



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas Bisnis
Persepakbolaan dan Pelajarannya Bagi Bisnis dan Industri
Sepakbola Indonesia

Skripsi

Oleh

M Riv'al Ula

2011320197

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas Bisnis Persepakbolaan dan Pelajarannya Bagi Bisnis dan Industri Sepakbola Indonesia

Skripsi

Oleh

M Rival Ula

2011320197

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph. D.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : M Rival Ula
Nomor Pokok : 2011320197
Judul : Analisis Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas
Bisnis dan Pelajarannya Bagi Bisnis dan Industri Sepakbola
Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Pada Selasa, 8 Agustus 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

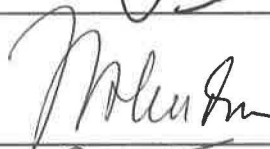


Tim Penguji :


Ketua Sidang Merangkap Anggota
Gandhi Pawitan, Ph.D



Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D.



Anggota
Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.SE



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M Riv'al Ula

NPM : 2011320197

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas Bisnis Persepakbolaan dan Pelajarannya Bagi Bisnis dan Industri Sepakbola Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 1 Agustus 2017

METERAI
TEMPEL
PE7BDADF381888760
6000
ENAM RIBU RUPIAH



M Riv'al Ula

ABSTRAK

Nama :M Riv'al Ula

NPM :2011320197

Judul :Analisis Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas Bisnis Persepakbolaan dan Pelajarannya Bagi Bisnis dan Industri Sepakbola Indonesia

Sepakbola telah menjadi salah satu industri yang paling berpengaruh di dunia. Perkembangan yang semakin pesat di ikuti dengan kompetitifnya persaingan antara satu klub dan klub lainnya mulai dari dalam lapangan hingga dari sisi pendapatan. Dalam persaingan ini, klub sepakbola membutuhkan sebuah strategi yang tepat untuk bisa meraih pendapatan sebanyak-banyaknya sehingga dapat bertahan dalam ketatnya kompetisi global. Studi kasus yang akan diteliti adalah strategi bersaing Manchester United dalam mencapai pendapatan tertinggi.

Penelitian ini menggunakan teori-teori strategi bersaing, strategi merk dan kepemimpinan. Teori-teori ini digunakan karena saling berhubungan satu sama lain dan merupakan satu bentuk strategi yang di jalankan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri sepakbola yang di nilai efektif dalam mencapai pendapatan maksimal. Penelitian ini di lakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif melalui data sekunder.

Hasil dari penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang bagaimana Manchester United bersaing sebagai perusahaan. Pendapatan paling tinggi, mendapatkan kontrak termahal, sponsor terbanyak sedunia hingga penggemar paling banyak sedunia menjadi bukti-bukti bahwa strategi bersaing Manchester united berjalan secara efektif. Hak siar dan kerjasama sponsor menjadi sumber pendapatan paling besar Manchester United yang di pengaruhi oleh sejarah dan prestasi yang pernah di raih. Bukannya tidak mungkin semua penggemar Manchester United yang memiliki peran sebagai konsumen bagi perusahaan menjadi sangat loyal. Peran keluarga Glazer dalam memimpin Manchester United pun menjadi salah satu faktor kuat dalam pencapaian tersebut. Hal-hal tersebut menjadikan Manchester united kuat dalam persaingan di dalam lapangan maupun di luar lapangan.

Posisi sepakbola Indonesia kini tengah berkembang semenjak di jatuhkan hukuman oleh FIFA. Penelitian ini di harapkan mampu menemukan strategi yang dapat di aplikasikan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri sepakbola Indonesia agar dapat memajukan sepakbola Indonesia dan ekonomi sepakbola Indonesia serta meraih prestasi di dunia internasional.

ABSTRACT

Name : M Riv'al Ula

NPM : 2011320197

Title : *Competing Strategy Analysis of Manchester United as a Football Business Entity and Its Lessons for Indonesian Football's Business and Industry*

Football has now become one of the most influential industries in the world. The development is increasing rapidly followed by competitiveness of the competition between one club and another ranging from the competition inside the field to the income side. In this competition, football clubs need a right strategy to gain as much revenue as possible to survive in the toughness of global competition. The case to be studied is Manchester United's competitive strategy in achieving the highest number of revenues.

This Research uses theories of competing strategy, branding strategy and leadership. These theories are used because they are interconnected with each other and a form of strategy that is used by a company who runs in the field of football industry, which is effective in achieving maximum revenue. This research was done qualitatively by using descriptive method through secondary data.

Findings of this research will provide the understandings on how Manchester United competes as a company. Highest revenue, earning the most expensive contract, the world's most widely sponsors in the world to the world's most widely fans, have become the evidences that Manchester United's competitive strategy runs effectively. Broadcasting rights and sponsorship became the largest source of revenue for Manchester United, which is influenced by history and achievement they have achieved. It is not impossible that all Manchester United fans who take role as a consumer for the company become very loyal to the club. The Glazer family's role in leading Manchester United also became one of the strongest factors for the achievement. These make Manchester United strong in competition inside the field and off the field.

The position of Indonesian football is now growing since the ban from FIFA. This research is expected to be able to find strategies that can be applied by company running in Indonesian football industry in order to promote Indonesian football and Indonesian football's economy also to get achievements in the international stage.

Kata Pengantar

Dengan segala kerendahan hati, Penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penulis juga ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D, selaku pembimbing dari Penulis. Berkat arahan, dorongan semangat, dan bimbingan dari beliau, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, sesuai, dan tepat waktu.

Skripsi yang berjudul “**Strategi Bersaing Manchester United Sebagai Entitas Bisnis Persepakbolaan dan Pelajarannya bagi Bisnis dan Industri Sepakbola Indonesia**” dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Penulis pada jenjang Strata satu Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Selain itu, penulis berharap agar penelitian ini berguna bagi industri sepakbola Indonesia yang saat ini sedang berkembang.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian ini. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dalam memperkaya khasanah pendidikan pada bidang Bisnis.

Dalam kesempatan ini, Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari hidup Penulis selama menuntut ilmu di universitas ini. Oleh karena itu, Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. **ALLAH SWT** atas seluruh rencana-Nya dalam kehidupan Penulis dari sebelum masuk sampai kepada lulusnya Penulis dari universitas ini. Penulis sangat bersyukur atas seluruh bimbingan-Nya, terutama dalam penyelesaian skripsi Penulis di akhir perkuliahan. Semoga rencana-rencana indah-Nya terus terjadi dalam kehidupan Penulis dan semua orang. Amin.
2. **Keluarga**, khususnya **Mama Nihaya Wielda dan Papa Shoful Ulum** yang selama ini telah mencintai, merawat, dan membesarkan Penulis sampai sekarang, dimana Penulis telah melaksanakan kewajiban Penulis untuk menyelesaikan kuliah sehingga mendapatkan gelar pertamanya, yaitu Sarjana Administrasi Bisnis. Semoga Penulis dapat terus membahagiakan kedua orang tua Penulis di masa yang akan datang dan semoga ALLAH SWT selalu menganugerahkan kesehatan serta umur panjang untuk kedua orang tua Penulis ini.
3. **Seluruh Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional** yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada Penulis dalam proses perkuliahan selama empat tahun. Ucapan terima kasih ini juga khususnya

ditujukan kepada **FISIP 2011** yang kompak dan solid sebagai satu angkatan dan kepada jurusan Penulis, yaitu **Bisnis 2011** yang juga telah menjadi kerabat untuk Penulis menimba ilmu bersama. **FISIP dan Bisnis 2011** merupakan salah satu bagian penting Penulis selama penulis berada di universitas ini.

4. **Raben 1 no 29 (Duan, Hans, Andre, dan Dito)**. Terima kasih sudah mau tinggal secepat dengan penulis. Suka dan duka selama di kontrakan akan selalu di kenang. Semoga kita bias menjaga tali persahabatan ini sampai kapanpun.
5. **APA YA? dan Kontrakan (Abhi Danisworo, Admiral Haj Azhar, Andre Saputra Sembiring, Arief Nugroho, Athur Ganesha, Christian Evander Lesnussa, Duan Akelyaman, Elfradito Imanuel Lumenta, Fandy Tritama Abalain, Ganindro, Hans Sesha Djorghi Tobing, Kevin Leman, Kevin Febrianto, M. Lerry Iqbal, Joshua Jonathan Kumontoy, Tio “TeeFo”, Radin Yodha, Ahmad Tsauban, Kharismo, Bayu Wicaksono dan Regina Cronika Regis, Kezia Wajong, Bellatrix Rotinsulu, serta Fransisca Dimitri Inkiriwang)**. Kalian semua bukan hanya teman Penulis, lebih dari itu, kita merupakan bukti bahwa keluarga tidak hanya berdasarkan pada hubungan darah. Terima kasih karena telah memberikan tempat kepada Penulis dalam hidup kalian masing-masing. Semoga kekeluargaan yang telah kita bangun selama empat tahun ini tidak berakhir hanya karena masa perkuliahan ini telah selesai. Sampai berjumpa lagi, kawan-kawan. Semoga kesehatan dan kesuksesan kita semua mengiringi kita sampai pada masa kita

berjumpa lagi. Buat **Andre, Joshua, dan Elfradito**, kehidupan Penulis tidak akan lebih berarti tanpa kalian.

6. **Divisi Logistik Angkatan 2011**. Terima kasih sudah menerima Penulis dalam keluarga Logistik. **Igor, Lerry, Kezia, Bayu, Fadel, Andre, Puspa, Jeje, Regis, Cherryli, Indira, Dimitri, Athur, Mario, Elfradito, Fauzi, Astari, Khalda, Wiwid, Duan, Ghazi, Bellatrix dan Mulya**. Terima kasih untuk kalian sebesar-besarnya karena telah menjadi suatu bagian penting dalam perjalanan hidup Penulis selama berkuliah disini. Banyak pelajaran yang memberikan pengalaman kepada Penulis selama tergabung dalam divisi ini. Perjuangan dan pengorbanan selama Penulis berada dalam divisi ini serta kecintaan Penulis terhadap logistik ini membuat logistik selalu mendapat tempat dalam hidup Penulis. Sukses untuk kita semua. Sukses untuk semua yang telah dan akan bergabung dalam logistik.
7. **Warung Kane (Andre, Vander, Ganin, Ghazi)**. Terima kasih karena memberi penulis pengalaman berharga dalam bidang bisnis. Terima kasih karena hubungan ini tidak hanyamenciptakan hubungan dalam pekerjaan saja, namun hubungan persahabatan menjadi hal terpenting.
8. **Seluruh Kepanitiaan yang Penulis pernah tergabung di dalamnya**. Terima kasih karena sudah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran berharga dalam proses Penulis untuk menjadi manusia yang lebih baik lagi. Terima kasih khususnya untuk **HMPSIAB Periode 2013/2014** yang sangat banyak memberikan ilmu selama Penulis tergabung di dalamnya.

9. **Harapan Ibu 2011.** Terima kasih karena telah menjaga persaudaraan ini dari kita semua masih SMA sampai sekarang. Terima kasih karena telah menjadi saudara-saudara Penulis sejauh ini. Perjalanan kita masih panjang, *Brothers*. Semoga tali persaudaraan ini tidak pernah putus.
10. **Omar dan Ijul.** Terima kasih karena telah memberi tumpangan untuk penginapan satu hari menjelang penulis melakukan siding.
11. **Farica, Astari, Omar dan Helmy.** Terima kasih karena sudah mengerjakan skripsi di waktu-waktu akhir sebelum siding.
12. **Condek.** Terima kasih sudah memberikan penulis pengalaman berharga. Semoga kita dapat memetik pelajaran dari pengalaman yg kita lalui.
13. **Buat semua orang yang tidak cukup untuk disebutkan dalam tulisan ini, namun berarti dalam kehidupan Penulis.** Terima kasih karena telah terlibat dalam kehidupan Penulis, terima kasih juga telah melibatkan Penulis dalam kehidupan kalian. Tanpa perjalanan ini, mungkin Penulis bukan manusia yang dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Terima kasih untuk alam yang tetap mendengar Penulis.

Bandung, 9 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kerangka Teoritis.....	13
2.2 Strategi Bersaing <i>Five Forces</i>	13

2.3	Teori Kepemimpinan.....	18
2.4	Strategi Merk	19
BAB III		23
METODE PENELITIAN		23
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Teknik pengumpulan Data	24
BAB IV		26
OBJEK PENELITIAN		26
4.1	Profil Perusahaan.....	27
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan	27
4.1.2	Periode 1909-1919 (Awal Berdiri).....	28
4.1.3	Periode 1950-1959 (Tragedi Tragis Munich).....	23
4.1.4	Periode 1990-2009 (Awal Era Sepakbola Modern).....	29
4.2	Segmentasi Bisnis.....	31
4.2.1	Komersil.....	32
4.2.1.1	Sponsor.....	32
4.2.1.2	Barang Dagang.....	33

4.2.1.3	Konten Website	34
4.2.2	Penyiaran	35
4.2.3	<i>Matchday</i>	35
4.3	Visi dan Misi Perusahaan	36
4.3.1	Visi Perusahaan	36
4.3.2	Misi Perusahaan	36
4.4	Struktur Organisasi	37
BAB V		40
ANALISIS, HASIL DAN PEMBAHASAN		40
5.1	Analisis Umum Perkembangan Industri	40
5.2	Analisis Industri Saat Ini	51
5.3	Posisi Perusahaan Dalam Industri	62
5.4	Analisis dan Evaluasi Strategi	69
5.5	Analisis Teori Bersaing <i>Five Forces</i>	78
5.6	Analisis Strategi Merk	83
5.7	Analisis Teori Kepemimpinan	94
5.8	Implikasi Bagi Sepakbola Indonesia	100
5.9	Prospek Terhadap Sepakbola Indonesia	104
BAB VI		106

KESIMPULAN	107
DAFTAR PUSTAKA	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori 5 <i>Forces</i>	15
Gambar 4.1 Logo Manchester United	26
Gambar 4.2 Perkembangan Pendapatan Manchester United	31
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Manchester United	37
Gambar 5.1 Logo Liga Premier	42
Gambar 5.2 Logo Bundesliga	43
Gambar 5.3 Logo LaLiga	45
Gambar 5.4 Logo Serie A	46
Gambar 5.5 Logo Ligue 1	48
Gambar 5.6 Baju Seragam Tanding Manchester United	73
Gambar 5.7 Topi Manchester United dari New Era	73
Gambar 5.8 Jaket Manchester United Dari Columbia	74
Gambar 5.9 Koneksi Media Sosial Manchester United	75
Gambar 5.10 Logo Manchester United Saat Ini	84
Gambar 5.11 Logo Manchester United 1920	86

Gambar 5.12 Logo Manchester United 1960	87
Gambar 5.13 Logo Manchester United 1980	87
Gambar 5.14 Penggemar Menanggapi Rumor Kepindahan David De Gea	89
Gambar 5.15 Penggemar Menanggapi Turunnya prestasi Manchester United Semenjak Pembelian Saham Oleh Keluarga Glazer Menurut Media	90
Gambar 5.16 Penggemar Menanggapi Pensiunnya <i>sir</i> Alex Ferguson	90
Gambar 5.17 Logo Liga 1	101

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1 Pendapatan Liga Premier 2016	41
Grafik 5.2 Pendapatan Bundesliga 2016	43
Grafik 5.3 Pendapatan LaLiga 2106	44
Grafik 5.4 Pendapatan Serie A 2016	46
Grafik 5.5 Pendapatan Ligue 1 2016	48
Grafik 5.6 Total Pendapatan Lima Liga Terbesar	49
Grafik 5.7 Perkembangan Pendapatan Manchester United	52
Grafik 5.8 Profil Pendapatan Manchester United 2016	53
Grafik 5.9 Perkembangan Pendapatan FC Barcelona	54
Grafik 5.10 Profil Pendapatan FC Barcelona 2016	54
Grafik 5.11 Perkembangan Pendapatan Real Madrid	55
Grafik 5.12 Profil Pendapatan Real Madrid 2016	55
Grafik 5.13 Perkembangan Pendapatan Bayern Munich	56

Grafik 5.14 Profil Pendapatan Bayern Munich 2016	57
Grafik 5.15 Perkembangan pendapatan Manchester City	58
Grafik 5.16 Profil pendapatan Manchester City	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sepakbola merupakan salah satu cabang olahraga yang paling banyak peminat dan penggemarnya karena sepakbola merupakan olahraga yang sederhana untuk dimainkan melalui aturan yang cukup mudah untuk di mengerti oleh semua kalangan. Di beberapa negara, sepakbola mempengaruhi kehidupan semua elemen masyarakat sepakbola bukan lagi menjadi ajang olahraga atau permainan biasa. Popularitas sepakbola yang besar telah menuntun sepakbola ke dalam kehidupan masyarakat dengan menjadikan sepakbola menjadi sebuah bisnis atau industri. Untuk mengembangkan sepakbola didalam sebuah industri, pengelola manajemen berpegang aktif untuk mengelola sebuah klub secara teknis maupun keuangan. Pengelola sepakbola modern kini bergerak bukan hanya semata-mata karena permainan sepakbola itu sendiri ataupun sebuah trofi, melainkan pengelolaan sepakbola sebagai lahan bisnis untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya.

Semua elemen dalam sepakbola pun di manfaatkan oleh para pengelola untuk meraup keuntungan, dan apabila manajemen tidak bisa mengelola klubnya, bisa saja klub tersebut akan mengalami masalah keuangan karena gagal mengelolah keuangan. Klub yang mengalami kesulitan dalam membayar gaji pemain dan operasionalnya.

Hal ini pun sudah terbukti dari terlihatnya banyak klub yang melupakan aspek bisnis. Pengelola banyak yang mengutamakan unsur sportifitas olahraga semata. Akibatnya materi pemain yang ada tidak mencukupi untuk mengikuti ketatnya kompetisi, turunny prestasi klub tersebut, dan klub pun kehilangan para pendukungnya.

Tak bisa di pungkiri, klub profesional sepakbola kini menjadi lahan bisnis wirausahawan untuk meraup keuntungan. Kewirausahaan sebuah klub haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip bisnis yang lazim sebagai sebuah badan usaha atau perusahaan. Tujuan klub profesional sebagai unit bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan. Ini berarti, klub profesional hanya semata-mata untuk menghasilkan keuntungan dengan cara membangkitkan energi sepakbola melalui mekanisme fungsi pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan.

Pada penelitian kali ini Manchester united akan menjadi subjek. Manchester united berasal dari Inggris, lebih tepatnya kota Manchester sejak tahun 1902. Klub ini berjuduk ‘Setan merah’ dan kini tengah berkompetisi di *English Premiere League* (Liga Primer), *EFL Cup*, dan *Europa League*. Manchester United sudah meraih 20 kali Juara liga primer, 12 kali juara *FA cup* (kini berubah nama menjadi *EFL cup*), 21 kali meraih *FA Community Shield*, 3 kali juara *UEFA cup*, dan sekali menjuarai piala dunia antar klub¹. Pada tahun 2017 diikuti dengan piala EFL yang telah diraih Manchester united, mereka menjadi klub yang memiliki piala dengan total 42 piala mengalahkan Liverpool yang memiliki 41 piala. Kini Manchester United menjadi

¹ <http://www.manutd.com/>. Di akses pada tanggal 20 September 2016

salah satu klub paling populer di Inggris maupun di dunia diikuti dengan pesaing lainnya Manchester City, Liverpool, Barcelona, Real Madrid, dll. Manchester United pun menjadi salah satu klub nomor tiga sedunia setelah Real Madrid dan Barcelona dengan pendapatan 190 juta dolar².

Transformasi yang signifikan terlihat pada Manchester United. Sejak tahun 2005 klub tersebut telah di beli dengan sistem *franchise* seharga 1.200.000 poundsterling oleh keluarga Glazer dengan kondisi klub yang di gantung oleh hutang yang cukup besar³. Akan tetapi pembelian keluarga Glazer membuat perubahan yang mengejutkan, Manchester United bisa menghancurkan beban hutang berjumlah 100.000.000 poundsterling dan mengubah harga merk Manchester United menjadi 412.000.000 poundsterling pada tahun 2011 dari 197.000.000 poundsterling pada tahun 2005.⁴

Keluarga Glazer adalah pengusaha asal Amerika Serikat yang memiliki saham 80% dari Manchester United. Dengan dividen yang di bayar setiap tiga bulan dengan jumlah 3.800.000 poundsterling. Menurut juru bicara klub, pembayaran di lakukan empat kali dalam setahun. Pada setiap kuartalnya yang harus di bayar kepada keluarga Glazer hingga 15.200.000 poundsterling. Sekitar 2.500.000 poundsterling yang di dapatkan setiap orangnya dalam keluarga Glazer.

² <http://www.forbes.com/teams/manchester-united/>. Di akses pada tanggal 20 September 2016

³ <https://www.theguardian.com/football/2015/sep/17/manchester-united-malcolm-glazer-children-15m-year> Di akses pada tanggal 20 September 2016

⁴ Ibid.

Fakta-fakta mengejutkan lainnya diikuti dengan fans Manchester United yang mencapai jumlah 333.000.000 orang dengan 92.000.000 orang di asia, hal ini menjadi alasan mengapa tur pra musim klub tersebut sering dilakukan di asia⁵. Asia menjadi salah satu ladang bagi Manchester United untuk meraup keuntungan di samping kerjasama sebagai dengan berbagai perusahaan sebagai sponsor.

Manchester United kini memiliki sponsor yang berjumlah 60 dari perusahaan yang berbeda-beda dan dengan bentuk kerjasama yang berbeda-beda pula. Klub berjuluk setan merah ini memiliki sponsor paling banyak di antara klub sepakbola lainnya. Hal ini terlihat bahwa Sejak tahun 2005⁶, Manchester United memperlihatkan sisi komersil yang menjadi salah satu upaya untuk menolong klub dalam mengatasi hutang-hutangnya. Salah satunya adalah perusahaan pengiriman logistic, DHL. Dilaporkan dalam *FootballMarketing.com* bahwa perusahaan ini rela menghabiskan 40.000.000 poundsterling untuk memasang logo perusahaan di baju latihan para pemain Manchester United dalam jangka waktu 4 tahun⁷. Diikuti juga oleh perusahaan pisau cukur Wilkinson. Wilkinson meluncurkan pisau cukur dengan logo Manchester United di Jepang dan terjual hingga 1.600.000 unit hanya dalam 6 minggu⁸.

⁵ <http://www.football-marketing.com/2011/11/13/manchester-united-business-strategy/>. Di akses pada tanggal 21 September 2016.

⁶ <http://www.manutd.com/en/Partners.aspx>. Diakses pada tanggal 21 September 2016.

⁷ Op.cit. <http://www.football-marketing.com/2011/11/13/manchester-united-business>

⁸ Ibid.

Setelah musim 2014/2015 Manchester United mulai beralih dari Nike ke Adidas sebagai sponsor utama dalam perlengkapan olahraga klub. Beralihnya Manchester United ke Adidas di ikuti dengan pecahnya rekor sponsor dunia. Adidas rela menghabiskan 75.000.000 poundsterling untuk mensponsori adidas dalam 10 tahun kedepan, Sedangkan Nike telah membayar 23.500.000 poundsterling per tahunnya⁹.

Musim lalu, tahun pertama Adidas dalam perjanjiannya dengan Manchester United, telah meraih rekor penjualan baju dengan angka yang luar biasa. 420.000.000 poundsterling menjadi pendapatan yang di raih Manchester United dengan 5.000.000 barang yang bertemakan akan klub dan diantaranya 2.000.000 potong jersey¹⁰. Kini Manchester United memiliki baju dan perlengkapan sepakbola lainnya yang berpotensi untuk meraup untung setiap tahunnya.

Selain itu, Manchester United juga memperdayakan para pemainnya untuk mencari kesempatan dalam meraup keuntungan. Setiap musim, Manchester United memiliki berita-berita sensasional yang selalu menjadi sorotan berbagai media, khususnya dalam kursi kepelatihan dan pemain bintang. Hal ini yang selalu menjaga *rating* klub agar selalu stabil. mengingat 5 tahun terakhir Manchester United hanya meraih dua trofi.

⁹ <http://www.bola.net/inggris/mega-kontrak-united-dan-adidas-beraroma-perjudian-36a056.html>. Di akses pada tanggal 21 September 2016

¹⁰ <http://www.bbc.com/news/business-28282444>. Diakses pada tanggal 21 September pukul 20.00

Hak siar pun menjadi salah satu elemen yang di manfaatkan oleh Manchester United. Kini Manchester United tengah bekerja sama dengan 16 perusahaan media dari belahan dunia untuk menayangkan setiap pertandingan dari Manchester United. 7 media dari asia, 1 media dari afrika dan sisanya menjamah ke Afrika dan benua Amerika¹¹. Hak siar menjadi salah satu media Manchester United dalam menyebarkan luaskan merk dan mencari potensi untuk terus menambah fans di dunia.

Menariknya, Manchester United selalu mengadakan tur pramusim ke benua lain, khususnya asia dan amerika serikat¹². Mereka melihat potensi di benua-benua tersebut dengan bentuk penjualan yang berbeda. Bila kita melihat dari sponsor, perusahaan yang paling banyak bekerjasama dengan Manchester United berasal dari asia dan Amerika Serikat. Sementara penjualan *merchandise* (barang dagang) paling banyak berasal dari benua asia. Terlihat potensi besar terhadap Manchester united dalam aspek bisnis didalam kedua benua tersebut. Melalui hak siar yang sudah terjual di dua benua tersebut, Manchester united telah membantu perusahaan sponsor untuk ikut berkembang.

Hal-hal tersebut mengapa Manchester United menjadi subjek yang menarik untuk di teliti. Klub sepakbola memang pada awalnya hanya mengincar trofi untuk menaikkan reputasi dan menarik sponsor. Akan tetapi Manchester United selalu

¹¹ <http://www.manutd.com/en/Partners/Media-Partners.aspx> . Diakses pada tanggal 21 September pukul 20.20

¹² Op.cit. <http://www.bbc.com/news/business-28282444>.

punya cara setiap musimnya untuk menjadi sensasional hingga menarik mata dunia dan menjadi fans loyal dari klub tersebut. Meskipun hanya menguasai hanya 20% dari kotanya sendiri¹³, Manchester akan tetapi klub berjuluk setan merah ini memiliki fans terbanyak sedunia dan selalu memiliki sisi unik.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam Penelitian ini banyak hal yang bisa di teliti Manchester United sebagai intuisi bisnis. Industri sepakbola modern kini semakin berpotensi dalam meraup keuntungan dari segi manapun. Elemen-elemen sepakbolapun berpengaruh dalam setiap klub untuk mencari potensi bisnis. Melalui mekanisme bisnis, peluang meraih keuntungan bisa di gali dalam industri sepakbola. Seperti yang sudah di bahas sebelumnya, sepakbola modern kini tidak hanya memerlukan prestasi kejuaraan untuk bertahan, akan tetapi sisi komersil pun perlu di kembangkan dalam satu klub.

Manchester United kini menjadi salah satu klub terkaya di dunia dengan jumlah fans terbanyak sedunia. Hal ini bukan hanya semata-mata karena pemain ataupun prestasi tim, akan tetapi aspek bisnis memiliki peran penting.

- Apa strategi bersaing Manchester United dalam aspek bisnis?

¹³ Ibid.

Dalam *footballmarketing.com* disampaikan bahwa Manchester United memiliki tim pemasaran yang termasuk salah satu terhebat di dunia¹⁴. Dari fakta yang ada mereka mampu bersaing dengan klub klub yang memiliki tim sepakbola lebih berprestasi hingga memiliki fans terbanyak sedunia. Kualitas merk yang dimiliki Manchester united memiliki kekuatan tersendiri, dalam setiap produk perusahaan sponsor yang di tambahkan logo atau pemain Manchester united mengalami peningkatan penjualan.

Pergerakan pengusaha dalam memasuki dunia sepakbola sangatlah terlihat. Manchester City sebagai pesaing bebuyutan Manchester United telah di beli sepenuhnya oleh pengusaha asal Abu Dhabi, pengusaha asal Malaysia telah membeli tim papan bawah Liga Inggris, Queens Park Ranger, bahkan Pengusaha asal Rusia, Roman Abrahamovic yang ikut membantu Chelsea untuk bertahan dalam tim papan atas Eropa dengan membeli kepemilikan atas Chelsea sepenuhnya.¹⁵

- Bagaimana peran keluarga Glazer bagi Manchester United sebagai pemilik klub?

Sejak tahun 2005, pembelian keluarga Glazer akan Manchester United telah memberi banyak pengaruh apabila di lihat dari sisi finansial¹⁶. Turunnya Sir

¹⁴ Op.cit. <http://www.football-marketing.com/2011/11/13/manchester-united-business-strategy/>.

¹⁵ <http://bola.liputan6.com/read/639692/deretan-9-pemilik-klub-liga-premier-dari-luar-inggris>. Di akses pada tanggal 21 September 2016.

¹⁶ <http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-3695310/Manchester-United-s-latest-sponsor-Virgin-Money-Official-Retail-Financial-Services-Partner-bizarre-list-partners-including-tyres-male-shampoo-Korean-ready-meals.html>. Di akses pada tanggal 21 September 2016.

Alex Ferguson dari kursi manajer, telah membawa prestasi Manchester United menjadi turun. Akan tetapi dengan perbaikan finansial oleh Glazer, Manchester United pun sedikit demi sedikit menyusun kembali timnya untuk memperoleh kejayaan yang dulu mereka pernah raih.¹⁷

Manchester United telah terbelit hutang yang cukup besar selama bertahun-tahun, akan tetapi keluarga Glazer yang berasal dari Amerika Serikat bersedia menanamkan saham ke dalam klub yang berjuluk setan merah tersebut¹⁸. Apa sebenarnya potensi yang terlihat bagi keluarga Glazer dan bagaimana mereka menaggulangi masalah yang sudah terjadi di dalam klub ?

- Apa implikasi yang bisa dipetik dari penelitian ini untuk industri sepakbola Indonesia secara profesional?

Manchester United adalah salah satu klub sepakbola terbesar di dunia jika dilihat dari aspek bisnis maupun non bisnis. Akan tetapi pengaruh finansial yang di berikan kepada tim memiliki dampak yang sangat besar untuk membesarkan klub dan mendorong performa permainan tim dalam lapangan.

Kini sepakbola Indonesia sedang mengalami penurunan, turunnya peringkat dalam jajaran FIFA dan hukuman yang di berikan kepada PSSI pada tahun 2015 sebagai penyebabnya¹⁹. Hukuman tersebut dan dampaknya dalam

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/05/150530_indonesia_menpora_sanksififa. Di akses pada tanggal 21 September 2016.

sepakbola Indonesia menjadi alasan salah satu pertanyaan dalam identifikasi masalah dalam penelitian ini.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah identifikasi masalah yang akan di gunakan untuk meneliti subjek penelitian. Aspek bisnis kini telah mempengaruhi dunia sepakbola untuk meraih keuntungan, membeli pemain terbaik, pelatih terbaik hingga meraih trofi piala bergengsi. Faktor-fakteor tersebut saling mempengaruhi dalam dunia sepakbola khususnya dalam suatu klub.

Melalui penelitian ini, yang sebenarnya dicari adalah cara klub Manchester United dalam meraih keuntungan hingga mencapai rekor penjualan pada tahun 2016 . Memiliki fans paling banyak sedunia hingga harga merk klub sepakbola paling mahal sedunia menjadi hal yang patut di perdalam, mengingat prestasi tim yang menurun dibanding tim-tim jajaran elit dunia dalam 6 tahun terakhir.

1.3. Tujuan Penelitian

“Football is a big business”²⁰

–William McGregor (‘bapak’ dan penemu liga sepakbola)

Kini sepakbola menjadi industri bisnis yang memiliki potensi yang besar, baik skala domestik maupun skala internasional. Melalui penelitian ini, pengaruh sepakbola terhadap setiap elemen kehidupan menjadi hal yang sangat penting. Untuk

²⁰ <https://www.london.edu/faculty-and-research/lbsr/why-is-manchester-united-so-successful#.WXxDktOGPEZ>. Di akses pada tanggal 21 September 2016.

olahraga yang telah mendunia, sepakbola menjadi salah satu media untuk bersaing sekaligus menjalin hubungan sosial dengan kelompok manusia lainnya, akan tetapi sepakbola menjadi ladang untuk menghasilkan keuntungan bagi para pengusaha. Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- Mengetahui strategi Manchester United dalam mencapai harga merk termahal hingga fans paling banyak di dunia melalui faktor faktor bisnis mulai dari sejarah perusahaan hingga peran keluarga Glazer sebagai pemilik klub
- Melalui penelitian ini, diharapkan setiap klub di Indonesia dapat memajukan sepakbola Indonesia di mata Internasional. Diharapkan pula, melalui aspek bisnis, PSSI dapat memberi kebijakan agar setiap klub dapat memajukan sepakbola di daerah masing-masing dalam aspek bisnis dan finansial.
- Menunjukkan konseptualisasi dari Manchester United sebagai perusahaan sepakbola internasional serta dengan penjelasan tentang bagaimana Manchester United dapat memosisikan dirinya sebagai merk global berskala internasional.

Sebagai subjek penelitian, Manchester united adalah subjek yang tepat untuk di teliti dalam industri sepakbola karena selain memiliki sejarah penting bagi sepakbola dunia, Manchester united berhasil merajai industri sepakbola dalam 10 tahun terakhir melalui pendapatan tertinggi diantara klub sepakbola lainnya, mengingat Manchester united bersaing dalam liga primer (liga inggris) yang memiliki kompetisi yang ketat .

Melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, peneliti diharapkan dapat mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di buat untuk memenuhi penelitian skripsi penulis dan juga berguna untuk penulis maupun pembaca dalam menambah pengetahuan terhadap betapa berpengaruhnya industri sepakbola dalam kehidupan. Hal ini berguna pula untuk peminat dalam menjalani bisnis dalam industri olahraga khususnya sepakbola. Penelitian ini juga dapat di pergunakan untuk referensi pihak-pihak lain yang akan meneliti hal yang sama.