat ini merupakan hasil dari kenyataan bahwa fungsi-fungsi manajemen adalah sama saja, dalam seluruh organisasi dan pada waktu kapan saja. Mengenai fungsi manajemen akan dipaparkan beberapa pendapat para ahli baik yang mempunyai kesamaan maupun perbedaan (Harsuki, 2013: 77-79). Fungsi manajemen menurut Skinner (Anoraga, 2017: 152) meliputi: (1) Perencanaan (*planning*), (2) Pengorganisasian (*organizing*), (3) Pengerjaan (*staffing*), (4) Pengerahan (*directing*), (5) Pengendalian (*controlling*).

Terry (Maujud, 2018: 36) menyatakan bahwa terdapat lima kombinasi fungsi fundamental manajemen dalam rangka mencapai tujuan. Kombinasi A terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), memberi dorongan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Kombinasi B terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, memberi motivasi (*motivating*) dan pengawasan. Kombinasi C terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, *staffing*, memberi pengarahan (*directing*) dan pengawasan. Kombinasi D terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, *staffing*, memberi pengarahan, pengawasan, inovasi dan

memberi peranan. Kombinasi E terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, memberi motivasi, pengawasan dan koordinasi.

Pendapat Daft (2010: 6-9) fungsi manajemen yang paling mendasar adalah perencanaan, pengelolaan, kepemimpinan, dan pengawasan. Wijayanto (2012: 2) menyatakan manajemen adalah ilmu dan seni yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap kinerja organisasi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Manajemen diperlukan sebagai suatu upaya agar kegiatan bisnis suatu organisasi bisa berjalan secara efektif dan efisien dengan berdasarkan pada fungsi-fungsi manajemen tersebut.

Ada beberapa perbedaan pendapat mengenai fungsi manajemen di atas dengan Brucher & Krotee (2016: 8-11) bahwa “*functions management is planning, organizing, leading, controlling, staffing*”. Sementara Usman (2014: 15) juga menyederhanakan fungsi manajemen menjadi empat macam yaitu:

- 1) Perencanaan
- 2) Pengorganisasian
- 3) Pengarahan (motivasi, kepemimpinan, kekuasaan, pengambilan keputusan, komunikasi, koordinasi, negoisasi, manajemen konflik, perubahan organisasi, keterampilan interpersonal, membangun kepercayaan, penilaian kinerja dan kepuasan kerja)
- 4) Pengawasan meliputi pemantauan (*monitoring*), penilaian, dan pelaporan.

Pendapat ini senada pula dengan Terry dan Mainduh (dalam Torang, 2014: 166) yang menjelaskan bahwa, empat fungsi dasar manajemen yaitu: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Dari beberapa pendapat di atas penulis mengambil kesimpulan bahwa fungsi manajemen terdiri empat yang mendasar yaitu

perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengawasan. Empat fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan meliputi pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan menentukan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan (Nugroho, 2019: 134). Daft (2010: 6-9) menjelaskan bahwa perencanaan (*planning*) berarti mengidentifikasi berbagai tujuan untuk kinerja organisasi di masa mendatang serta memutuskan tugas dan penggunaan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Sementara Tery (dalam Harsuki, 2013: 85) mengartikan perencanaan yang pada dasarnya adalah penyusunan sebuah pola tentang aktivitas-aktivitas masa yang akan datang yang terintegrasi dan diprementasi.

Fauzi & Irviani (2018: 15) menjelaskan perencanaan yaitu fungsi seseorang manajer yang berhubungan dengan pemilihan dari sekumpulan kegiatan dan pemasatan tujuan-tujuan, kebijaksanaan-kebijaksanaan, serta program-program yang dilakukan. Perencanaan adalah salah satu fungsi manajemen yang pertama dilakukan, sehingga perencanaan merupakan salah satu syarat mutlak untuk dapat dilakukan manajemen yang baik. Dengan perencanaan yang baik berarti kita melakukan tindakan yang baik dan ekonomis (Tisna & Sudarmada, 2014: 29).

Ivancevic & Matesson (2002) menjelaskan bahwa perencanaan (*planning*) jika digunakan dengan lebih baik tentu saja membantu manajemen dalam mengadaptasi perubahan, kedudukannya semakin sangat penting dalam masa depan menghasilkan produk dan pelayanan yang diharapkan. Setidaknya ada tiga alasan utama mengapa perencanaan penting bagi sebuah organisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Ivancevic & Matesson (2002), yaitu:

a) Peningkatan kompleksitas organisasi

Setiap saat apalagi dewasa ini organisasi semakin kompleks (rumit). Bahkan pekerjaan manajer juga menjadi lebih besar dan lebih canggih dengan saling bergantungnya di antara berbagai organisasi dengan segala macam dan ragamnya. Adalah tidak mungkin, sejatinya organisasi akan berkembang jika tidak membuat rencana atau keputusan tindakan, yang mungkin saja berbentuk: riset dan pengembangan, produksi, pembiayaan dan pemasaran dapat dirancang dengan baik ketika saling bergantung dengan faktor lain. Perencanaan memungkinkan setiap unit dalam organisasi mendefinisikan pekerjaan yang perlu dilakukan dan cara untuk melaksanakannya. Tanpa cetak biru sebagaimana dalam perencanaan dengan sasaran, maka perubahan akan semakin kabur, apalagi dalam meningkatkan pembiayaan akan sering terjadi kesalahan-kesalahan.

b) Peningkatan perubahan eksternal

Peran utama para manajer adalah selalu ditempatkan sebagai perintis perubahan. Seorang manajer harus menjadi seorang inovator dan seorang yang memahami betul perilaku pasar baru, bisnis, dan pengembangan misi. Seroang manajer sukses adalah yang pandai menangkap perubahan eksternal dengan

segala ragam tuntutannya, lalu menuangkannya dalam rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang.

c) Perencanaan dan fungsi manajemen lainnya

Perencanaan diperlukan juga digambarkan oleh hubungannya dengan fungsi manajemen lain. Sebagaimana diketahui bahwa perencanaan adalah tindakan awal dalam fungsi manajemen. Itu artinya sebelum seorang manajer akan mengatur organisasi, atau mengendalikan, maka dia harus membuat rencana. Selain itu, aktivitas akan terarah dan terencana dengan adanya renana, sasaran, dan penentuan sumberdaya.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa perencanaan yaitu menentukan yang harus dilakukan sebelumnya dan cara melakukannya hal tersebut. Perencanaan dapat dianggap sebagai suatu kumpulan dari keputusan-keputusan untuk mempersiapkan tindakan di masa yang akan datang.

2) Pengelolaan (*Organizing*)

Daft (2010: 6-9) menjelaskan bahwa pengelolaan biasanya dilakukan setelah perencanaan dan mencerminkan bagaimana organisasi mencoba mewujudkan perencanaan. Pengelolaan (*organizing*) mencakup menentukan tugas, mengelompokkan tugas, mendelegasikan otoritas, dan mengalokasikan sumber daya di seluruh organisasi. Dalam hal ini dijelaskan oleh Terry (Rifa'i & Fadhli, 2013: 34) sebagai tokoh manajemen, yaitu pengorganisasian merupakan usaha penciptaan hubungan tugas yang jelas antar personalia, sehingga dengan

demikian setiap orang dapat bekerja bersama-sama dalam kondisi yang baik untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Pengorganisasian adalah fungsi manajemen dan merupakan proses yang dinamis yang menjadi alat atau wadah yang statis (Fauzi & Irviani, 2018: 25). Tisna & Sudarmada (2014: 53) pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan perilaku yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efesien dan memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas guna mencapai tujuan tertentu.

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, dan wewenang, serta tanggung jawab sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pengorganisasian meliputi penentuan sumber daya dan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi, perencanaan dan pengembangan suatu organisasi yang dapat membawa ke arah tujuan, penugasan tanggung jawab, pendeklegasian wewenang kepada individu untuk melaksanakan tugasnya (Nugroho, 2019: 134).

Koonzt dan O'Donnell (Rifa'i & Fadhli, 2013: 35) mengemukakan, bahwa konsep pokok yang medasari fungsi pengorganisasian adalah rentang tugas dan wewenang dibatasi oleh jumlah bawahan yang melapor pada atasan tertentu. Sementara itu, Dale (Rifa'i & Fadhli, 2013: 34), mengemukakan bahwa pengorganisasian adalah sebagai proses multi langkah yaitu:

- a) Merinci seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b) Membagi beban kerja ke dalam aktivitas-aktivitas yang secara logis dan memadai dapat dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang.

- c) Mengkombinasikan pekerjaan dengan cara yang logis dan efisien.
- d) Penetapan mekanisme untuk mengkoordinasi pekerjaan bawahan dalam suatu kesatuan yang harmonis.
- e) Memantau efektivitas organisasi dalam mengambil langkah-langkah penyesuaian untuk mempertahankan atau meningkatkan efektivitas.

Handoko (2011: 111-112) menyatakan bahwa organisasi pada umumnya memiliki berbagai tujuan yang mengarahkan, klasifikasinya membedakan diantara lima tipe tujuan sudut pandang mereka yang berkepentingan yaitu masyarakat, langganan, investor, eksekutif puncak atau lainnya. Kelima tipe tujuan tersebut dapat diperinci sebagai berikut.

a) Tujuan kemasyarakatan

Keterangan masyarakat pada umumnya. Sebagai contoh: memproduksi barang dan jasa, mempertahankan pesanan, mengembangkan dan memelihara nilai-nilai budaya, dan sebagainya. Kategori ini berkenan dengan kelas-kelas organisasi luas yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat.

b) Tujuan keluaran

Keterangan: publik dalam hubungan dengan organisasi. Kategori ini berkenan dengan jenis-jenis keluaran tertentu dalam bentuk fungsi-fungsi konsumen. Contoh: barang-barang konsumen, jasa-jasa,bisnis, pemeliharaan kesehatan, pendidikan, dan sebagainya.

c) Tujuan sistem

Keterangan: pernyataan atau cara pelaksanaan fungsi organisasi, tidak tergantung pada barang atau jasa yang diproduksi atau tujuan yang diambil. Contoh: penekanan pada pertumbuhan, stabilitas, laba atau cara-cara pelaksanaan fungsi, seperti menjadi ketat atau longgar dikendalikan dan disusun.

d) Tujuan produk atau tujuan karakteristik produk

Keterangan: berbagai karakteristik barang-barang atau jasa yang diproduksi. Contoh : penekanan pada kualitas atau kuantitas, gaya, ketersediaan, keunikan, keanekaragaman atau pembaruan produk.

e) Tujuan turunan

Keterangan: tujuan digunakan organisasi untuk meletakan kekuasaannya dalam pencapaian tujuan-tujuan lain. Contoh : maksud politik, pelayanan masyarakat, pengembangan karyawan, kebijaksanaan-kebijaksanaan investasi dan lokasi pabrik yang mempengaruhi keadaan ekonomi dan masa depan masyarakat tertentu, dan sebagainya. Di samping menekankan bahwa organisasi mempunyai berbagai tujuan yang bersaing dan bahkan kadang-kadang bertentangan. Perrow juga mengemukakan tujuan-tujuan suatu organisasi adalah saling terpisah.

Manullang (2015: 60) menyatakan bahwa organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu atau beberapa tujuan tertentu. Ada tiga ciri dari sebuah organisasi. Pertama, organisasi terdiri dari adanya sekelompok orang. Kedua, dalam organisasi antar hubungan terjadi dalam suatu kerjasama yang harmonis. Ketiga, kerjasama dalam organisasi didasarkan atas hak, kewajiban, dan tanggung jawab masing-masing orang untuk mencapai tujuan. Dalam manajemen olahraga ada tiga tipe organisasi olahraga diantara lain:

a) Organisasi Publik

Organisasi publik di Amerika termasuk federal atau pemerintah bagian, *agencies* atau unit, seperti depertemen pemerintah lokal atau regional yang

bertanggung jawab akan program olahraga dan rekreasi dan pemeliharaan akan lapangan olahraga, arena, kolam renang dan parks. Sebagai contoh dari organisasi publik di Amerika Serikat adalah: (1) *The National Park Service* dan (2) *The Los Angeles Depertmen of Park and Recreation*

b) Organisasi Nirlaba

Para eksekutif sukarelawan mengelola organisasi-organisasi nirlaba. Mereka mungkin menyewa staff yang dibayar untuk menjalankan tugas harian dalam pengoprasian organisasinya. Contoh Persatuan Gulat Seluruh Indonesia (PGSI), Persatuan Renang Seluruh Indonesia (PRSI).

c) Organisasi Komersial

Tujuan utama dalam organisasi komersial ialah mengumpulkan keuntungan. Organisasi yang memberi servis pada olahraga atau yang berkaitan dengan olahraga, seperti misalnya perkumpulan golf privat, perkumpulan fitnes, fasilitas panjat dinding, juga beroprasi sebagai organisasi komersial (Parks & Quartermann, 2013).

Dapat disimpulkan bahwa, pengorganisasian adalah mencakup kegiatan mengembangkan struktur organisasi, tujuan dan peranan yang ada di dalamnya untuk menentukan tuntutan kegiatan tugas yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan oleh setiap orang. Dengan demikian, pengorganisasian juga dipahami pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab, pertanggung jawaban, dan pendelagasian.

3) Pengarahan (*Actuating*)

Terry & Leslie (2010: 58) memberikan pengertian “pengarahan membuat semua anggota kelompok agar mau bekerjasama dan bekerja secaraikhlas serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.”. Pengarahan adalah petunjuk atau perintah untuk mempengaruhi dan mengerakan angota dalam kerjasama dengan tujuan sesuai perencanaan organisasi. Pengarahan juga berfungsi untuk mengatur tingkah lakunya sehingga angota tersebut dapat bekerja sama dan bekerja efektif. Pengarahan berfungsi untuk mengatur tingkah laku manusia, dijelaskan Elton mayo dan Fritz dalam Fauzi & Irviani (2018: 42) sebagai berikut:

- a) Masalah manusia hanya dapat diselesaikan secara manusiawi dengan menggunakan data, informasi, dan alat-alat kemanusiaan pula.
- b) Moral dan semangat kerja lebih besar peranan dan pengaruhnya untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dari pada kompetensi.
- c) Perlakuan yang baik dan wajar terhadap karyawan lebih besar pengaruhnya untuk meningkatkan produktivitas kerja dari pada tingkat kompensasi yang besar, walaupun kompensasinya juga penting.

Penggerak ialah keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efekif dan ekonomis. Fungsi ini meliputi kualitas gaya kekuasaan pemimpin serta kegiatan kepemimpinan seperti komunikasi, motivasi, dan disiplin (Nugroho, 2019: 135). Jika manusia diperlakukan lebih manusiawi, semua potensinya akan dikerahkan untuk mencapai sasaran perusahaan,. Tingkah laku manusia terbentuk dari dua sisi, yaitu keturunan dari ayah atau ibu (*heredity*) dan dari lingkungan pergaulan (*environment*). Dalam diri seseorang terdapat empat fungsi psikis, yaitu pikiran,

perasaan, instuisi, dan pengindraan. Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pengarahan adalah petunjuk atau perintah untuk mempengaruhi dan mengerakan angota dalam kerjasama dengan tujuan sesuai perencanaan organisasi.

4) Pengawasan (*Controlling*)

Setiap organisasi diharapkan jangan sampai mengalami kegagalan dalam tugas dan fungsinya. Selain itu, maka perlu dilakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program, penggunaan uang, material, waktu dan sumberdaya manusia dalam mencapai tujuan. Nugroho (2019: 2019: 135) menyatakan bahwa pengawasan merupakan proses pengalaman dari seluruh kegiatan organisasi guna lebih menjamin bahwa semua pekerjaan yang sedang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Fungsi pengawasan pada dasarnya mencakup penetapan standar pelaksanaan, penentuan ukuran-ukuran pelaksanaan, pengukuran pelaksanaan nyata dan membandingkannya dengan standar yang telah ditetapkan, dan pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan jika pelaksanaan menyimpang dari standar.

Daft (2010: 6-9) menyatakan pengawasan (*controlling*) berarti memonitor aktivitas karyawan, menentukan apakah organisasi sejalan dengan tujuannya, dan membuat koreksi jika koreksi diperlukan. Pengawasan dapat juga berupa penilaian sehingga yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud tercapai tujuan yang sudah digariskan semula (Manullang, 2015: 12). Dalam melakukan kegiatan *controlling* ini atasan mengadakan suatu

pemeriksaan, mencocokkan dan mengusahakan supaya kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan tersebut sesuai dengan apa yang telah ditetapkan untuk dicapai.

Dijelaskan oleh Mondy dan Premeaux (Rifa'i & Fadhli, 2013: 43) bahwa: "*controlling is the process of comparing actual performance with standards and taking any necessary corrective actions*". Pendapat ini menegaskan bahwa pengawasan adalah proses membandingkan kinerja aktual dengan standar dan keperluan memperbaiki tindakan dalam pelaksanaan tugas. Selanjutnya Ivancevic & Matesson (2002: 33) menjelaskan bahwa: "*the controlling function consist of actions and decisions managers undertake to ensure that actual results are consistent with desired result*". Dari sini dipahami bahwa fungsi pengawasan terdiri dari tindakan dan keputusan tindakan manajer untuk menjamin bahwa hasil-hasil bersifat konsisten dengan hasil yang diinginkan sebagaimana ditetapkan dalam rencana".

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pengawasan merupakan proses menetapkan hasil yang dicapai atau mengevaluasi kinerja yaitu mengoreksi hasil kerja berdasarkan rencana yang ditetapkan. Dengan demikian pengawasan menjadi bahagian akhir dari aktivitas manajerial untuk mengefektifkan pencapaian hasil atau tujuan organisasi sebagaimana yang diharapkan. Tegasnya pengawasan merupakan proses akhir yang menentukan eksistensi organisasi, apakah sudah menjalankan fungsi dengan baik dalam menghasilkan suatu produksi atau pelayanan jasa kepada masyarakat. Hal ini yang akan mengantarkan para administrator/manajer mengetahui pelaksanaan semua rencana untuk memenuhi fungsi dan mencapai tujuan

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Keberhasilan organisasi dan manajemen tergantung pada persepsi penonton terhadap kualitas layanan yang diberikan selama perayaan acara. Penelitian menginformasikan bahwa ketika pengguna atau pelanggan merasakan layanan berkualitas tinggi, lebih loyal, menunjukkan kemauan yang lebih besar untuk terus menggunakan layanan dan cenderung merekomendasikannya dengan lebih antusias (Calabuig et al., 2014: 729; Nuviala et al., 2012), oleh karena itu, studi tentang kualitas layanan menjadi dasar untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan-perusahaan tersebut

Parasuraman, et al. (2018: 57), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Defini ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama, yaitu (1) kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang, (2) persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan, (3) evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan.

Pelayanan sendiri, menurut Kasmir (2011: 37), merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan dengan tujuan menciptakan perasaan puas dari konsumen. Tindakan tersebut berguna untuk meningkatkan loyalitas konsumen

pada perusahaan. Secara tidak langsung, loyalitas konsumen ini mampu meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan mendorong peningkatan keuntungan perusahaan. Ditambahkan oleh Almana, dkk. (2018: 31), loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang ditunjukkan melalui pembelian yang dilakukan secara rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Selanjutnya menurut Lovelock & Mussry (2011: 12), loyalitas pelanggan memungkinkan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan tersebut atau cenderung setia.

Lupiyoadi (2014: 212) menyatakan kualitas layanan adalah sebagai hasil kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Menurut Kotler & Keller (2016: 143) kualitas layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen adalah keadaan mental, yang membandingkan hasil harapan konsumen sebelum membeli dengan persepsi setelah pembelian. Konsumen puas ketika mereka senang dengan hasil pembelian mereka, mencapai tujuan mereka, dan tidak mengalami kesulitan (Paul et al., 2016: 607).

Upaya tersebut berupa bagaimana cara perusahaan secara langsung dalam melayani konsumen. Konsep kualitas pelayanan disimpulkan oleh Putri & Utomo (2017) sebagai suatu penyajian jasa maupun produk sesuai dengan standar

perusahaan. Penyampaian jasa maupun produk diupayakan sama dengan harapan konsumen atau melebihi harapannya. Untuk mengukur suatu kualitas pelayanan, terdapat sepuluh dimensi yang bisa diukur kemudian disederhanakan menjadi lima dimensi.

Menurut Olsen dan Wyckoff (Yamit, 2013: 31) definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan. Lebih lanjut Yamit (2013: 33) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas, dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya, dan keuntungan).

Vranakis, et al. (2012: 44) menyatakan bahwa dalam proses pelayanan sendiri terdapat upaya saling memberi dan menerima suatu informasi. Karena apabila telah terjadi timbal balik dan memberikan suatu manfaat yang positif maka hal tersebut akan menimbulkan sesuatu yang biasa meningkatkan kepercayaan. Jika pelanggan percaya, berarti dia merasa puas dan kebutuhan yang dia butuhkan dan harapkan telah terpenuhi, sehingga secara otomatis akan muncul loyalitas atau kesetiaan dalam diri pelanggan tersebut.

Tjiptono & Chandara (2015: 172) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasaan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling

menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Pendapat lain, Ruslan (2014: 280) bahwa kualitas pelayanan jasa adalah pengendalian dan tingkat keunggulan untuk memenuhi dengan mendeterminan kualitas jasa, mengekspetasikan pelanggan, pengelolaan kualitas jasa, mengarahkan nasabah tentang jasa, budaya kualitas yang dikembangkan. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman, et al, 2018: 32).

Parasuraman, et al. (2018: 34) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michelle & Siagian (2019: 11) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Definisi dan gagasan tentang kualitas administrasi dan berteori pemeriksaan keinginan pembeli dengan eksekusi. Kualitas layanan sebagai “persepsi yang dihasilkan dari perbandingan ekspektasi konsumen dengan kinerja layanan yang sebenarnya”. Selain itu, kualitas layanan adalah alat untuk seberapa baik harapan pelanggan dicocokkan dengan tingkat layanan yang disampaikan dan diketahui bahwa jika ekspektasi pelanggan lebih tinggi dari kinerja yang

dipersepsikan, maka hal itu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara negatif (Uzunboylu, 2016: 45).

Kualitas layanan merupakan alat untuk mengukur kualitas layanan dan dapat digunakan untuk menganalisis penyebab masalah layanan. Servqual dibangun di atas perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan tentang layanan yang dipersepsikan dengan layanan aktual yang diharapkan / layanan yang diharapkan. Jika kenyataannya sama dengan ekspektasi maka pelayanan bisa memuaskan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka pelayanan dikatakan berkualitas, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka pelayanan dikatakan inferior. Kualitas layanan telah diakui secara luas sebagai masalah penting di banyak perusahaan karena memungkinkan organisasi untuk meningkatkan manfaatnya dan selanjutnya memenuhi dan mempertahankan klien. Dengan memberikan kualitas layanan yang fenomenal, bisnis dapat membuat keunggulan untuk mengenaliinya dari berbagai asosiasi. Selanjutnya, melihat estimasi dan perubahan kualitas layanan, ternyata menjadi hal yang mendasar. Bagaimanapun, meskipun penegasan umum tentang pentingnya kualitas administrasi, skolastik saat ini tampaknya tidak dapat mengakui bagaimana seharusnya diukur mengenai instrumen, pengukuran, dan teknik (Hapsari, et al, 2016: 390).

Lovelock & Mussry (2013: 49) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pendapat lain dikemukakan oleh Sunyoto (2012: 236) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu

ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki mutu apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Umumnya, faktor kunci sukses yang diusahakan oleh perusahaan jasa meningkatkan pendapatan penjualan adalah kualitas layanan karena meningkatkan pelanggan atau penggemar loyalitas dan keuntungan yang lebih tinggi bagi organisasi. Padahal kualitas pelayanan dan kustomer sudah terbukti loyalitas berhubungan langsung dan positif, hal yang sama belum terbukti olahraga sebagai industri (Oman, et al. 2016: 21). Kualitas pelayanan penting untuk acara olahraga, isi dari pelayanan dalam acara olah raga berbeda dengan pelayanan industri tradisional. Menurut analisis faktor eksplorasi, kualitas yang dirasakan diekstraksi menjadi lima dimensi, termasuk 'Kualitas hasil', 'Kualitas fasilitas', 'Interaksi kualitas', 'Atribut komunitas' dan 'Kualitas informasi" (Yeh et al. 2016: 1333).

Manajemen mutu yang efisien, khususnya di bidang jasa, menjadi keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis saat ini, dimana pengukurannya merupakan awal dari rancangan kebijakan untuk meningkatkan posisi perusahaan dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Hal ini mengakibatkan semakin banyaknya proposal untuk mengukur kualitas layanan di lingkungan olahraga (Calabuig-Moreno, et al 2016: 22).

Saat ini industri olahraga menjadi lebih global dan kompetitif, Keberhasilan sebuah organisasi olahraga tergantung pada sejauh mana mereka dapat memuaskan pelanggan mereka dengan layanan yang berkualitas. Kualitas

layanan telah didefinisikan sebagai "kesan keseluruhan konsumen terhadap inferioritas / superioritas relatif organisasi dan layanannya (Serrano & Segado, 2015: 68). Atribut komunitas mempengaruhi persepsi kualitas pengunjung, dan secara positif kerabat untuk kepuasan mereka dan intensi perilaku (Zabkar, et al. 2016: 538). Karakteristik masyarakat harus diikutsertakan dalam kualitas pelayanan olahraga acara untuk mengukur persepsi kualitas layanan untuk olahraga acara. Namun, hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan intensitas masa depan diperiksa penonton dalam acara olahraga (Moreno, et al. 2015: 1446; Theodorakis, et al. 2013: 86; & Theodorakis, et al. 2015: 89).

Pembahasan pengaruh kualitas layanan pada partisipasi olahraga relatif baru. Studi tentang acara olahraga di Taiwan telah ditemukan bahwa kualitas layanan utama mencakup acara khusus, interaksi, pengalaman, lingkungan, dan informasi (Chen, et al., 2014; Yang, et al., 2014). Studi terbaru yang berfokus pada atlet pelajar menunjukkan bahwa faktor layanan mungkin termasuk staf, fasilitas, hakim, pengalaman, administrasi, informasi, prosedur, dan layanan medis (Lee & Hsieh, 2011; Lee & Hsieh, 2015).

Sebuah industri yang berorientasi pada pelayanan seperti tempat olah raga dapat dianggap sebagai sebuah masyarakat industri, dengan layanan yang ditujukan untuk melayani pengguna dan tamu tempat seperti penonton. Selain itu, harapan pelanggan tingkat kualitas yang wajar sehubungan dengan fasilitas dan peralatan, proses terlibat, lingkungan dan berbagai layanan tambahan lainnya. Demikian juga, staf tempat acara juga diharapkan kompeten dan ramah. Harapan pelanggan ini dapat menyebabkan lebih banyak kompleksitas dan tantangan di

tempat acara pemasaran, karena citra tempat dipertaruhkan; itu bukan tugas mudah mencoba menjual pengalaman dengan menghubungkannya dengan gaya hidup atau bahkan kepribadian pengguna (Voon, et al 2014: 3).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan pelanggan atau melebihi harapannya.

b. Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan

Sunyoto (2012: 241) menyatakan bahwa meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan ada banyak faktor yang harus dipertimbangkan, diantaranya:

1) Mengidentifikasi Determinasi Utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu langkah pertama yang dilakukan adalah mengadakan riset untuk mengidentifikasi determinasi jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah berikutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinasi-determinasi tersebut.

2) Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpikat. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman yaitu: “Jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan”.

3) Mengelola Bukti Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta bukti langsung yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

4) Harapan Pelanggan

Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi: kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) oleh Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2014: 148) dibagi menjadi lima dimensi *SERVQUAL* diantaranya adalah:

1) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (Ketanggungan)

Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Empathy* (Empati)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki eaktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Analisis acara olahraga telah dianggap penting karena ini dapat digunakan sebagai atraksi wisata berdasarkan tujuan. Telah ditemukan bahwa peristiwa itu sendiri salah satu alasan utama bepergian ke tujuan mengadakan acara olahraga.

Selain itu, menyelenggarakan acara olahraga dapat menjadi strategi untuk mencapai tujuan yang berbeda: untuk meningkatkan citra destinasi, membedakan produk pariwisatanya dan meningkatkan musim turis. Dalam literatur tentang olahraga salah satu topik yang banyak dibahas adalah tentang determinan dari niat berperilaku. Penelitian tentang determinan niat perilaku (niat untuk kembali dan loyalitas) wisatawan olahraga adalah penting karena dapat membantu penyelenggara acara pariwisata untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat berkontribusi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, dengan demikian, mengarah pada kesuksesan acara (Romiti & Sarti, 2016: 1362).

Nilai produk atau jasa yang dipersepsikan merupakan persepsi subjektif yang dirasakan konsumen menilai dengan mencatat utilitas keseluruhan dari suatu produk atau layanan berdasarkan apa yang diterima dan apa yang diberikan (Tu, et al, 2017: 469). Nilai juga berpengaruh faktor yang mengarah pada pembelian produk atau layanan dan perilaku rujukan. Peneliti pelopor dari nilai yang dirasakan, mendefinisikan empat arti yang berbeda dari nilai: (1) nilai adalah harga rendah; (2) nilai adalah apa pun yang diinginkan seseorang dalam suatu produk; (3) nilai adalah kualitas yang diterima pelanggan untuk harga yang dibayarkan; dan (4) nilai adalah apa pelanggan mendapatkan apa yang mereka berikan. Berdasarkan definisi Zeithaml, ukuran umum nilai yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dikembangkan berdasarkan lima faktor: kualitas, respons emosional, harga moneter, harga perilaku, dan reputasi (Tu et al., 2017: 470). Penelitian terkini telah mengeksplorasi nilai yang dirasakan peserta dari suatu acara olahraga. Satu penelitian mengevaluasi nilai yang dirasakan

berdasarkan harga, ekonomi, sosial, layanan, hiburan, dan estetika acara olahraga (Musa & Kassim, 2018: 109). Lain Memanfaatkan kelima faktor pengukuran tersebut untuk menganalisis sebuah olahraga nilai yang dirasakan peserta (Lu, et al, 2016: 6; Yang et al., 2014: 4).

Kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi niat penonton untuk menyambangi kembali acara olahraga tersebut. Layanan periferal dapat berkontribusi pada niat penonton untuk mengunjungi kembali. Selanjutnya, Layanan periferal adalah layanan yang dikendalikan oleh penyelenggara acara (Adanan, et al. 2018: 108). Hal ini dikemukakan oleh Byon, et al. (2013: 12) bahwa penyelenggara terutama mengerjakan fungsi produk lain dari permainan, pada dasarnya operasi permainan seperti layanan tiket, kualitas fisik dan fungsional tempat, dan aktivitas fasilitas istirahat. Sementara itu penyelenggara acara olahraga juga harus konsisten meningkatkan kualitas acara seperti itu layanan dan produk mereka untuk memuaskan setiap konsumen dan membuat mereka kembali.

Kualitas layanan mewakili seberapa baik aspek layanan yang berbeda memenuhi atau melebihi harapan. Selama beberapa dekade terakhir, struktur baru kualitas layanan telah muncul segmen permintaan yang berbeda. Misalnya, untuk acara olahraga rekreasi, model hierarki yang mencakup empat dimensi dan skala untuk mengukur kualitas layanan di tingkat pentingnya layanan bagi para atlet (Meleddu, et al 2019: 113).

Tjiptono & Chandra (2015: 69) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para

konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri atas *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian), *empathy* (penghargaan/perhatian), dan *tangibles* (bukti fisik).

3. Perkembangan *Event*

a. Definisi *Event*

Event adalah momen sementara yang memiliki jangka waktu terbatas dan kegiatan yang direncanakan biasanya diperbaiki dan dipublikasikan. Acara bersifat sementara dan setiap acara merupakan perpaduan unik antara durasi, pengaturan, manajemen, dan orang. Peristiwa adalah cobaan berat yang dibuat dengan susah payah untuk memberikan pengaruh pada individu yang berpartisipasi. Acara menyatukan individu untuk berbagi perselingkuhan dan memberikan hasil yang dapat diukur. Mereka berbicara tentang metode untuk menawarkan kota "sebagai item" dengan menarik pengunjung, usaha, dan spekulasi dan memberikan kesempatan untuk menyatukan individu di dalam domain sosial untuk memuji pencapaian mereka dan orang lain (Yürük, et al.,

2017: 368). Definisi acara khusus adalah ritual, pertunjukan, pertunjukan, atau perayaan khusus yang direncanakan dan dibuat untuk menandai acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya, atau tujuan bersama-sama. Acara dapat dibedakan menjadi acara publik dan acara pribadi. Acara publik adalah perayaan, budaya, seni, bisnis, kompetisi olahraga, pendidikan dan sains, resepsi, serat politik atau kenegaraan. Acara pribadi meliputi perayaan Pribadi seperti hari jadi, liburan keluarga, pernikahan, dan pesta ulang tahun, serta acara sosial seperti pesta, makan malam gala, dan acara reuni. *Event* di bidang politik ekonomi dan pariwisata adalah sebagai atraksi wisata, pencitraan, alat politik, dan sebagai alat penggalangan dana. *Event value equity* adalah situasi dimana event memberikan nilai yang baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Ekuitas nilai merupakan konsep bisnis yang sangat penting bagi perusahaan dan industri dalam mengidentifikasi dan membedakan produk dan jasanya guna mempertahankan dan memaksimalkan keuntungan (Wahyuningtias, et al. 2017: 5).

Definisi *event* menurut ahli, diantaranya Shone & Parry (2002) adalah fenomena yang timbul dari peristiwa non-rutin yang memiliki tujuan waktu luang, budaya, pribadi atau organisasi yang terpisah dari kegiatan normal kehidupan sehari-hari, yang tujuannya adalah untuk mencerahkan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman sekelompok orang.. Selain itu, Goldbatt dan Shone dan Parry (2002) menggaris bawahi aspek *event* sebagai “*A special event recognizes a unique moment in time with ceremony and ritual to satisfy specific needs*” meskipun definisi yang diberikan sangat cocok untuk peristiwa seperti pernikahan, parade atau inagurasi, tetapi aktivitas seperti ini kurang bermakna

untuk *event* seperti eksebisi teknologi, kompetisi olahraga, pengenalan produk dan event sejenis lainnya.

Hafidz (2017: 21) menyatakan *event* berarti acara, *event* adalah peristiwa (terencana) dan bukan kejadian yang tiba-tiba, yang memiliki tujuan tertentu. Setiap *event* selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan, adapun salah satu tujuan utama dari *event* ada pada target sasarannya atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam *event* yang diadakan yang kunci utamanya adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event* (Firmansyah & Arnie, 2017:1547). Oleh karena itu *event* merupakan sebuah acara yang diselenggarakan dengan tujuan tertentu yang memiliki target utama adalah pengunjung agar hadir dalam sebuah acara. Kusuma (2016: 42) menyatakan, *event organizer* adalah bisnis di bidang jasa yang secara resmi dipilih oleh klien untuk mengorganisasi rangkaian acara, mulai dari sisi kreatif, persiapan, pelaksanaan hingga selesai, dalam rangka membantu klien menyukseskan dan mewujudkan tujuan yang diharapkannya melalui rangkaian acara.

Event juga dapat dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. Dimana *public event* termasuk seperti perayaan budaya, seni dan hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. *Private event* meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi atau *anniversaries*, liburan keluarga, pesta pernikahan, dan pesta ulang tahun, serta *event-event* sosial seperti pesta-pesta, gala, dan acara reuni (Afrilian, 2018:16).

Noor (2018: 179), menyatakan *event* manajemen *event* merupakan suatu pengorganisasian suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan selesai. Sebuah *event* yang sukses mempunyai lima tahapan penting yang harus diperhatikan, yaitu: *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. *Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri. Karakteristik *event* menurut Noor (2018: 184), ada lima yaitu keunikan, *perishability, intangibility*, suasana, pelayanan, dan interaksi personal.

Noor (2018: 187), menjelaskan terdapat empat jenis event, yaitu *Leisure Event, Cultural Event, Personal Event, dan Organizational Event*. Adapun beberapa contoh jenis *event* sebagai berikut:

- 1) *Leisure Event*
Merupakan kategori *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
- 2) *Personal Event*
Kegiatan yang di dalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada personal *event* adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dan lain-lain.
- 3) *Cultural Event*
Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan *cultural event* terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern, sehingga menjadi suatu susunan serta paduan yang berkesan.
- 4) *Organizational Event*
Bentuk *event* yang diselenggarakan pada *organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk *event* pada *organizational event* antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu

organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut.

Selain itu dalam suatu *event* pasti memiliki sebuah karakteristik tersendiri, seperti dijelaskan oleh Demensah & Pamungkas (2017: 1077), adapun beberapa karakteristik sebuah *event* yaitu sebagai berikut.

1) Keunikan

Kunci utama suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide. Jika *organizer* dapat merealisasikan ide sesuai dengan harapannya, maka event yang diselenggarakan akan memiliki keunikan tersendiri. Karena inti dari penyelenggaraan *event* adalah harus unik dan biasanya muncul dari ide. Setiap *event* harus memiliki sesuatu yang berbeda dengan event lain.

2) *Perishability*

Perishability juga berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*. Setiap *event* yang diselenggarakan tidak akan pernah sama. Dua *event* yang sama diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama pastinya tidak akan menghasilkan *event* yang sama pula. *Perishability* berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*.

3) *Intangibility*

Setelah menghadiri *event*, yang tertinggal dibenak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan *event*. Bagi penyelenggara hal ini merupakan tantangan untuk megubah bentuk pelayanan *intangible* menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung.

4) Suasana dan Pelayanan

Suasana merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat berlangsungnya *event*. *Event* yang diselenggarakan dengan suasana yang tepat akan menghasilkan sukses besar, tetapi sebaliknya kegagalan *event* dihasilkan karena suasana yang tidak tepat.

5) Interaksi Penonton

Penonton dapat berinteraksi dengan penonton lainnya atau dengan staf pengelola, sehingga penonton akan merasa sebagai bagian dari pengalaman tersebut.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *event organizer* merupakan sekumpulan orang yang berkerjasama untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi suatu *event* agar berjalan lancar sesuai tujuan.

b. Perkembangan *Event Olahraga*

Penyelenggaraan *event* olahraga merupakan salah satu topik sentral yang diupayakan melalui penataan standar nasional keolahragaan. Dengan kata lain bahwa untuk mengembangkan hakikat penyelenggaraan *event* yang bermutu, maka perlu didukung payung hukum yang mengatur tentang standar nasional, khususnya standar nasional keolahragaan. Sejak lahirnya Undang-undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional (UUSKN), gerakan penataan keolahragaan nasional sampai pada tahap penguatan secara yuridis formal. Secara lebih operasional, UUSKN kemudian diikuti dengan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2007 yang mengatur tentang Penyelenggaraan Olahraga.

Olahraga tidak hanya bisnis besar saja. Olahraga adalah salah satu dari industri yang tercepat bertumbuhkembangnya, karena berhubungan dengan aspek ekonomi, media, pakaian, makanan dan periklanan, olahraga ada dimana-mana, dibarengi dengan suatu bunyi dering mesin kasir uang yang tidak putus-putusnya. Industri olahraga adalah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan barang dan jasa yang berkaitan dengan peralatan atau perlengkapan yang dibutuhkan dalam aktivitas olahraga, kompetisi olahraga, pelatihan, pesta olahraga, baik produk nyata maupun yang tidak nyata (Nugroho, 2019: 9).

Nuryadi (Nugroho, 2019: 10) berpendapat bahwa industri olahraga adalah sebuah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan peralatan dan layanan. *Sport marketing* adalah penerapan spesifik prinsip dan proses pemasaran kepada produk olahraga dan untuk memasarkan produk nirlaba olahraga melalui asosiasi dengan olahraga. Industri olahraga bisa dibagi menjadi dua: olahraga itu sendiri dan pendukungnya. Olahraganya bisa berupa *event* atau cabangnya, sedangkan pendukungnya cukup banyak seperti media, peralatan olahraga, periklanan, jasa persewaan arena, dan lain-lain.

Sriwahyuniati (dalam Nugroho, 2019: 10) menyatakan bahwa ada tiga pola yang berkaitan dengan tumbuhkembangnya industri olahraga di Indonesia, di antaranya yaitu:

- 1) terdapat potensi pelaku olahraga dan berbagai ruang lingkup/ dimensi keolahragaan yang besar. Hal ini merupakan salah satu keberhasilan program pemerintah untuk memasyarakatkan olahraga;

- 2) terdapat tiga area sektor bidang garapan, yaitu olahraga pendidikan, olahraga rekreasi, dan olahraga prestasi;
- 3) besarnya peluang tumbuh kembangnya industri di bidang olahraga.

Peningkatan permintaan akan jasa olahraga dan aktivitas fisik serta peningkatan jumlah perusahaan yang menyediakan layanan ini telah menyebabkan persaingan sektor ini seperti di sektor lainnya. Ini adalah fakta bahwa perusahaan olahraga menghadapi kebutuhan mengembangkan strategi yang berorientasi pada pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Bisnis yang berhasil dalam persaingan bertahan, sedangkan yang gagal akan bertahan dipaksa mundur dari pasar. Situasi ini menimbulkan dampak kualitas layanan pada pelanggan dan mengarah pada pengembangan upaya berbasis pelanggan untuk memastikan pelanggan kepuasan (Berber & Mollaoğullar, 2020: 3). Acara olahraga juga dengan cepat menjadi popularitas aktivitas rekreasi untuk menarik wisatawan. Memberikan kualitas layanan yang tinggi bagi konsumen untuk rekreasi dan promosi dalam kegiatan rekreasi dan olahraga (Huang, et al. 2018: 106).

Penyelenggaraan olahraga pasca lahirnya PP Nomor 16 Tahun menjelaskan secara kongkret bahwa pemerintah tidak sekadar telah meletakkan payung hukum yang lebih kuat, tetapi juga menjelaskan secara tegas tentang sebuah kebijakan olahraga nasional yang mensistem dan diberlakukan secara nasional. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2007, telah dijelaskan bahwa standarisasi nasional keolahragaan bertujuan untuk menjamin mutu penyelenggaraan sistem keolahragaan nasional melalui pencapaian standar nasional keolahragaan. Lingkup Standar Nasional Keolahragaan, meliputi: (1)

Standar Kompetensi Tenaga Keolahragaan, (2) Standar Isi Program Penataran/Pelatihan Tenaga Keolahragaan, (3) Standar Sarana dan Prasarana Olahraga, (4) Standar Pengelolaan Organisasi Keolahragaan, (5) Standar Penyelenggaraan Keolahragaan, dan (6) Standar Pelayanan Minimal Keolahragaan (PP No. 16 Tahun 2007, Pasal 84 dan 85).

Event olahraga mengandung dua aspek sebagai faktor penting yang menjamin bergulirnya industri di bidang keolahragaan, yaitu bagaimana membangun olahraga (internal) dan bagaimana menjual olahraga (eksternal). Adapun aspek internal melibatkan partisipasi masyarakat dan perangkat infrastruktur (*tools*), sebagai pembangun event olahraga (*entertainer*), sedangkan aspek eksternal meliputi publik, media, dan *partner*, sebagai penjual event olahraga yang bermutu (Sukarmin, 2010: 57). *Event* olahraga berpotensi sebagai ajang hiburan, *event* olahraga memang bersifat atraktif sehingga jika dikemas secara baik dan profesional, maka akan bernilai jadi dari daya atraktif tersebut akan diminati oleh masyarakat (Afrilian, 2018:15).

Dalam bisnis olahraga, produk atau layanan diklasifikasikan sebagai produk inti dan produk ekstensi (Mullin, et al., 2016: 37). Produk olahraga inti mencakup (1) partisipasi konsumen dalam latihan atau rekreasi atau persaingan profesional; dan (2) penonton yang menghadiri acara olahraga dan menonton pertunjukan. Penyaluhan produk olahraga bergantung pada keberadaan produk inti. Misalnya, sepatu atletik, pakaian jadi, peralatan olahraga, dan jasa pembinaan adalah konsekuensi dari orang-orang yang berpartisipasi dalam olahraga, dan penyiaran terkait olahraga, layanan pemasaran, berita, suvenir, dan permainan

online adalah ekstensi produk penonton. Oleh karena itu, produk *core sport* menjadi faktor penentu keberhasilan bisnis olahraga, dan acara olahraga dapat menghasilkan dua olahraga inti adalah produk (Lee, et al. 2016: 276).

Keberhasilan suatu acara olahraga ditentukan oleh sejauh mana acara tersebut memuaskan peserta / atlet dan penonton / fans dengan pelayanan yang berkualitas. Studi ini berfokus pada partisipasi khususnya, pada atlet dalam acara olahraga, karena sangat penting untuk kesuksesan acara. Misalnya, Venus Williams, petenis wanita terkemuka, pertama kali berpartisipasi dalam WTA Taiwan Open pada 2016. Partisipasinya menarik rata-rata sekitar 1.500 penggemar per hari, yaitu dua hingga tiga kali lebih banyak penonton dari tahun sebelumnya. Williams senang dengannya pengalaman di Taiwan Open dan berjanji bahwa dia akan berusaha meyakinkan Serena Williams, pemain dengan peringkat tertinggi di dunia, untuk berpartisipasi di Taiwan Terbuka tahun berikutnya (Lee, et al 2016: 281).

Akdum (dalam Sukarmin, 2010: 60) menyatakan bahwa ada beberapa yang harus dipenuhi untuk menjadikan *event* olahraga sebagai lahan bisnis, diantaranya: (1) masyarakat sudah memiliki kesadaran bahwa olahraga dapat membugarkan tubuh dan jiwa, meningkatkan kecerdasan, meningkatkan produktivitas kerja, dan mengurangi biaya perawatan kesehatan, (2) tingkat kesejahteraan masyarakat sudah relatif tinggi, sehingga masyarakat tidak hanya bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer, tetapi sudah memerlukan kebutuhan tersier, seperti rekreasi dan tontonan, (3) para pengusaha sudah menyadari potensi dan peluang bisnis dari sebuah *event* olahraga, dan (4) pemilik

modal, pengurus organisasi keolahragaan, dan pelaku olahraga mempunyai jiwa wirausaha, di samping mencintai olahraga dan rela berkorban baik tenaga maupun materi.

Industri olahraga juga memiliki tiga ciri-ciri di antaranya, yaitu: 1) perhatian terus-menerus pada bisnis, 2) merupakan bagian atau cabang bisnis, dan 3) sesuatu yang mempekerjakan banyak tenaga kerja dan modal yang berhubungan dengan olahraga; 4) kegiatan yang nyata dari perdagangan (Nugroho, 2019: 11). Nilai inti dari industri olahraga bagi konsumen, yaitu ingin mencari kesehatan fisik, kesehatan spiritual dan hiburan. Seperti yang dikutip dari moto Patagonia “tidak ada bisnis di planet yang mati”, jika orang tidak dapat melakukan kegiatan di luar ruangan, industri olahraga akan jatuh. Industri Olahraga salah satu sektor yang paling cepat berkembang di seluruh dunia. Meningkatnya pendapatan dan berbagai kegiatan olahraga yang lebih luas digabungkan dengan menumbuhkan kesadaran akan kebutuhan sehat dan seimbang gaya hidup, masyarakat akan menghabiskan lebih banyak waktu dan uang untuk menikmati kegiatan olahraga dan rekreasi (Huei-Fu Lu, 2012).

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan *event* olahraga di Indonesia melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga, Indonesia melakukan terobosan untuk meningkatkan sumber daya manusia dalam penyelenggaraan *event* keolahragaan. Perkembangan penyelenggaran *event* olahraga sangat pesat karena saat ini olahraga dinilai telah menjadi salah satu gaya hidup modern perkotaan dan diharapkan akan dapat memberikan dukungan terhadap penyelenggaraan *event-event* keolahragaan. *Event* olahraga yang

diselenggarakan saat ini banyak memberikan sisi hiburan bagi pengunjung, terutama dengan menggunakan teknologi pada setiap penyelenggaraan *event*.

c. Stakeholders Event

Stakeholders yang terlibat dalam penyelenggaraan *event* tentunya berbeda tergantung jenis *event* yang akan diselenggarakan. Sesuai dengan jenis event, stakeholders pada penyelenggaraan event olahraga tentunya berbeda dengan penyelenggaraan *event* personal, bisnis, ataupun jenis *event* lainnya meskipun pada dasarnya format penyelenggaraan cenderung sama. Beberapa pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan sebuah *event* diantaranya perusahaan, asosiasi, pemerintah, pihak keamanan, media, kontraktor, dan penyedia jasa lainnya.

Selain itu Noor (2018: 85) perusahaan sebagai sponsor merupakan pihak yang telah meningkatkan event menjadi sangat menarik bagi para pengunjung atau peserta melalui strategi yang diterapkannya. Melalui penetapan strategi dan ide kreatif pada setiap penyelenggaraan *event*, proses perencanaan dan operasional yang baik meningkatkan kualitas akhir *event*. Perkembangan event telah meningkatkan banyak pihak untuk bergabung dan bekerjasama. Hal ini terjadi karena karena banyaknya kegiatan yang harus ditangani dalam satu *event* dan memerlukan keterkaitan banyak pihak.

d. Studi Kelayakan Event

Penyelenggaraan *event* olahraga merupakan bagian integral dari upaya pembinaan olahraga, bahkan penyelenggaraan tersebut merupakan sebuah titik kulminasi dari upaya pembinaan secara menyeluruh. Oleh karena itu standar penyelenggaraan harus diatur dan diarahkan agar setiap komponen

penyelenggaraan dapat dipertanggung jawabkan kualitasnya. Dalam Pasal 91 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Olahraga telah dituangkan secara jelas komponen dan standar normatif penyelenggaraan *event* olahraga.

Studi kelayakan penyelenggaraan *event* merupakan pertimbangan untuk diselenggarakannya *event*. Studi ini biasanya berupa analisa terhadap ide-ide yang muncul selanjutnya dilakukan saringan terhadap jenis kegiatan yang paling tepat dan ditetapkan satu kegiatan untuk diselenggarakan. Meskipun tidak banyak ide yang muncul karena pembicaraan saja, tetapi pada praktiknya, mengeluarkan dan menyaring ide-ide yang masuk mengenai penyelenggaraan *event* tetap harus mengacu pada pengelolaan penyelenggaraan event itu sendiri.

Noor (2018: 107) menjelaskan bahwa penyelenggaraan *event* yang sistematis akan membantu menghadapi keterbatasan situasi, misalnya:

- 1) Keterbatasan akan sumber daya manusia yang akan terlibat dalam *event*.
- 2) Keterbatasan atas waktu penyelenggaraan yang sempit.
- 3) Keterbatasan dana yang dimiliki.
- 4) Keterbatasan atas jaringan dengan pihak terkait.

Mulyaningsih (dalam Nugroho, 2019: 14-15) mengamati profil usaha industri olahraga di Indonesia, dalam operasionalnya menghadapi permasalahan pokok antara lain:

- 1) Masalah permodalan

Masalah modal para pengusaha dalam menjalankan usahanya belum mengenal dan memanfaatkan lembaga perbankan. Selain itu, para pengusaha industri olahraga kecil sulit untuk memperoleh kredit dari bank swasta. Akibatnya

pengusaha industri olahraga cenderung menggantungkan pembiayaan perusahaan dari modal sendiri, atau sumber-sumber lainnya seperti keluarga, kerabat, bahkan rentenir. Meskipun mereka mempunyai agunan yang cukup, tetapi mereka tidak memiliki pengetahuan hendak ke mana mereka harus mendapatkan modal yang mudah dan ringan. Kelemahan yang lain dalam mendapatkan modal, yaitu pada umumnya industri olahraga lemah dalam menyusun studi kelayakan yang dapat diterima oleh pihak penyedia modal.

2) Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar

Umumnya usaha industri olahraga memperoleh pasar dengan cara-cara pasif. Mereka mengandalkan kekuatan promosi komunikasi antar personal. Promosi ini dipilih oleh industri olahraga yang masih kecil karena industri tersebut tidak mempunyai anggaran untuk mengadakan promosi yang lain misal advertensi atau iklan melalui televisi, radio ataupun surat kabar.

3) Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi

Hal ini disebabkan lemahnya sumber daya manusia dalam menyerap ilmu pengetahuan dan teknologi. Lemahnya sumber daya manusia tersebut juga karena tingkat pendidikan tenaga kerjanya pada umumnya masih rendah, maka tentu saja industri olahraga banyak mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi.

4) Masalah strategi pemasaran produk merupakan salah satu kendala besar bagi industri olahraga yang kecil untuk masuk pasar bebas

Seringkali pemasaran produk industri olahraga kecil harus melalui mata rantai. Pemasaran yang relatif panjang dan penetapan harga jual produk berada di luar kendali pengusaha industri olahraga tersebut. Kondisi seperti ini

menyebabkan para pengusaha industri olahraga hanya memperoleh keuntungan yang relatif tipis. Kesulitan bidang pemasaran juga dapat bersumber dari tingkat persaingan yang tajam, kualitas produk yang kurang baik, ketiadaan berbagai aspek penunjang, misalnya pelayanan para pengguna jasa industri olahraga, serta kurang tanggapnya manajer atau pengusaha terhadap situasi pasar. Sementara yang menyangkut masalah lokasi dan fasilitas kegiatan, bertitik tolak dari adanya suasana dan lingkungan kerja yang kurang sesuai, ataupun ketidaktanggapan industri olahraga terhadap perkembangan tingkat hidup masyarakat.

5) Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha

Meskipun industri olahraga yang kecil mempunyai keterbatasan dalam jaringan dan kerja sama usaha, tetapi industri tersebut tidak berusaha untuk membangun jaringan dan kerja sama dengan industri olahraga menengah dan besar. Industri olahraga yang kecil melakukan aktivitas usahanya sendiri dan ini akan semakin melemahkan karena persaingan di antara para industri-industri olahraga yang kecil sendiri.

6) Kelemahan dalam mentalitas usaha dan kewirausahaan

Umumnya industri olahraga yang masih kecil sedikit sekali yang memiliki kreativitas dan inovasi, kemandirian dan semangat untuk maju. Industri olahraga yang masih kecil menjalani usahanya banyak yang hanya mengandalkan rutinitas kesehariannya, tanpa sentuhan pemikiran dan pengembangan untuk selalu terus maju dan meningkat.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa melihat keterbatasan yang dimiliki, maka penyaringan ide penyelenggaraan *event* akan

baik apabila dilakukan secara sistematis dan terarah. Metode analisis biaya dan keuntungan (*costbenefit analysis*), atau evaluasi investasi (*investment appraisal*) dapat digunakan untuk mengetahui layak tidaknya sebuah *event*.

e. Perencanaan Penyelenggaraan *Event*

Suatu proses perencanaan pasti akan melibatkan berbagai tingkat kegagalan. Beberapa bagian dari organisasi memerlukan perencanaan selama bertahun-tahun ke depan, namun untuk divisi lain membutuhkan perencanaan hanya untuk waktu yang singkat. Hal ini juga dapat didefinisikan sebagai proses penentuan tujuan organisasi dan sumber daya yang akan digunakan untuk menangani tujuan organisasi, mengatur akuisisi, pemanfaatan, dan disposisi sumber daya. Tahapan awal dalam mengelola *event* setelah penetapan tujuan adalah mencari tempat penyelenggaraan *event* yang sesuai dengan tema event, bekerjasama dengan organisasi terkait, dan lain sebagainya. Proses perencanaan merupakan kunci untuk terselenggaranya sebuah kegiatan. Dalam mempersiapkan rencana, harus sudah dipastikan jenis kegiatan apa yang akan diselenggarakan, misalnya kegiatan olahraga. Selanjutnya dilakukan identifikasi antara elemen yang dibutuhkan dan tidak dibutuhkan pada penyelenggaraan nanti.

Merencanakan sebuah *event* memiliki banyak keuntungan, termasuk didalamnya koordinasi yang baik antar anggota tim, tetap berfokus pada ide yang ditampilkan, berfikiran ke depan dan sebagai alat control yang efektif dari kemajuan pelaksanaan *event*. Perencanaan sangat menyita waktu dan memerlukan usaha yang keras. Segala sesuatu mungkin bisa saja terjadi tidak susuai harapan, tetapi inilah ini dari perencanaan, yaitu tidak untuk gagal pada saat berlangsung.

Hampir setiap *event organizer* menurut Noor (2018: 151) tidak memiliki jumlah pegawai tetap yang cukup untuk menyelenggarakan suatu *event*. Biasanya, untuk menjalankan operasional kantor EO hanya dikerjakan oleh beberapa pegawai saja, hanya untuk kegiatan yang sifatnya hanya administrasi perkantoran, keuangan, dan pemasaran. Idealnya sumber daya yang terlibat dalam sebuah penyelenggaran *event* harus dipilih sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Tetapi banyak *event* diselenggarakan dan menggunakan sumber daya yang tidak memiliki keterampilan khusus, sehingga perlu diadakannya pelatihan yang sesuai dengan *event* yang akan diselenggarakan.

Membuat struktur organisasi merupakan hal yang penting untuk menciptakan event yang sukses. Untuk setiap penyelenggaran event diperlukan struktur organisasi yang berfungsi memudahkan operasional event. Selain karena tujuan *event*, perbedaan struktur organisasi event bisa terjadi karena ukuran dan jenis *event* yang akan diselenggarakan. Hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan menentukan struktur organisasi *event* adalah struktur organisasi harus transparan dalam otoritas, mekanisme pelaporannya serta dapat merespon kebutuhan lingkungan *event*. Menurut Noor (2018: 153) fungsi utama organisasi adalah meminimalisir kompleksitas. Tujuan utama *event* adalah menhasilkan keuntungan yang dapat dipecah menjadi tujuan khusus pada setiap unit yang ada, dengan kata lain diperlukan suatu pendeklegasian untuk mencapai tujuan tersebut yang dilakukan manajer *event*.

4. Bola Basket

Bola basket merupakan suatu permainan beregu menggunakan bola besar yang diciptakan oleh James Nailsmith pada tahun 1891 di Springfield, Massachusetts (Kaplan, 2012: 15). *“Basketball is played by two (2) teams of five (5) players each. The aim of each team is to score in the opponents' basket and to prevent the other team from scoring. The game is controlled by officials, table officials and a commissioner, if present”* (FIBA Rulles, 2012: 4). Berdasarkan uraian tersebut maka diketahui bahwa bola basket merupakan permainan yang dimainkan oleh dua regu, dan saling menghalangi dalam usaha mencetak angka dan permainan ini dikendalikan oleh ofisial, petugas meja, dan pengawas pertandingan bila diperlukan.

Showalter (2012: 27) menyatakan bola basket merupakan permainan cepat yang bertujuan untuk memasukkan bola ke dalam keranjang. Walaupun secara konsep simpel, namun secara khusus aspek dalam menyerang ataupun bertahan berbeda-beda dalam melaksanakan tergantung tingkatan permainan itu sendiri maupun situasi pertandingan. Menurut Barth & Boesing (2010: 13) “bola basket merupakan olahraga yang di dalamnya terdapat dua tim, bola, dua keranjang, terdapat banyak kesempatan untuk saling menyerang, berpikir cepat dan tentunya menyenangkan.

Perkembangan bolabasket di Indonesia sendiri mengalami kemajuan yang signifikan, Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya tim-tim basket yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia baik tim basket sekolah, sekolah bolabasket, akademi bolabasket, dan klub bolabasket profesional. Banyaknya kompetisi rutin

yang diadakan setiap tahunnya seperti kompetisi antar sekolah contohnya DBL, kompetisi antar KU (kelompok umur) seperti KEJURDA, KEJURNAS, POPDA, PORPROV, serta kompetisi antar klub seperti piala koni dan piala perbasi merupakan faktor penting penunjang berkembangnya bolabasket di Indonesia. Di Indonesia sendiri kompetisi bolabasket professional yang dinaungi PERBASI adalah *Indonesia Basketball League* (IBL). *Indonesian Basketball League* merupakan kompetisi bolabasket proffesional yang dinaungi PERBASI. Kompetisi bolabasket pertama di Indonesia dimulai pada 3 April 1982 dengan nama Kompetisi Bola Basket Utama (Kobatama) yang sekaligus langkah awal sejarah panjang kompetisi klub-klub papan atas di Indonesia.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa permainan bola basket merupakan salah satu olahraga yang dimainkan oleh 2 regu yang masing-masing terdiri dari 5 orang dengan tujuan mencetak angka ke keranjang lawan dan mencegah regu lawan mencetak angka yang mendapat angka terbanyak menjadi pemenang. Bola dipindahkan dengan cara mengoper, men-*dribble*, menggelindingkan dan sebagainya sesuai peraturan yang berlaku. Untuk menjadi sebuah tim yang hebat maka latihan disiplin sangat penting untuk membentuk kerjasama tim dan melatih *skill* individu, fisik, dan emosi.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Manfaat dari penelitian yang relevan yaitu sebagai acuan agar penelitian yang sedang dilakukan menjadi lebih jelas. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dshauma, dkk. (2018) berjudul “Analisis Manajemen *Event* Pariwisata Olahraga Bromo Marathon (Studi Kasus pada Daerah Tujuan Wisata Bromo Tengger Semeru)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana: manajemen *event*, peluang dan tantangan *event*, keberlanjutan *event*, dan dampak sosial maupun ekonomi dari penyelenggaraan *event* Bromo Marathon. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yang menggambarkan kondisi objek dan subjek penelitian sebagaimana adanya, dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian terdiri dari: Panitia penyelenggara, Aparat Pemerintah Daerah/Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Peserta Bromo Marathon dan Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang membuat event Bromo Marathon masih kurang diminati oleh para penggemar olahraga lari. Jalur trek Bromo Marathon yang masih belum steril dari kendaraan dan kurangnya akomodasi berupa hotel menjadi kendala terbesar bagi *event* ini. Dampaknya adalah peserta Bromo Marathon masih sangat jauh jika dibandingkan dengan Bali Marathon yang juga merupakan *event* lari bertaraf International. Dampak *event*; Dampak positif bidang sosial, ekonomi dan lingkungan antara lain: tumbuh kembang dan dikenalnya nilai-nilai seni budaya lokal, terbangun wawasan masyarakat, terciptanya lapangan kerja, pendapatan ekonomi masyarakat meningkat dan terbangunnya lingkungan yang bersih, nyaman. Dampak negatif hingga saat ini tidak dirasakan masyarakat.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dshauma, dkk. (2018) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel kualitas layanan yang akan digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan berbeda, yaitu deskriptif kualitatif dan penelitian ini menggunakan *mix methods*. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel manajemen.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aida, dkk. (2018) berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indika Kreasindo *Event Organizer* Pekanbaru”. Secara simultan, dapat dilihat hasil F hitung adalah 92,501 dengan taraf sig. adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada nilai α sebesar 5 %. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang dilihat variabel *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (perhatian), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan pelayanan) terhadap kepuasan konsumen pada Indika Kreasindo *Event Organizer* Pekanbaru.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Aida, dkk. (2018) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel manajemen dan kualitas layanan yang akan digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan berbeda, yaitu penelitian ini menggunakan *mix methods*. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada *event organizer*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Syauqi (2019) berjudul “Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Galih Production*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan

terhadap kepuasan konsumen Galih Production. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 60 responden yang merupakan konsumen yang telah menggunakan jasa Galih Production. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik sampling jenuh. Pengukuran indikator pada kuesioner menggunakan skala Likert. Analisa data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$).

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Syauqi (2019) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen yang akan digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan berbeda, yaitu penelitian ini menggunakan *mix methods*. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada kualitas layanan *event*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Larassay (2020) berjudul “Perspektif Pengalaman Konsumen terhadap Kesuksesan *Event* Lari Borobudur Marathon 2019”. Tujuan penelitian ini adalah mengonfirmasikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *event* Borobudur Marathon 2019. Penelitian kuantitatif analisis faktor konfirmatori melibatkan 60 responden berdasarkan teknik *probability sampling*, pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner *online*. Variabel yang diteliti ialah pengalaman konsumen, kepuasan konsumen dan interaksi sosial. Untuk menguji validitas angket dan realibilitas

indikator angket digunakan SPSS 24 dan SPSS Amos untuk melihat model fit (*Chi-square*= 106,198, $\chi^2=0,27$, GFI= 0,793, CMIN/DF= 2,82, CFI= 0,862, TLI= 0,821) berdasarkan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan faktor pengalaman konsumen sebesar 70,957% yang dominan mempengaruhi kesuksesan *event* Borobudur Marathon 2019. Faktor kepuasan konsumen memiliki pengaruh sebesar 17,93% dan interaksi sosial memiliki pengaruh sebesar 11,1%. Kesimpulan semua variabel saling berhubungan dan faktor pengalaman konsumen paling dominan dalam mempengaruhi kesuksesan *event* Borobudur Marathon 2019. Disarankan agar setiap *event* membuat strategi yang menjual nilai yang khas dari *event* tersebut, sehingga berdampak positif terhadap kesuksesan *event* tersebut dan perbaikan manajerial *sport event organizer* dalam mempromosikan potensi olahraga pariwisata.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Larassay (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel manajemen dan kualitas layanan yang akan digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan berbeda, yaitu deskriptif kualitatif dan penelitian ini menggunakan *mix methods*. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada evaluasi *event* olahraga.

C. Kerangka Pikir

Peningkatan permintaan akan jasa olah raga dan aktivitas fisik serta peningkatan jumlah perusahaan yang menyediakan layanan ini telah menyebabkan persaingan sektor ini seperti di sektor lainnya. Ini adalah fakta

bahwa perusahaan olahraga menghadapi kebutuhan mengembangkan strategi yang berorientasi pada pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Bisnis yang berhasil dalam persaingan bertahan, sedangkan yang gagal akan bertahan dipaksa mundur dari pasar. Situasi ini menimbulkan dampak kualitas layanan pada pelanggan dan mengarah pada pengembangan upaya berbasis pelanggan untuk memastikan pelanggan kepuasan.

CV. Maju bersama merupakan perusahaan *event organizer* di Kabupaten Indramayu CV. Maju Bersama memiliki fungsi untuk membuat acara dan pertandingan bola basket oleh Pengcab Perbasi Indramayu. Harapannya acara dan pertandingan boal basket bisa berjalan semestinya, serta memiliki tujuan untuk meningkatkan prestasi bola basket. Agar mencapai tujuan CV. Maju Bersama, membutuhkan manajemen organisasi yang baik sesuai dengan fungsi fungsi yang ada. Diharapkan organisasi tersebut dapat memajukan olahraga bola basket, sehingga dalam setiap kejuaraan Perbasi Cup di Kabupaten Indramayu ada bibit bibit pemain baru yang nanti bisa membela daerah.

Manajemen organisasi sangat berperan dalam membantu pencapaian keberhasilan suatu *event*. Manajemen tidak hanya dilakukan oleh direktur dan sekertaris saja tetapi juga para anggotanya. Dengan adanya pengaturan manajemen organisasi yang baik, membantu kemajuan perusahaan. Keberhasilan penyelenggaraan *event-event* ditentukan dari cara kerja yang terstruktur dan sistematis, sehingga menghasilkan komunikasi dan kerjasama yang baik.

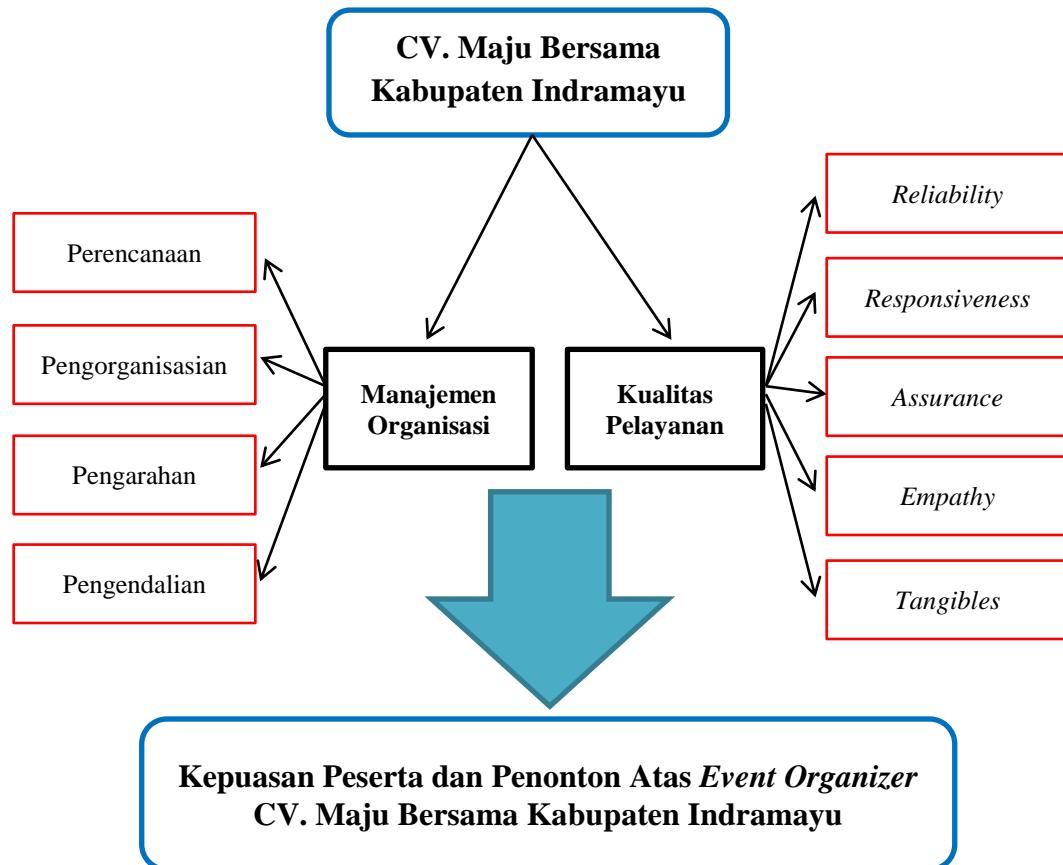
Peserta dan penonton merupakan komponen atau subjek utama dalam sebuah *event* olahraga. Peserta yang banyak banyak dan berkualitas dapat menarik

banyak penonton yang akan datang untuk meyaksikan. Selain itu juga dari segi pelayanan pengunjung harus sangat diperhatikan, dari segi acara, pertandingan sampai sarana dan prasana yang menunjang kenyamanan ketika menonton pertandingan. Kelancaran dan keberhasilan penyelenggaraan *event* olahraga yaitu tergantung dari organisasi/perusahaan yang ditunjuk dalam menjalankan kerjanya. Organisasi/perusahaan yang tertata rapih dan berjalan dengan baik akan memperlancar proses penyelenggaraan *event* yang telah direncanakan dapat berjalan seperti apa yang telah ditetapkan. Tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Kerja sama yang baik antara orang-orang yang terlibat dalam organisasi akan memperlancar dalam mencapai tujuan perusahaan.

Kelancaran proses pertandingan didukung juga dengan adanya sarana dan prasarana yang lengkap. Tanpa sarana dan prasarana yang lengkap pertandingan tidak berjalan dengan lancar dan kualitas *event* sulit ditingkatkan. Ketika *event* dengan menggunakan sarana dan prasarana yang seadanya tidak akan berhasil jika dibandingkan dengan sarana dan prasarana yang lengkap. Perkembangan perlatatan olahraga yang serba *modern* merupakan langkah untuk meningkatkan kualitas olahraga. Demikian juga kualitas sebuah *event* akan meningkatkan pendapatan yang maksimal.

Mencapai keberhasilan maksimal dalam sebuah penyelenggaraan *event* dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya organisasi yang sehat dan kualitas pelayanan yang berkualitas berpotensi akan menghasilkan pendapatan dan kesuksesan acara. Dengan demikian semua faktor-faktor tersebut harus diperhatikan, sehingga tingkat keberhasilan acara akan dapat dicapai. Berdasarkan

kerangka berpikir di atas, dapat digambarkan bagan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka pertanyaan penelitian yang dapat diajukan yaitu:

1. Seberapa baik manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu?
2. Seberapa baik kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran (*mixed methods*).

Rancangan penelitian metode campuran (*mixed methods research design*) adalah salah satu prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mencampur metode kuantitatif dan kualitatif dalam suatu penelitian atau serangkaian penelitian untuk memahami permasalahan penelitian (Cresswell & Clark, 2014: 64). Sugiyono (2015: 404) menyatakan bahwa metode penelitian kombinasi (*mixed methods*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, reliabel, objektif, dan valid. Metode campuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran konkuren/sewaktu-waktu (*concurrent mixed methods*), yang merupakan penelitian yang menggabungkan antara data kuantitatif dan data kualitatif dalam satu waktu. Penelitian ini untuk mengetahui manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.

Dalam penelitian ini menggunakan strategi metode campuran sekuensial/bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi eksploratoris sekuensial. Dalam penelitian ini pada tahap pertama mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan masalah yang pertama, yakni bagaimana manajemen organisasi yang meliputi pembuatan struktur organisasi ketika *event*

dan program kerja yang bagaimana ketika ingin mengerjakan *event* bola basket di CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu, bentuk pengembangan dari ide ketua pelaksana, ketua divisi sampai dengan para anggotanya. Bagaimana menurut pimpinan CV. Maju Bersama tentang cara pembuatan *event* yang ideal. Menurut Ketua Pelaksana, para ketua divisi, dan anggotanya bagaimana kendala-kendala yang dihadapi ketika *event* bola basket sedang berjalan. Kemudian tahap kedua, mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif dalam hal ini untuk menjawab rumusan masalah yang kedua, yakni bagaimana tingkat pelayanan menurut peserta, peletih dan penonton di *event* bola basket apakah *event* bola basket yang dijalankan CV. Maju Bersama sudah berjalan dengan baik. metode kuantitatif dilakukan dengan menyebar angket/*form* untuk mengetahui seberapa tingkat pelayanan dan kepuasan kepada peserta, pelatih dan penonton di *event* Perbasi Cup Kabupaten Indramayu.

B. *Setting Penelitian*

Lokasi penelitian dilaksanakan di GOR Dharma Ayu yang berada di Kabupaten Indramayu. GOR Dharma Ayu tersebut sering digunakan untuk *event* olahraga khususnya bola basket karena letak strategis GOR tersebut di pusat kota Kab.Indramayu. GOR Dharma Ayu sudah menjadi langganan CV. Maju Bersama untuk melaksanakan *event* bola basket. Lomba-lomba yang lain, *Modern Dance* (untuk Umum), *Best Supporter* (dibagi 2 kategori SMP dan SMA), *Three Point Contest* (untuk umum), dan *Best Foto Contest* (untuk umum). Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada bulan Februari-Maret 2021.

C. Sumber Data Penelitian

1. Subjek Penelitian

Hardani, dkk. (2020: 361) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu ketua, panitia *event/pengurus*, peserta, dan penonton pada Kejuaraan bola basket PERBASI CUP yang diadakan CV. Maju Bersama.

Tabel 1. Rincian Subjek Penelitian

No	Subjek	Jumlah
1	Ketua CV. Maju Bersama	1
2	Panitia <i>event/pengurus</i>	12
3	Peserta	44
4	Penonton	59

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling* (Hardani, dkk. 2020: 363). Sampel penelitian merupakan bagian kecil yang diambil dari anggota populasi, sehingga dapat digunakan untuk mewakili populasi itu sendiri. Adapun teknik yang digunakan untuk mengambil sampel penelitian ini dengan teknik *random sampling*.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data, sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015: 58) pengertian objek penelitian sebagai berikut: “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dimana pada penelitian ini, peneliti akan meneliti lebih lanjut mengenai manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu.

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Arikunto (2013: 175), menjelaskan bahwa metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam menggunakan metode tersebut, peneliti memerlukan instrumen, yaitu “alat bantu” agar pekerjaan mengumpulkan data menjadi lebih mudah. Alat bantu yang dimaksud meliputi: tes, angket atau kuesioner, *interview* atau wawancara, observasi, dan dokumentasi. Arikunto (2013: 149) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat dan fasilitas yang digunakan pada waktu penelitian dengan menggunakan suatu metode. Instrumen dalam penelitian ini yaitu wawancara dan angket, selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Moleong (2015: 186) menyatakan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang megajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas

pertanyaan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengetahui hal-hal yang akan diteliti secara mendalam. Pada tahap ini, wawancara dilakukan pada petinggi perusahaan, ketua pelaksana, ketua divisi, dan para anggotanya. Adapun instrumen wawancara pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Kisi-Kisi Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bidang apa saja yang ada pada struktur organisasi CV. Maju Bersama?	
2	Apakah yang menjadi kelemahan pada pengorganisasian CV. Maju Bersama?	
3	Apa saja yang menjadi kendala dalam menjalankan event olahraga khususnya <i>event</i> bola basket pada CV. Maju Bersama dan bagaimana cara mengatasinya?	
4	Apa saja program kerja yang ada pada CV. Maju Bersama?	
5	Bagaimana CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan event bola basket?	
6	Jika target tercapai/ tidak tercapai bagaimana respon ketua pelaksana?	
7	Apa yang masih dirasa kurang terkait kualitas layanan CV. Maju Bersama?	

2. Angket

Arikunto (2013: 168), menyatakan bahwa angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa, sehingga responden tinggal memberikan tanda *check list* (✓) pada kolom atau tempat yang sesuai, dengan angket langsung menggunakan skala bertingkat. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban. Kuesioner atau angket dalam penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas pelayanan *event* PERBASI CUP yang diadakan oleh CV. Maju Bersama.

Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Alternatif Jawaban Angket

Pernyataan	Alternatif Pilihan			
	SS	S	TS	STS
Positif	1	2	3	4
Negatif	4	3	2	1

Instrumen selanjutnya dikonsultasikan kepada ahli atau dosen pembimbing guna memperoleh masukan dari dosen pembimbing atau ahli. Sesudah melakukan serangkaian konsultasi dan diskusi mengenai instrumen penelitian yang digunakan (angket penelitian), maka instrumen tersebut dinyatakan layak dan siap untuk digunakan.

Instrumen dalam penelitian ini sebelumnya dilakukan validasi kepada dua dosen ahli, yaitu Bapak Dr. Sigit Nugroho, M.OR., dan Bapak Dr. Abdul Alim, M.Or. Kisi-kisi instrumen manajemen organisasi dan kualitas pelayanan disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Manajemen Organisasi

Variabel	Faktor	Butir	
		Positif	Negatif
Manajemen Organisasi CV. Maju Bersama	Perencanaan	2, 3, 4, 7, 9, 10	1, 5, 6, 8, 11, 12
	Pengorganisasian	14, 15, 16,	13, 17, 18
	Pengarahan	19, 21, 22, 24	20, 23, 25, 26
	Pengendalian	28, 29, 32, 33	27, 30, 31, 34
Jumlah		34	

Kisi-kisi instrumen kualitas pelayanan disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Pelayanan

Variabel	Faktor	Butir	
		Positif	Negatif
Kualitas Pelayanan CV. Maju Bersama	<i>Reliability</i> (keandalan)	3, 5, 6	1, 2, 4
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	7, 9, 10, 12,	8, 11, 13
	<i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian)	14, 18, 19, 21, 22	15, 16, 17, 20, 23
	<i>Empathy</i> (penghargaan/perhatian)	24, 26, 29	25, 27, 28
	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	31, 33, 36, 38, 39, 40	30, 32, 34, 35, 37
Jumlah		40	

Rangkuman teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Teknik Pengumpulan Data dan Jumlah Responden

No	Subjek	Jumlah	Instrumen
1	Ketua CV Maju Bersama	1	Wawancara
2	Panitia event/pengurus	12	Angket Manajemen Organisasi
3	Peserta	44	Angket Kualitas Pelayanan
4	Penonton	59	Angket Kualitas Pelayanan

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Arikunto (2013: 96) menyatakan bahwa “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen”. Nilai r_{xy} yang diperoleh akan dikonsultasikan dengan harga *product moment* ($df = n-1$) pada taraf signifikansi 0,05 (Ananda & Fadli, 2018: 122). Jika $r_{xy} > r_{tab}$ maka item tersebut dinyatakan valid. Rangkuman hasil uji validitas disajikan pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Validitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Manajemen Organisasi	0,593-0,898	0,553	34 Butir valid
2	Kualitas Pelayanan	0,195-0,705	0,193	40 butir valid

(Hasil selengkapnya disajikan pada lampiran halaman)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen mengacu pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2013: 41). Analisis keterandalan butir hanya dilakukan pada butir yang dinyatakan sah saja dan bukan semua butir yang belum diuji. Untuk memperoleh reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto, 2013: 47). Rangkuman hasil uji reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Manajemen Organisasi	0,983	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,906	Reliabel

(Hasil selengkapnya disajikan pada lampiran halaman)

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data sehingga data-data tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Penelitian ini terdapat dua teknik analisis data, yaitu kuantitatif dan kualitatif, dijelaskan sebagai berikut.

1. Analisis Kuantitatif

Teknik analisis data dalam kuantitatif menggunakan teknik analisis data deskriptif persentase (Sugiyono, 2015: 112). Rumus sebagai berikut (Sudijono, 2015: 40):

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase yang dicari (Frekuensi Relatif)

F = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Widoyoko (2014: 238) menyatakan bahwa untuk menentukan kriteria skor dengan menggunakan Penilaian Acuan Norma (PAN) ideal pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Norma Kategori Penilaian

No	Interval	Kategori
1	$Mi + 1,8 Sbi < X$	Sangat Baik
2	$Mi + 0,6 Sbi < X \leq Mi + 1,8 Sbi$	Baik
3	$Mi - 0,6 Sbi < X \leq Mi + 0,6 Sbi$	Cukup
4	$Mi - 1,8 Sbi < X \leq Mi - 0,6 Sbi$	Kurang
5	$X \leq Mi - 1,8 Sbi$	Sangat Kurang

(Sumber: Widoyoko, 2014: 238)

Keterangan:

X = rata-rata

Mi = $\frac{1}{2}$ (skor maks ideal + skor min ideal)

Sbi = $\frac{1}{6}$ (skor maks ideal – skor min ideal)

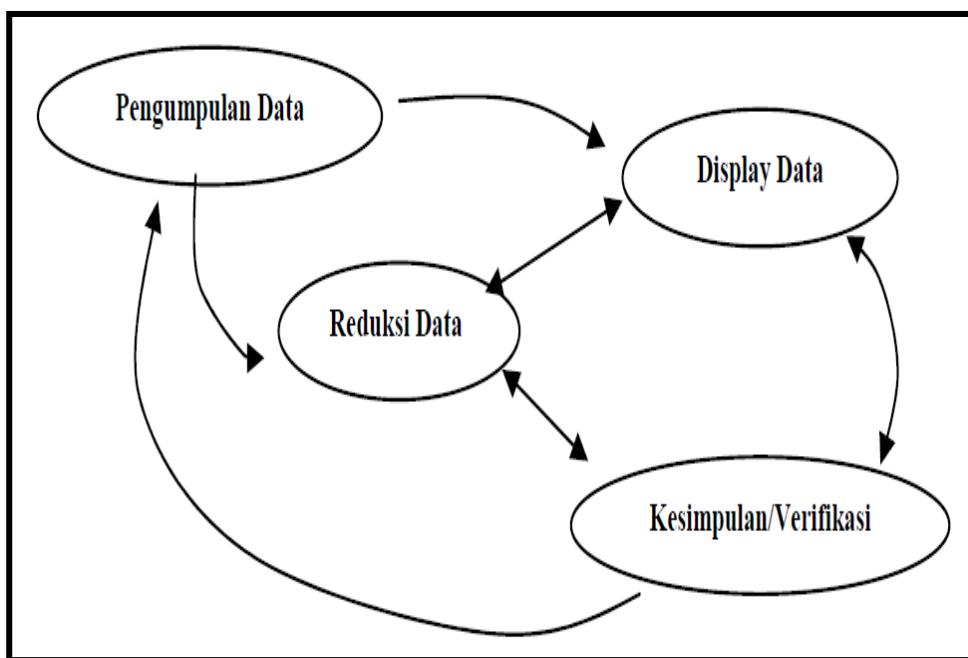
Skor maks ideal = skor tertinggi

Skor min ideal = skor terendah

2. Analisis Kualitatif

Bogdan dan Biklen (Moleong, 2015: 248) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilih-milih menjadi kesatuan, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola,

menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Sugiyono (2015: 245) menyatakan dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Miles & Huberman (Sugiyono, 2015: 246-253) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*. Langkah-langkah analisis ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 2. Komponen dalam Analisis Data (*Interactive Model*)
Sumber: Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015: 338)

Gambar 2 di atas, dapat dijelaskan tentang analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh di lapangan dikumpulkan dan dicatat atau dibuat transkip. Selanjutnya data tersebut dikonsultasikan dengan pembimbing (*peer de briefing*). Setelah semua data terkumpul dilakukan pengkodingan.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan masih bersifat komplek, rumit dan banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Data yang diperoleh harus segera dianalisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015: 249) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk naratif.

4. Penarikan Kesimpulan

Data disimpulkan berdasarkan validitas data melalui triangulasi. Setelah diverifikasi berdasarkan keabsahan data melalui triangulasi maka hanya data yang valid untuk dibahas dan disimpulkan. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penaikan kesimpulan.

G. Keabsahan Data

Triangulasi merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data dengan sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2015: 274). Apabila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

Tanzeh (2018: 120) menjelaskan bahwa ada beberapa standar atau kriteria guna menjamin keabsahan data kualitatif, antara lain sebagai berikut.

1. *Standar kredibilitas*, apa hasil penelitian memiliki kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta yang ada di lapangan perlu dilakukan: (1) memperpanjang keterlibatan peneliti di lapangan, (2) melakukan observasi terus-menerus dan sungguh-sungguh, ninja peneliti dapat mendalami fenomena yang ada, (3) lakukan triagulasi (metoda, isi, dan proses), (4) melibatkan atau diskusi dengan teman sejawat, (5) melakukan kajian atau analisis kasus negatif, dan (6) melacak kesesuaian dan kelengkapan hasil analisis.
2. *Standar transferabilitas*, merupakan standar yang dinilai oleh pembaca laporan. Suatu hasil penelitian dianggap memiliki transferabilitas tinggi apabila pembaca laporan memiliki pemahaman yang jelas tentang fokus dan isi penelitian.
3. *Standar dependabilitas*, adanya pengecekan atau penilaian ketepatan peneliti di dalam mengkonseptualisasikan data secara ajeg. Konsistensi peneliti dalam

keseluruhan proses penelitian menyebabkan pendidik ini dianggap memiliki dependabilitas tinggi.

4. *Standar konfirmabilitas*, lebih terfokus pada pemeriksaan dan pengecekan (*checking and audit*) kualitas hasil penelitian, apakah benar hasil penelitian didapat dari lapangan. Audit konfirm mobilitas umumnya bersamaan dengan audit dependabilitas

Penelitian ini menggunakan dua macam/jenis triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Keduanya digunakan bersama dengan tujuan agar data yang dihasilkan benar-benar dapat dipercaya. Pada triangulasi teknik peneliti mengabungkan data hasil observasi dan wawancara. Pada triangulasi sumber peneliti mengabungkan data dari berbagai sumber diantaranya subjek penelitian yaitu panitia *event*, pengurus, peserta, penonton.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

Mengelola suatu kegiatan merupakan bagian penting bagi sebuah perusahaan, sehingga pelaksanaan *event* perusahaan tersebut diharapkan terselenggara secara baik dan lancar sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Mempermudah terlaksananya *event-event* tersebut maka biasanya perusahaan mempercayakan pengelolaan pada perusahaan *event organizer*. *Event organizer* adalah istilah untuk penyedia jasa profesional penyelenggara acara. Pada dasarnya, tugas dari *event organizer* adalah membantu *client* nya untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Bisa jadi hal ini karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki *client*, namun penggunaan jasa *event organizer* juga dimungkinkan dengan alasan agar penyelenggaranya profesional, sehingga hasilnya lebih bagus daripada bila dikerjakan sendiri.

CV. Maju Bersama adalah sebuah perusahan *event organizer* yang menyediakan pelayaan jasa *sport event organizer* yang ada di Kabupaten Indramayu. CV. Maju Bersama bertanggung jawab terhadap berjalannya kejuaraan bola basket yang ada di Kabupaten Indramayu. CV. Maju Bersama berdiri pada tanggal 8 Februari 2018. Adapun visi dan misi CV. Maju Bersama adalah sebagai berikut:

- a. Visi : Menjadi perusahaan *event organizer* olahraga terdepan dan terkemuka di Indonesia melalui pelayanan yang kreatif dan memberikan solusi pada semua klien.
- b. Misi : Memberikan kepuasan bagi setiap klien yang telah memberikan kepercayaan dengan kerja keras serta memberikan ide-ide kreatif dan inovatif dengan senantiasa melakukan perbaikan secara berkelanjutan

Struktur organisasi CV. Maju Bersama saat mengadakan *event* Perbasi Cup tahun 2019 sebagai berikut:

Pembina	: Ketua Perbasi Pengcab Indramayu Direktur CV Maju Bersama
Ketua Pelaksana	: Herman Indra Susanto
Wakil Ketua Pelaksana	: Dicky Dwi Putranto
Sekretaris	: Yosep Permana
Bendahara	: Ibnu Alwan
Ketua Divisi Pertandingan	: Asa Adha Maulana
Ketua Divisi Perlengkapan	: Edy Suwardi
Ketua Divisi Acara	: Gusti Dwilaksana
Ketua Divisi wasit	: Aziz Abdul Hakim
Ketua Divisi Keamaan	: Resy Dwi Atmaja
Ketua Divisi PDD	: Tito Arief
Ketua Divisi Kesekretariatan	: Muhammad Fanani Augi
Ketua Divisi Konsumsi	: Erlangga Triambodo
Ketua Divisi P3K	: Egi Sagita Maulana Akbar

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada hasil penilaian responden pada angket yang disebarluaskan melalui *google formulir*. Penilaian pertama untuk mengetahui manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Kabupaten Indramayu dari panitia *event/pengurus* yang diukur menggunakan angket yang berjumlah 34 butir dan terdiri atas empat faktor, yaitu faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Penilaian kedua untuk mengetahui kualitas layanan *event organizer* CV. Maju Kabupaten Indramayu dari peserta dan penonton yang diukur menggunakan angket yang berjumlah 40 butir dan terdiri atas empat faktor, yaitu faktor *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (penghargaan/perhatian), dan *Tangibles* (bukti fisik).

a. Manajemen Organisasi CV. Maju Bersama

Deskriptif statistik manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu didapat skor terendah (*minimum*) 82,00, skor tertinggi (*maksimum*) 125,00, rerata (*mean*) 105,67, nilai tengah (*median*) 106,50, nilai yang sering muncul (*mode*) 119,00, *standar deviasi* (SD) 15,65. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Deskriptif Statistik Manajemen Organisasi *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

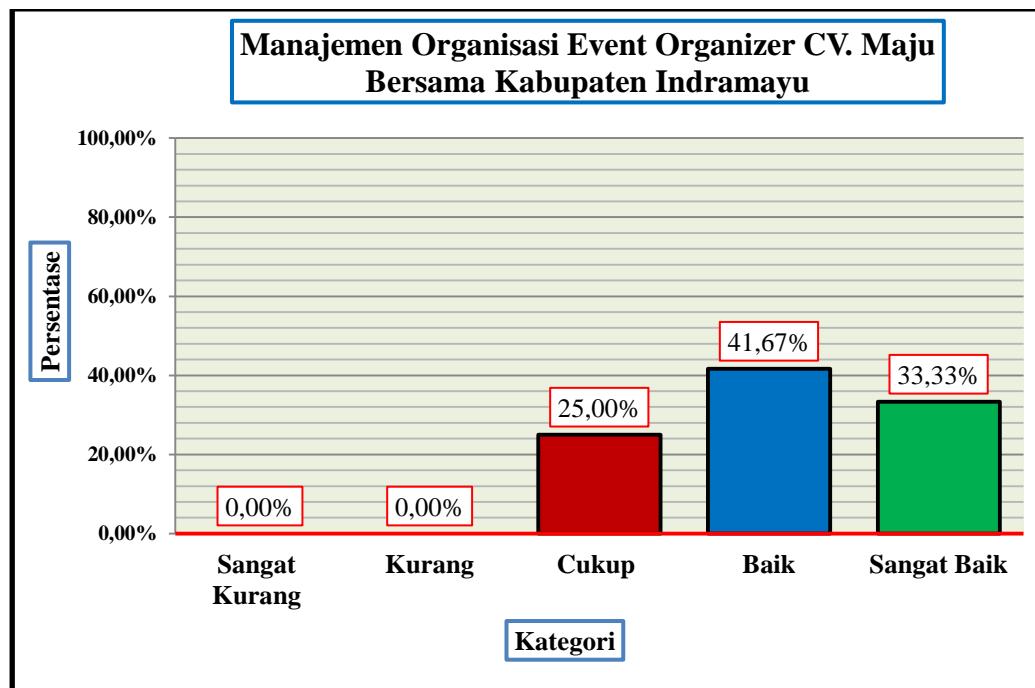
Statistik	
<i>N</i>	12
<i>Mean</i>	105,67
<i>Median</i>	106,50
<i>Mode</i>	119,00 ^a
<i>Std, Deviation</i>	15,65
<i>Minimum</i>	82,00
<i>Maximum</i>	125,00

Apabila ditampilkan dalam bentuk Norma Penilaian, manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu disajikan pada Tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Norma Penilaian Manajemen Organisasi *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	$116 < X$	Sangat Baik	4	33,33%
2	$95 < X \leq 116$	Baik	5	41,67%
3	$74 < X \leq 95$	Cukup	3	25,00%
4	$53 < X \leq 74$	Kurang	0	0,00%
5	$X \leq 53$	Sangat Kurang	0	0,00%
Jumlah			12	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada Tabel 11 tersebut di atas, manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dapat disajikan pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Batang Manajemen Organisasi *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

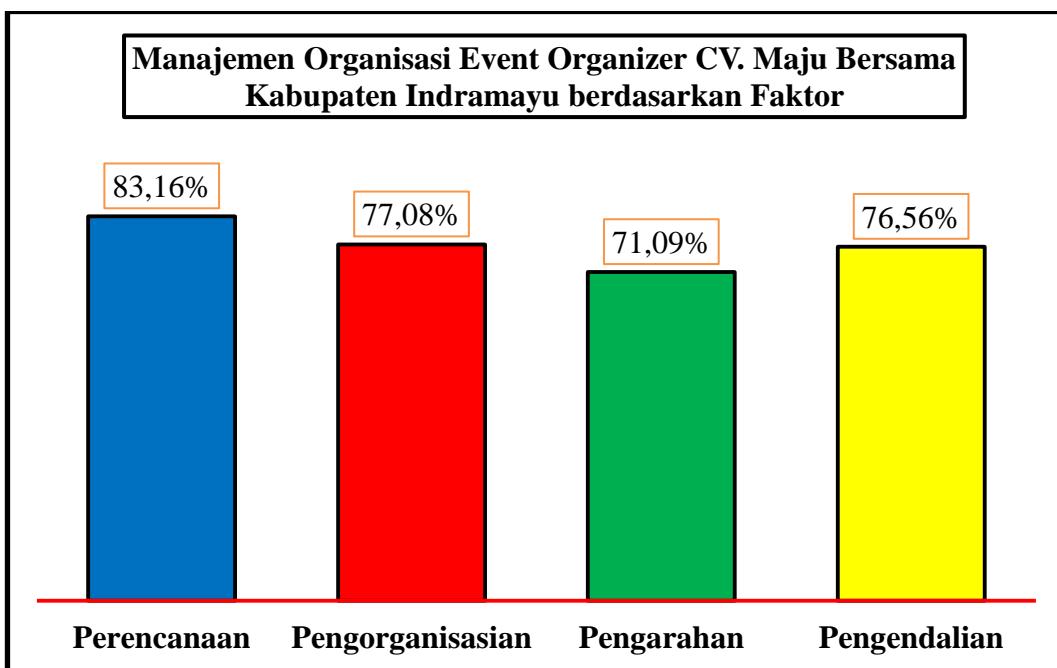
Berdasarkan tabel 11 dan gambar 3 di atas menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berada pada kategori “sangat kurang” sebesar 0,00%, “kurang” sebesar 0,00%, “cukup” sebesar 25,00%, “baik” sebesar 41,67%, dan “sangat baik” sebesar 33,33%. Berdasarkan nilai rata-rata sebesar 105,67, manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berada pada kategori baik.

Selanjutnya penilaian manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dianalisis berdasarkan faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Secara rinci manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian disajikan pada Tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Persentase Penilaian Manajemen Organisasi *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Faktor

Faktor	Skor Riil	Skor Maksimal	%	Kategori
Perencanaan	479	576	83,16%	Sangat Baik
Pengorganisasian	222	288	77,08%	Baik
Pengarahan	273	384	71,09%	Baik
Pengendalian	294	384	76,56%	Baik
Jumlah	1268	1632	77,70%	Baik

Berdasarkan Tabel 12 di atas, apabila ditampilkan dalam bentuk diagram batang, maka persentase manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dapat disajikan pada Gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Batang Manajemen Organisasi *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Faktor

Berdasarkan tabel 12 dan gambar 4 di atas menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor perencanaan sebesar 83,16% dalam kategori sangat baik, faktor pengorganisasian sebesar 77,08% dalam kategori baik, faktor pengarahan sebesar 71,09% dalam kategori baik, dan faktor pengendalian sebesar 76,56% dalam kategori baik. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa faktor perencanaan merupakan faktor dengan persentase paling tinggi dan faktor pengarahan merupakan faktor dengan persentase paling rendah.

Setelah dianalisis berdasarkan faktor, selanjutnya dilakukan analisis penilaian manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir. Hasilnya dijelaskan sebagai berikut:

1) Faktor Perencanaan

Analisis manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor perencanaan berdasarkan butir disajikan pada Tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 13. Persentase Butir berdasarkan Faktor Perencanaan

No Butir	Skor Riil	Skor Maksimal	%	Kategori
1	45	48	93,75%	Sangat Baik
2	46	48	95,83%	Sangat Baik
3	31	48	64,58%	Cukup
4	45	48	93,75%	Sangat Baik
5	45	48	93,75%	Sangat Baik
6	31	48	64,58%	Cukup
7	31	48	64,58%	Cukup
8	45	48	93,75%	Sangat Baik
9	31	48	64,58%	Cukup
10	41	48	85,42%	Baik
11	45	48	93,75%	Sangat Baik
12	43	48	89,58%	Sangat Baik

Berdasarkan hasil pada Tabel 13 di atas, dapat dijelaskan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor perencanaan butir nomor 2 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa Visi yang direncanakan dalam program kerja pada CV. Maju Bersama sangat baik, sedangkan butir nomor 3, 6, 7, dan 9 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa CV. Maju Bersama merencanakan *event* minimal 2 kali dalam satu tahun dalam kategori cukup, Program yang yang direncanakan pada CV. Maju Bersama bertujuan untuk kesejahteraan pemimpin dalam kategori cukup, CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan *event* bola basket secara musyawarah dalam kategori cukup, Calon pengurus baru dipilih sesuai rencana yang dibutuhkan oleh organisasi kategori cukup.

2) Faktor Pengorganisasian

Analisis manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengorganisasian berdasarkan butir disajikan pada Tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengorganisasian

No Butir	Skor Riil	Skor Maksimal	%	Kategori
13	31	48	64,58%	Cukup
14	29	48	60,42%	Cukup
15	43	48	89,58%	Sangat Baik
16	42	48	87,50%	Sangat Baik
17	46	48	95,83%	Sangat Baik
18	31	48	64,58%	Cukup

Berdasarkan hasil pada Tabel 14 di atas, dapat dijelaskan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengorganisasian butir nomor 17 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa CV. Maju Bersama mengatur pengorganisasian pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 14 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa pemberian *Job Description* dalam organisasi CV. Maju Bersama mengacu pada AD/ART dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian Job di CV. Maju Bersama tidak selalu mengacu pada AD/ART, tetapi juga bersifat situasional saat *event* berlangsung.

3) Faktor Pengarahan

Analisis manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengarahan berdasarkan butir disajikan pada Tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 15. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengarahan

No Butir	Skor Riil	Skor Maksimal	%	Kategori
19	31	48	64,58%	Cukup
20	31	48	64,58%	Cukup
21	32	48	66,67%	Cukup
22	44	48	91,67%	Sangat Baik
23	31	48	64,58%	Cukup
24	33	48	68,75%	Cukup
25	41	48	85,42%	Baik
26	30	48	62,50%	Cukup

Berdasarkan hasil pada Tabel 15 di atas, dapat dijelaskan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengarahan butir nomor 22 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa pengambilan keputusan diarahkan oleh Ketua umum dengan musyawarah dan kesepakatan bersama pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 26 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa CV. Maju Bersama mengadakan rapat untuk mengarahkan pengurus dalam setiap kegiatan dalam kategori cukup, karena tidak selalu CV. Maju Bersama mengadakan rapat di setiap kegiatannya.

4) Faktor Pengendalian

Analisis manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengendalian berdasarkan butir disajikan pada Tabel 16 sebagai berikut:

Tabel 16. Persentase Butir berdasarkan Faktor Pengendalian

No Butir	Skor Riil	Skor Maksimal	%	Kategori
27	32	48	66,67%	Cukup
28	31	48	64,58%	Cukup
29	42	48	87,50%	Baik
30	42	48	87,50%	Baik
31	31	48	64,58%	Cukup
32	32	48	66,67%	Cukup
33	41	48	85,42%	Baik
34	43	48	89,58%	Baik

Berdasarkan Tabel 16 di atas, manajemen organisasi *event organizer* CV.

Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengendalian butir nomor 34 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa CV. Maju Bersama menjalin kerukunan dan silahturahmi dengan sesama pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 28 dan 31 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa pengurus CV. Maju Bersama aktif mengikuti rapat evaluasi dalam kategori cukup dan Pengurus CV. Maju Bersama tidak aktif memberikan solusi ketika dihadapkan dengan masalah yang sulit dalam kategori cukup.

b. Kualitas Pelayanan CV. Maju Bersama

Deskriptif statistik kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton selengkapnya dapat dilihat pada tabel 17 sebagai berikut:

Tabel 17. Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu (Peserta dan Penonton)

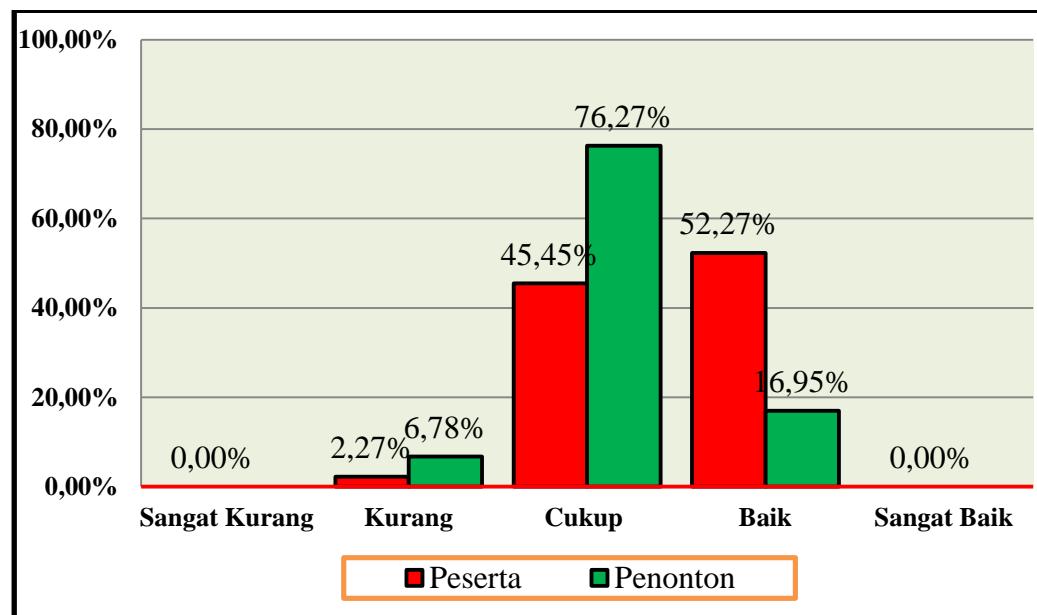
Statistik	Peserta	Penonton
<i>N</i>	44	59
<i>Mean</i>	110,73	103,47
<i>Median</i>	113,00	104,00
<i>Mode</i>	112,00	111,00
<i>Std. Deviation</i>	9,99	9,80
<i>Minimum</i>	85,00	81,00
<i>Maximum</i>	136,00	125,00

Apabila ditampilkan dalam bentuk Norma Penilaian, kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 18 sebagai berikut:

Tabel 18. Norma Penilaian Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu Berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton

No	Interval	Kategori	Peserta		Penonton	
			F	%	F	%
1	$136 < X$	Sangat Baik	0	0,00%	0	0,00%
2	$112 < X \leq 136$	Baik	23	52,27%	10	16,95%
3	$88 < X \leq 112$	Cukup	20	45,45%	45	76,27%
4	$64 < X \leq 88$	Kurang	1	2,27%	4	6,78%
5	$X \leq 64$	Sangat Kurang	0	0,00%	0	0,00%
Jumlah			44	100%	59	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada Tabel 18 tersebut di atas, kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton dapat disajikan pada Gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Batang Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton

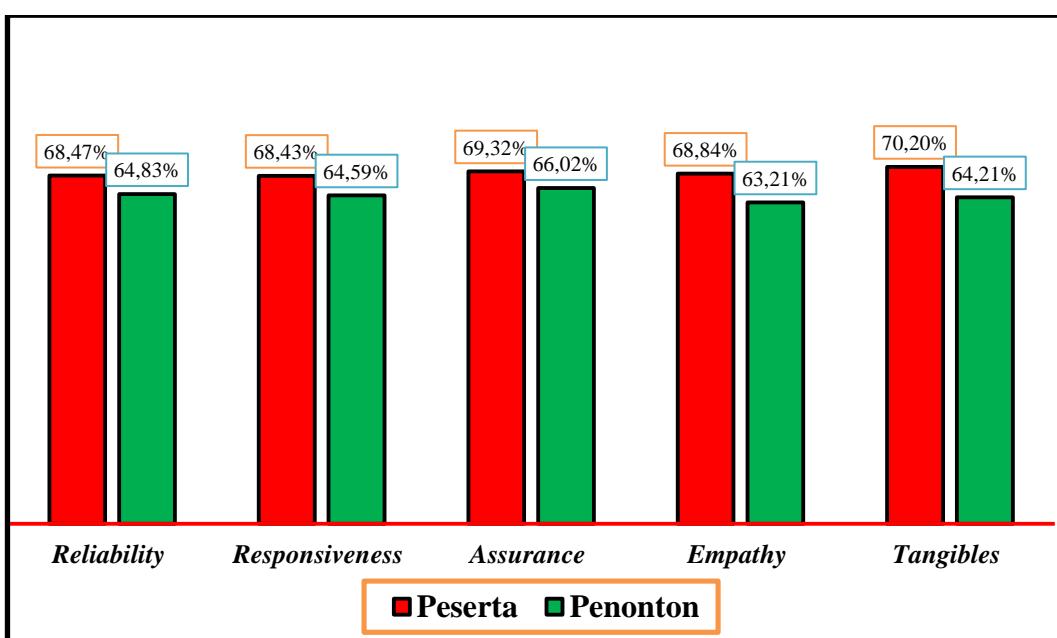
Berdasarkan tabel 18 dan gambar 5 di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta berada pada kategori “sangat kurang” sebesar 0,00%, “kurang” sebesar 2,27%, “cukup” sebesar 45,45%, “baik” sebesar 52,27%, dan “sangat baik” sebesar 0,00%, sedangkan berdasarkan penilaian penonton berada pada kategori “sangat kurang” sebesar 0,00%, “kurang” sebesar 6,78%, “cukup” sebesar 76,27%, “baik” sebesar 16,95%, dan “sangat baik” sebesar 0,00%. Berdasarkan nilai rata-rata, kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton berada pada kategori cukup.

Selanjutnya penilaian kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dari penilaian peserta dan penonton dianalisis berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (penghargaan/perhatian), dan *Tangibles* (bukti fisik) disajikan pada Tabel 19 sebagai berikut:

Tabel 19. Persentase Penilaian Faktor Kualitas Pelayanan *Event Organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu Berdasarkan Penilaian Peserta dan Penonton

Faktor	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
<i>Reliability</i>	723	1056	68,47%	918	1416	64,83%
<i>Responsiveness</i>	843	1232	68,43%	1067	1652	64,59%
<i>Assurance</i>	1220	1760	69,32%	1558	2360	66,02%
<i>Empathy</i>	727	1056	68,84%	895	1416	63,21%
<i>Tangibles</i>	1359	1936	70,20%	1667	2596	64,21%
Jumlah	4872	7040	69,20%	6105	9440	64,67%

Berdasarkan Tabel 19 di atas, pabila ditampilkan dalam bentuk diagram batang, maka persentase kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dari penilaian peserta dan penonton dianalisis berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (penghargaan/perhatian), dan *Tangibles* (bukti fisik) dapat disajikan pada Gambar 6 sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Batang Penilaian Faktor Kualitas Pelayanan Event Organizer CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan Peserta dan Penonton

Berdasarkan tabel 19 dan gambar 6 di atas menunjukkan bahwa persentase kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dari penilaian peserta dan penonton dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan) dari penilaian peserta sebesar 68,47% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,83% masuk kategori cukup.

- 2) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Responsiveness* (daya tanggap)dari penilaian peserta sebesar 68,43% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,59% masuk kategori cukup.
- 3) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Assurance* (jaminan dan kepastian) dari penilaian peserta sebesar 69,32% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 66,02% masuk kategori cukup.
- 4) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Empathy* (penghargaan/perhatian) dari penilaian peserta sebesar 68,84% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 63,21% masuk kategori cukup.
- 5) Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Tangibles* (bukti fisik) dari penilaian peserta sebesar 70,20% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,21% masuk kategori cukup.

Setelah dianalisis berdasarkan faktor, selanjutnya dilakukan analisis penilaian kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir dari penilaian peserta dan penonton. Hasilnya dijelaskan sebagai berikut:

1) Faktor *Reliability* (Keandalan)

Analisis kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Reliability* dari penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 20 sebagai berikut:

Tabel 20. Persentase Butir berdasarkan Faktor *Reliability*

No Butir	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
1	118	176	67,05%	161	236	68,22%
2	125	176	71,02%	148	236	62,71%
3	118	176	67,05%	161	236	68,22%
4	120	176	68,18%	157	236	66,53%
5	121	176	68,75%	142	236	60,17%
6	121	176	68,75%	149	236	63,14%

Berdasarkan hasil pada Tabel 20 di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Reliability* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa prosedur pelayanan pada CV. Maju Bersama cukup baik, panitia dalam menanggapi keluhan dirasakan oleh peserta baik namun penonton merasa cukup, panduan pertandingan yang disediakan panitia cukup baik, keramahan panitia kepada pengunjung maupun peserta tim cukup baik, panitia dalam memberikan respon yang tepat terhadap kebutuhan pengunjung maupun anggota tim cukup baik, dan pendataan yang dilakukan panitia terhadap pengunjung maupun anggota tim cukup baik.

2) Faktor *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Analisis kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Responsiveness* dari penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 21 sebagai berikut:

Tabel 21. Persentase Butir berdasarkan Faktor *Responsiveness*

No Butir	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
7	122	176	69,32%	153	236	64,83%
8	118	176	67,05%	161	236	68,22%
9	121	176	68,75%	157	236	66,53%
10	125	176	71,02%	144	236	61,02%
11	122	176	69,32%	154	236	65,25%
12	119	176	67,61%	149	236	63,14%
13	116	176	65,91%	149	236	63,14%

Berdasarkan hasil pada Tabel 21 di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Responsiveness* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa pelayanan Pada CV. Maju Bersama dimulai tepat waktu dalam kategori cukup baik, tanggapan pegawai terhadap keluhan cukup baik, kedisiplinan ketepatan waktu saat pertandingan cukup baik, Panitia membantu peserta/pelatih/penonton yang kesulitan berdasarkan peserta baik, sedangkan berdasarkan penonton cukup baik, Komunikasi antara panitia kepada peserta/pelatih/penonton cukup baik, Pelayanan administrasi cukup baik, Penyampaian informasi yang diberikan cukup jelas.

3) Faktor Assurance (Jaminan dan Kepastian)

Analisis kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor Assurance dari penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 22 sebagai berikut:

Tabel 22. Persentase Butir berdasarkan Faktor Assurance

No Butir	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
14	120	176	68,18%	140	236	59,32%
15	118	176	67,05%	161	236	68,22%
16	118	176	67,05%	161	236	68,22%
17	118	176	67,05%	161	236	68,22%
18	129	176	73,30%	160	236	67,80%
19	124	176	70,45%	155	236	65,68%
20	122	176	69,32%	153	236	64,83%
21	122	176	69,32%	154	236	65,25%
22	128	176	72,73%	151	236	63,98%
23	121	176	68,75%	162	236	68,64%

Berdasarkan hasil pada Tabel 22 di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor Assurance dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa CV. Maju Bersama memberikan jaminan yang cukup menguntungkan, kesopanan dan keramahan panitia cukup baik, Jadwal pertandingan yang diberikan panitia cukup tepat waktu, keterlambatan panitia dalam menyiapkan pertandingan/*event* dalam kategori cukup baik, pertolongan pertama pada peserta yang mengalami cedera penanganannya berdasarkan peserta baik, sedangkan berdasarkan penonton cukup baik, persyaratan tim menjadi peserta atau persyaratan masyarakat menjadi penonton cukup mudah, Informasi jadwal pertandingan yang diberikan panitia cukup mudah didapatkan.

Selanjutnya harga tiket masuk/harga pendaftaran tim yang terbilang cukup murah, *Event* Perbasi Cup memberikan konsep yang selalu baru berdasarkan penilaian peserta baik, sedangkan berdasarkan penonton cukup baik, dan konsep *event* Perbasi Cup dari CV. Maju Bersama cukup kreatif.

4) Faktor *Empathy* (Penghargaan/Perhatian)

Analisis kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Empathy* dari penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 23 sebagai berikut:

Tabel 23. Persentase Butir berdasarkan Faktor *Empathy*

No Butir	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
24	127	176	72,16%	148	236	62,71%
25	122	176	69,32%	154	236	65,25%
26	123	176	69,89%	163	236	69,07%
27	119	176	67,61%	152	236	64,41%
28	112	176	63,64%	146	236	61,86%
29	124	176	70,45%	132	236	55,93%

Berdasarkan hasil pada Tabel 23 di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Empathy* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta merasa Panitia CV. Maju Bersama memberikan kemudahan pelayanan baik, sedangkan penonton cukup baik, Panitia membiarkan peserta/pengunjung menunggu cukup lama, Panitia mengarahkan tim yang akan bertanding atau penonton cukup baik, Biaya pendaftaran tim atau harga tiket cukup mahal, Acara yang diberikan panitia cukup menarik, Panitia cukup mudah ditemui untuk menerima keluhan atau masukan.

5) Faktor *Tangibles* (Bukti Fisik)

Analisis kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Tangibles* dari penilaian peserta dan penonton disajikan pada Tabel 24 sebagai berikut:

Tabel 24. Persentase Butir berdasarkan Faktor *Tangibles*

No Butir	Peserta			Penonton		
	Skor Riil	Skor Maks	%	Skor Riil	Skor Maks	%
30	129	176	73,30%	160	236	67,80%
31	120	176	68,18%	161	236	68,22%
32	131	176	74,43%	137	236	58,05%
33	120	176	68,18%	140	236	59,32%
34	122	176	69,32%	147	236	62,29%
35	129	176	73,30%	160	236	67,80%
36	118	176	67,05%	161	236	68,22%
37	119	176	67,61%	141	236	59,75%
38	123	176	69,89%	155	236	65,68%
39	126	176	71,59%	152	236	64,41%
40	122	176	69,32%	153	236	64,83%

Berdasarkan hasil pada Tabel 24 di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Tangibles* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta merasa CV. Maju Bersama memiliki fasilitas fisik yang memadai, sedangkan penonton merasa cukup, CV. Maju Bersama memiliki peralatan pelayanan cukup memadai, Kondisi GOR yang digunakan memenuhi standar, kondisi perlengkapan pertandingan dalam keadaan cukup baik, Lahan tempat parkir cukup luas, kondisi toilet/WC bersih, lokasi GOR yang cukup strategis, tribun penonton cukup layak digunakan, penataan alat perlengkapan *event* cukup baik, kondisi ruang ganti nyaman, dan penampilan panitia cukup rapi.

3. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan dengan Ketua CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu untuk mendapatkan informasi tentang manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu. Data wawancara ini juga digunakan sebagai triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Hasil wawancara dengan Ketua CV. Maju Bersama terkait manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dijelaskan sebagai berikut:

CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu mempunyai beberapa bidang dalam struktur organisasinya, seperti yang diungkapkan Ketua Umum, bahwa:

Bidang yang ada di struktur organisasi CV. Maju Bersama hanya ada direktur dan *commenditer* saja (Wakil direktur). Hanya untuk struktur organisasi secara lengkap hanya ada ketika *event/pekerjaan* yang lain saja. Contoh struktur organiasasi ketika *event* Bola Basket meliputi Ketua Pelaksana, Wakil Ketua Pelaksana, Sekertaris, Bendahara, Ketua Divisi Pertandingan, Ketua Divisi Keamanan, Ketua Divisi Perlengkapan, Ketua Divisi Acara, Ketua Divisi Wasit, Ketua Divisi PDD, Ketua Divisi Perizinan dan kesekertariatan, Ketua Divisi Konsumsi, dan Ketua Divisi Kesehatan/P3K.

CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dalam menjalankan tugasnya selalu dengan maksimal, tetapi masih ada beberapa kelemahan dan kendala yang dialami, seperti yang diungkapkan Ketua Umum, bahwa:

- a. Kurangnya SDM yang kompeten menjadi faktor pertama kelemahan pengorganisasian pada CV. Maju Bersama.

- b. Pembagian ketua/anggota yang ditunjuk menjadi penanggung jawab/ketua divisi kurang tepat, sehingga membuat *event* menjadi terhambat.
- c. Koordinasi menyeluruh sukar dilaksanakan antara ketua pelaksana, ketua divisi hingga anggota, sehingga sering menyebabkan salah miskomunikasi ketika *event* bola basket.
- d. Kurangnya kedisiplinan anggota menimbulkan konflik antar anggota.

Kendala CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dalam menjalankan *event* bola basket yaitu:

- a. Memilih orang yang kompeten dalam bidangnya.
- b. Menunggu proses perizinan *event* keluar dari kepolisian (kadang suka lama keluar dengan alas an pimpinan pemberi izin sedang berada di luar kota, dan lain-lain)
- c. Persiapan dengan waktu yang mepet/ kendala GOR masih dipakai acara lain mengakibatkan perencanaan dan pemasangan alat tidak tepat waktu.
- d. Persiapan dari divisi acara belum matang.
- e. Ketua pelaksana sering menaruh orang yang salah untuk menjadi ketua divisi, sehingga membuat acara tidak berjalan dengan semestinya.

Ketua umum CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu mempunyai beberapa kiat untuk mengatasinya, misalnya untuk mencari orang yang benar-benar ahli dibidangnya sangat sulit contohnya dalam divsisi acara, sehingga panitia yang lain harus membantu jika divisi acara membutuhkan tambahan personil. Perizinan kepolisian biasanya sudah meminta izin dari jauh-jauh hari supaya menghindari hal yang tidak diingkan seperti yang di atas.

CV. Maju Bersama mempunyai beberapa program kerja tidak hanya menangani *event* bola basket, tetapi ada beberapa hal lain, diantaranya yaitu:

- a. *Event* bola basket yang rutin dikerjakan setahun tiga kali yang terdiri atas:
 - 1) Perbasi Cup Season 1 dan 2 yang diadakan pada awal tahun dan akhir tahun.

- 2) Maju Bersama Cup yang mana ini open turnamen yang bisa diikuti oleh seluruh sekolah yang ada di Jawa Barat. Biasanya diadakan dipertengahan tahun.
- b. Karena CV. Maju Bersama perusahan dengan beberapa bidang yang terdiri atas:
 - 1) Biro Wisata (*Tour and Travel*)
 - 2) Pengadaan barang & jasa
 - 3) *Event Organizer*
 - 4) Penyedia jasa kontruksi

Program setiap tahunnya menjadi tidak tentu hanya saja untuk *event* bola basket, CV. Maju Bersama sudah kontrak dengan Perbasi Indramayu sampai tahun 2022, sehingga pertandingan bola basket di Indramayu sampai tahun 2022 masih dikelola oleh CV. Maju Bersama.

CV. Maju Bersama dalam merencanakan program pembuatan *event* bola basket diawali dengan Direktur dan pimpinan perbasi mengadakan rapat bersama jajaran pengurus perbasi yang lain untuk membicarakan penyelenggaran *event* Perbasi Cup. Dalam rapat itu biasanya membahas tanggal pelaksanaan, regulasi pertandingan, struktur kepanitiaan, acara yang diinginkan dan anggaran biaya event. Rapat biasanya diadakan dua bulan paling lama sebelum *event* atau paling lambatnya satu bulan sebelum *event*, sebagian pengurus perbasi juga menjadi bagian kepanitiian ketika *event* Perbasi Cup.

Berdasarkan hasil penilaian peserta dan penonton terkait kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu masih dalam

kategori cukup. Hal tersebut juga disadari oleh Ketua Umum, yaitu kurangnya kreativitas jajaran kepanitiaan yang membuat acara menjadi monoton. Padahal penonton bola basket di Indramayu didominasi pelajar seharusnya panitia membuat acara yang meriah supaya menarik para pelajar untuk menonton. Fasilitas GOR yang kurang memadai. Contohnya lapangan yang sudah tidak layak dipakai, toilet yang kotor, ruang ganti pakaian yang sudah tidak dapat terpakai, tribun penonton yang kotor. GOR ini kaitannya dengan pemerintah daerah karena yang mengelola GOR Dharma Ayu adalah Dispora setempat.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu. Hasil analisis dijelaskan sebagai berikut:

1. Manajamen Organisasi CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dalam kategori baik. Manajemen dan organisasi merupakan dua sisi mata uang yang tak terpisahkan. Keberadaan organisasi merupakan wadah bagi manajemen, tetapi manajemen pula yang menentukan gerak dan napas organisasi. Artinya organisasi tidak dapat digerakkan tanpa manajemen dan sebaliknya manajemen hanya dapat diimplementasikan dalam organisasi. Dijelaskan mengenai definisi manajemen, yaitu: "management as being responsible for the attainment of objectives, taking place within a structured organization and with prescribed roles" (Mullins, dalam Rifa'i & Fadhli, 2013: 13).

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan dan keterampilan agar aktivitas lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh sebab itu, tidak akan ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen yang baik (Kautsar, dkk. 2018: 42).

Tujuan umum manajemen manusia adalah untuk memastikan bahwa organisasi mampu mencapai keberhasilan. Sistem ini dapat menjadi sumber kapabilitas organisasi yang memungkinkan organisasi dapat belajar dan menggunakan kesempatan untuk peluang yang ada. Kegiatan manajemen selalu saja melibatkan alokasi dan pengawasan uang, sumberdaya manusia, dan fisik untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sebagai ilmu, manajemen memiliki pendekatan distemik yang selalu digunakan dalam memecahkan masalah. Pendekatan manajemen bertujuan untuk menganalisis proses, membangun kerangka konseptual kerja, mengidentifikasi prinsip-prinsip yang mendasarinya dan membangun teori manajemen dengan menggunakan pendekatan tersebut. Karena itu, manajemen adalah proses universal berkenaan dengan adanya jenis lembaga, berbagai posisi dalam lembaga, atau pengalaman pada lingkungan yang beragam luasnya antara berbagai persoalan kehidupan. Apa sebenarnya teori manajemen? Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa: "teori manajemen adalah sebagai suatu cara pengorganisasian pengalaman bahwa dalam praktiknya dapat dibuktikan melalui penelitian, percobaan pengalaman dan prinsip-prinsip serta

pengajaran hal-hal fundamental dalam proses manajemen (Rifa'i & Fadhli, 2013: 15).

Penilaian manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dianalisis berdasarkan faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Secara rinci manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor Perencanaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor perencanaan sebesar 83,16% dalam kategori sangat baik. Fauzi & Irviani (2018: 15) menjelaskan perencanaan yaitu fungsi seseorang manajer yang berhubungan dengan pemilihan dari sekumpulan kegiatan dan pemasatan tujuan-tujuan, kebijaksanaan-kebijaksanaan, serta program-program yang dilakukan. Perencanaan adalah salah satu fungsi manajemen yang pertama dilakukan, sehingga perencanaan merupakan salah satu syarat mutlak untuk dapat dilakukan manajemen yang baik. Dengan perencanaan yang baik berarti kita melakukan tindakan yang baik dan ekonomis (Gede & Sudarmada, 2014: 29).

Proses perencanaan merupakan aspek yang paling penting dan krusial dalam penyelenggaraan *event* karena dapat mempengaruhi kegagalan dan keberhasilan sebuah *event*. Noor (2018: 131), menyatakan bahwa banyak hal tak terduga yang mungkin dapat terjadi pada pelaksanaan *event*, dan sangat jarang dapat

diprediksi oleh pihak penyelenggara sehingga perlu proses perencanaan yang baik dan pertimbangan berulang kali.

Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor perencanaan butir nomor 2 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa Visi yang direncanakan dalam program kerja pada CV. Maju Bersama sangat baik. Butir nomor 3, 6, 7, dan 9 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa CV. Maju Bersama merencanakan *event* minimal 2 kali dalam satu tahun dalam kategori cukup, Program yang yang direncanakan pada CV. Maju Bersama bertujuan untuk kesejahteraan pemimpin dalam kategori cukup, CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan *event* bola basket secara musyawarah dalam kategori cukup, Calon pengurus baru dipilih sesuai rencana yang dibutuhkan oleh organisasi dalam kategori cukup.

b. Faktor Pengorganisasian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor pengorganisasian sebesar 77,08% dalam kategori baik. Pengorganisasian adalah fungsi manajemen dan merupakan proses yang dinamis yang menjadi alat atau wadah yang statis (Fauzi & Irviani, 2018: 25). Tisna & Sudarmada (2014: 53) pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan perilaku yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien dan memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas guna mencapai tujuan tertentu.

Siagian (2015: 105) mengemukakan bahwa “pelaksanaan pengorganisasian pada hakikatnya harus bertitik tolak dari pentingnya menjadikan manusia itu sebagai unsur perangsang dan mengurangi kemungkinan timbulnya peranan manusia yang merusak organisasi”. Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengorganisasian butir nomor 17 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa CV. Maju Bersama mengatur pengorganisasian pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 14 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa pemberian *Job Description* dalam organisasi CV. Maju Bersama mengacu pada AD/ART dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian Job di CV. Maju Bersama tidak selalu mengacu pada AD/ART, tetapi juga bersifat situasional saat *event* berlangsung.

c. Faktor Pengarahan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor pengarahan sebesar 71,09% dalam kategori baik. Terry & Leslie (2010: 58) memberikan pengertian “pengarahan membuat semua anggota kelompok agar mau bekerjasama dan bekerja secara ikhlas serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.”. Pengarahan adalah petunjuk atau perintah untuk mempengaruhi dan mengerakan angota dalam kerjasama dengan tujuan sesuai perencanaan organisasi. Pengarahan juga berfungsi untuk mengatur tingkah lakunya sehingga angota tersebut dapat bekerja sama dan bekerja efektif.

Penggerakan organisasi tidak cukup dengan hanya mengintruksikan kepada bawahan untuk bekerjasama dan menegur jika kurang mampu mengerjakan tugas dalam organisasi. Tetapi lebih kepada pembimbingan dalam mengerjakan tugas, karena ketika kapasitas pengetahuan bawahan atau anggotanya luas realisasi dalam pengerjaan tugasnya pun akan tercapai dengan efisien dan efektif. Hal ini dijelaskan oleh Siagian (2015: 75) dalam “*prinsip the ten commandments of human relations*” bahwa “pengembangan kemampuan bawahan sampai tingkat yang maksimal.

Setiap orang di dalam organisasi harus diberikan kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengembangkan kapasitas mentalnya melalui pendidikan, latihan baik yang bersifat latihan jabatan atau *on the job training* maupun yang bersifat *off the job training*. Noor (2018: 105-108) menjelaskan bahwa dalam menjalankan koordinasi, seorang manajer atau penanggung jawab *event* maupun pelaksana dituntut untuk dapat berfikir kritis serta menggunakan kemampuan dan pengalamannya dalam proses menentukan keputusan yang tepat pada situasi apapun.

Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengarahan butir nomor 22 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa pengambilan keputusan diarahkan oleh Ketua umum dengan musyawarah dan kesepakatan bersama pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 26 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa CV. Maju Bersama mengadakan rapat untuk mengarahkan pengurus dalam setiap kegiatan

dalam kategori cukup, karena tidak selalu CV. Maju Bersama mengadakan rapat di setiap kegiatannya.

d. Faktor Pengendalian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor pengendalian sebesar 76,56% dalam kategori baik. Setiap organisasi diharapkan jangan sampai mengalami kegagalan dalam tugas dan fungsinya. Selain itu, maka perlu dilakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program, penggunaan uang, material, waktu dan sumberdaya manusia dalam mencapai tujuan. Daft (2010: 6-9) menyatakan pengawasan (*controlling*) berarti memonitor aktivitas karyawan, menentukan apakah organisasi sejalan dengan tujuannya, dan membuat koreksi jika koreksi diperlukan.

Evaluasi tidak hanya menyangkut pembinaan yang dilaksanakan seperti atlet, pelatih, sarana dan prasarana. Evaluasi juga dilaksanakan secara menyeluruh dalam pendanaan. Laporan pertanggung jawaban penggunaan dana disampaikan dalam forum musyawarah. Bagi anggota dan pengurus ada evaluasi dan laporan pertanggungjawaban terkait dana yang telah dikeluarkan serta digunakan dalam keperluan oprasional yang berkaitan kebutuhan saat kejuaraan maupun pengadaan sarana dan prasarana. Pengawasan dapat juga berupa penilaian sehingga yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud tercapai tujuan yang sudah digariskan semula (Manullang, 2015: 12). Dalam melakukan kegiatan *controlling* ini atasan mengadakan suatu pemeriksaan, mencocokkan dan

mengusahakan supaya kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan tersebut sesuai dengan apa yang telah ditetapkan untuk dicapai.

Siagian (2015: 112) menyatakan bahwa “pengawasan adalah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya”. Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu pada faktor pengendalian butir nomor 34 memperoleh persentase paling tinggi, artinya bahwa CV. Maju Bersama menjalin kerukunan dan silahturahmi dengan sesama pengurus dengan sangat baik, sedangkan butir nomor 28 dan 31 memperoleh persentase paling rendah, artinya bahwa pengurus CV. Maju Bersama aktif mengikuti rapat evaluasi dalam kategori cukup dan Pengurus CV. Maju Bersama tidak aktif memberikan solusi ketika dihadapkan dengan masalah yang sulit dalam kategori cukup.

2. Kualitas Pelayanan CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton berada pada kategori cukup. Peningkatan permintaan akan jasa olah raga dan aktivitas fisik serta peningkatan jumlah perusahaan yang menyediakan layanan ini telah menyebabkan persaingan sektor ini seperti di sektor lainnya. Ini adalah fakta bahwa perusahaan olahraga menghadapi kebutuhan mengembangkan strategi yang berorientasi pada pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Bisnis yang berhasil dalam persaingan bertahan, sedangkan yang gagal akan bertahan dipaksa mundur dari pasar. Situasi

ini menimbulkan dampak kualitas layanan pada pelanggan dan mengarah pada pengembangan upaya berbasis pelanggan untuk memastikan pelanggan kepuasan (Berber & Mollaoğulları, 2020: 3).

Saat ini industri olahraga menjadi lebih global dan kompetitif, Keberhasilan sebuah organisasi olahraga tergantung pada sejauh mana mereka dapat memuaskan pelanggan mereka dengan layanan yang berkualitas. Kualitas layanan telah didefinisikan sebagai "kesan keseluruhan konsumen terhadap inferioritas / superioritas relatif organisasi dan layanannya" (Serrano & Segado, 2015: 68). Membangun kepuasan pelanggan, penyelenggara acara olahraga harus memahami bagaimana memberikan pelayanan kepada pelanggan, inilah yang disebut kualitas layanan. Jika dilihat dari suatu ekonomi. Intinya, layanan yang diberikan harus memenuhi keinginan pelanggan karena layanan akan menentukan bagaimana evaluasi yang diberikan pelanggan terhadap tingkat kepuasannya. Selain itu, dari sudut pandang sosial, layanan harus diberikan kepada pelanggan dengan alasan wajar.

Mengedepankan kualitas layanan berarti melakukan kemampuan standar layanan sebagai professional *event organizer*. Perusahaan jasa tidak cukup hanya memiliki standar layanan saja. Hal yang terpenting yaitu pihak EO patuh terhadap standar layanan perusahaan jasanya, sehingga pencapaian kualitas layanan dapat terjaga. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang menyediakan sistem dukungan pelanggan, penanganan pengaduan, kecepatan dalam menangani pengaduan, kemudahan dalam melaporkan pengaduan, dan keramahan dalam menerima pengaduan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketika pelanggan tidak

mendapatkan pelayanan yang baik ketika mereka melaporkan keluhan, saat itulah mereka mulai beralih ke merek lain. Selain itu, ramah dan sikap sopan penyelenggara acara terkait pelayanan akan memberikan kesan positif yang dapat membuat pelanggan puas. Kualitas pelayanan mempunyai sepuluh syarat yang harus dipenuhi, yaitu kehandalan, daya tanggap, *tangibles*, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, kesopanan, kemampuan untuk memahami pelanggan, dan akses pelanggan ke layanan. Namun jika melihat skala kualitas layanan (SERVQUAL), ada lima dimensi yang harus dipenuhi, diantaranya keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud (Castyana, et al. 2020: 91). Penelitian terkini telah mengeksplorasi nilai yang dirasakan peserta dari suatu acara olahraga. Satu penelitian mengevaluasi nilai yang dirasakan berdasarkan harga, ekonomi, sosial, layanan, hiburan, dan estetika acara olahraga (Musa & Kassim, 2018: 109). Lain Memanfaatkan kelima faktor pengukuran tersebut untuk menganalisis sebuah olahraga nilai yang dirasakan peserta (Lu, et al, 2016: 6; Yang et al., 2014: 4).

Kenyamanan pelanggan mencerminkan tahapan aktivitas konsumen yang terkait dengan pembelian atau pemahaman layanan. Kenyamanan Acara dapat diukur dengan akses masuk dan keluar yang memadai di *venue*, sehingga memudahkan pengunjung untuk masuk dan keluar *venue*. Secara teoritis, kenyamanan layanan mengharapkan untuk membatasi pengorbanan atau kecemasan mental yang diidentifikasi dengan pembelian atau penggunaan layanan, yang bisa bermacam-macam. Kemudahan layanan dalam hal: (a) kenyamanan pilihan, yang diidentifikasi dengan pilihan yang mendasari untuk

mengeluarkan suatu administrasi, aksesibilitas, dan sifat data mengenai spesialis administrasi pinjaman; (b) kenyamanan akses, yang membahas waktu dan dorongan penting untuk memulai penawaran administrasi; (c) kenyamanan terjerat saat dan upaya penting untuk menghadapi apa yang ditawarkan oleh layanan; (d) kenyamanan pertukaran yang diidentifikasi dengan waktu dan tenaga saat memimpin pertukaran; dan (e) kenyamanan setelah waktu dan dorongan mendasar untuk melibatkan kembali kontak dengan asosiasi. Ini menunjukkan bahwa pengorbanan mental dapat memiliki pengaruh sekarang dalam memilih layanan, ketika menunda, atau ketika ingin memahami layanan yang diiklankan. Dengan demikian, pengorbanan non-finansial dapat mencakup waktu yang diperlukan untuk pergi ke kantor dari tempat bisnis atau dari rumah pelanggan, keterbukaan, administrasi transportasi terbuka, akses pemberhentian pribadi, atau signifikansi atau persyaratan untuk tindakan fisik. Sejumlah besar masyarakat umum yang mengabaikan tindakan semacam ini menunjukkan ketiadaan waktu sebagai niat standar. Akibatnya, tidak hanya biaya atau kualitas gergaji yang dapat mengurangi insentif dari pandangan pelanggan terhadap suatu barang atau administrasi, namun juga bagian yang berbeda (Fernandez, et al., 2017).

Bisnis olahraga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan eksistensinya pelanggan dan membuka jalan bagi pelanggan baru. Dalam industri olahraga saat ini, dimana global diferensiasi sedang berlangsung, kualitas layanan menonjol sebagai faktor penting dalam mempertahankan struktur yang berkelanjutan (Yıldız, et al., 2016: 454). Sebuah industri yang berorientasi pada pelayanan seperti tempat olah raga dapat dianggap

sebagai sebuah masyarakat industri, dengan layanan yang ditujukan untuk melayani pengguna dan tamu tempat seperti penonton. Selain itu, harapan pelanggan tingkat kualitas yang wajar sehubungan dengan fasilitas dan peralatan, proses terlibat, lingkungan dan berbagai layanan tambahan lainnya. Demikian juga, staf tempat acara juga diharapkan kompeten dan ramah. Harapan pelanggan ini dapat menyebabkan lebih banyak kompleksitas dan tantangan di tempat acara pemasaran, karena citra tempat dipertaruhkan; itu bukan tugas mudah mencoba menjual pengalaman dengan menghubungkannya dengan gaya hidup atau bahkan kepribadian pengguna (Voon, et al 2014: 3).

Penyelengara *event* atau EO juga senantiasa harus memberikan inovasi yang baru di setiap *event* yang diselenggarakan. studi Yoshida, et al. (2013) terhadap penonton yang menghadiri *event* pertandingan sepakbola antar perguruan tinggi menemukan bukti adanya dampak keinovatifan terhadap kepuasan penonton. Menurut studi mereka, keinovatifan berkaitan dengan seberapa menantang permainan tim, termasuk kebaruan, kemenarikan, dan kreativitas penampilan tim dalam pertandingan. Artinya, keinovatifan penampilan tim dalam pertandingan sebenarnya bisa dikatakan sebagai kualitas tim dalam menyuguhkan pertandingan bermutu. Demikian pula, Yoshida et al. (2013) juga menyebutkan bahwa keinovatifan even olahraga terdiri dari enam dimensi, yaitu kinerja pemain, akses terhadap fasilitas, teknologi layanan mandiri, lingkungan estetika, komunitas penggemar, dan program loyalitas. Jadi, semua argumentasi di atas sesungguhnya semakin menegaskan adanya pengaruh aspek kualitas terhadap kepuasan penonton.

Penilaian kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu dari penilaian peserta dan penonton dianalisis berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (penghargaan/perhatian), dan *Tangibles* (bukti fisik) dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor *Reliability* (Keandalan)

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan) dari penilaian peserta sebesar 68,47% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,83% masuk kategori cukup. *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi

Tjiptono (2018: 39), mengungkapkan bahwa kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Pendapat senada diungkapkan Dwikesumasari & Nugraha (2019: 74) bahwa kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Reliability* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa prosedur pelayanan pada CV. Maju Bersama cukup baik, panitia dalam menanggapi keluhan dirasakan oleh peserta baik namun penonton merasa cukup, panduan pertandingan yang disediakan panitia cukup baik, keramahan panitia kepada pengunjung maupun peserta tim cukup baik, panitia dalam memberikan respon yang tepat terhadap kebutuhan pengunjung maupun anggota tim cukup baik, dan pendataan yang dilakukan panitia terhadap pengunjung maupun anggota tim cukup baik.

b. Faktor *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Responsiveness* (daya tanggap) dari penilaian peserta sebesar 68,43% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,59% masuk kategori cukup. *Responsiveness* merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Tjiptono (2018: 40) mengemukakan bahwa daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu parapelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas akan mempermudah konsumen dalam mempergunakan jasa. Membiarakan konsumen menunggu merupakan persepsi

yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Dwikesumasari & Nugraha, 2019: 74).

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Responsiveness* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa pelayanan Pada CV. Maju Bersama dimulai tepat waktu dalam kategori cukup baik, tanggapan pegawai terhadap keluhan cukup baik, kedisiplinan ketepatan waktu saat pertandingan cukup baik, Panitia membantu peserta/pelatih/penonton yang kesulitan berdasarkan peserta baik, sedangkan berdasarkan penonton cukup baik, Komunikasi antara panitia kepada peserta/pelatih/penonton cukup baik, Pelayanan administrasi cukup baik, Penyampaian informasi yang diberikan cukup jelas.

c. Faktor *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Assurance* (jaminan dan kepastian) dari penilaian peserta sebesar 69,32% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 66,02% masuk kategori cukup. *Assurance* merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Tjiptono (2018: 40) mengemukakan bahwa jaminan adalah pengetahuan,

kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan; bebas dari bahaya, resiko, atau keraguragan.

Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para karyawan. Adanya jaminan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan rekreasi, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen (Dwikesumasari & Nugraha, 2019: 75).

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Assurance* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta dan penonton merasa CV. Maju Bersama memberikan jaminan yang cukup menguntungkan, kesopanan dan keramahan panitia cukup baik, Jadwal pertandingan yang diberikan panitia cukup tepat waktu, keterlambatan panitia dalam menyiapkan pertandingan/*event* dalam kategori cukup baik, pertolongan pertama pada peserta yang mengalami cedera penanganannya berdasarkan peserta baik, sedangkan berdasarkan penonton cukup baik, persyaratan tim menjadi peserta atau peryaratan masyarakat menjadi penonton cukup mudah, Informasi jadwal pertandingan yang diberikan panitia cukup mudah didapatkan.

d. Faktor *Empathy* (Penghargaan/Perhatian)

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Empathy* (penghargaan/perhatian) dari penilaian peserta sebesar 68,84% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 63,21% masuk kategori cukup. *Empathy* merupakan kemauan untuk memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki eaktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Diungkapkan Tjiptono (2018: 40), bahwa empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yangbaik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari Karyawan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan. Hubungan *emphaty* dengan kepuasan konsumen adalah kedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Dwikesumasari & Nugraha, 2019: 76).

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Empathy* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa

peserta merasa Panitia CV. Maju Bersama memberikan kemudahan pelayanan baik, sedangkan penonton cukup baik, Panitia membiarkan peserta/pengunjung menunggu cukup lama, Panitia mengarahkan tim yang akan bertanding atau penonton cukup baik.

Peserta dan penonton merasa bahwa biaya pendaftaran tim atau harga tiket cukup mahal. Biaya acara dipahami sebagai bentuk komitmen dan uang yang digunakan untuk persiapan suatu acara. (1) Manfaat berwujud, (2) biaya berwujud yang terdiri dari biaya dan modal untuk pembangunan lokasi, biaya tenaga kerja, biaya infrastruktur, dan pemeliharaan. Riset peristiwa lebih menekankan pada atribut spesifik daripada pada pandangan biaya/nilai dan kualitas layanan. Biaya/nilai terdiri dari biaya penegasan dan barang-barang yang dijual pada acara tersebut dan kesan bernilai signifikan. Nilai festival pada perayaan kerajinan tangan diartikan sebagai insentif untuk waktu, uang, dan tenaga. Penghargaan fungsional terdiri dari evaluasi bahwa acara tersebut moderat, hemat, kualitas melebihi biaya, dan menawarkan kualitas dan manfaat yang lebih baik. Biaya tiket adalah ukuran biaya hal tersendiri (Tanford & Jung, 2017: 11). Penelitian festival lebih menekankan pada atribut khusus daripada pada persepsi biaya/nilai dan kualitas layanan. Biaya/nilai terdiri dari harga tiket masuk dan barang yang dijual di festival dan persepsi nilai (Akhoondnejad, 2016: 3).

Acara yang diberikan panitia cukup menarik. Panitia cukup mudah ditemui untuk menerima keluhan atau masukan. Penonton yang menikmati menghabiskan waktu di suatu acara diasumsikan lebih mungkin untuk kembali ke acara itu atau acara serupa. Sebaliknya, pengalaman negatif cenderung

mengurangi keinginan untuk bertahan di acara tersebut, dapat menyebabkan mereka pergi lebih awal dan tidak untuk kembali. Layanan acara seperti pameran dagang, pameran motor, dan acara olahraga, umumnya membutuhkan pelanggan untuk menghabiskan waktu yang lama di lingkungan fisik penyedia layanan. Dalam semua kasus di atas, kualitas yang dirasakan dari permintaan pasar (misalnya, pemain itu sendiri) dan properti layanan (yaitu, lingkungan fisik) mungkin memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi berapa lama bertahan di acara tersebut, berapa banyak uang yang akan dikeluarkan, apakah akan kembali di masa mendatang, dan apakah mereka akan mendukung kembali penyelenggara acara (Okhli, et al. 2014: 387).

Aspek acara, seperti makanan, amal, staf, papan skor, dan akses sebagian dapat menentukan apakah penonton olahraga akan tetap tinggal selama acara berlangsung atau kehilangan minat dan pergi lebih awal. Tidak seperti pengeluaran yang sebanding pada kebanyakan produk berwujud, kehadiran di acara olahraga mengasumsikan niat untuk tetap berada di acara layanan untuk waktu yang lama jangka waktu (Okhli, et al. 2014: 387).

e. Faktor *Tangibles* (Bukti Fisik)

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan faktor *Tangibles* (bukti fisik) dari penilaian peserta sebesar 70,20% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,21% masuk kategori cukup. *Tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan

sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Seperti yang diungkapkan Tjiptono (2018: 38), bahwa bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

Pelanggan dalam hal ini peserta maupun penonton akan meraba indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Kepuasan pelanggan diperoleh dengan dipengaruhi secara signifikan oleh citra perusahaan, kualitas layanan, harga, dan persepsi nilai (Nguyen et al, 2018).

Pendapat senada diungkapkan Dwikesumasari & Nugraha (2019: 74) bahwa *tangible* berhubungan dengan kepuasan konsumen karena Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih

memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi

Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan butir pada faktor *Tangibles* dari penilaian peserta dan penonton pada setiap butir dalam kategori cukup baik. Dapat diartikan bahwa peserta merasa CV. Maju Bersama memiliki fasilitas fisik yang memadai, sedangkan penonton merasa cukup, CV. Maju Bersama memiliki peralatan pelayanan cukup memadai, Kondisi GOR yang digunakan memenuhi standar, kondisi perlengkapan pertandingan dalam keadaan cukup baik, Lahan tempat parkir cukup luas, kondisi toilet/WC bersih, lokasi GOR yang cukup strategis, tribun penonton cukup layak digunakan, penataan alat perlengkapan *event* cukup baik, kondisi ruang ganti nyaman, dan penampilan panitia cukup rapi.

Kepuasan pelanggan akan meningkat apabila pelanggan merasa puas dengan adanya bukti langsung terhadap penyediaan fasilitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, kerapian tata letak ruangan, ketersediaan peralatan, dan kerapian keryawan. Pihak CV. Maju Bersama sebaiknya memperhatikan bukti fisik tersebut karena bukti fisik akan memberikan kepuasaan pelanggan yang memungkinkan dapat memberi nilai tambah untuk tercapainya tujuan perusahaan atau instansi.

C. Keterbatasan Penelitian

Kendatipun peneliti sudah berusaha keras memenuhi segala kebutuhan yang dipersyaratkan, bukan berarti penelitian ini tanpa kelemahan dan kekurangan. Beberapa kelemahan dan kerendahan yang dapat dikemukakan di sini antara lain:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan pada hasil angket melalui *google formulir*, sehingga dimungkinkan adanya unsur rendah objektif dalam pengisian angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya.
2. Saat pengambilan data penelitian yaitu saat penyebaran angket penelitian kepada responden, tidak dapat dipantau secara langsung dan cermat apakah jawaban yang diberikan oleh responden benar-benar sesuai dengan pendapatnya sendiri atau tidak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Manajemen organisasi *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berada pada kategori baik. Berdasarkan faktor perencanaan sebesar 83,16% dalam kategori sangat baik, faktor pengorganisasian sebesar 77,08% dalam kategori baik, faktor pengarahan sebesar 71,09% dalam kategori baik, dan faktor pengendalian sebesar 76,56% dalam kategori baik.
2. Kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama Kabupaten Indramayu berdasarkan penilaian peserta dan penonton berada pada kategori cukup. Berdasarkan faktor *Reliability* (keandalan) dari penilaian peserta sebesar 68,47% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,83% masuk kategori cukup, faktor *Responsiveness* (daya tanggap) dari penilaian peserta sebesar 68,43% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,59% masuk kategori cukup, faktor *Empathy* (penghargaan/perhatian) dari penilaian peserta sebesar 68,84% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 63,21% masuk kategori cukup, faktor *Tangibles* (bukti fisik) dari penilaian peserta sebesar 70,20% masuk kategori cukup dan penilaian penonton sebesar 64,21% masuk kategori cukup.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang kurang dominan dalam manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu perlu diperhatikan dan dicari pemecahannya agar faktor tersebut lebih membantu dalam meningkatkan manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama untuk *event* ke depannya.
2. Ketua dan Pengurus dapat menjadikan hasil ini sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan manajemen organisasi dan kualitas pelayanan *event organizer* CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu dengan memperbaiki faktor-faktor yang kurang.

C. Saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Bagi CV. Maju Bersama bahwa penilaian peserta dan penonton terhadap kualitas pelayanan masih dalam kategori cukup, sehingga diperlukan evaluasi secara menyeluruh agar kualitas pelayanan pada *event* selanjutnya lebih baik.
Rekomendasi terkait kualitas layanan sebagai berikut:

- a. *Reliability* (Kehandalan) menjadi faktor yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup, seperti konsistensi kesopanan dan keramahan. CV. Maju Bersama dalam melayani tidak boleh membeda-bedakan antara peserta dan

- penonton dan harus memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pengunjung maupun anggota tim.
- b. *Assurance* (jaminan) menjadi faktor yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup. CV. Maju Bersama harus membuat peserta maupun pengunjung merasa aman. Dalam hal ini para karyawan harus lebih mempermudah persyaratan tim menjadi peserta atau persyaratan masyarakat menjadi penonton dan selalu kreatif dalam memberikan konsep baru.
 - c. *Empathy* (empati) menjadi faktor yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan CV. Maju Bersama masih kurang dalam memberikan penghargaan atau perhatian terhadap peserta maupun penonton.
 - d. *Responsiveness* (daya tanggap) menjadi faktor yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan CV. Maju Bersama masih kurang dalam memberikan pelayanan dengan cepat. Perlu ada pelayanan yang lebih cepat, dimana hal ini bisa dilakukan dengan lebih menitikberatkan pada pelayanan administrasi dengan cepat dan tepat.
 - e. *Tangible* (bukti fisik) menjadi faktor yang mendapatkan penilaian dalam kategori cukup. Dari hasil ini, maka perlu nemperbaiki fasilitas fisik seperti GOR, tribun penonton, kondisi toilet/WC, dan penampilan panitian agar lebih baik, sehingga para pelanggan bisa merasa nyaman ketika menunggu pelayanan.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar lebih melakukan pengawasan pada saat pengambilan data agar data yang dihasilkan lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adanan, A., Darson, M. D., Kodri, A. N., & MdHasim, A. K. (2018). Melaka century ride sporting event: why peripheral service quality turns them back on wheel?. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 57.
- Adi, S. (2020). Kepuasan stakeholder dalam olahraga *multievent* sebagai modal *sport marketing*. *Jurnal Sport Science*, 10(1).
- Afrilian, P. (2018). Pengaruh kesuksesan penyelenggara event sport tourism triathlon pariaman dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2014 sampai tahun 2017. *Jurnal Stamina*, 1(1), 12-23.
- Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management* 52, 468-477.
- Almana, L. O., Sudarmanto, & Ismail. (2018). *Tata kelola perguruan tinggi berbasis akreditasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anoraga, P. (2017). *Pengantar bisnis: pengelolaan bisnis dalam era globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Bina Aksara.
- Barajas, A., Coates, D., & Sanchez-Fernandez, P. (2016). Beyond retrospective assessment. Sport event economic impact studies as a management tool for informing event organization. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 124– 130.
- Barth & Boesing. (2010). *Training basketball*. Maidenhead: Mayer Sport (UK) Ltd.
- Berber, U., & Mollaoğulları, H., (2020). The effect of service quality on satisfaction of athletes participating in sport programmes. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 6(1).
- Brucher, C & Krotee, M. (2016). Management of physical education and sport. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(7), 159.

- Calabuig-Moreno, F., Crespo-Hervas, J., Prado-Gasco, V., Mundina-Gomez, J., Valantine, I., Stanislovaitis, A. (2016), „Quality of Sporting Events: Validation of the Eventqual Scale”, *Transformations in Business & Economics*, Vol. 15, No 2 (38), pp.21-32.
- Calabuig-Moreno, F., Núñez-Pomar, J., Prado-Gascó, V., Añó, V. (2014). Effect of price increases on future intentions of sport consumers. *Journal of Business Research*, 67(5), 729-733.
- Castyana, B., Rahayu, T., Rumini, Hartono, M., Wijayanti, D. G. S., & Kurniawan, W. R. (2020). Measuring customer satisfaction on small-scale sport event: a case study of the sport event organizer subject's final project. *ISPHE*, DOI 10.4108/eai.22-7-2020.2300258.
- Chen, M., Tsai, H., & Ye, Y. (2014). Application of multilevel linear modeling for perceived service quality at a sport mega-event. *Journal of Taiwan Society for Sport Management*, 14(1), 1-25.
- Creswell, J. W., & Clark, P. (2014). *Designing and conducting mixed methods research*: second edition. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Daft, R. L. (2010). *Era baru manajemen buku satu, edisi sembilan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Demensah, R. S., & Pamungkas, I. N. A. (2017). Peran event miss scuba indonesia 5 periode (2011-2015) dalam mendukung branding wisata bahari di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 4(10), 1075-1080.
- Dshauma, Wilopo, & Alfisyahr, R. (2018). Analisis manajemen event pariwisata olahraga bromo marathon (studi kasus pada daerah tujuan wisata Bromo Tengger Semeru). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(1).
- Dwikesumasari, P. R., & Nugraha. R. D. (2019). Kualitas pelayanan event sponsorship PT Sinar Sosro KPW Jawa Timur dengan metode gap analysis. *The International Journal of Applied Business*, 3(2).
- Esu, B. B. (2014). Analysis of event quality, satisfaction and behavioural intentions of attendees of calabar festival, Nigeria. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 2(4), 12.
- Fauzi & Irviani, R. (2018). *Penagntar manajeman edisi revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Fernandez, J. G., Ruiz, P. G., Gavira, J. F., Colon, L. V., Pitts, B., & Garcia, A. B. (2017). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers. *Sport Management Review*, 4.
- Firmansyah, H., & Arnie, R. (2017). Model sistem informasi promosi dan management event berbasis web. *JUTISI*. 6(2), 1449-1588
- Hafidz, I. N. (2017). *(CEO) chief event organizer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Handoko, T. H. (2011). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hapsari, R., Clemes, M., & Dean, D. (2016). The mediating role of perceived value on the relationship between service quality and customer satisfaction: evidence from Indonesian airline passengers. *Procedia Economics and Finance*, 389.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiwyat, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Wonosari: CV. Pustaka Ilmu.
- Harsuki. (2013). *Perkembangan olahraga terkini kajian para pakar*. Jakarta: KONI.
- Hasanti, I. D. (2019). Analisis komunikasi organisasi antara event project team dan account executive di event organizer twisbless. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 8(1).
- Hoeber, L. (2012) Determinants of an innovation process: a case study of technological innovation in a community sport organization. *Journal of Sport Management*, 26(3).
- Huang, C. H., Liu, W. T., Chuang, C. L., & Huang, Y. S. (2018). The service quality and community attribute effect impacts on satisfaction for marathon event. *International Journal of Economics and Business Administration*, 3(2) 105-109.
- Huei-Fu Lu (2012). The economic challege and opportunity of sport industri in Taiwan. *Jurnal Scientific Research*, 2(3).
- Ismail, A., dan Yunan, Y. S. (2016). Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. *Journal Business Manajement University Kebangsaan Malaysia, Selangor, Malaysia*, 4, 269- 283.
- Ivancevic & Mateson. (2002). *Organization: behavior, structure, and process*. Amerika: Richard D Irwin.

- Jae, Y., James, K., Kevin, Z., Donna, C., Ko, Y. J., Zhang, J., & Cattani, K. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality, 21*(4), 304–322.
- Jin, N. P., Lee, H., & Lee, S. (2012). Event quality, perceived value, destination image, and behavioral intention of sports events: the case of the IAAF World Championship, Daegu, 2011. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 18*(1), 1-16.
- Kaplan, B. (2012). *Bball basics for kids: a basketball handbook*. Blomington: Universe.
- Kaplanidou, K., Kerwin, S., & Karadakis, K. (2013). Understanding sport event success: exploring perceptions of sport event consumers and event providers. *Journal of Sport and Tourism, 18*(3), 137–159.
- Kaura, V., Prasad, D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, 33*(4).
- Kautsar, A., Sumardiyanto, & Ruhayati, Y. (2018). Analisis fungsi manajemen organisasi olahraga (Studi Kualitatif pada Pengurus Daerah Ikatan Sport Sepeda Indonesia Jawa Barat). *Jurnal Terapan Ilmu Keolahragaan, 3*(2), 41-45.
- Koronios, K., Psiloutsikou, M., & Kriemadis, A. (2019). Exploring service quality and its customer consequences in the sports spectating sector. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 3*(1).
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kustiawan, A. A. (2018). Memajukan olahraga rekreasi dan event olahraga sebagai upaya meningkatkan penjualan produk industri olahraga. *Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA), 1*(1), 74-82.
- Kusuma, C. S. D. (2016). *Modul manajemen event*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Larassay, A (2020). Perspektif pengalaman konsumen terhadap kesuksesan event lari borobudur marathon 2019. *JUARA: Jurnal Olahraga, 5*(2).
- Lee, D. J., & Hsieh, L. W. (2011). The development of a perceived event service quality scale for a student athlete tug-of-war competition. *Journal of TASSM, 11*(4), 297-315.

- Lee, D. J., & Hsieh, L. W. (2015). The influence of service quality on perceived value and participation satisfaction for Intercollegiate Athlete Games. *NTU Journal of Physical Education*, 28, 67-77.
- Lee, D. J., Hsieh, L. W., & Cheng, E. (2016). Relationships among service quality, value, and student athlete satisfaction at Taiwan's National tug of war competition. *Contemporary Management Research*, 12(3).
- Lee, N., & Murray, D. (2014). Sports service quality for event venues : evidence from Malaysia. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 4(2), 125–141.
- Levy, S. E., Getz, D., Hudson, S., & Hudson, S. (2014). A field experimental investigation of managerially facilitated consumer-to-consumer interaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(6), 656–674.
- Lovelock, W., & Mussry. (2013). *Pemasaran jasa: manusia, teknologi, strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Lu, M. L., Lee, S. S., Tsai, W. C., & Lin, C. W. (2016). A study on relationship among service quality, participant perceived value and behavioral intention in Adidas Cup Tennis Event. *Journal of Chiao Da Physical Education*, 6, 1-12.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa. Edisi ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- MacIntosh, E. W., & Nicol, L. (2012). ‘Athletes’ event experiences of the XIX Commonwealth Games in Delhi, India. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 12-29.
- Mandy, D. (2016). *Producers, consumers, andpartial equilibrium*. (S. Ikeda, Ed.) (1st ed.). Gainesville, Florida: Nikki Levy.
- Manoli, A.E. (2016). Crisis-communications management in football clubs. *International Journal of Sport Communication*, 9, 340 -363.
- Manulang. (2015). *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta: Ghallia Indonesia.
- Martinez, L., M. (2020). An application of fuzzy logic to service quality research: a case of fitness service. *Journal of Sport Management*, 24(5), 502-23.
- Maryadi, R., & Herliani, S. (2018). Perancangan sistem informasi promosi event. *Jurnal Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 1404-1409.

- Maujud, F. (2018). Implementasi fungsi-fungsi manajemen dalam lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 14(1), 30-50.
- Meija, G., & Balkin. (2002). *Management international edition*. New York: McGraw-Hill.
- Meleddu, M., Melis, G., Pulina, M., & Zapata-Aguirre, S. (2019). Expectations and service quality: perceived performance at low-season events. *International Journal of Event and Festival Management*, 10(2).
- Michlle & Siagian, H. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina. *AGORA*, 7(1).
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moreno, F. C., Prado-Vasco, V., Hervas, J. C., Nunez-Pomar, J., & Sanz, V. A. (2015). Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1445-1449.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2016). *Sport marketing (4th ed.)*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Musa, R., & Kassim, R. M. (2018). Predictors and outcomes of sport event experiential value: Insights from formula one petronas Malaysia grand prix. *International Journal of Management and Marketing Research*, 6(1), 107-120.
- Nguyen, H. T., Nguyen, H., Nguyen, N. D., & Phan, A. C. (2018). Determinants of customer satisfaction and loyalty in Vietnamese lifeinsurance setting. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4), 1–16.
- Noor, A. (2018). *Manajement event*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nugroho, S. (2019). *Industri olahraga*. Yogyakarta: UNY Press.
- Nuviala, A., Pérez-Ordas, R., Boceta, M., Grao-Cruces, A., Nuviala, R., & González-Jurado, J. A. (2012). Quality, satisfaction and perceived value of users of public service sports. *Movimento*, 18(4), 11-32.
- Okhli, A., Bahramzade, H. I., & Yazdi, M. T. (2014). The relationship between perception of service quality and intent to return in spectators of Gonbad Kavoos autumn horse racing. *European Journal of Experimental Biology*, 4(2), 386-389.

- Oman, B., Pepur, M., & Arneric, J. (2016). The impact of service quality and sport-team identification on the repurchase intention. *Management*, 21(1), 19-46.
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). Service quality, customers' satisfaction and the moderating effects. *6th International Research Symposium in Service Management, IRSSM-6 UiTM Sarawak, Kuching, Malaysia*, 384-392.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). Servqual: a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-37.
- Parks, J. P., & Quartermar, J. (2013). *Contempory sport manegement*. United States: Human Kinetics Publishers.
- Paul, J., Mittal, A., & Srivastav, G. (2016). Impact of service quality on customer satisfaction in private and public sector banks. *Journal of Social Sciences*, 606-622.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Among Makarti*, 70-90.
- Rifa'i, M., & Fadhl, M. (2017). *Manajemen organisasi*. Bandung: Cipta Pustaka.
- Romiti, A., & Sarti. (2016). Service quality experience and customers' behavioural intentions in active sport tourism. *Modern Economy*, 7, 1361-1384.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen public relations & media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Findo Persada.
- Serrano, J. A., & Segado, F. S. (2015). Analysing instruments for measuring perceived sport service quality: A literature review. *Deporte CCD*, 10(28), 67-76.
- Showalter, D. (2012). *Coaching youth basketball: fifth edition*. USA: Human Kinetics.
- Siagian, P. S. (2015). *Filsafat administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudijono, A. (2015). *Pengantar statistik pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kulitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukarmin, Y. (2010). Pemasaran olahraga melalui berbagai event olahraga. *MEDIKORA*, 6(2), 55-63.
- Sukirno, S. (2012). *Pengantar teori makroekonomi edisi kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tanford, S., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 212.
- Tanzeh, H. A. (2018). *Metode penelitian kualitatif: konsep, prinsip dan operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2018). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono F., & Chandra, G. (2015). *Service, quality, & satisfaction, edisi 3*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Terry, R. G., & Leslie, R.W. (2010). *Asas-asas manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16 (1), 85–96.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K. (Kiki), & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87–107.
- Tisna, G. D., & Sudarmada, I. N. (2014). *Manajemen olahraga*. Yogyakart: Graha Ilmu.
- Torang, S. (2014). *Organisasi dan manajemen*. Bandung. Alfabeta.
- Tu, Y. T., Li., M. L., & Chih, H. C. (2017). An empirical study of corporate brand image, customer perceived value and satisfaction on loyalty in shoe industry. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 5(7), 469-483
- Tzetzis, G., Alexandris, K., & Kapsampeli, S. (2014), Predicting visitors' satisfaction and behavioral intentions from service quality in the context of a small-scale outdoor sport event. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(1), 4-21.

- Uzunboylu, N. (2016). Service quality in international conference industry; a case study of WCES 2015. *Procedia Economics and Finance*, 44, 45.
- Voon, B. H., Lee, N., & Murray, D. (2014). Sports service quality for event venues: evidence from Malaysia. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 4(2).
- Vranakis, S., Chatzoglou, P., & Mpalioukas, A. (2012). Customer satisfaction of greek mobile phone services. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 3(4), 43–54.
- Wahyuningtias, D., Zulkarnain, A., Nurbaeti, & Asmaniati, F. (2017). The influence of event service quality, event convenience, and event cost toward event venue satisfaction at Jakarta Convention Centre. *The proceeding of International Conference on Management, Accounting, Business and Entrepreneurship (ICMABE)*. October 15-18th, 2017.
- Widoyoko, E. P. (2014). *evaluasi program pembelajaran; panduan praktis bagi pendidik dan calon pendidik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Anggota IKAPI.
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen kualitas produk dan jasa, edisi pertama, cetakan keenam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yang, W., Tsai, W., & Lin, C. (2014). A participation behavioral model for tennis tournaments. *Journal of Sport and Recreation Management*, 11(11), 1-19.
- Yeh, C. C., Hua, K. T., & Huang, C. H. (2016). Service quality improving effects and recreational benefits for sports tourism-a case study. *Tourism Economics*, 22 (6), 1332–1337.
- Yıldız, K., Polat, E., Sönmezoglu, U. & Çokpartal, C. (2016). Fitness merkezi üyelerinin algıladıkları hizmet kalitesinin belirleyicileri üzerine bir analiz. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(3), 453-464.
- Yoshida, M., James, J. D., & Cronin, Jr., J.J. (2013). Sport event innovativeness: Conceptualization, measurement, and its impact on consumer behavior. *Sport Management Review*, 16, 68–84.
- Yuruk, P., Akyol, A., & Simsek, G. G. (2017). Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 367, 368.

- Yusuf, P. (2012). *Perspektif manajemen pengetahuan informasi, komunikasi, pendidikan dan perpustakaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Zabkar, V., Makevec, B. M., Dmitrovic. T. (2010). Modeling perceived quality, visitors satisfaction and behavioral intention at the destination level. *Tourism Management*, 31, 537-546.
- Zaibaf, M., Taherikia, F., & Fakharian, M. (2015). Effect of perceived service quality on customer satisfaction in hospitality industry : gronroos service quality model development. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2(5), 490–504.
- Zeng, S., Chun, S.-B., Chiu, W., Park, C., & Won Lee, C. (2017). Effects of Chinese sport tourists' perceptions toward service quality in Jeju Island. *Asian Social Science*, 13(4).
- Zyl, L. E. V., & Stander, F. (2015). See you at the match : Motivation for sport consumption and intrinsic psychological reward of premier football league spectators in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 42(1), 1–13.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Validasi 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHHRAGAAN
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Abdul Alim, M.Or

Jabatan/Pekerjaan : Dosen

Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul: "**Manajemen Organisasi dan Kualitas Pelayanan Event Organizer CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu**", dari mahasiswa:

Nama : Reza Iman Ramdhani

NIM : 19711251051

Program Studi : S2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap/belum-siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Instrumen untuk organisasi dan kualitas layanan di pisah.
2. Butir pertanyaan disesuaikan dengan indikatornya
3. Kalimat nya dibuat yang jelas SPOK nya.
4. Hindari kalimat yang jawabannya mirip.
5. Pertanyaan terbuka disesuaikan untuk siapa?

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Februari 2021
Validator,

Dr. Abdul Alim, M.Or
NIP. 198211292006041001

Lampiran 2. Surat Keterangan Validasi 2



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Sigit Nugroho, M.Or

Jabatan/Pekerjaan : Dosen

Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul: "**Manajemen Organisasi dan Kualitas Pelayanan Event Organizer CV. Maju Bersama pada Kejuaraan Bola Basket di Kabupaten Indramayu**", dari mahasiswa:

Nama : Reza Iman Ramdhani

NIM : 19711251051

Program Studi : S2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap/belum-siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Setiap pernyataan dikaitkan dengan masing-masing dalam faktor. Misalnya faktor perencanaan dalam pernyataan nomer 1 s/d 6 dan 9 ditambahkan kata rencana sehingga dalam kalimat tersebut merupakan bagian dari perencanaan. Pernyataan yang lain kalimatnya juga disesuaikan dengan masing-masing setiap faktor.
2. Masing-masing faktor jumlah butir pernyataannya dibuat sama termasuk pendistribusian pernyataan disetiap butir yang positif dan negatif jumlahnya harus konsisten, supaya tidak terjadi kesenjangan dalam setiap faktor.
3. Judul dan Instrumen yang berkaitan dengan kualitas pelayanan disamakan, di judul kualitas pelayanan tapi di instrumen kualitas layanan.
4. Cermati lagi antara kalimat pernyataan dengan jawabannya sudah sesuai atau belum, jangan sampai jawaban tersebut lebih cocok kalau dijawab Ya dan Tidak, apabila dibandingkan dengan jawaban SS, S, TS, dan STS.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Februari 2021
Validator,

Dr. Sigit Nugroho, M.Or
NIP. 198009242006041001

Lampiran 3. Instrumen Manajamen Organisasi

KUESIONER MANAJEMEN ORGANISASI (UNTUK PENGURUS)

Petunjuk Pengisian Angket:

- a. Isilah Identitas Anda terlebih dahulu.
- b. Berikan tanda (✓) pada angket yang anda pilih.
- c. Berilah jawaban pada angket sesuai dengan kolom yang sudah disediakan.
- d. Berilah komentar pada angket C sesuai dengan pengetahuan saudara.
- e. Jawablah pertanyaan sejujur-jujurnya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- f. Penelitian ini tidak mempengaruhi apapun.
- g. Semua pertanyaan wajib diisi/dijawab.
- h. Berilah tanda (✓) pada alternatif jawaban yang dipilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden	
Nama	:
Tempat/tanggal lahir	:
Jenis Kelamin	:
Jabatan	:
Alamat Rumah	:
Telepon	:
Pekerjaan	:
Pendidikan Tertinggi	:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Perencanaan					
1	Visi yang direncanakan dalam program kerja pada CV. Maju Bersama kurang jelas				
2	Misi yang direncanakan dalam program kerja pada CV. Maju Bersama sudah jelas				
3	CV. Maju Bersama merencanakan <i>event</i> minimal 2 kali dalam satu tahun				
4	Dalam merencanakan program kerja telah dimusyawarahkan bersama pengurus dengan baik				
5	Pengurus tidak melakukan koordinasi secara efisien dalam menrencanakan pergerakan roda organisasi				
6	Program yang direncanakan pada CV. Maju Bersama bertujuan untuk kesejahteraan pemimpin				
7	CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan <i>event</i> bola basket secara musyawarah				
8	CV. Maju Bersama tidak menyusun rencana reorganisasi kepengurusan				
9	Calon pengurus baru dipilih sesuai rencana yang dibutuhkan oleh organisasi				
10	Perencanaan sarana dan prasarana CV. Maju Bersama sesuai kebutuhan				
11	CV. Maju Bersama tidak melaporkan keuangan secara teratur				
12	Pelaksanaan program kerja tidak berjalan sesuai waktu yang telah direncanakan sebelumnya.				
Pengorganisasian					
13	Pemberian tugas dan kewajiban pengurus CV. Maju Bersama dalam organisasi tidak sesuai dengan keterampilan individu				
14	Pemberian <i>Job Description</i> dalam organisasi CV. Maju Bersama mengacu pada AD/ART				
15	Pembagian dan pengelompokkan tugas kerja pengurus diatur dalam struktur organisasi				
16	Pengurus mengetahui dan memahami Struktur Organisasi CV. Maju Bersama				
17	CV. Maju Bersama tidak mengatur pengorganisasian pengurus dengan baik.				
18	CV. Maju Bersama tidak melakukan pelatihan untuk pengurus dalam organisasi yang baru				

	Pengarahan			
19	Ketua memberikan pengarahan kepada anggota pengurus			
20	Sesama pengurus CV. Maju Bersama tidak saling membantu dan mengarahkan dalam melaksanakan kewajiban			
21	Dalam mengambil keputusan Ketua umum mengkoordinasikan dan mengarahkan kepada anggota pengurus.			
22	Pengambilan keputusan diarahkan oleh Ketua umum dengan musyawarah dan kesepakatan bersama pengurus			
23	Pengurus datang tidak tepat waktu saat rapat intern atau eksternal dalam memberikan pengarahan pengurus.			
24	CV. Maju Bersama melaporkan seluruh pertanggung jawaban sesuai arahan yang telah ditentukan.			
25	Ketua umum tidak bertanggung jawab atas program kerja yang telah diarahkan dan dilaksanakan oleh pengurus.			
26	CV. Maju Bersama tidak mengadakan rapat untuk mengarahkan pengurus dalam setiap kegiatan.			
	Pengendalian			
27	Setelah melaksanakan kegiatan CV. Maju Bersama tidak pernah mengadakan evaluasi.			
28	Pengurus CV. Maju Bersama aktif mengikuti rapat evaluasi.			
29	Pengurus CV. Maju Bersama menyelesaikan laporan pertanggung jawaban tepat pada waktu yang telah ditentukan.			
30	Ketua umum tidak memberi sanksi kepada pengurus yang melakukan penyimpangan.			
31	Pengurus CV. Maju Bersama tidak aktif memberikan solusi ketika dihadapkan dengan masalah yang sulit.			
32	Pengurus CV. Maju Bersama melaksanakan tindak lanjut terhadap permasalahan yang ada di intern kepengurusan			
33	CV. Maju Bersama memelihara dan merehabilitasi barang-barang inventaris			
34	CV. Maju Bersama tidak menjalin kerukunan dan silahturahmi dengan sesama pengurus			

Lampiran 4. Instrumen Kualitas Pelayanan

**KUESIONER KUALITAS PELAYANAN
(UNTUK PESERTA/PENONTON)**

Petunjuk Pengisian Angket:

- i. Isilah Identitas Anda terlebih dahulu.
- j. Berikan tanda (✓) pada angket yang anda pilih.
- k. Berilah jawaban pada angket sesuai dengan kolom yang sudah disediakan.
- l. Jawablah pertanyaan sejujur-jujurnya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- m. Penelitian ini tidak mempengaruhi apapun.
- n. Semua pertanyaan wajib diisi/dijawab.
- o. Berilah tanda (✓) pada alternatif jawaban yang dipilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden	
Nama	:
Tempat/tanggal lahir	:
Jenis Kelamin	:
Alamat Rumah	:
Telepon	:
Pekerjaan	:
Pendidikan Tertinggi	:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	<i>Reliability (keandalan)</i>				
1	Prosedur pelayanan CV. Maju Bersama berbelit-belit				
2	Panitia tidak mau menanggapi apa keluhan peserta/pelatih/pemain				
3	Panduan pertandingan yang disediakan panitia baik				
4	Panitia tidak ramah terhadap pengunjung maupun tim				
5	Panitia memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pengunjung maupun anggota tim				
6	Panitia melakukan pendataan secara tepat terhadap anggota tim/maupun pengunjung.				
	<i>Responsiveness (daya tanggap)</i>				
7	Pelayanan Pada CV. Maju Bersama dimulai tepat waktu				
8	Panitia memberi tanggapan yang kurang baik terhadap keluhan				
9	Panitia sangat memperhatikan kedisiplinan ketepatan waktu saat pertandingan				
10	Panitia membantu peserta/pelatih/penonton yang kesulitan				
11	Komunikasi antara panitia kepada peserta/pelatih/penonton kurang baik				
12	Pelayanan administrasi cepat dan tepat				
13	Penyampaian informasi yang diberikan kurang jelas				
	<i>Assurance (jaminan dan kepastian)</i>				
14	CV. Maju Bersama memberikan jaminan yang menguntungkan				
15	Panitia kurang sopan dan ramah terhadap peserta maupun penonton				
16	Jadwal pertandingan yang diberikan panitia tidak tepat waktu				
17	Panitia sering terlambat dalam menyiapkan pertandingan/ <i>event</i>				
18	Pertolongan pertama pada peserta/penonton yang mengalami cedera penanganannya baik				
19	Persyaratan tim menjadi peserta atau persyaratan masyarakat menjadi penonton sangat mudah				
20	Informasi jadwal pertandingan yang diberikan panitia sangat sulit didapatkan				
21	Harga tiket masuk/harga pendaftaran tim yang terbilang murah				
22	<i>Event</i> Perbasi Cup memberikan konsep yang selalu baru				

23	Konsep <i>Event</i> Perbasi Cup dari CV. Maju Bersama kurang kreatif				
	<i>Empathy (penghargaan/perhatian)</i>				
24	Panitia CV. Maju Bersama memberikan kemudahan pelayanan				
25	Panitia membiarkan peserta/pengunjung menunggu terlalu lama				
26	Panitia mengarahkan tim yang akan bertanding atau penonton				
27	Biaya pendaftaran tim atau harga tiket cukup mahal				
28	Acara yang diberikan panitia kurang menarik				
29	Panitia mudah ditemui untuk menerima keluhan atau masukan				
	<i>Tangibles (bukti fisik)</i>				
30	CV. Maju Bersama memiliki fasilitas fisik yang kurang memadai.				
31	CV. Maju Bersama memiliki peralatan pelayanan yang memadai.				
32	Kondisi GOR yang digunakan tidak memenuhi standar				
33	Kondisi perlengkapan pertandingan dalam keadaan baik				
34	Lahan tempat parkir kurang luas				
35	Kondisi toilet/WC kurang bersih				
36	Lokasi GOR yang strategis				
37	Tribun peserta/penonton sangat kotor dan tidak layak digunakan				
38	Penataan alat perlengkapan event baik				
39	Kondisi ruang ganti nyaman				
40	Penampilan panitia rapi				

Lampiran 5. Kisi-Kisi Wawancara

ANGKET TERBUKA (UNTUK KETUA)

Petunjuk Pengisian Angket:

- p. Isilah Identitas Anda terlebih dahulu.
- q. Berilah jawaban sesuai dengan kolom yang sudah disediakan.
- r. Berilah komentar pada angket sesuai dengan pengetahuan saudara.
- s. Jawablah pertanyaan sejujur-jujurnya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- t. Penelitian ini tidak mempengaruhi apapun.
- u. Semua pertanyaan wajib diisi/dijawab.

Identitas Responden	
Nama	:
Tempat/tanggal lahir	:
Jenis Kelamin	:
Jabatan	:
Alamat Rumah	:
Telepon	:
Pekerjaan	:
Pendidikan Tertinggi	:

1. Bidang apa saja yang ada pada struktur organisasi CV. Maju Bersama?

Jawaban:

2. Apakah yang menjadi kelemahan pada pengorganisasian CV.Maju Bersama?

Jawaban:

3. Apa saja yang menjadi kendala dalam menjalankan event olahraga khususnya event bola basket pada CV.Maju Bersama dan bagaimana cara mengatasinya?

Jawaban:

4. Apa saja program kerja yang ada pada CV. Maju Bersama?

Jawaban:

5. Bagaimana CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan event bola basket?

Jawaban:

6. Jika target tercapai/ tidak tercapai bagaimana respon ketua pelaksana?

Jawaban:

7. Apa yang masih dirasa kurang terkait kualitas layanan CV. Maju Bersama?

Jawaban:

Lampiran 6. Contoh *Google Formulir*

Bagian 1 dari 2

KUISIONER KUALITAS PELAYANAN EVENT ORGANIZER CV. MAJU BERSAMA PADA KEJUARAAN BOLA BASKET DI KABUPATEN INDRAMAYU

* wajib diisi

Nama *
Teks jawaban singkat

Tempat & Tanggal Lahir *
Teks jawaban singkat

KUESIONER KUALITAS PELAYANAN (UNTUK PESERTA/PELATIH/PENONTON)

Petunjuk Pengisian Angket:

- a. Isilah Identitas Anda terlebih dahulu.
- b. Berikan tanda pada angket yang anda pilih.
- c. Berilah jawaban pada angket sesuai dengan kolom yang sudah disediakan.
- d. Jawablah pertanyaan sejujur-jujurnya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- e. Penelitian ini tidak mempengaruhi apapun.
- f. Semua pertanyaan wajib diisi/dijawab.
- g. Berilah tanda (✓) pada alternatif jawaban yang dipilih.

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Prosedur pelayanan Pada CV. Maju Bersama berbelit-belit *

SS
 S
 TS
 STS

Panitia tidak mau menanggapi apa keluhan peserta/pelatih/pemain *

- SS
- S
- TS
- STS

Panduan pertandingan yang disediakan panitia baik *

- SS
- S
- TS
- STS

Panitia tidak ramah terhadap tim dan pengunjung *

~~~

\*\*\*

Panitia memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan anggota tim maupun pengunjung \*

- SS
- S
- TS
- STS

Panitia melakukan pendataan secara tepat terhadap anggota tim \*

- SS
- S
- TS
- STS

# FORMULIR KUESIONER MANAJEMEN ORGANISASI(UNTUK PENGURUS DAN STRUKTUR ORGANISASI)

\* wajib diisi

Nama \*

Teks jawaban singkat

Tempat & Tanggal Lahir \*

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin \*

## KUESIONER MANAJEMEN ORGANISASI

Petunjuk Pengisian Angket:

- a. Isilah Identitas Anda terlebih dahulu.
- b. Berikan tanda pada angket yang anda pilih.
- c. Berilah jawaban pada angket sesuai dengan kolom yang sudah disediakan.
- d. Berilah komentar pada angket C sesuai dengan pengetahuan saudara.
- e. Jawablah pertanyaan sejajar-jujurnya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- f. Penelitian ini tidak mempengaruhi apapun.
- g. Semua pertanyaan wajib diisi/dijawab.
- h. Berilah tanda (✓) pada alternatif jawaban yang dipilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Visi yang direncanakan dalam program kerja pada CV. Maju Bersama kurang jelas \*

SS

S

TS

STS

**PEDOMAN OBSERVASI CV. MAJU BERSAMA  
KABUPATEN INDRAMAYU**

**Lembaga yang diamati** : .....

**Tanggal** : .....

**Waktu** : .....

| No. | Aspek                              | Ya | Tidak | Keterangan |
|-----|------------------------------------|----|-------|------------|
| 1   | Visi dan Misi Organisasi           |    |       |            |
| 2   | Tujuan Organisasi                  |    |       |            |
| 3   | Program Kerja Organisasi           |    |       |            |
| 4   | Sarana dan Prasarana yang dimiliki |    |       |            |
| 5   | Jumlah Karyawan/pengurus           |    |       |            |

## Lampiran 8. Data Penelitian Kualitas Layanan

## Kualitas Layanan Berdasarkan Penilaian Peserta



### Kualitas Layanan Berdasarkan Penilaian Penonton

| No | Reliability (keandalan) |   |   |   |   |   | Responsiveness (daya tanggap) |   |   |    |    |    | Assurance (jaminan dan kepastian) |    |    |    |    |    | Empathy (penghargaan/perhatian) |    |    |    |    |    | Tangibles (bukti fisik) |    |    |    |    |    |    |    | $\Sigma$ |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|-------------------------------|---|---|----|----|----|-----------------------------------|----|----|----|----|----|---------------------------------|----|----|----|----|----|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----------|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|    | 1                       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7                             | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13                                | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19                              | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25                      | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33       | 34 | 35 | 36  | 37  | 38  | 39  | 40  |     |     |
| 1  | 3                       | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3                       | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 115 |
| 2  | 3                       | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3        | 2  | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 100 |     |
| 3  | 2                       | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 3  | 2  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3                               | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2                       | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2        | 2  | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 91  |     |     |
| 4  | 2                       | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 2  | 3  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3                               | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3                       | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2        | 2  | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 86  |     |     |
| 5  | 3                       | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 2  | 2  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 112 |     |     |
| 6  | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4                               | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2                       | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 114 |     |     |
| 7  | 3                       | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 2  | 1                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 2  | 1  | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 108 |     |     |     |
| 8  | 3                       | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 1  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 2  | 1  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 111 |     |     |     |
| 9  | 3                       | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 1  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 2  | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2        | 4  | 2  | 3   | 108 |     |     |     |     |     |
| 10 | 2                       | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                               | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3        | 2  | 2  | 2   | 2   | 84  |     |     |     |     |
| 11 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3        | 3  | 2  | 3   | 3   | 111 |     |     |     |     |
| 12 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                       | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 2  | 3   | 3   | 114 |     |     |     |     |
| 13 | 2                       | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2                             | 2 | 2 | 2  | 2  | 3  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3                               | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2                       | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4        | 3  | 93 |     |     |     |     |     |     |     |
| 14 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 3  | 3  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2        | 3  | 3  | 111 |     |     |     |     |     |     |
| 15 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3                       | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2        | 2  | 3  | 3   | 110 |     |     |     |     |     |
| 16 | 3                       | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 4  | 3  | 3  | 2                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 113 |     |     |     |     |
| 17 | 2                       | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3                             | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2                                 | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3                       | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 98  |     |     |     |     |
| 18 | 3                       | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2                             | 3 | 3 | 2  | 3  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 2   | 108 |     |     |     |     |
| 19 | 2                       | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2                                 | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                               | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2        | 2  | 1  | 2   | 82  |     |     |     |     |     |
| 20 | 4                       | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3                             | 3 | 4 | 4  | 2  | 4  | 4                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 125 |     |     |     |     |     |
| 21 | 2                       | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2                             | 2 | 3 | 2  | 3  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3                               | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 2  | 3   | 3   | 98  |     |     |     |     |
| 22 | 3                       | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 3  | 2                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3        | 2  | 4  | 2   | 2   | 106 |     |     |     |     |
| 23 | 3                       | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 3  | 2                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2                               | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3        | 2  | 2  | 2   | 2   | 96  |     |     |     |     |
| 24 | 3                       | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 2  | 1  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                               | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3                       | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3        | 2  | 2  | 2   | 2   | 104 |     |     |     |     |
| 25 | 2                       | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2                             | 2 | 3 | 3  | 2  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                               | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 2        | 2  | 3  | 3   | 2   | 94  |     |     |     |     |
| 26 | 3                       | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4                               | 2  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3                       | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2        | 4  | 3  | 3   | 1   | 2   | 119 |     |     |     |
| 27 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3                             | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2                               | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1        | 3  | 3  | 1   | 3   | 104 |     |     |     |     |
| 28 | 2                       | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2                             | 2 | 3 | 2  | 2  | 2  | 3                                 | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2                               | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3                       | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2        | 2  | 3  | 3   | 3   | 100 |     |     |     |     |
| 29 | 4                       | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3                             | 4 | 3 | 2  | 4  | 4  | 4                                 | 2  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3                               | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 4                       | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 3        | 3  | 4  | 1   | 3   | 4   | 121 |     |     |     |
| 30 | 2                       | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2                             | 2 | 3 | 2  | 2  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3                               | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 1  | 3  | 3  | 2  | 1  | 3  | 3        | 2  | 1  | 2   | 4   | 2   | 93  |     |     |     |
| 31 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 2 | 2 | 3  | 3  | 2  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 3  | 1  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3        | 3  | 4  | 2   | 4   | 3   | 112 |     |     |     |
| 32 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3                       | 3  | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3        | 3  | 2  | 2   | 3   | 3   | 111 |     |     |     |
| 33 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 3 | 2  | 1  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                               | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3                       | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 102 |     |     |     |     |
| 34 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 1  | 3  | 3  | 1                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 111 |     |     |     |     |
| 35 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 1  | 3  | 3  | 1                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                       | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 4  | 3  | 3   | 3   | 113 |     |     |     |     |
| 36 | 2                       | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                               | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2                       | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2        | 2  | 2  | 2   | 3   | 90  |     |     |     |     |
| 37 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 2 | 2 | 3  | 3  | 3  | 2                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                       | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 111 |     |     |     |     |
| 38 | 3                       | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3                                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 3   | 114 |     |     |     |     |
| 39 | 2                       | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2                             | 2 | 2 | 2  | 3  | 2  | 2                                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3                               | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2                       | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2        | 2  | 2  | 2   | 2   | 94  |     |     |     |     |
| 40 | 3                       | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3                             | 3 | 2 | 3  | 2  | 3  | 3                                 | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3                               | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3                       | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3        | 3  | 3  | 3   | 2   | 3   | 3   | 114 |     |     |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|-----|-----|----|-----|---|---|---|-----|
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3   | 3   | 108 |     |    |     |   |   |   |     |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 105 |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 43 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 90  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 44 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2   | 109 |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 45 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 91  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 81  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 47 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 98  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 101 |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 49 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 97  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 50 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3   | 102 |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 51 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 99  |     |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 52 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3   | 112 |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 53 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3   | 2   | 99  |     |    |     |   |   |   |     |
| 54 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2   | 3   | 3   | 106 |    |     |   |   |   |     |
| 55 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2   | 2   | 3   | 2   | 96 |     |   |   |   |     |
| 56 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2   | 2   | 102 |     |    |     |   |   |   |     |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3   | 2   | 103 |     |    |     |   |   |   |     |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2   | 99  |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2   | 106 |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 60 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1   | 610 |     |     |    |     |   |   |   |     |
| 61 | 4 | 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 6 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 4 | 5 | 6 | 5 | 4 | 3 | 6 | 6 | 3 | 4 | 4 | 6 | 6   | 4   | 5   | 5   | 5  | 610 |   |   |   |     |
| 62 | 1 | 8 | 1 | 7 | 2 | 9 | 3 | 1 | 7 | 4 | 4 | 9 | 9 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 8 | 4 | 3 | 2 | 6 | 2 | 0 | 1 | 7 | 0 | 7 | 0   | 1   | 1   | 5   | 2  | 3   | 5 | 5 | 5 | 610 |

## Lampiran 9. Data Penelitian Manajemen Organisasi

| No | Jabatan                   | Pend | Perencanaan |   |   |   |   |   |   |   | Pengorganisasian |    |    |    |    | Pengarahan |    |    |    |    |    | Pengendalian |    |    |    |    |    | Σ  |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
|----|---------------------------|------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|
|    |                           |      | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9                | 10 | 11 | 12 | 13 | 14         | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20           | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33  | 34  |     |
| 1  | ketua divisi keamanan     | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3                | 3  | 4  | 3  | 2  | 2          | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3            | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3   | 3   | 100 |
| 2  | Penanggung jawab          | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 3  | 3          | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3            | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 119 |     |
| 3  | Divisi Kesekretariatan    | S1   | 3           | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2                | 3  | 3  | 3  | 2  | 2          | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2            | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 87  |     |     |
| 4  | Dokumentasi               | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 4  | 3          | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3            | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4   | 125 |     |
| 5  | Dokumentasi               | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 4  | 3          | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3            | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4   | 125 |     |
| 6  | Ketua divisi pdd          | S1   | 4           | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2                | 3  | 4  | 3  | 2  | 2          | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2            | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3   | 3   | 97  |
| 7  | Ketua divisi pertandingan | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 2  | 2          | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3            | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4   | 4   | 111 |
| 8  | Sekretaris                | S1   | 4           | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2                | 4  | 4  | 4  | 2  | 2          | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 2            | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 4  | 4  | 2  | 2  | 2  | 4  | 4  | 102 |     |     |
| 9  | Ketua konsumsi            | SMA  | 3           | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2                | 2  | 3  | 3  | 2  | 2          | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2            | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3   | 82  |     |
| 10 | Ketua divisi p3k          | S1   | 3           | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2                | 3  | 3  | 3  | 2  | 2          | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2            | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 85  |     |     |
| 11 | Penanggung jawab          | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 3  | 3          | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3            | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   | 119 |     |
| 12 | Wakil ketua pelaksana     | S1   | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 3  | 4  | 4  | 3  | 3          | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3            | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 116 |     |     |
|    |                           |      | 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3                | 4  | 4  | 4  | 3  | 2          | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3            | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   |     |     |
|    |                           |      | 5           | 6 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1                | 1  | 5  | 3  | 1  | 9          | 3  | 2  | 4  | 6  | 1  | 1            | 2  | 4  | 1  | 3  | 1  | 0  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 3   |     |     |

## Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas

### MANAJEMEN ORGANISASI

**Item-Total Statistics**

|          | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| BUTIR 01 | 207.5833                   | 957.174                        | .804                             | .755                             |
| BUTIR 02 | 207.5000                   | 963.909                        | .654                             | .757                             |
| BUTIR 03 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 04 | 207.5833                   | 957.174                        | .804                             | .755                             |
| BUTIR 05 | 207.5833                   | 957.174                        | .804                             | .755                             |
| BUTIR 06 | 208.7500                   | 953.841                        | .810                             | .754                             |
| BUTIR 07 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 08 | 207.5833                   | 957.174                        | .804                             | .755                             |
| BUTIR 09 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 10 | 207.9167                   | 947.356                        | .779                             | .752                             |
| BUTIR 11 | 207.5833                   | 957.174                        | .804                             | .755                             |
| BUTIR 12 | 207.7500                   | 952.023                        | .868                             | .753                             |
| BUTIR 13 | 208.7500                   | 938.932                        | .830                             | .750                             |
| BUTIR 14 | 208.9167                   | 952.629                        | .849                             | .753                             |
| BUTIR 15 | 207.7500                   | 952.023                        | .868                             | .753                             |
| BUTIR 16 | 207.8333                   | 953.970                        | .795                             | .754                             |
| BUTIR 17 | 207.5000                   | 963.909                        | .654                             | .757                             |
| BUTIR 18 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 19 | 208.7500                   | 938.932                        | .830                             | .750                             |
| BUTIR 20 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 21 | 208.6667                   | 936.970                        | .888                             | .749                             |
| BUTIR 22 | 207.6667                   | 955.152                        | .805                             | .754                             |
| BUTIR 23 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 24 | 208.5833                   | 944.083                        | .761                             | .751                             |
| BUTIR 25 | 207.9167                   | 947.356                        | .779                             | .752                             |
| BUTIR 26 | 208.8333                   | 950.697                        | .898                             | .753                             |
| BUTIR 27 | 208.6667                   | 936.970                        | .888                             | .749                             |
| BUTIR 28 | 208.7500                   | 952.750                        | .845                             | .753                             |
| BUTIR 29 | 207.8333                   | 953.970                        | .795                             | .754                             |
| BUTIR 30 | 207.8333                   | 953.970                        | .795                             | .754                             |
| BUTIR 31 | 208.7500                   | 938.932                        | .830                             | .750                             |
| BUTIR 32 | 208.6667                   | 957.152                        | .593                             | .755                             |
| BUTIR 33 | 207.9167                   | 947.356                        | .779                             | .752                             |
| BUTIR 34 | 207.7500                   | 952.023                        | .868                             | .753                             |
| Total    | 105.6667                   | 244.970                        | 1.000                            | .983                             |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .983             | 34         |

## Lanjutan Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

### KUALITAS LAYANAN

**Item-Total Statistics**

|          | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| BUTIR 01 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 02 | 210.4951                   | 428.076                        | .353                             | .733                             |
| BUTIR 03 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 04 | 210.4563                   | 432.251                        | .295                             | .736                             |
| BUTIR 05 | 210.5922                   | 430.185                        | .384                             | .734                             |
| BUTIR 06 | 210.5243                   | 429.311                        | .378                             | .734                             |
| BUTIR 07 | 210.4757                   | 424.428                        | .640                             | .730                             |
| BUTIR 08 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 09 | 210.4466                   | 430.799                        | .354                             | .735                             |
| BUTIR 10 | 210.5340                   | 431.898                        | .232                             | .736                             |
| BUTIR 11 | 210.4660                   | 426.996                        | .524                             | .732                             |
| BUTIR 12 | 210.5437                   | 425.349                        | .511                             | .731                             |
| BUTIR 13 | 210.5728                   | 431.208                        | .313                             | .735                             |
| BUTIR 14 | 210.6214                   | 430.394                        | .291                             | .735                             |
| BUTIR 15 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 16 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 17 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 18 | 210.3398                   | 425.540                        | .574                             | .731                             |
| BUTIR 19 | 210.4369                   | 432.582                        | .273                             | .736                             |
| BUTIR 20 | 210.4757                   | 424.428                        | .640                             | .730                             |
| BUTIR 21 | 210.4660                   | 426.996                        | .524                             | .732                             |
| BUTIR 22 | 210.4369                   | 428.072                        | .423                             | .733                             |
| BUTIR 23 | 210.3981                   | 432.869                        | .240                             | .736                             |
| BUTIR 24 | 210.4757                   | 428.605                        | .431                             | .733                             |
| BUTIR 25 | 210.4660                   | 426.996                        | .524                             | .732                             |
| BUTIR 26 | 210.3689                   | 429.686                        | .439                             | .734                             |
| BUTIR 27 | 210.5146                   | 429.605                        | .423                             | .734                             |
| BUTIR 28 | 210.6408                   | 432.840                        | .217                             | .736                             |
| BUTIR 29 | 210.6602                   | 427.501                        | .342                             | .733                             |
| BUTIR 30 | 210.3398                   | 425.540                        | .574                             | .731                             |
| BUTIR 31 | 210.4175                   | 433.991                        | .195                             | .737                             |
| BUTIR 32 | 210.5437                   | 425.564                        | .466                             | .731                             |
| BUTIR 33 | 210.6214                   | 429.649                        | .290                             | .734                             |
| BUTIR 34 | 210.5340                   | 431.840                        | .289                             | .735                             |
| BUTIR 35 | 210.3398                   | 425.540                        | .574                             | .731                             |
| BUTIR 36 | 210.4369                   | 424.013                        | .705                             | .730                             |
| BUTIR 37 | 210.6214                   | 428.767                        | .360                             | .734                             |
| BUTIR 38 | 210.4466                   | 430.857                        | .316                             | .735                             |
| BUTIR 39 | 210.4466                   | 431.779                        | .239                             | .736                             |
| BUTIR 40 | 210.4757                   | 424.428                        | .640                             | .730                             |
| Total    | 106.5728                   | 109.678                        | 1.000                            | .906                             |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .906             | 40         |

Lampiran 11. Tabel r

| Tabel r Product Moment<br>Pada Sig.0,05 (Two Tail) |       |    |       |     |       |     |       |     |       |     |       |
|----------------------------------------------------|-------|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|
| N                                                  | r     | N  | r     | N   | r     | N   | r     | N   | r     | N   | r     |
| 1                                                  | 0.997 | 41 | 0.301 | 81  | 0.216 | 121 | 0.177 | 161 | 0.154 | 201 | 0.138 |
| 2                                                  | 0.95  | 42 | 0.297 | 82  | 0.215 | 122 | 0.176 | 162 | 0.153 | 202 | 0.137 |
| 3                                                  | 0.878 | 43 | 0.294 | 83  | 0.213 | 123 | 0.176 | 163 | 0.153 | 203 | 0.137 |
| 4                                                  | 0.811 | 44 | 0.291 | 84  | 0.212 | 124 | 0.175 | 164 | 0.152 | 204 | 0.137 |
| 5                                                  | 0.754 | 45 | 0.288 | 85  | 0.211 | 125 | 0.174 | 165 | 0.152 | 205 | 0.136 |
| 6                                                  | 0.707 | 46 | 0.285 | 86  | 0.21  | 126 | 0.174 | 166 | 0.151 | 206 | 0.136 |
| 7                                                  | 0.666 | 47 | 0.282 | 87  | 0.208 | 127 | 0.173 | 167 | 0.151 | 207 | 0.136 |
| 8                                                  | 0.632 | 48 | 0.279 | 88  | 0.207 | 128 | 0.172 | 168 | 0.151 | 208 | 0.135 |
| 9                                                  | 0.602 | 49 | 0.276 | 89  | 0.206 | 129 | 0.172 | 169 | 0.15  | 209 | 0.135 |
| 10                                                 | 0.576 | 50 | 0.273 | 90  | 0.205 | 130 | 0.171 | 170 | 0.15  | 210 | 0.135 |
| 11                                                 | 0.553 | 51 | 0.271 | 91  | 0.204 | 131 | 0.17  | 171 | 0.149 | 211 | 0.134 |
| 12                                                 | 0.532 | 52 | 0.268 | 92  | 0.203 | 132 | 0.17  | 172 | 0.149 | 212 | 0.134 |
| 13                                                 | 0.514 | 53 | 0.266 | 93  | 0.202 | 133 | 0.169 | 173 | 0.148 | 213 | 0.134 |
| 14                                                 | 0.497 | 54 | 0.263 | 94  | 0.201 | 134 | 0.168 | 174 | 0.148 | 214 | 0.134 |
| 15                                                 | 0.482 | 55 | 0.261 | 95  | 0.2   | 135 | 0.168 | 175 | 0.148 | 215 | 0.133 |
| 16                                                 | 0.468 | 56 | 0.259 | 96  | 0.199 | 136 | 0.167 | 176 | 0.147 | 216 | 0.133 |
| 17                                                 | 0.456 | 57 | 0.256 | 97  | 0.198 | 137 | 0.167 | 177 | 0.147 | 217 | 0.133 |
| 18                                                 | 0.444 | 58 | 0.254 | 98  | 0.197 | 138 | 0.166 | 178 | 0.146 | 218 | 0.132 |
| 19                                                 | 0.433 | 59 | 0.252 | 99  | 0.196 | 139 | 0.165 | 179 | 0.146 | 219 | 0.132 |
| 20                                                 | 0.423 | 60 | 0.25  | 100 | 0.195 | 140 | 0.165 | 180 | 0.146 | 220 | 0.132 |
| 21                                                 | 0.413 | 61 | 0.248 | 101 | 0.194 | 141 | 0.164 | 181 | 0.145 | 221 | 0.131 |
| 22                                                 | 0.404 | 62 | 0.246 | 102 | 0.193 | 142 | 0.164 | 182 | 0.145 | 222 | 0.131 |
| 23                                                 | 0.396 | 63 | 0.244 | 103 | 0.192 | 143 | 0.163 | 183 | 0.144 | 223 | 0.131 |
| 24                                                 | 0.388 | 64 | 0.242 | 104 | 0.191 | 144 | 0.163 | 184 | 0.144 | 224 | 0.131 |
| 25                                                 | 0.381 | 65 | 0.24  | 105 | 0.19  | 145 | 0.162 | 185 | 0.144 | 225 | 0.13  |
| 26                                                 | 0.374 | 66 | 0.239 | 106 | 0.189 | 146 | 0.161 | 186 | 0.143 | 226 | 0.13  |
| 27                                                 | 0.367 | 67 | 0.237 | 107 | 0.188 | 147 | 0.161 | 187 | 0.143 | 227 | 0.13  |
| 28                                                 | 0.361 | 68 | 0.235 | 108 | 0.187 | 148 | 0.16  | 188 | 0.142 | 228 | 0.129 |
| 29                                                 | 0.355 | 69 | 0.234 | 109 | 0.187 | 149 | 0.16  | 189 | 0.142 | 229 | 0.129 |
| 30                                                 | 0.349 | 70 | 0.232 | 110 | 0.186 | 150 | 0.159 | 190 | 0.142 | 230 | 0.129 |
| 31                                                 | 0.344 | 71 | 0.23  | 111 | 0.185 | 151 | 0.159 | 191 | 0.141 | 231 | 0.129 |
| 32                                                 | 0.339 | 72 | 0.229 | 112 | 0.184 | 152 | 0.158 | 192 | 0.141 | 232 | 0.128 |
| 33                                                 | 0.334 | 73 | 0.227 | 113 | 0.183 | 153 | 0.158 | 193 | 0.141 | 233 | 0.128 |
| 34                                                 | 0.329 | 74 | 0.226 | 114 | 0.182 | 154 | 0.157 | 194 | 0.14  | 234 | 0.128 |
| 35                                                 | 0.325 | 75 | 0.224 | 115 | 0.182 | 155 | 0.157 | 195 | 0.14  | 235 | 0.127 |
| 36                                                 | 0.32  | 76 | 0.223 | 116 | 0.181 | 156 | 0.156 | 196 | 0.139 | 236 | 0.127 |
| 37                                                 | 0.316 | 77 | 0.221 | 117 | 0.18  | 157 | 0.156 | 197 | 0.139 | 237 | 0.127 |
| 38                                                 | 0.312 | 78 | 0.22  | 118 | 0.179 | 158 | 0.155 | 198 | 0.139 | 238 | 0.127 |
| 39                                                 | 0.308 | 79 | 0.219 | 119 | 0.179 | 159 | 0.155 | 199 | 0.138 | 239 | 0.126 |
| 40                                                 | 0.304 | 80 | 0.217 | 120 | 0.178 | 160 | 0.154 | 200 | 0.138 | 240 | 0.126 |

**HASIL WAWANCARA DENGAN KETUA UMUM CV MAJU BERSAMA KABUPATEN INDRAMAYU**

| No | Pertanyaan                                                                                                                                        | Jawaban                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Bidang apa saja yang ada pada struktur organisasi CV. Maju Bersama?                                                                               | Bidang yang ada di struktur organisasi CV. Maju Bersama hanya ada direktur dan commenditer saja (Wakil direktur). Hanya untuk struktur organisasi secara lengkap hanya ada ketika <i>event/pekerjaan</i> yang lain saja. Contoh struktur organisasi ketika event Bola Basket meliputi Ketua Pelaksana, Wakil Ketua Pelaksana, Sekertaris, Bendahara, Ketua Divisi Pertandingan, Ketua Divisi Keamanan, Ketua Divisi Perlengkapan, Ketua Divisi Acara, Ketua Divisi Wasit, Ketua Divisi PDD, Ketua Divisi Perizinan dan kesekertariatan, Ketua Divisi Konsumsi dan Ketua Divisi Kesehatan/P3K.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2  | Apakah yang menjadi kelemahan pada pengorganisasian CV. Maju Bersama?                                                                             | <p>Kelemahan pada pengorganisasian CV.Maju Bersama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>e. Kurangnya SDM yang kompeten menjadi faktor pertama kelemahan pengorganisasian pada CV.Maju Bersama.</li> <li>f. Pembagian ketua/anggota yang ditunjuk menjadi penanggung jawab/ketua divisi kurang tepat sehingga membuat event menjadi terhambat.</li> <li>g. Koordinasi menyeluruh sukar dilaksanakan antara ketua pelaksana, ketua divisi hingga anggota. Sehingga sering menyebabkan salah miskomunikasi ketika event bola basket.</li> <li>h. Kurangnya kedisiplinan anggota menimbulkan konflik antar anggota.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3  | Apa saja yang menjadi kendala dalam menjalankan event olahraga khususnya event bola basket pada CV. Maju Bersama dan bagaimana cara mengatasinya? | <p>Yang menjadi kendala dalam menjalankan event bola basket yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>f. Memilih orang yang kompeten dalam bidangnya.</li> <li>g. Menunggu proses perizinan event keluar dari kepolisian (kadang suka lama keluar dengan alas an pimpinan pemberi izin sedang berada diluar kota,dll)</li> <li>h. Persiapan dengan waktu yang mepet/ kendala GOR masih dipakai acara lain mengakibatkan perencanaan dan pemasangan alat tidak tepat waktu.</li> <li>i. Persiapan dari divisi acara belum matang.</li> <li>j. Ketua pelaksana sering menaruh orang yang salah untuk menjadi ketua divisi sehingga membuat acara tidak berjalan dengan semestinya.</li> </ul> <p>Cara mengatasinya :</p> <p>Untuk mencari orang yang benar-benar ahli dibidangnya sangat sulit contohnya dalam divisi acara sehingga panitia yang lain harus membantu jika divisi acara membutuhkan tamabahan personil. Dan untuk perizinan kepolisian biasanya sudah meminta ijin dari jauh jauh hari supaya menghindari hal yang tidak diingkan seperti yang diatas.</p> |
| 4  | Apa saja program kerja yang ada pada CV. Maju Bersama?                                                                                            | <p>Program Kerja CV. Maju Bersama</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>c. Event bola basket yang rutin dikerjakan setahun tiga kali yang terdiri dari :</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|   |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                              | <p>3) Perbasi Cup Season 1 dan 2 yang diadakan pada awal tahun dan akhir tahun.</p> <p>4) Maju Bersama Cup yang mana ini open turnamen yang bisa diikuti oleh seluruh sekolah yang ada di Jawa Barat. Biasanya diadakan dipertengahan tahun.</p> <p>d. Karena CV.Maju Bersama perusahaan dengan beberapa bidang yang terdiri dari :</p> <p>5) Biro Wisata (Tour and Trevel)</p> <p>6) Pengadaan barang &amp; jasa</p> <p>7) Event Organizer</p> <p>8) Penyedia jasa kontruksi</p> <p>Sehingga untuk program tiap tahunnya menjadi tidak tentu hanya saja untuk event bola basket CV.Maju Bersama sudah kontrak dengan Perbasi Indramayu sampai tahun 2022 sehingga pertandingan bola basket di indramayu sampai tahun 2022 masih dikelola oleh CV.Maju Bersama.</p> |
| 5 | Bagaimana CV. Maju Bersama merencanakan program pembuatan event bola basket? | Direktur dan pimpinan perbasi mengadakan rapat bersama jajaran pengurus perbasi yang lain untuk membicarakan penyelenggaran event Perbasi Cup. Dalam rapat itu biasanya membahas tanggal pelaksanaan, regulasi pertandingan, struktur kepanitiaan, acara yang diinginkan dan anggaran biaya event. Rapat biasanya diadakan dua bulan paling lama sebelum event atau paling lambatnya satu bulan sebelum event, sebagian pengurus perbasi juga menjadi bagian kepanitiaan ketika event perbasi cup.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 6 | Jika target tercapai/ tidak tercapai bagaimana respon ketua pelaksana?       | Jika target tercapai biasanya direktur memberikan bonus kepada ketua pelaksana dan jajarannya. Selain itu direktur juga mengajak semua struktur organisasi kepanitiaan untuk jalan-jalan keluar kota. Dan jika target tidak tercapai jajaran direksi akan mengadakan evaluasi mengenai kegagalan tidak sampai target itu. Karena biasanya kegagalan ada beberapa faktor. Faktor pertandingan dan acara yang kurang menarik atau faktor cuaca yang kurang mendukung yang mengakibatkan penonton malas datang ke GOR.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 7 | Apa yang masih dirasa kurang terkait kualitas layanan CV. Maju Bersama?      | Yang dirasa kurang dalam layanan kualitas ketika event yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya kreativitas jajaran kepanitiaan yang membuat acara menjadi monoton. Padahal penonton bola basket di Indramayu di dominasi pelajar seharusnya panitia membuat acara yang meriah supaya menarik para pelajar untuk menonton.</li> <li>2. Fasilitas GOR yang kurang memadai. Contohnya lapangan yang sudah tidak layak dipakai, toilet yang kotor, ruang ganti pakaian yang sudah tidak dapat terpakai, tribun penonton yang kotor. GOR ini kaitannya dengan pemerintah daerah karena yang mengelola GOR Dharma Ayu adalah Dispora setempat.</li> </ul>                                                                                             |

Lampiran 13. Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan

Kualitas Layanan Berdasarkan Penilaian Peserta

**Statistics**

|                | Kualitas Layanan CV, Maju Bersama | Reliability (keandalan) | Responsiveness (daya tanggap) | Assurance (jaminan dan kepastian) | Empathy (penghargaan/perhatian) | Tangibles (bukti fisik) |
|----------------|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| N Valid        | 44                                | 44                      | 44                            | 44                                | 44                              | 44                      |
| Missing        | 0                                 | 0                       | 0                             | 0                                 | 0                               | 0                       |
| Mean           | 110,73                            | 16,43                   | 19,16                         | 27,73                             | 16,52                           | 30,89                   |
| Median         | 113,00                            | 17,00                   | 20,00                         | 29,00                             | 17,00                           | 31,00                   |
| Mode           | 112,00                            | 18,00                   | 21,00                         | 30,00                             | 17,00                           | 31,00                   |
| Std. Deviation | 9,99                              | 1,96                    | 2,10                          | 2,84                              | 1,84                            | 3,81                    |
| Minimum        | 85,00                             | 12,00                   | 14,00                         | 22,00                             | 11,00                           | 21,00                   |
| Maximum        | 136,00                            | 20,00                   | 22,00                         | 32,00                             | 19,00                           | 43,00                   |
| Sum            | 4872,00                           | 723,00                  | 843,00                        | 1220,00                           | 727,00                          | 1359,00                 |

**Kualitas Layanan CV. Maju Bersama**

|       |     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 85  | 1         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
|       | 89  | 1         | 2.3     | 2.3           | 4.5                |
|       | 90  | 1         | 2.3     | 2.3           | 6.8                |
|       | 93  | 1         | 2.3     | 2.3           | 9.1                |
|       | 96  | 1         | 2.3     | 2.3           | 11.4               |
|       | 98  | 1         | 2.3     | 2.3           | 13.6               |
|       | 101 | 1         | 2.3     | 2.3           | 15.9               |
|       | 102 | 1         | 2.3     | 2.3           | 18.2               |
|       | 103 | 1         | 2.3     | 2.3           | 20.5               |
|       | 104 | 1         | 2.3     | 2.3           | 22.7               |
|       | 105 | 2         | 4.5     | 4.5           | 27.3               |
|       | 107 | 2         | 4.5     | 4.5           | 31.8               |
|       | 108 | 1         | 2.3     | 2.3           | 34.1               |
|       | 110 | 1         | 2.3     | 2.3           | 36.4               |
|       | 112 | 5         | 11.4    | 11.4          | 47.7               |
|       | 113 | 2         | 4.5     | 4.5           | 52.3               |
|       | 114 | 3         | 6.8     | 6.8           | 59.1               |
|       | 115 | 3         | 6.8     | 6.8           | 65.9               |
|       | 116 | 3         | 6.8     | 6.8           | 72.7               |
|       | 117 | 2         | 4.5     | 4.5           | 77.3               |
|       | 118 | 3         | 6.8     | 6.8           | 84.1               |

|       |    |       |       |       |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 120   | 2  | 4.5   | 4.5   | 88.6  |
| 121   | 4  | 9.1   | 9.1   | 97.7  |
| 136   | 1  | 2.3   | 2.3   | 100.0 |
| Total | 44 | 100.0 | 100.0 |       |

**Reliability (keandalan)**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 12 | 1         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
| 13       | 3         | 6.8     | 6.8           | 9.1                |
| 14       | 5         | 11.4    | 11.4          | 20.5               |
| 15       | 6         | 13.6    | 13.6          | 34.1               |
| 16       | 3         | 6.8     | 6.8           | 40.9               |
| 17       | 9         | 20.5    | 20.5          | 61.4               |
| 18       | 13        | 29.5    | 29.5          | 90.9               |
| 19       | 3         | 6.8     | 6.8           | 97.7               |
| 20       | 1         | 2.3     | 2.3           | 100.0              |
| Total    | 44        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Responsiveness (daya tanggap)**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 14 | 1         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
| 16       | 6         | 13.6    | 13.6          | 15.9               |
| 17       | 5         | 11.4    | 11.4          | 27.3               |
| 18       | 4         | 9.1     | 9.1           | 36.4               |
| 19       | 3         | 6.8     | 6.8           | 43.2               |
| 20       | 9         | 20.5    | 20.5          | 63.6               |
| 21       | 13        | 29.5    | 29.5          | 93.2               |
| 22       | 3         | 6.8     | 6.8           | 100.0              |
| Total    | 44        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Assurance (jaminan dan kepastian)**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 22 | 2         | 4.5     | 4.5           | 4.5                |
| 23       | 3         | 6.8     | 6.8           | 11.4               |
| 24       | 3         | 6.8     | 6.8           | 18.2               |
| 25       | 3         | 6.8     | 6.8           | 25.0               |
| 26       | 4         | 9.1     | 9.1           | 34.1               |
| 27       | 2         | 4.5     | 4.5           | 38.6               |

|       |    |       |       |       |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 28    | 4  | 9.1   | 9.1   | 47.7  |
| 29    | 7  | 15.9  | 15.9  | 63.6  |
| 30    | 11 | 25.0  | 25.0  | 88.6  |
| 31    | 3  | 6.8   | 6.8   | 95.5  |
| 32    | 2  | 4.5   | 4.5   | 100.0 |
| Total | 44 | 100.0 | 100.0 |       |

**Empathy (penghargaan/perhatian)**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid |           |         |               |                    |
| 11    | 1         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
| 12    | 1         | 2.3     | 2.3           | 4.5                |
| 13    | 2         | 4.5     | 4.5           | 9.1                |
| 14    | 2         | 4.5     | 4.5           | 13.6               |
| 15    | 2         | 4.5     | 4.5           | 18.2               |
| 16    | 9         | 20.5    | 20.5          | 38.6               |
| 17    | 15        | 34.1    | 34.1          | 72.7               |
| 18    | 7         | 15.9    | 15.9          | 88.6               |
| 19    | 5         | 11.4    | 11.4          | 100.0              |
| Total | 44        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Tangibles (bukti fisik)**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid |           |         |               |                    |
| 21    | 1         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
| 22    | 1         | 2.3     | 2.3           | 4.5                |
| 23    | 1         | 2.3     | 2.3           | 6.8                |
| 26    | 2         | 4.5     | 4.5           | 11.4               |
| 27    | 2         | 4.5     | 4.5           | 15.9               |
| 29    | 3         | 6.8     | 6.8           | 22.7               |
| 30    | 4         | 9.1     | 9.1           | 31.8               |
| 31    | 13        | 29.5    | 29.5          | 61.4               |
| 32    | 4         | 9.1     | 9.1           | 70.5               |
| 33    | 9         | 20.5    | 20.5          | 90.9               |
| 34    | 1         | 2.3     | 2.3           | 93.2               |
| 36    | 1         | 2.3     | 2.3           | 95.5               |
| 39    | 1         | 2.3     | 2.3           | 97.7               |
| 43    | 1         | 2.3     | 2.3           | 100.0              |
| Total | 44        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Kualitas Pelayanan berdasarkan Penilaian Penonton**  
**Statistics**

|                | Kualitas Layanan CV. Maju Bersama | Reliability (keandalan) | Responsiveness (daya tanggap) | Assurance (jaminan dan kepastian) | Empathy (penghargaan/perhatian) | Tangibles (bukti fisik) |
|----------------|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| N Valid        | 59                                | 59                      | 59                            | 59                                | 59                              | 59                      |
| Missing        | 0                                 | 0                       | 0                             | 0                                 | 0                               | 0                       |
| Mean           | 103,47                            | 15,56                   | 18,08                         | 26,41                             | 15,17                           | 28,25                   |
| Median         | 104,00                            | 16,00                   | 19,00                         | 26,00                             | 15,00                           | 28,00                   |
| Mode           | 111,00                            | 16,00                   | 19,00                         | 29,00                             | 16,00                           | 28,00                   |
| Std. Deviation | 9,80                              | 2,11                    | 2,53                          | 3,12                              | 1,71                            | 2,72                    |
| Minimum        | 81,00                             | 10,00                   | 13,00                         | 20,00                             | 11,00                           | 22,00                   |
| Maximum        | 125,00                            | 19,00                   | 24,00                         | 33,00                             | 20,00                           | 33,00                   |
| Sum            | 6105,00                           | 918,00                  | 1067,00                       | 1558,00                           | 895,00                          | 1667,00                 |

**Kualitas Layanan CV. Maju Bersama**

|       |     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 81  | 1         | 1.7     | 1.7           | 1.7                |
|       | 82  | 1         | 1.7     | 1.7           | 3.4                |
|       | 84  | 1         | 1.7     | 1.7           | 5.1                |
|       | 86  | 1         | 1.7     | 1.7           | 6.8                |
|       | 90  | 2         | 3.4     | 3.4           | 10.2               |
|       | 91  | 2         | 3.4     | 3.4           | 13.6               |
|       | 93  | 2         | 3.4     | 3.4           | 16.9               |
|       | 94  | 2         | 3.4     | 3.4           | 20.3               |
|       | 96  | 2         | 3.4     | 3.4           | 23.7               |
|       | 97  | 1         | 1.7     | 1.7           | 25.4               |
|       | 98  | 3         | 5.1     | 5.1           | 30.5               |
|       | 99  | 3         | 5.1     | 5.1           | 35.6               |
|       | 100 | 2         | 3.4     | 3.4           | 39.0               |
|       | 101 | 1         | 1.7     | 1.7           | 40.7               |
|       | 102 | 3         | 5.1     | 5.1           | 45.8               |
|       | 103 | 1         | 1.7     | 1.7           | 47.5               |
|       | 104 | 2         | 3.4     | 3.4           | 50.8               |
|       | 105 | 1         | 1.7     | 1.7           | 52.5               |
|       | 106 | 3         | 5.1     | 5.1           | 57.6               |
|       | 108 | 4         | 6.8     | 6.8           | 64.4               |
|       | 109 | 1         | 1.7     | 1.7           | 66.1               |
|       | 110 | 1         | 1.7     | 1.7           | 67.8               |
|       | 111 | 6         | 10.2    | 10.2          | 78.0               |

|       |    |       |       |       |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 112   | 3  | 5.1   | 5.1   | 83.1  |
| 113   | 2  | 3.4   | 3.4   | 86.4  |
| 114   | 4  | 6.8   | 6.8   | 93.2  |
| 115   | 1  | 1.7   | 1.7   | 94.9  |
| 119   | 1  | 1.7   | 1.7   | 96.6  |
| 121   | 1  | 1.7   | 1.7   | 98.3  |
| 125   | 1  | 1.7   | 1.7   | 100.0 |
| Total | 59 | 100.0 | 100.0 |       |

**Reliability (keandalan)**

|       |    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 10 | 1         | 1.7     | 1.7           | 1.7                |
|       | 12 | 5         | 8.5     | 8.5           | 10.2               |
|       | 13 | 6         | 10.2    | 10.2          | 20.3               |
|       | 14 | 7         | 11.9    | 11.9          | 32.2               |
|       | 15 | 4         | 6.8     | 6.8           | 39.0               |
|       | 16 | 15        | 25.4    | 25.4          | 64.4               |
|       | 17 | 7         | 11.9    | 11.9          | 76.3               |
|       | 18 | 13        | 22.0    | 22.0          | 98.3               |
|       | 19 | 1         | 1.7     | 1.7           | 100.0              |
| Total |    | 59        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Responsiveness (daya tanggap)**

|       |    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 13 | 3         | 5.1     | 5.1           | 5.1                |
|       | 14 | 3         | 5.1     | 5.1           | 10.2               |
|       | 15 | 6         | 10.2    | 10.2          | 20.3               |
|       | 16 | 6         | 10.2    | 10.2          | 30.5               |
|       | 17 | 1         | 1.7     | 1.7           | 32.2               |
|       | 18 | 7         | 11.9    | 11.9          | 44.1               |
|       | 19 | 15        | 25.4    | 25.4          | 69.5               |
|       | 20 | 12        | 20.3    | 20.3          | 89.8               |
|       | 21 | 4         | 6.8     | 6.8           | 96.6               |
|       | 24 | 2         | 3.4     | 3.4           | 100.0              |
| Total |    | 59        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Assurance (jaminan dan kepastian)**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 20    | 2         | 3.4     | 3.4           | 3.4                |
|       | 21    | 3         | 5.1     | 5.1           | 8.5                |
|       | 22    | 3         | 5.1     | 5.1           | 13.6               |
|       | 23    | 2         | 3.4     | 3.4           | 16.9               |
|       | 24    | 7         | 11.9    | 11.9          | 28.8               |
|       | 25    | 4         | 6.8     | 6.8           | 35.6               |
|       | 26    | 9         | 15.3    | 15.3          | 50.8               |
|       | 27    | 3         | 5.1     | 5.1           | 55.9               |
|       | 28    | 8         | 13.6    | 13.6          | 69.5               |
|       | 29    | 13        | 22.0    | 22.0          | 91.5               |
|       | 30    | 2         | 3.4     | 3.4           | 94.9               |
|       | 33    | 3         | 5.1     | 5.1           | 100.0              |
|       | Total | 59        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Empathy (penghargaan/perhatian)**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 11    | 1         | 1.7     | 1.7           | 1.7                |
|       | 12    | 3         | 5.1     | 5.1           | 6.8                |
|       | 13    | 5         | 8.5     | 8.5           | 15.3               |
|       | 14    | 12        | 20.3    | 20.3          | 35.6               |
|       | 15    | 11        | 18.6    | 18.6          | 54.2               |
|       | 16    | 14        | 23.7    | 23.7          | 78.0               |
|       | 17    | 10        | 16.9    | 16.9          | 94.9               |
|       | 18    | 2         | 3.4     | 3.4           | 98.3               |
|       | 20    | 1         | 1.7     | 1.7           | 100.0              |
|       | Total | 59        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Tangibles (bukti fisik)**

|       |    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 22 | 3         | 5.1     | 5.1           | 5.1                |
|       | 24 | 3         | 5.1     | 5.1           | 10.2               |
|       | 25 | 4         | 6.8     | 6.8           | 16.9               |
|       | 26 | 4         | 6.8     | 6.8           | 23.7               |
|       | 27 | 6         | 10.2    | 10.2          | 33.9               |
|       | 28 | 11        | 18.6    | 18.6          | 52.5               |

|       |    |       |       |       |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 29    | 6  | 10.2  | 10.2  | 62.7  |
| 30    | 9  | 15.3  | 15.3  | 78.0  |
| 31    | 7  | 11.9  | 11.9  | 89.8  |
| 32    | 4  | 6.8   | 6.8   | 96.6  |
| 33    | 2  | 3.4   | 3.4   | 100.0 |
| Total | 59 | 100.0 | 100.0 |       |

Lampiran 14. Deskriptif Statistik Manajemen Organisasi

**Statistics**

|                |         | Manajemen Organisasi CV. Maju Bersama | Perencanaan | Pengorganisasian | Pengarahan         | Pengendalian       |
|----------------|---------|---------------------------------------|-------------|------------------|--------------------|--------------------|
| N              | Valid   | 12                                    | 12          | 12               | 12                 | 12                 |
|                | Missing | 0                                     | 0           | 0                | 0                  | 0                  |
| Mean           |         | 105,67                                | 39,92       | 18,50            | 22,75              | 24,50              |
| Median         |         | 106,50                                | 42,00       | 18,00            | 22,50              | 24,50              |
| Mode           |         | 119,00 <sup>a</sup>                   | 44,00       | 21,00            | 18,00 <sup>a</sup> | 20,00 <sup>a</sup> |
| Std. Deviation |         | 15,65                                 | 5,09        | 2,75             | 4,29               | 4,06               |
| Minimum        |         | 82,00                                 | 31,00       | 15,00            | 17,00              | 19,00              |
| Maximum        |         | 125,00                                | 44,00       | 22,00            | 29,00              | 30,00              |
| Sum            |         | 1268,00                               | 479,00      | 222,00           | 273,00             | 294,00             |

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

**Manajemen Organisasi CV. Maju Bersama**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 82    | 1         | 8.3     | 8.3           | 8.3                |
|       | 85    | 1         | 8.3     | 8.3           | 16.7               |
|       | 87    | 1         | 8.3     | 8.3           | 25.0               |
|       | 97    | 1         | 8.3     | 8.3           | 33.3               |
|       | 100   | 1         | 8.3     | 8.3           | 41.7               |
|       | 102   | 1         | 8.3     | 8.3           | 50.0               |
|       | 111   | 1         | 8.3     | 8.3           | 58.3               |
|       | 116   | 1         | 8.3     | 8.3           | 66.7               |
|       | 119   | 2         | 16.7    | 16.7          | 83.3               |
|       | 125   | 2         | 16.7    | 16.7          | 100.0              |
|       | Total | 12        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Perencanaan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 31    | 1         | 8.3     | 8.3           | 8.3                |
|       | 32    | 1         | 8.3     | 8.3           | 16.7               |
|       | 33    | 1         | 8.3     | 8.3           | 25.0               |
|       | 39    | 1         | 8.3     | 8.3           | 33.3               |
|       | 40    | 1         | 8.3     | 8.3           | 41.7               |
|       | 41    | 1         | 8.3     | 8.3           | 50.0               |
|       | 43    | 1         | 8.3     | 8.3           | 58.3               |
|       | 44    | 5         | 41.7    | 41.7          | 100.0              |
|       | Total | 12        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Pengorganisasian**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 15    | 2         | 16.7    | 16.7          | 16.7               |
|       | 16    | 2         | 16.7    | 16.7          | 33.3               |
|       | 17    | 1         | 8.3     | 8.3           | 41.7               |
|       | 18    | 2         | 16.7    | 16.7          | 58.3               |
|       | 21    | 3         | 25.0    | 25.0          | 83.3               |
|       | 22    | 2         | 16.7    | 16.7          | 100.0              |
|       | Total | 12        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Pengarahan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 17    | 1         | 8.3     | 8.3           | 8.3                |
|       | 18    | 2         | 16.7    | 16.7          | 25.0               |
|       | 20    | 2         | 16.7    | 16.7          | 41.7               |
|       | 21    | 1         | 8.3     | 8.3           | 50.0               |
|       | 24    | 1         | 8.3     | 8.3           | 58.3               |
|       | 25    | 1         | 8.3     | 8.3           | 66.7               |
|       | 26    | 2         | 16.7    | 16.7          | 83.3               |
|       | 29    | 2         | 16.7    | 16.7          | 100.0              |
|       | Total | 12        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Pengendalian**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 19    | 1         | 8.3     | 8.3           | 8.3                |
|       | 20    | 2         | 16.7    | 16.7          | 25.0               |
|       | 21    | 1         | 8.3     | 8.3           | 33.3               |
|       | 22    | 1         | 8.3     | 8.3           | 41.7               |
|       | 24    | 1         | 8.3     | 8.3           | 50.0               |
|       | 25    | 1         | 8.3     | 8.3           | 58.3               |
|       | 27    | 1         | 8.3     | 8.3           | 66.7               |
|       | 28    | 2         | 16.7    | 16.7          | 83.3               |
|       | 30    | 2         | 16.7    | 16.7          | 100.0              |
|       | Total | 12        | 100.0   | 100.0         |                    |

## Lampiran 15. Menghitung Norma Penilaian (PAP)

### **Manajemen Organisasi**

|                 |                                                                                                                                 |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Skor maks ideal | = $34 \times 4 = 136$                                                                                                           |
| Skor min ideal  | = $34 \times 1 = 34$                                                                                                            |
| Mi              | = $\frac{1}{2} (136 + 34) = 85$                                                                                                 |
| Sbi             | = $\frac{1}{6} (136 - 34) = 17$                                                                                                 |
| Sangat Baik     | : $Mi + 1,8 Sbi < X$<br>: $85 + (1,8 \times 17) < X$<br>: <b>116 &lt; X</b>                                                     |
| Baik            | : $Mi + 0,6 Sbi < X \leq Mi + 1,8 Sbi$<br>: $85 + (0,6 \times 17) < X \leq 85 + (1,8 \times 17)$<br>: <b>95 &lt; X \leq 116</b> |
| Cukup           | : $Mi - 0,6 Sbi < X \leq Mi + 0,6 Sbi$<br>: $85 - (0,6 \times 17) < X \leq 85 + (0,6 \times 17)$<br>: <b>74 &lt; X \leq 95</b>  |
| Kurang          | : $Mi - 1,8 Sbi < X \leq Mi - 0,6 Sbi$<br>: $85 - (1,8 \times 17) < X \leq 85 - (0,6 \times 17)$<br>: <b>53 &lt; X \leq 74</b>  |
| Sangat Kurang   | : $X \leq Mi - 1,8 Sbi$<br>: $X \leq 85 - (1,8 \times 17)$<br>: <b>X \leq 53</b>                                                |

### **Kualitas Layanan**

|                 |                                                                                                                                    |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Skor maks ideal | = $40 \times 4 = 160$                                                                                                              |
| Skor min ideal  | = $40 \times 1 = 40$                                                                                                               |
| Mi              | = $\frac{1}{2} (160 + 40) = 100$                                                                                                   |
| Sbi             | = $\frac{1}{6} (160 - 40) = 20$                                                                                                    |
| Sangat Baik     | : $Mi + 1,8 Sbi < X$<br>: $100 + (1,8 \times 20) < X$<br>: <b>136 &lt; X</b>                                                       |
| Baik            | : $Mi + 0,6 Sbi < X \leq Mi + 1,8 Sbi$<br>: $100 + (0,6 \times 20) < X \leq 100 + (1,8 \times 20)$<br>: <b>112 &lt; X \leq 136</b> |
| Cukup           | : $Mi - 0,6 Sbi < X \leq Mi + 0,6 Sbi$<br>: $100 - (0,6 \times 20) < X \leq 100 + (0,6 \times 20)$<br>: <b>88 &lt; X \leq 112</b>  |
| Kurang          | : $Mi - 1,8 Sbi < X \leq Mi - 0,6 Sbi$<br>: $100 - (1,8 \times 20) < X \leq 100 - (0,6 \times 20)$<br>: <b>64 &lt; X \leq 88</b>   |
| Sangat Kurang   | : $X \leq Mi - 1,8 Sbi$<br>: $X \leq 100 - (1,8 \times 20)$<br>: <b>X \leq 64</b>                                                  |

Lampiran 16. Dokumentasi Pertandingan



Gambar *Technical Meeting Perbasi Cup 2019*



Gambar Dokumentasi Pertandingan Perbasi Cup



Gambar Sekretariat CV Maju Bersama