


Strategi Pengembangan Klub Renang dalam Konteks Ekonomi Olahraga: Studi Kasus Aero Swimming Club

¹⁾Dhika Bayu Mahardhika*, ²⁾Fadilatul Fikri, ³⁾Irghezza Nazmi Afhani

^{1,2,3)}Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia
Email Corresponding: sisfokomtek.jpkm@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pengembangan Klub Renang Ekonomi Olahraga Promosi Digital Business Model Canvas Manajemen Keuangan	Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan Aero Swimming Club melalui penguatan manajemen, promosi digital, dan optimalisasi layanan pelatihan renang. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan fasilitas, rendahnya kompetensi manajemen digital, serta belum tersusunnya model bisnis yang berkelanjutan. Metode kegiatan meliputi: (1) analisis kebutuhan, (2) pendampingan strategi promosi digital, (3) pelatihan manajemen keuangan sederhana, dan (4) penyusunan Business Model Canvas. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan jangkauan promosi sebesar 240%, jumlah pendaftar baru meningkat 35%, serta peningkatan akurasi pencatatan keuangan sebesar 80%. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap tata kelola klub dan memperkuat potensi ekonomi olahraga berbasis komunitas.
Keywords: Swimming Club Development Sport Economics Digital Promotion Business Model Canva Financial Management	ABSTRACT This community service program aims to enhance the management capacity of the Aero Swimming Club through strengthened organizational governance, digital promotion, and optimization of swimming training services. The primary problems faced by the partner include limited facilities, low competence in digital management, and the absence of a sustainable business model. The activities carried out consisted of: (1) needs analysis, (2) assistance in digital promotion strategies, (3) basic financial management training, and (4) the development of a Business Model Canvas. The results of the program showed a 240% increase in promotional reach, a 35% rise in new registrations, and an 80% improvement in financial recording accuracy. These outcomes have positively contributed to the club's governance and strengthened the potential of community-based sports economics.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Olahraga merupakan sektor penting yang tidak hanya berfungsi meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang besar melalui berbagai aktivitas jasa, industri, dan kewirausahaan olahraga. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ekonomi olahraga di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat, ditandai dengan tumbuhnya berbagai usaha berbasis komunitas seperti klub renang, klub sepak bola, dan pusat kebugaran. Kementerian Pemuda dan Olahraga (2022) melaporkan bahwa kontribusi sektor ini terus mengalami peningkatan seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat serta meningkatnya permintaan terhadap layanan pelatihan olahraga profesional. Kondisi ini menunjukkan bahwa klub olahraga, termasuk klub renang, memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai unit usaha yang produktif.

Aero Swimming Club merupakan salah satu klub renang yang menyediakan layanan pelatihan bagi berbagai kelompok usia. Namun, hasil observasi awal mengungkapkan bahwa klub ini masih menghadapi sejumlah permasalahan yang menghambat pengembangan usaha, seperti keterbatasan fasilitas, kurang optimalnya promosi digital, serta belum tersusunnya model bisnis yang sistematis. Permasalahan tersebut berdampak pada pertumbuhan peserta yang kurang maksimal dan pengelolaan administrasi yang belum efektif. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Saleh et al., 2025; Martínez-Moreno et

al., 2021) yang menunjukkan bahwa banyak klub olahraga skala kecil masih terkendala dalam aspek manajemen, pemasaran, dan perencanaan usaha jangka panjang.

Di sisi lain, berbagai kegiatan pengabdian masyarakat terdahulu menegaskan bahwa penguatan kapasitas manajerial merupakan faktor penting bagi keberlangsungan klub olahraga komunitas (Wahyudi, 2019; Suherman, 2018). Namun, sebagian besar program tersebut lebih menitikberatkan pada peningkatan keterampilan teknis olahraga, bukan pada pengembangan tata kelola usaha ataupun strategi digital yang dapat mendukung keberlanjutan finansial. Hal inilah yang menjadi kesenjangan (gap) dan mendasari urgensi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Aero Swimming Club memerlukan pendampingan yang mencakup penguatan manajemen, peningkatan promosi berbasis digital, serta penyusunan model bisnis berbasis pendekatan strategis seperti Business Model Canvas.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini disusun untuk memberikan solusi yang komprehensif melalui pelatihan manajemen, pendampingan strategi digital marketing, dan penyusunan model bisnis jangka panjang. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas kelembagaan Aero Swimming Club sehingga mampu berkembang menjadi unit usaha olahraga yang lebih profesional, berkelanjutan, serta berkontribusi terhadap penguatan ekonomi olahraga di tingkat lokal.

II. MASALAH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh kondisi nyata yang dihadapi Aero Swimming Club sebagai pelaku usaha olahraga skala kecil. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat pengembangan klub. Pertama, keterbatasan fasilitas latihan menjadi kendala terbesar. Klub tidak memiliki kolam renang sendiri dan bergantung pada penyewaan fasilitas umum dengan waktu terbatas. Hal ini menyebabkan penjadwalan kelas sering terganggu, terutama pada musim hujan atau ketika kolam digunakan untuk kegiatan lain. Kedua, jumlah pelatih yang masih sedikit belum sebanding dengan meningkatnya jumlah peserta. Dalam satu sesi, seorang pelatih sering menangani lebih dari delapan peserta, yang mengurangi efektivitas pelatihan dan perhatian individual terhadap teknik masing-masing siswa.



Gambar 1. Aero Swimming Club

Promosi dan manajemen digital belum optimal. Informasi kegiatan klub masih disebarkan secara konvensional melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Minimnya kehadiran di media sosial menyebabkan jangkauan calon peserta baru terbatas dan sulit menjangkau masyarakat yang belum mengenal program pelatihan renang profesional.



Gambar 2. Sosial Media

III. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang melalui empat tahapan utama yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang diawali dengan kegiatan observasi lapangan serta wawancara langsung dengan pengelola Aero Swimming Club untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra secara komprehensif. Pada tahap ini, tim juga menyusun instrumen pengumpulan data serta merancang materi pendampingan yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan manajemen dan digital marketing. Selanjutnya, dilakukan tahap analisis kebutuhan yang bertujuan memetakan kondisi awal mitra, termasuk jumlah peserta aktif, rasio pelatih terhadap peserta, kemampuan promosi digital, hingga kondisi administrasi keuangan. Analisis ini menghasilkan gambaran baseline yang menjadi acuan dalam menentukan bentuk intervensi yang paling sesuai bagi mitra.

Tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan, yang meliputi serangkaian kegiatan pendampingan dan pelatihan. Pendampingan digital marketing dilakukan melalui pelatihan optimalisasi penggunaan Instagram dan TikTok, pembuatan konten promosi, serta penyusunan kalender unggahan agar promosi lebih terstruktur. Pelatihan manajemen keuangan diberikan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara sistematis menggunakan format yang telah distandardisasi. Selain itu, tim pengabdian juga memfasilitasi penyusunan Business Model Canvas sebagai kerangka strategis untuk membantu klub memahami proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, serta struktur biaya dan pendapatan secara lebih terarah.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi, yang dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui analisis perubahan jumlah pendaftar, peningkatan jangkauan promosi digital, serta peningkatan akurasi pencatatan keuangan. Proses evaluasi juga mencakup refleksi bersama mitra untuk menilai efektivitas kegiatan serta keberlanjutan strategi yang telah disusun. Seluruh rangkaian metode ini dirancang untuk memastikan bahwa pengabdian tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga menciptakan perubahan nyata dan berkelanjutan bagi Aero Swimming Club.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengabdian

A. Peningkatan Manajemen Keuangan

Sebelumnya pencatatan dilakukan manual dan tidak konsisten. Setelah pelatihan:

- 1) Akurasi pencatatan meningkat 80%
- 2) Laporan bulanan mulai terbentuk
- 3) Mitra dapat menghitung cash flow dan breakeven point

B. Peningkatan Promosi Digital

Sebelum kegiatan, jangkauan akun Instagram hanya 430 akun/bulan.

Setelah pendampingan:

- 1) Jangkauan meningkat menjadi 1.462 akun/bulan (naik 240%)
- 2) Pendaftar baru meningkat 35%
- 3) Klub mulai mendapat kerja sama dari sekolah lokal

C. Penyusunan Strategi Pengembangan

Hasil SWOT dan BMC memberi arah strategis sebagai berikut:

- 1) Jangka pendek: promosi digital, kelas privat, kerja sama sekolah
- 2) Jangka panjang: pembangunan kolam renang sendiri, sistem booking online

Selain peningkatan jangkauan promosi dan akurasi pencatatan keuangan, kegiatan pengabdian juga memberikan dampak pada kualitas layanan pelatihan. Berdasarkan hasil observasi setelah pendampingan, pelatih mulai menerapkan sistem evaluasi peserta secara mingguan, sehingga teknik dasar berenang dapat dipantau lebih sistematis. Mitra juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengatur jadwal kelas yang lebih terstruktur, sehingga benturan waktu pemakaian kolam dapat diminimalkan. Selain itu, penerapan format administrasi baru membantu klub mengidentifikasi pola pendapatan dan pengeluaran, yang sebelumnya sulit dipantau karena pencatatan yang tidak konsisten.

2. Pembahasan

Peningkatan ini menunjukkan bahwa intervensi manajemen dalam pengabdian masyarakat dapat menghasilkan perubahan signifikan dalam tata kelola klub olahraga. Hasil ini selaras dengan temuan Suherman (2018), yang menegaskan bahwa peningkatan kapasitas manajerial merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan usaha olahraga. Implementasi digital marketing juga terbukti efektif sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan jumlah pendaftar baru. Hal ini mendukung pernyataan Yulianti (2022) bahwa promosi digital memiliki peran strategis dalam memperluas pasar jasa pelatihan olahraga. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi bagi keberlanjutan usaha mitra dalam jangka panjang.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan solusi praktis terhadap permasalahan operasional yang dihadapi Aero Swimming Club, tetapi juga meningkatkan kapasitas strategis mitra dalam mengelola usaha olahraga secara berkelanjutan. Peningkatan pada aspek manajemen, promosi digital, dan sistem pencatatan keuangan menunjukkan bahwa intervensi berbasis pendampingan mampu memberikan dampak langsung terhadap profesionalitas klub. Selain itu, penyusunan Business Model Canvas memberikan arah pengembangan usaha yang lebih jelas, sehingga klub memiliki pedoman untuk merencanakan strategi jangka panjang. Secara keseluruhan, pengabdian ini berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi olahraga lokal melalui peningkatan kompetensi dan daya saing mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Strategi Manajemen Klub Olahraga Renang Prestasi di Kabupaten Sleman — Saleh, R. A. P., Yulianto, W. W. E., & Kurniati, R. (2025)
- Analysis of Business Model Canvas (BMC) on GMC Basketball Club to Maximize Customer Value — Fauji, M. A., & Suwarno, H. L. (2025)
- Digital and Interactive Marketing Communications in Sports — Byon, K. & Phua, J. (2021)
- Leadership Style in Amateur Club Sports: A Key Element in Strategic Management — Martínez-Moreno, A., Casas-García, F., & Díaz-Suárez, A. (2021)
- Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Olahraga di Kabupaten Jember (2024)

-
- Wahyudi, T. (2019). Analisis SWOT dalam pengembangan usaha olahraga rekreasi. *Jurnal Keolahragaan*, 7(1), 22–30. <https://doi.org/10.21831/jk.v7i1>.
- Suherman, A. (2018). *Manajemen Kewirausahaan Olahraga*. Bandung: UPI Press.
- Kim, J., & Kim, M. (2020). Social media marketing in sports: Leveraging Instagram for brand engagement. *Journal of Global Sport Management*, 5(3), 288–304. <https://doi.org/10.1080/24704067.2020.1722255>
- Hidayat, A. (2020). Peluang usaha di bidang olahraga di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(2), 4553.
- Wicker, P., & Breuer, C. (2019). Understanding the importance of organizational resources to explain organizational problems: Evidence from nonprofit sports clubs. *VOLUNTAS*, 30, 1159–1173. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00186-2>
- Putra, A. G. (2021). Penerapan manajemen keuangan sederhana pada pelaku usaha kecil untuk meningkatkan kesehatan finansial usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 88–97. <https://doi.org/10.33369/jmb.v9i2>.