



PENINGKATAN KUALITAS PELATIHAN BULU TANGKIS DENGAN MODEL CROWDFUNDING DI MERAUKE PERBATASAN RI-PNG

Hendra Jondry Hiskya¹, Hasanudin Jayawardana²

¹Universitas Musamus

²Universitas Musamus

(hendrahiskya@unmus.ac.id, 085343066776)

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2019
Disetujui Desember 2019
Dipublikasikan
Desember 2019

Keywords:
Umpan balik positif,
umpan balik netral,
konsep diri yang
positif

Abstrak

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan atau *Research and Development (R&D)*. Subyek dalam penelitian ini adalah 500 orang pengguna media sosial, terutama dari 3 platform media sosial terbesar di dunia, yaitu facebook, instagram dan twitter, dari rentang usia 18 tahun hingga 60 tahun, baik laki-laki maupun perempuan dan dari semua jenis profesi. Penelitian pengembangan ini menggunakan dua skala, yaitu skala kecil dan skala besar. Pada uji coba skala kecil subyek sasarannya adalah 200 orang pengguna media sosial dan pada coba skala besar subyek sasarannya adalah 300 orang pengguna media sosial. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif. Produk yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebuah model *crowdfunding* berbentuk website amal yang terintegrasi dengan berbagai macam sosial media dan online market di tingkat nasional maupun internasional untuk menjembatani donatur dan atlet bulutangkis dengan cara menjual berbagai macam produk hasil kerajinan tangan dan hasil bumi alam Papua, dengan target orang-orang atau donator yang peduli terhadap kemajuan masyarakat pinggiran perbatasan RI-PNG

Abstract

The method in this research is research and development or Research and Development (R&D). The subjects in this study were 500 users of social media, mainly from the 3 largest social media platforms in the world, namely Facebook, Instagram and Twitter, from the age range of 18 years to 60 years, both men and women and from all types of professions. This development research uses two scales, namely small scale and large scale. In small-scale trials the target subjects are 200 people using social media and on large-scale trials the target subjects are 300 people using social media. Data analysis techniques used in this study are qualitative and quantitative data analysis techniques. The product produced in this research is a crowdfunding model in the form of a charity website integrated with various social media and online markets at national and international levels to bridge donors and badminton athletes by selling a variety of Papuan handicraft products and natural products, with target people or donors who care about the progress of the RI-PNG border communities.

ISSN 2581-0383(online)

ISSN 258- 0383 (cetak)

PENDAHULUAN

Kabupaten Merauke merupakan bagian dari wilayah provinsi Papua dengan keberadaan suku asli yang sangat beragam. Kebanyakan dari kehidupan penduduk asli masih mengikuti pola suku Marind yang hidup di kawasan hutan dan tidak mempunyai tempat tinggal yang tetap, pola kehidupan suku yang ada di Kabupaten Merauke tersebut mempengaruhi kualitas bakat dalam dunia olahraga. Sebagian besar anak-anak suku Marind memiliki ciri-ciri fisik: badan gempal, rambut kriting, kulit hitam dan memiliki tenaga yang sangat besar. Walaupun memiliki kualitas fisik yang unggul, ternyata hal tersebut tidak berimbas positif terhadap tingkat prestasi olahraga yang diraih oleh para atlet Kabupaten Merauke di berbagai *ivent* olahraga tingkat provinsi maupun nasional, terutama pada kejuaraan cabang olahraga bulutangkis.

Permasalahan utama yang menyebabkan kurang berkembangnya cabang olahraga bulutangkis di Kabupaten Merauke, Provinsi Papua perbatasan RI-PNG adalah karena minimnya dana, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh atlet, pelatih, klub bulutangkis dan Pengcab PBSI setempat. Banyak atlet usia dini suku asli Papua yang sangat potensial

harus berhenti berlatih bulutangkis karena tidak punya biaya untuk membayar iuran bulanan atau SPP. Mahalnya harga raket, *shuttlecock*, sepatu dan perlengkapan bermain bulutangkis lainnya di Kabupaten Merauke, membuat proses latihan yang diselenggarakan pada masing-masing klub bulutangkis tidak dapat berjalan maksimal dan memiliki kualitas yang sangat rendah. Minimnya jumlah *shuttlecock* yang tersedia membuat pelatih harus menggunakan *shuttlecock* bekas dalam memberi materi latihan kepada atlet-atletnya. Terbatasnya jumlah lapangan menyebabkan banyak atlet bulutangkis yang harus lama duduk di pinggir lapangan dalam rangka menunggu mendapatkan giliran masuk ke area lapangan untuk berlatih dan bermain bulutangkis.

METODE

Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D). R&D adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Secara sederhana *research and development* merupakan penelitian yang disengaja,

sistematis, bertujuan untuk mencari menemukan, merumuskan, memperbaiki, mengembangkan, menghasilkan, menguji keefektifan produk, dengan prosedur tertentu yang lebih unggul, efektif, produktif dan bermakna.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah 500 orang pengguna media sosial, terutama dari 3 platform media sosial terbesar di dunia, yaitu facebook, instagram dan twitter, dari rentang usia 18 tahun hingga 60 tahun, baik laki-laki maupun perempuan dan dari semua jenis profesi. Kriteria subjek dalam penelitian ini adalah orang yang tertarik dengan model *crowdfunding* dikembangkan dan bersedia mengisi angket yang telah disediakan. Uji coba produk di bagi menjadi dua tahap atau skala, yaitu skala skala kecil 200 orang dan skala besar 300 orang, sehingga jika dijumlahkan menjadi 500 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berbentuk validasi dan penilaian responden terhadap kualitas model *crowdfunding* yang dikembangkan, dengan instrument berbentuk kuisioner.

Analisa data

Analisis data berpatokan pada data total skor diperoleh dari hasil penjumlahan skor item angket. perangkat pembelajaran yang dikembangkan dikatakan valid/sesuai, jika minimal tingkat validitas yang dicapai adalah masuk dalam kategori baik.

HASIL

1. Deskripsi Produk awal

Banyak atlet usia dini suku asli Papua yang sangat potensial harus berhenti berlatih bulutangkis karena tidak punya biaya untuk membayar iuran bulanan atau SPP. Mahalnya harga raket, *shuttlecock*, sepatu dan perlengkapan bermain bulutangkis lainnya di Kabupaten Merauke, membuat proses latihan yang diselenggarakan pada masing-masing klub bulutangkis tidak dapat berjalan maksimal dan memiliki kualitas yang sangat rendah.

2. Validasi Desain

Langkah selanjutnya setelah mendesain produk model *crowdfunding*, adalah melakukan dalam validasi desain produk kepada ahli pendidikan olahraga, ahli teknologi informasi, ahli ekonomi dari Universitas Musamus Merauke. Berikut adalah data hasil validasi desain produk model *crowdfunding*.

a) Valisasi Desain Oleh Ahli Pendidikan Olahraga.

Hasil validasi desain oleh ahli pendidikan olahraga menunjukkan bahwa desain produk model *crowdfunding* 87,50 % telah sesuai dengan faktor kinerja, 100 % telah sesuai dengan faktor informasi, 75 % telah sesuai dengan faktor ekonomi, 87,50 % telah sesuai dengan faktor keamanan, 62,50 % telah sesuai dengan faktor efisiensi dan 87,50 % telah sesuai dengan faktor pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang ilmu pendidikan olahraga, desain produk model *crowdfunding* 83,33% telah sesuai dengan prinsip pendanaan dalam dunia pendidikan olahraga di Indonesia.

b) Valisasi Desain Oleh Ahli Teknologi Informasi

Hasil validasi desain oleh ahli teknologi informasi menunjukkan bahwa desain produk model *crowdfunding* 87,50 % telah sesuai dengan faktor kinerja, 100 % telah sesuai dengan faktor informasi, 87,50 % telah sesuai dengan faktor ekonomi, 75 % telah sesuai dengan faktor keamanan, 87,50 % telah sesuai dengan faktor efisiensi dan 100 % telah sesuai dengan faktor pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang teknologi informasi, desain produk model *crowdfunding* 89,58% telah sesuai dengan

prinsip perkembangan teknologi informasi di Indonesia

3. Revisi Produk Model *Crutchfunding* Setelah Validasi Desain

Berdasarkan data hasil pelaksanaan validasi desain dan saran dari para ahli, maka langkah selanjutnya adalah melakukan revisi produk sebelum produk diujicobakan dalam skala kecil.

4. Uji Coba Produk Skala Kecil

Setelah model *crowdfunding* divalidasi oleh para ahli, produk kemudian diujicobakan dalam bentuk uji coba produk skala kecil, yaitu bentuk tindak lanjut dari penelitian *research and revelopment* yang berfungsi untuk melihat sejauh mana model *crowdfunding* yang dikembangkan dapat diaplikasikan. Uji coba skala kecil dilakukan kepada 200 orang yang aktif sebagai pengguna media sosial dengan berbagai profesi, baik pelajar, guru, dosen, karyawan, pedagang, ibu rumah tangga, polisi, dan tantara nasional Indonesia.

5. Uji Coba Produk Skala Besar

Setelah model *crowdfunding* di ujicoba skala kecil dan di revisi, produk kemudian diujicobakan dalam bentuk uji coba produk skala besar, yaitu bentuk tindak lanjut dari penelitian *research and revelopment* yang berfungsi untuk melihat

sejauh mana model *crowdfunding* yang dikembangkan dapat diaplikasikan. Uji coba skala besar dilakukan kepada 300 orang yang aktif sebagai pengguna media sosial dengan berbagai profesi, baik pelajar, guru, dosen, karyawan, pedagang, ibu rumah tangga, polisi, dan tantara nasional Indonesia. Kegiatan uji coba skala besar dilaksanakan mulai dari tanggal 1 sampai dengan 14 September 2019. Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada saat uji coba skala kecil adalah sebagai berikut: 1) Perkenalan dengan responden, 2) Memastikan responden memiliki akun media social dan aktif menggunakannya, 3) Menunjukkan website model *crowdfunding* kepada responden.

6. Revisi Produk Model Crutch Funding Setelah Uji Coba Produk Skala Besar

Berdasarkan data hasil pelaksanaan uji coba skala besar dan saran dari para ahli, maka langkah selanjutnya adalah melakukan revisi produk sebelum produk didesiminasikan. berdasarkan masukan atau saran dari para ahli pendidikan olahraga, ahli teknologi informasi, dan ahli ekonomi produk model *crowdfunding* tidak perlu di direvisi dan telah sesuai dengan kaidah website amal di Indonesia.

PEMBAHASAN

Data hasil uji coba skala besar menunjukkan bahwa desain produk model *crowdfunding* 88,00 % telah sesuai dengan faktor kinerja, 76,00 % telah sesuai dengan faktor informasi, 89,50 % telah sesuai dengan faktor ekonomi, 91,83 % telah sesuai dengan faktor keamanan, 78,17 % telah sesuai dengan faktor efisiensi dan 75,50 % telah sesuai dengan faktor pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang uji skala kecil, desain produk model *crowdfunding* 83,17% telah sesuai dengan prinsip kaidah website amal di Indonesia. Berikut adalah pemaparan data hasil uji coba skala besar. Berdasarkan data hasil pelaksanaan uji coba skala besar dan saran dari para ahli, maka langkah selanjutnya adalah melakukan revisi produk sebelum produk didesiminasikan. Berdasarkan masukan atau saran dari para ahli pendidikan olahraga, ahli teknologi informasi, dan ahli ekonomi produk model *crowdfunding* tidak perlu di direvisi dan telah sesuai dengan kaidah website amal di Indonesia.

KESIMPULAN

Hasil akhir penelitian ini adalah sebuah produk model *crowdfunding* berbentuk website amal yang terintegrasi dengan berbagai macam sosial media dan

online market di tingkat nasional maupun internasional untuk menjual berbagai macam produk hasil kerajinan tangan dan hasil bumi alam Papua, dengan target orang-orang atau donator yang peduli terhadap kemajuan masyarakat pinggiran.

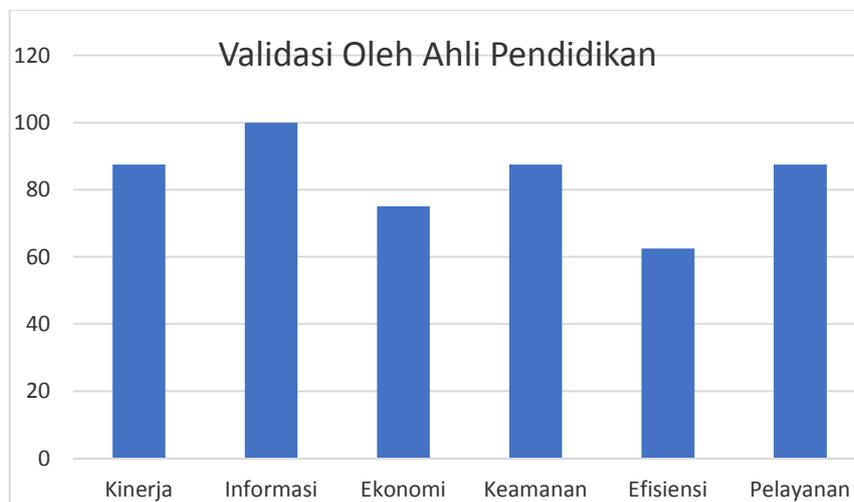
DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2011). The geography of crowdfunding (No. w16820). National bureau of economic research.
- Berglin, L & Stranberg, S. (2014). Crowdfunding for creating value: stakeholder approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 599-604.
- Ciptaningtyas, Catur. (2013). Penggalangan dana model crowdfunding di indonesia. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100.
- Gallahue, D.L., Ozmun, J.C. 1998. Understanding motor development: infants, children, adolescence, adults. 4th Edition. New York: McGraw Hill, Inc.
- Hairy, Jusunul. (2011). Fisiologi Olahraga. Jilid I. Jakarta: Debdikbud.
- Hidayat, K. Afif. (2017). Survei durasi waktu yang dibutuhkan atlet junior bulutangkis papua dalam menyelesaikan suatu pertandingan bulutangkis. *Jurnal Sporta Saintika*, 2 (1), pp.189-206.
- Irianto, P. Djoko (2012) Dasar Kepeleatihan. Yogyakarta: Lukman Offset.
- Mardapi, Djemari. (2008). Teknik penyusunan instrumen tes dan non tes. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.

LAMPIRAN

Tabel 1. Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Pendidikan Olahraga

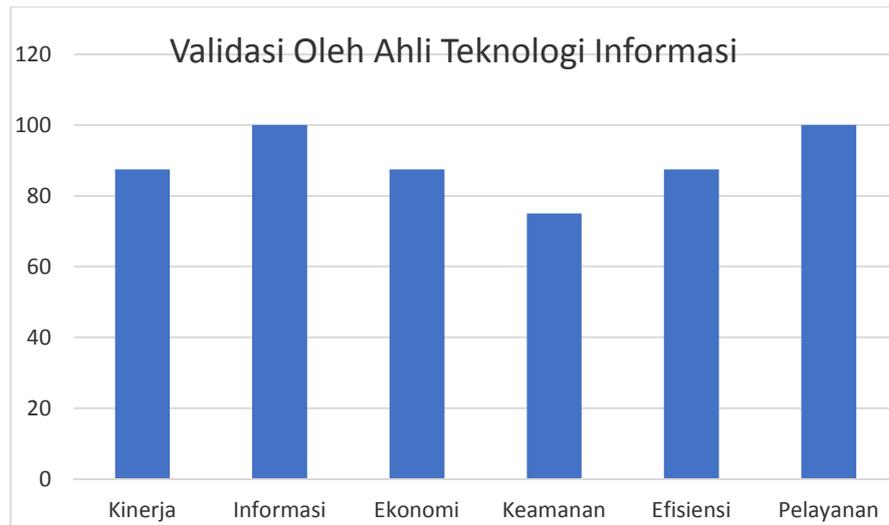
No	Faktor	Nilai Total	Presentase
1	Kinerja	7	87,50 %
2	Informasi	8	100 %
3	Ekonomi	6	75 %
4	Keamanan	7	87,50 %
5	Efisiensi	5	62,50 %
6	Pelayanan	7	87,50 %
Total		40	500 %
Rata-Rata		6,67	83,33 %



Gambar 1. Diagram Batang Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Pendidikan Olahraga

Tabel 2. Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Teknologi Informasi

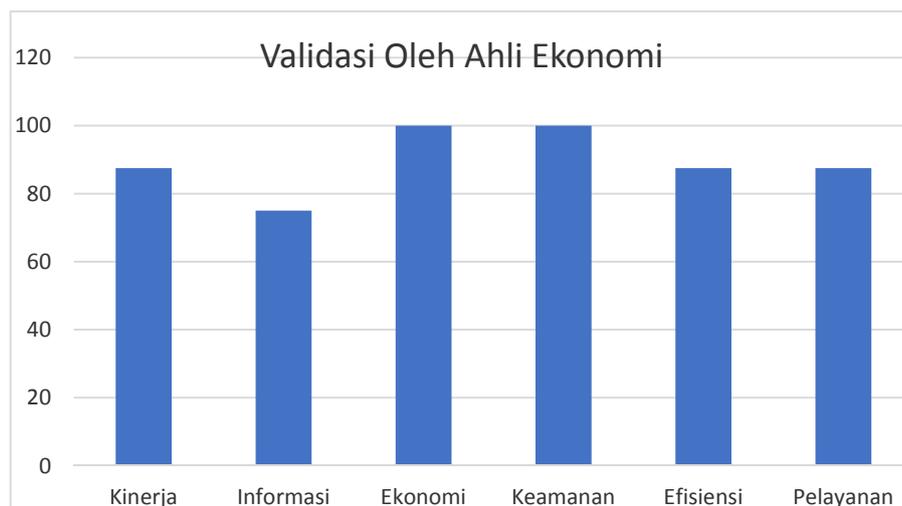
No	Faktor	Nilai Total	Presentase
1	Kinerja	7	87,50 %
2	Informasi	8	100 %
3	Ekonomi	7	87,50 %
4	Keamanan	6	75 %
5	Efisiensi	7	87,50 %
6	Pelayanan	8	100 %
Total		43	537,50 %
Rata-Rata		7,17	89,58 %



Gambar 2. Diagram Batang Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Teknologi Informasi

Tabel 3. Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Ekonomi

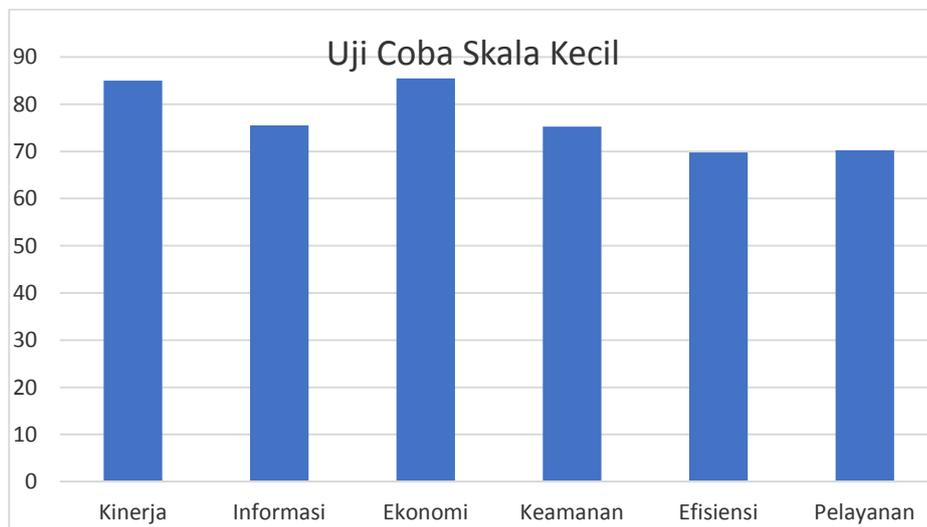
No	Faktor	Nilai Total	Presentase
1	Kinerja	7	87,50 %
2	Informasi	6	75 %
3	Ekonomi	8	100 %
4	Keamanan	8	100 %
5	Efisiensi	7	87,50 %
6	Pelayanan	7	87,50 %
Total		43	537,50 %
Rata-Rata		7,17	89,58 %



Gambar 3. Diagram Batang Data Hasil Validasi Desain Oleh Ahli Ekonomi

Tabel 4. Data Hasil Uji Coba Skala Kecil

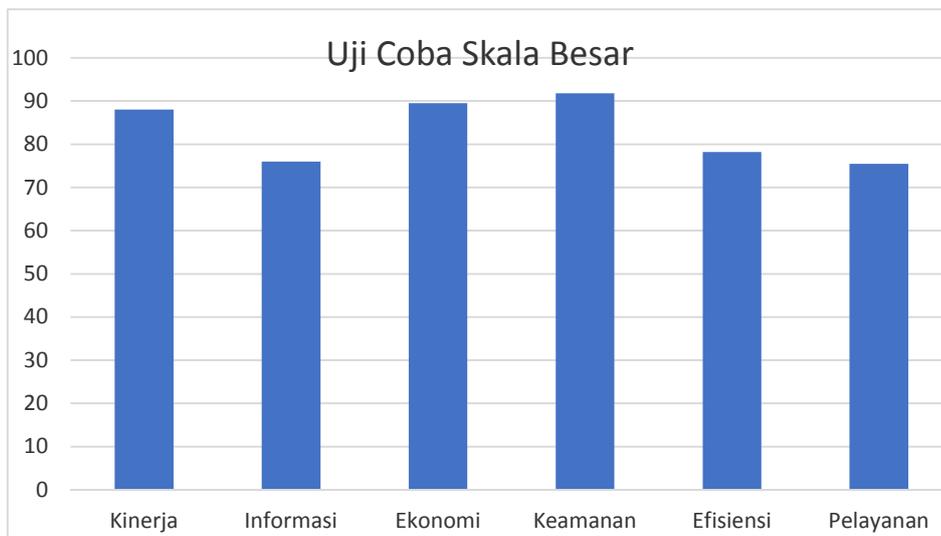
No	Faktor	Nilai Total	Presentase
1	Kinerja	340	85,00%
2	Informasi	302	75,50%
3	Ekonomi	342	85,50%
4	Keamanan	301	75,25%
5	Efisiensi	279	69,75%
6	Pelayanan	281	70,25%
Total		1845	461,25%
Rata-Rata		307,50	76,88%



Gambar 4. Diagram Batang Data Hasil Uji Coba Skala Kecil

Tabel 5. Data Hasil Uji Coba Skala Besar

No	Faktor	Nilai Total	Presentase
1	Kinerja	528	88,00%
2	Informasi	456	76,00%
3	Ekonomi	537	89,50%
4	Keamanan	551	91,83%
5	Efisiensi	469	78,17%
6	Pelayanan	453	75,50%
Total		1845	2994%
Rata-Rata		499,00	83,17%



Gambar 5. Diagram Batang Data Hasil Uji Coba Skala Besar