

**STRATEGI BRANDING GUNA MEMASYARAKATKAN  
OLAHRAGA PANAHAN DI SURABAYA**

(Studi Kasus di Pengcab Perpani Surabaya)

**JURNAL**



Oleh :

Riau Ega Agata Salsabilla  
NIM : 01210070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA  
2017**

STRATEGI BRANDING GUNA MEMASYARAKATKAN OLAHRAGA  
PANAHAN DI SURABAYA

(Studi Kasus Pada Pengcab Perpani Surabaya)

Oleh:

Riau Ega Agata Salsabilla

Dosen Pembimbing

I Gede Arimbawa. SE,MM.

**ABSTRAK**

Olahraga panahan merupakan cabang olahraga yang kegiatannya menggunakan peralatan yang bernama busur dan anak panah. Bagi sebagian masyarakat, olahraga panahan adalah olahraga yang tidak populer bahkan bisa dibidang peralatan panahan sangatlah mahal sehingga dibutuhkan strategi branding yang tepat untuk dapat menarik minat masyarakat dan mencari calon atlet baru . Penelitian ini menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Penelitian ini dilakukan di Pengcab Perpani (Pengurus Cabang Persatuan Panahan Indonesia) Surabaya. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimanakah strategi branding guna memasyarakatkan olahraga panahan di Surabaya? (2) Bagaimana kriteria calon atlet panahan di kota Surabaya? Sampel dari penelitian ini adalah para expert dalam bidang olahraga panahan yang juga merupakan ketua umum panahan jatim dan pelatih panahan jatim.

Penelitian ini menggunakan metode AHP manual menggunakan Ms.Excel yang dibantu dengan *software expert choice*. Dari hasil penelitian tingkat kepentingan kriteria dalam pemilihan branding olahraga panahan menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut : prioritas I alat murah (0,379), prioritas II demonstrasi (0,164), Prioritas III workshop (0,143). Sedangkan untuk kriteria calon atlet menghasilkan skala prioritas sebagai berikut : prioritas I disiplin (0,405), prioritas II karakter (0,250), prioritas III postur tubuh (0,147).

Berdasarkan hasil analisis diatas, saran yang dapat diberikan adalah, untuk mengenalkan olahraga panahan ke masyarakat luas, strategi dengan menggunakan alat murah, demonstrasi, dan workshop merupakan pilihan yang baik karena merupakan tiga kriteria dengan nilai paling tinggi dan juga merupakan solusi untuk mengubah persepsi masyarakat bahwa panahan olahraga mahal, dan juga dalam memilih calon atlet, AHP dapat menjadi alat bantu dalam menemukan atlet yang benar-benar bagus dalam memanah dan baik dalam pribadinya.

Kata kunci : panahan, *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Branding*, calon atlet

# BRANDING STRATEGY SERVICES TO PROMOTE ARCHERY IN SURABAYA

(Case study Pengcab Perpani Surabaya)

By:

Riau Ega Agata Salsabilla

Supervisor

I Gede Arimbawa. SE, MM.

## ABSTRACT

Archery is a sport activity using equipment called a bow and arrow. For some communities, archery is a sport that is not popular even arguably archery equipment is very expensive so it needs proper branding strategy in order to attract people and find potential new athletes. This study using AHP (Analytical Hierarchy Process). This research was conducted in Pengcab Perpani (Branch Executive Archery Association of Indonesia) Surabaya. Issues to be addressed in this study are: (1) how the branding strategy to promote archery in Surabaya? (2) What criteria for archery athlete in Surabaya? Samples from this study is the expert in the field of archery, which is also the chairman of jatim archery and Jatim archery coach.

This study using AHP manually using Ms.Excel assisted with software expert choice. From the research of importance in the selection criteria for branding archery generate priority / weight as follows: Priority I inexpensive tools (0.379), priority II demonstration (0.164), Priority III workshop (0.143). As for the criteria for prospective athletes the following priorities: Priority I discipline (0.405), the second priority code (.250), third priority posture (0.147).

Based on the analysis above, the advice that can be given is, to introduce archery to the general public, a strategy of using cheap tools, demonstrations, and workshops is a good choice because it is the three criteria with the highest value and also a solution to change the public perception that archery sport is expensive, and also in selecting candidates for athletes, AHP can be an invaluable tool in finding athletes were really good at archery and both in private.

Keywords : archery, Analytical Hierarchy Process (AHP), Branding, prospective athletes

## PENDAHULUAN

Olahraga panahan merupakan sebuah cabang olahraga yang kegiatannya menggunakan peralatan yang bernama busur dan anak panah. Busur telah ditemukan pada masa paleolitik atau awal periode mesolitik. Petunjuk tertua akan fungsinya di Eropa datang dari Stellmoor di Lembah Ahrensburg, bagian utara dari Hamburg, sekitar 10.000-9.000 SM. Panah dibuat dari kayu pinus dan terdiri dari poros utama dan sebuah poros depan sepanjang 15-20 sentimeter atau 6-8 inci dengan sebuah titik batu. Sejauh ini busur tertua diketahui datang dari rawa Holmegard di Denmark. Akhirnya busur menggantikan pelempar tombak sebagai sarana utama untuk melepaskan batang peluru, dan di setiap benua kecuali Australia, meskipun pelempar tombak bertahan di samping busur di benua Amerika terutama Meksiko dan diantara Suku Inuit.

Terlepas dari sejarah tersebut, sebelum panahan menemui bentuknya sebagai olahraga yang kita kenal saat ini, ternyata telah melalui masa pertumbuhan yang panjang. Melalui peranan yang berbeda-beda, mula-mula panahan dipergunakan orang sebagai alat untuk mempertahankan diri dari serangan bahaya binatang liar, sebagai alat untuk mencari makan atau untuk berburu, untuk senjata perang dan baru kemudian berperan sebagai olahraga baik sebagai rekreasi ataupun prestasi seperti yang tercantum pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 1 ayat 12 yang berbunyi "Olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan

Indonesia diterima sebagai anggota FITA (Federation Internationale de Tir A L'arc)  
yaitu organisasi panahan dunia tahun 1959 pada kongresnya di Oslo,

yang mahal tersebut sehingga dalam proses mencari bibit baru dalam olahraga panahan menjadi tersendat.

Sebagai upaya dalam mengantisipasi permasalahan keolahragaan dan mengacu pada kebangkitan olahraga di tanah air dalam upaya membangun bangsa yang berkualitas, serta membangun tekad untuk mengukir prestasi pada setiap event olahraga bergengsi sehingga makin mengharumkan nama bangsa di forum Internasional secara konsisten dan berlanjut, maka ada 3 (tiga) kaidah utama yang saling terkait dalam manajemen pengembangan pembangunan olahraga serta perlu mendapatkan perhatian secara seksama untuk realisasinya secara terpadu, berlanjut dan tuntas; adalah sebagai berikut: (1) Pembangunan sistem dan metode yang berkualitas (2) pembangunan sarana, prasarana dan fasilitas olahraga secara terpadu dan memadai (3) Strategi pengembangan pembangunan olahraga secara efektif dan efisien (H. Muh. Yusuf, 2011:11).

Perusahaan dalam kegiataannya tidak bisa lepas dengan merk produk yang selalu diunggulkan. Brand image merupakan suatu hal yang sangat didambakan oleh setiap perusahaan, kalau brand image yang baik telah melekat di benak konsumen, maka ini akan mendongkrak penjualan perusahaan (Th. Susetyarsi, 2012:4).

Dari kutipan jurnal diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dibutuhkan suatu terobosan dimana olahraga termasuk olahraga panahan disamping bisa menjangir bibit-bibit baru yang handal dan berkualitas yang dapat mengharumkan nama daerah dan negara di masa yang akan datang juga dibutuhkan strategi branding yang efektif dan efisien sehingga bukan hanya prestasi atlet saja yang bisa terangkat, tetapi nama olahraga panahan juga bisa terangkat di mata masyarakat awam sehingga diharapkan kedepannya ada sebuah kontribusi yang nyata. Disamping itu, pada jurnal diatas juga dijelaskan bahwa secara tidak langsung pemerintah juga harus berperan aktif dalam pembangunan olahraga termasuk salah satunya adalah olahraga panahan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Penelitian Terdahulu**

Dalam jurnal pen



## **Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran merupakan falsafah perusahaan yang menyatakan bahwa keinginan pembeli adalah syarat utama bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

### **Merk (Brand)**

Suatu produk dapat dibedakan dengan produk yang lain salah satunya dari segi merk (*brand*). Merk tidak hanya sekedar pembeda suatu produk, tetapi tidak mustahil pada kondisi tertentu akan berwujud sebagai aset yang mempunyai nilai ekonomis. Menurut Kotler dan Amstrong (1999: 245), merk adalah nama, istilah, tanda, simbol atau design atau kombinasi dari keseluruhan yang dapat mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual yang dapat membedakannya dari produk pesaing.

### **Brand Image (Citra Merk)**

Persepsi pelanggan terhadap suatu merk yang ada dalam benak mereka sering disebut dengan brand image atau citra merk. Membentuk citra merk adalah pekerjaan yang tidak mudah bagi sebuah perusahaan. Citra merk biasa akan berkaitan dengan atribut-atribut produk, manfaat dan sikap. Atribut akan berhubungan dengan produk yang bersangkutan seperti design warna, ukuran. Atribut yang tidak berhubungan dengan produk misalnya harga, pemakai, citra penggunaan. Sedang manfaat biasanya akan menunjuk pada kegunaan secara fungsional.

Kotler (Simamora, 2004: 63) citra merk adalah seperangkat ide, keyakinan, serta kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merk. Oleh karenanya sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merk sangat ditentukan oleh citra merk tersebut. Merk yang kuat akan sangat ditentukan oleh citra merk ini. Perusahaan yang dapat membuat citra merk ini dengan baik kepada pelanggannya ia akan memiliki keunggulan tertentu dibanding para pesaingnya.

### **Pengertian Branding**

Branding sering diinterpretasikan secara berbeda-beda, diantaranya sebagai logo, instrumen legal (hak kepemilikan), perusahaan, *shorthand Notation*, *risk reducer*, positioning, kepribadian, rangkaian nilai, visi, penambah nilai, identitas, citra, relasi, dan *evolving entity*. Walaupun demikian, definisi branding atau merek yang paling banyak diacu adalah versi American Marketing Association (AMA) yang merumuskan merek sebagai “nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau



## METODE PENELITIAN

### **Pendekatan penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Bogdan & Taylor, 1992: 21-22). Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

### **Unit Analisis**

Unit analisis adalah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti. Unit analisis merupakan suatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya.

Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah calon atlet baru dan branding panahan di Pengcab perpani di Surabaya.

### **Sumber Data**

#### 1) Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang di dapatkan untuk kepentingan penelitian, data ini adalah data deskriptif, yang merupakan data utama yaitu adalah kata-kata dan tindakan dari narasumber yang diwawancarai, pencatatan sumber data ini melalui wawancara dan pengamatan serta merupakan hasil gabungan dari melihat, mendengarkan dan bertanya. Jawaban dari pertanyaan yang dilontarkan pada subjek penelitian dicatat sebagai data utama ditambah dengan hasil pengamatan dari tindakan subjek penelitian di Lapangan Panahan KONI Jatim.

#### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak yang tidak berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang terkait dengan panahan di lapangan panahan KONI Jatim. Adapun data tertulis tersebut diantaranya adalah data atlet baru dan juga data prestasi-prestasi yang telah ditorehkan oleh Pengcab Perpani Surabaya baik dalam kejuaraan nasional ataupun Internasional.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### 1) Metode Observasi

Metode observasi yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, diawali dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan atas gejala yang sudah diteliti dengan melibatkan diri dalam latar yang sedang diteliti.

#### 2) Metode Wawancara

Metode ini mencakup cara yang dipergunakan seseorang untuk suatu tujuan tertentu, mencoba mendapatkan keterangan atau pendapat secara lisan langsung dari seseorang atau informan. Sesuai dengan rencana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus, maka pedoman

wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang diwawancarai. Dengan wawancara ini kreatifitas pewawancara sangat diperlukan. Hasil wawancara banyak bergantung pada pewawancara.

### 3) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber terkait, sumber ini terdiri dari dokumen, data-data laporan, catatan khusus, dan lain sebagainya. Melalui teknik dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yang ada ditempat atau lokasi penelitian.

### **In-depth Interview (Wawancara Mendalam)**

Wawancara mendalam (in-depth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Dalam penelitian ini, peneliti telah berdiskusi dengan narasumber dari cabang olahraga panahan yaitu Bpk. Drs. Denny Trisyanto yang juga merupakan Ketua Umum Pengda Perpani Jatim dan Pelatih Nasional untuk membahas kriteria-kriteria apa saja yang diperlukan dalam olahraga panahan dalam proses :

- 1) Strategi branding
- 2) Penentuan calon atlet panahan

### **Kriteria Brandin**

Kriteria	Kode
Worksop	A01
Roadshow	A02
Brosur	A03
Iklan	A04
Alat Murah	A05
Demonstrasi	A06
Tarif Latihan	A07
Bakti Sosial	A08

### **Kriteria Calon Atlet Panahan**

Kriteria	Kode
Postur	B01
Karakter	B02
Usia	B03
Disiplin	B04
Hasrat	B05
Dukungan OT	B06

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam rangka memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Teknik analisis data yang

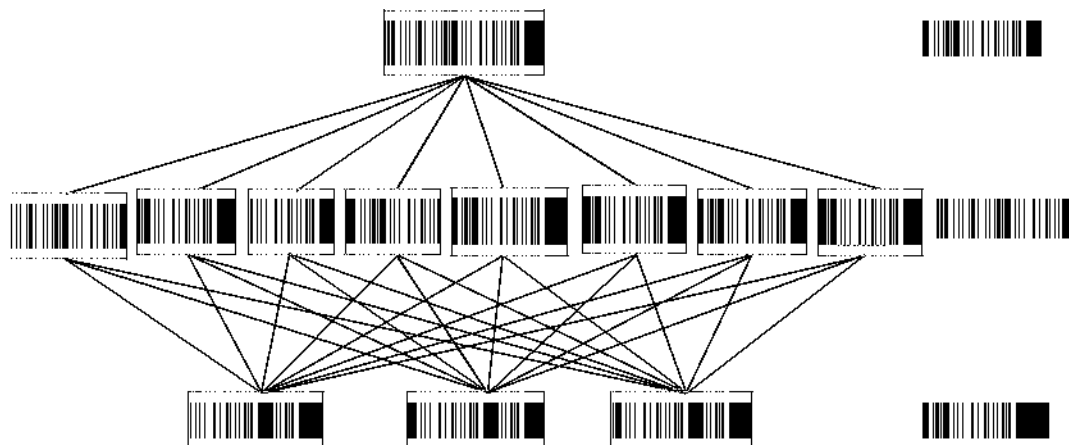
dipergunakan dalam penelitian ini adalah Analytical Hierarchy Process (AHP) dengan menawarkan beberapa kriteria yang telah didiskusikan dengan narasumber terkait sehingga akan didapatkan kriteria yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh atlet panahan kemudian dari hasil yang didapat tersebut akan ditarik suatu kesimpulan.

### **Penerapan Analytical Hierarchy Process**

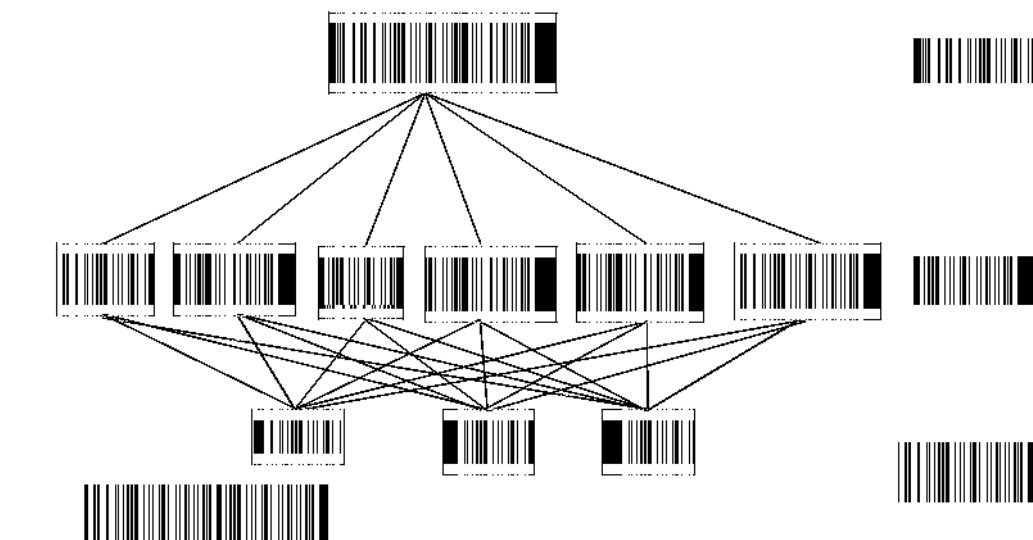
Tahapan proses pengambilan keputusan dengan menggunakan AHP secara garis besar adalah sebagai berikut :

- 1) Penstrukturan masalah kedalam suatu hirarki. Dalam menstrukturkan kriteria keputusan kedalam suatu hirarki, maka suatu masalah yang kompleks menjadi lebih mudah diselesaikan, sebab telah terbagi-bagi menjadi beberapa submasalah yang lebih sederhana dan skalanya lebih kecil.

#### **Struktur Hierarki Branding Olahraga Panahan**



#### **Struktur Hierarki Calon Atlet Panahan**



- 2) Mensintesis hasil. Pendapat-pendapat yang telah diberikan angka numerik menjadi masukan untuk diolah melalui suatu prosedur tertentu menjadi bobot antar faktor. Salah satu keunggulan metode AHP adalah dapat melakukan penilaian apakah pendapat yang menjadi masukan proses ini telah konsisten atau belum. Tingkat kepakaran dari seorang pemakai AHP terletak pada kemampuannya menyusun permasalahan yang ada menjadi suatu tatanan hirarki dan bukan terleatak pada perhitungan matematis yang dilakukan untuk memperoleh bobot alternatif yang ada (Saaty, 1993).
- 3) Formulasi Matematis. Pada dasarnya formulasi matematis pada model AHP dilakukan dengan menggunakan suatu matriks. Misalkan dalam suatu subsistem operasi terdapat  $n$  elemen operasi, yaitu elemen-elemen operasi  $A_1, A_2, \dots, A_n$ , maka hasil perbandingan secara berpasangan elemen-elemen operasi tersebut akan membentuk matriks perbandingan.

#### Skala penilaian Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Definisi Verbal	Penjelasan
1	Kedua elemen sama pentingnya	Kedua elemen mempunyai pengaruh yang sama pentingnya
3	Sebuah elemen sedikit lebih penting dibandingkan elemen lainnya	Pendapat sedikit memihak pada sebuah elemen dibandingkan dengan elemen yang lain
5	Sebuah elemen lebih essensial atau mempunyai tingkat kepentingan yang kuat dibandingkan dengan elemen lainnya	Pendapat secara kuat memihak pada sebuah elemen dibandingkan dengan elemen yang lainnya
7	Sebuah elemen menunjukkan tingkat kepentingannya yang sangat kuat dibandingkan dengan elemen lainnya	Sebuah elemen secara kuat disukai dan didominasi tampak dalam praktek
9	Sebuah elemen menunjukkan tingkat kepentingannya yang mutlak lebih tinggi bila dibandingkan dengan elemen lainnya	Bukti bahwa suatu elemen lebih penting dari pada elemen lainnya adalah sangat jelas
2,4,6,8	Nilai-nilai diantara dua pendapat yang berdampingan	Nilai-nilai ini diperlukan suatu kompromi
Kebalikan dari nilai diatas	Bila elemen $i$ mendapatkan salah satu nilai diatas pada saat dibandingkan dengan elemen $j$ , maka elemen $j$ mempunyai nilai kebalikannya bila dibandingkan dengan elemen $i$	

Matrik Perbandingan Berpasangan

	Workshop	Roadshow	Brosur	Iklan	Alatmurah	Demonstrasi	
Workshop	<b>a11</b>	a12	a13	a14	a15	a16	a17
Roadshow	a21	<b>a22</b>	a23	a24	a25	a26	a27
Brosur	a31	a32	<b>a33</b>	a34	a35	a36	a37
Iklan	a41	a42	a43	<b>a44</b>	a45	a46	a47
Alatmurah	a51	a52	a53	a54	<b>a55</b>	a56	a57
Demonstrasi	a61	a62	a63	a64	a65	<b>a66</b>	a67

Matriks  $A_n \times n$  merupakan matriks resiprokal. Dan diasumsikan terdapat  $n$  elemen, yaitu  $W_1, W_2, \dots, W_n$ , yang akan dinilai secara perbandingan. Nilai (*judgement*) perbandingan secara berpasangan antara  $(w_i, W_j)$  dapat dipresentasikan seperti matriks tersebut.

$$W_i / W_j = a_{ij}; i, j = 1, 2, \dots, n$$

Dalam hal ini matriks perbandingan adalah matriks  $A$  dengan unsurunsurnya adalah  $a_{ij}$ , dengan  $i, j = 1, 2, \dots, n$

Unsur-unsur matriks tersebut diperoleh dengan membandingkan satu elemen operasi terhadap elemen operasi lainnya untuk tingkat hirarki yang sama. Misalnya unsur  $a_{11}$  adalah perbandingan kepentingan elemen operasi  $A_1$  dengan elemen operasi  $A_1$  sendiri, sehingga dengan sendirinya nilai unsur  $a_{11}$  adalah sama dengan 1. Dengan cara yang sama maka akan diperoleh semua unsur diagonal matriks perbandingan sama dengan 1. Nilai unsur  $a_{12}$  adalah perbandingan kepentingan elemen operasi  $A_1$  terhadap unsur  $A_2$  besarnya nilai  $a_{21}$  adalah  $1/a_{12}$ , yang menyatakan tingkat intensitas kepentingan elemen operasi  $A_2$  terhadap operasi  $A_1$ .

Bila vektor pembobotan elemen-elemen operasi  $A_1, A_2, \dots, A_n$  tersebut dinyatakan sebagai vektor  $W$ , dengan  $W = (W_1, W_2, \dots, W_n)$  maka nilai intensitas kepentingan elemen  $A_1$ , dibandingkan  $A_2$  yakni  $w_1/w_2$  yang sama dengan  $A_{12}$ , sehingga matriks perbandingan pada tabel .... dapat dinyatakan sebagai berikut :

	$A_1$	$A_2$	...	$A_n$
$A_1$	$w_1/w_2$	$w_1/w_2$	...	$w_1/w_n$
$A_2$	$w_2/w_1$	$w_2/w_2$	...	$w_2/w_n$
.	.	.	.	.
.	.	.	.	.
$A_n$	$w_n/w_1$	$w_n/w_2$	...	$w_n/w_n$

Tabel 3.7. Matriks Perbandingan Preferensi

Nilai nilai  $w_i/w_j$  dengan  $i, j = 1, 2, \dots, n$ , dijajagi dari partisipan, yaitu orang-orang yang berkompetensi dalam permasalahan yang dianalisis.

Bila matriks ini dikalikan dengan vektor kolom  $W = (W_1, W_2, \dots, W_n)$  maka diperoleh hubungan :

$$AW = nW \dots \dots \dots (1)$$

Bila matriks A diketahui dan ingin diperoleh nilai W, maka dapat diselesaikan melalui persamaan berikut ini :

$$(A-n.I) W = 0 \dots\dots\dots (2)$$

Dimana I adalah matriks Identitas.

Persamaan (2) ini dapat menghasilkan solusi yang tidak nol bila (jika dan hanya jika) n merupakan *eigenvalue* dari A dan W adalah *eigenvector*-nya. Setelah *eigenvalue* matriks perbandingan A tersebut diperoleh, misalnya  $\lambda_1$ ,

Penyimpangan dari konsistensi dinyatakan dengan indeks konsistensi dengan persamaan ;

Dimana :  $\tilde{\lambda}_{\max}$  = *eigenvalue* maksimum  
n = ukuran matriks/banyaknya elemen

Indeks Konsistensi (CI), matriks random dengan skala penilaian 9 (1 sampai dengan 9) beserta kebalikannya sebagai Indeks Random (RI). Berdasarkan perhitungan Saaty dengan menggunakan 500 sampel, jika "*judgement*" numerik

Penggunaan metode proses analisis hirarki ini memungkinkan untuk memperoleh penilaian yang didasarkan pada penilaian dengan menggunakan kuesioner. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan disini yaitu :

- 1) Jika suatu kelompok ikut berpartisipasi dalam proses penilaian, seluruh anggota kelompok itu sedapat mungkin diusahakan untuk dapat mencapai koensensus dalam penilaiannya. Tetapi jika konsensus tersebut tidak dapat dicapai, dapat digunakan *Geometric Mean* dari penilaian mereka
- 2) Dilakukan perhitungan *Geometric Mean*, tentunya beralasan yaitu karena ciri "*reciprocity*" dari matriks yang digunakan dalam Proses analisis



Dilakukan dengan batasan nilai Consistency Ratio (CR). Apabila kuesioner mempunyai nilai lebih besar dari 0,1 maka perhitungan harus diulang/direvisi.

(1) Untuk mendapatkan satu nilai dari bermacam-macam penilaian maka kita harus menyatukan pertimbangan dengan perhitungan rata-rata geometrik, dengan rumus :

$$\xi \quad \sim$$

(2) Buat matriks perbandingan (faktor dan subfaktor), kemudian diubah dalam angka desimal.

(3) Kalikan matriks perbandingan tersebut dengan matriks bobot prioritas.

(4) Bagi setiap elemen matriks hasil dengan elemen matriks bobot prioritas (misal disebut matriks G)

(5) Hitung nilai *Maximum Eigenvalue*, sebagai berikut :

2) Pengujian

$$\text{Hitung nilai Consistency indeks} = \frac{\xi}{n - 1}$$


---

*Consistency Hierarchy*      *Consistency Index*

sebagai berikut : atau

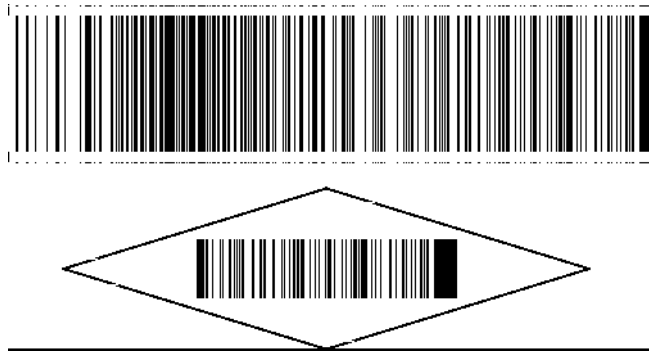
3) Analisa dan pembahasan

Pembahasan yang dilakukan disini merupakan tafsiran dari hasil pengolahan data yang berupa bobot prioritas faktor maupun subfaktor yang membentuk hirarki serta hasil akhir berupa atribut mana atau subfaktor dan faktor apa yang dipilih dari beberapa kriteria yang ada.

4) Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pengolahan data dan analisa. Penarikan kesimpulan ini sangat berguna dalam merangkum hasil akhir dari suatu penelitian. Bagian ini juga dilengkapi dengan saran-saran untuk menyempurnakan hasil penelitian.

## Kerangka Pemecahan Masalah



## BAB IV

### Deskripsi Informan Penelitian

Adapun informan dalam penelitian ini adalah :

Bapak Drs. Denny Trisyanto (Ketua Umum Pengda Perpani Jatim)

Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara bapak Denny Trisyanto merupakan informan yang peneliti wawancara dan berdiskusi di lapangan. Beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan kapan saja dan tidak segan untuk memberikan berbagai referensi dan buku yang peneliti butuhkan yang berkaitan dengan olahraga panahan guna kesempurnaan penelitian ini. Tidak ada perasaan canggung dalam diri peneliti karena peneliti dan beliau telah saling mengenal sejak peneliti masih menjadi atlet junior di Surabaya. Disamping menjadi Ketua Umum Perpani, beliau juga merupakan pelatih peneliti di Jawa Timur dan Pelatihan Nasional di Jakarta sehingga informasi yang diberikan juga terhubung dengan baik oleh peneliti.

### Analisa Data Dengan Analytical Hierarchy Process (AHP)

Setelah seluruh data dari ketiga expert sudah didapat, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata jawaban setiap responden dengan menggunakan rata-rata Geometric (geometric mean). Geometric mean adalah rata-rata yang diperoleh dengan mengalikan semua data dalam suatu kelompok sampel, kemudian diakarpangkatkan dengan jumlah data sampel tersebut, pengukuran ini sering digunakan ketika harus membandingkan sebuah *item* dengan nilai yang berbeda untuk mendapatkan satu nilai akumulasi. Contoh penggunaan rata-rata ukur ini adalah sebagai berikut.

- $\xi \dots\dots\dots \sim$   
Dimana : GM = Geometric Mean  
 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  = Bobot penilaian ke 1,2,3, ..., n  
n = Jumlah penilaian

Contoh :

- $\xi$   
 $GM = 3,915$

Hasil tersebut juga bisa didapat dengan menggunakan formulasi geomean di Ms. Excel. Hal ini dilakukan karena AHP hanya memerlukan satu jawaban untuk matriks perbandingan. Hasil dari perhitungan menggunakan geometric mean bisa dilihat di tabel berikut.

Nilai Geometric Mean Kriteria Branding (Pembobotan secara total dari keseluruhan nilai responden)

Kriteria	Jawaban Responden					Kriteria	Nilai geomean
	1	2	3	4	5		
Workshop	3		4		5	Roadshow	3,915
Workshop	3		3		3	Brosur	3
Workshop	2		2		3	Iklan	2,289
Workshop		2		5		Alat murah	3,684
Workshop		2		1		Demonstrasi	1,587
Workshop		2	3		3	Tarif latihan	2,621
Workshop	3		3		5	Bakti sosial	3,557

Roadshow		2		2		3	Brosur	2,289
Roadshow		3		3		3	Iklan	3
Roadshow		5		5		5	Alat murah	5
Roadshow		3		3		3	Demonstrasi	3
Roadshow		3		2	3		Tarif latihan	2,621
Roadshow	2		2		2		Bakti sosial	2
Brosur		2		1		1	Iklan	1,260
Brosur		5		5		5	Alat murah	5
Brosur		5		3		3	Demonstrasi	3,557
Brosur		4	2		3		Tarif latihan	2,884
Brosur	2		3		3		Bakti sosial	2,621
Iklan		6		6		5	Alat murah	5,646
Iklan		3		3		2	Demonstrasi	2,621
Iklan		2		2	3		Tarif latihan	2,289
Iklan	3		3		3		Bakti sosial	3
Alat murah	5		5		5		Demonstrasi	5
Alat murah	5		5		5		Tarif latihan	5
Alat murah	7		7		6		Bakti sosial	6,649
Demonstrasi	2		3		2		Tarif latihan	2,289
Demonstrasi	5		5		3		Bakti sosial	4,217
Tarif latihan	5			2		3	Bakti sosial	3,107

Nilai Geometric Mean Kriteria Calon Atlet (Pembobotan secara total dari keseluruhan nilai responden)

Kriteria	Jawaban Responden			3	Kriteria	Nilai geomean	
	1	2	3				
Postur		3		2	2	Karakter	2,289
Postur	2		3		2	Usia	2,289
Postur		4		2	3	Disiplin	2,884
Postur		2	3		4	Hasrat	2,884
Postur	3		5		5	Dukungan	4,217
Karakter	5		7		5	Usia	5,593
Karakter		2		3	5	Disiplin	3,107
Karakter	3		5		3	Hasrat	3,557
Karakter	2		5		5	Dukungan	3,684
Usia		5		7	4	Disiplin	5,192
Usia	2		2		2	Hasrat	2
Usia	2		3		5	Dukungan	3,107
Disiplin	7		5		5	Hasrat	5,593
Disiplin	5		7		7	Dukungan	6,257
Hasrat	3		5		3	Dukungan	3,557

### Matriks Perbandingan Berpasangan

#### Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Branding Panahan

	A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08
A01	1	4	3	2	0,25	0,5	3	4
A02	0,25	1	0,5	0,333	0,2	0,333	0,333	2
A03	0,333	2	1	1	0,2	0,25	3	3
A04	0,5	3	1	1	0,167	0,333	0,5	3
A05	4	5	5	6	1	5	5	7
A06	2	3	4	3	0,2	1	2	4
A07	0,333	3	0,333	2	0,2	0,5	1	3
A08	0,25	0,5	0,333	0,333	0,143	0,25	0,333	1
~	<b>8,667</b>	<b>21,500</b>	<b>15,167</b>	<b>15,667</b>	<b>2,360</b>	<b>8,167</b>	<b>15,167</b>	<b>27,000</b>

#### Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Calon Atlet Panahan

	B01	B02	B03	B04	B05	B06
B01	1	0,5	2	0,333	3	4
B02	2	1	6	0,333	4	5
B03	0,5	0,167	1	0,2	2	3
B04	3	3	5	1	6	6
B05	0,333	0,25	0,5	0,167	1	4
B06	0,25	0,2	0,333	0,167	0,25	1
~	<b>7,083</b>	<b>5,117</b>	<b>14,833</b>	<b>2,200</b>	<b>16,250</b>	<b>23,000</b>

### Matrik Normalisasi

#### Matriks Normalisasi Kriteria Branding

	A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	~	EP
A01	0,115	0,186	0,198	0,128	0,106	0,061	0,198	0,148	1,140	<b>0,143</b>
A02	0,029	0,047	0,033	0,021	0,085	0,041	0,022	0,074	0,351	<b>0,044</b>
A03	0,038	0,093	0,066	0,064	0,085	0,031	0,198	0,111	0,686	<b>0,086</b>
A04	0,058	0,140	0,066	0,064	0,071	0,041	0,033	0,111	0,583	<b>0,073</b>
A05	0,462	0,233	0,330	0,383	0,424	0,612	0,330	0,259	3,032	<b>0,379</b>
A06	0,231	0,140	0,264	0,191	0,085	0,122	0,132	0,148	1,313	<b>0,164</b>
A07	0,038	0,140	0,022	0,128	0,085	0,061	0,066	0,111	0,651	<b>0,081</b>
A08	0,029	0,023	0,022	0,021	0,061	0,031	0,022	0,037	0,246	<b>0,031</b>
n = 8	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>8,000</b>	<b>1,000</b>

## Matriks Normalisasi Kriteria Calon Atlet Panahan

### **Nilai Rasio Konsistensi (CR)**

Nilai Rasio Konsistensi (CR) Kriteria branding

A 01 A 02 A 03 A 04 A 05 A 06 A 07 A 08 ~

Eigenvalue maksimum didapat dengan membagi jumlah total CR dengan banyaknya Kriteria. Setelah eigenvalue maksimum kriteria didapatkan, selanjutnya adalah mencari Konsistensi Index (CI).

**Hitung Konsistensi Index (CI)**

1. CI Kriteria Branding

$$CI =$$

2. CI Kriteria Calon Atlet

$$CI =$$

Langkah terakhir untuk menguji apakah data yang telah peneliti dapatkan telah konsisten atau belum adalah dengan membagi CI dengan Random Index (RI) pada tabel ordo matriks.

**Hitung Konsistensi Keseluruhan Hierarki**

Kriteria Branding

1. CRH =

Kriteria Calon Atlet

2. CRH = ~

Tabel 4.23. Nilai Indeks Random

Ordo Matriks	Indeks Random
1,2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41
9	1,45
10	1,49
11	1,51
12	1,48
13	1,56
14	1,57
15	1,59

## Hasil Akhir Pembobotan Kriteria dan Ranking Hasil

### Akhir Bobot Prioritas Kriteria Branding

Kriteria	Bobot	Ranking
Alat Murah	0,379	I
Demonstrasi	0,164	II
Workshop	0,143	III

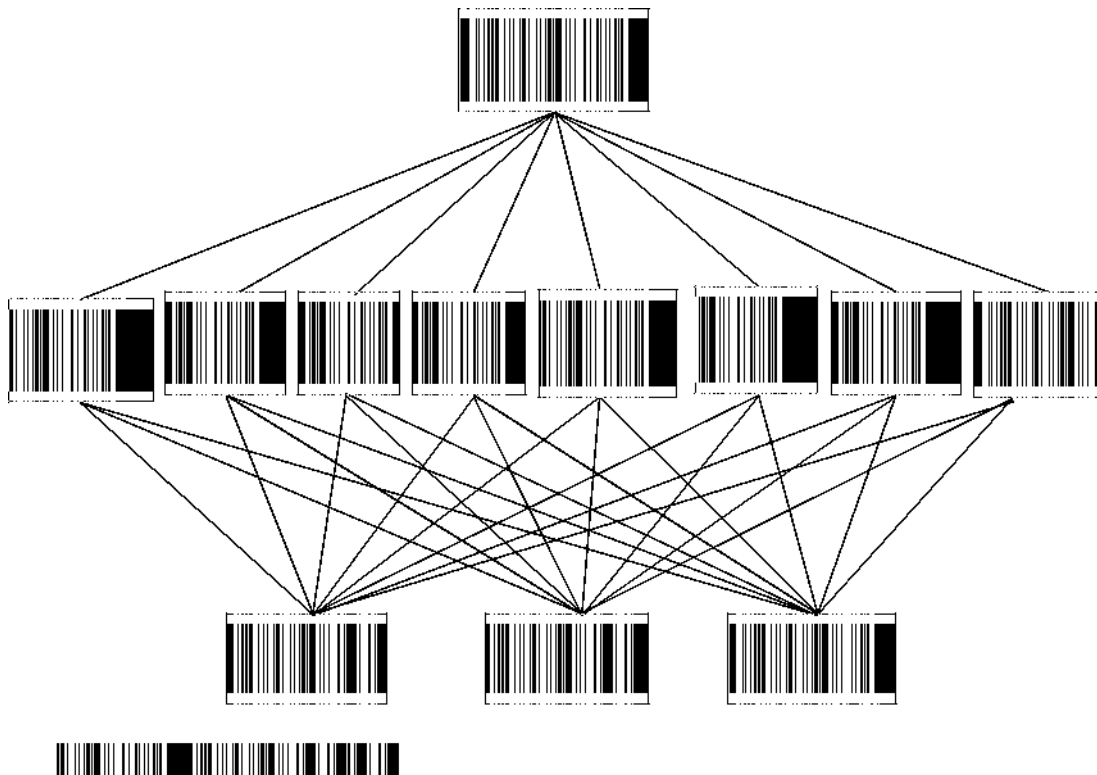
Sumber : Penulis

### Hasil Akhir Bobot Prioritas Kriteria Calon Atlet

Kriteria	Bobot	Ranking
Disiplin	0,405	I
Karakter	0,250	II
Postur	0,147	III

## Struktur Hierarki yang Baru Dengan Bobot Prioritas

### Struktur Hierarki Kriteria Branding





### **Pembahasan Hasil Penelitian Branding**

Dari hasil analisis AHP diatas, kriteria branding yang paling berpengaruh dalam memasyarakatkan olahraga panahan adalah kriteria alat murah dengan bobot 0,379. Kriteria selanjutnya yang berpengaruh adalah kriteria demonstrasi dengan bobot 0,164, serta kriteria workshop dengan bobot 0,143. Masing-masing bobot tersebut diperoleh dengan menggunakan perhitungan Analytical Hierarchy Process (AHP) dengan mengolah nilai tiap-tiap kriteria sampai pada tahap akhir diperoleh bobot tersebut, karena dari awal telah dibahas bahwa panahan tergolong olahraga mahal, maka yang akan berpengaruh pertama kali dalam benak masyarakat adalah harga yang mahal.

#### **1. Alat Murah**

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohammad Soltanhoseni & Nazim Azimi (2015) yang berjudul "*Evaluating the Effective*

menggunakan pipa PVC dan aluminium sebagai busur dan anak panah. Dengan menggunakan bahan murah sebagai alat untuk memanah terbukti cukup efektif menarik minat masyarakat untuk datang dan mencoba olahraga panahan tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar hanya untuk sekedar mencoba dengan membeli satu set alat panahan yang masih tergolong mahal. Tetapi, satu hal yang pasti adalah disamping dapat menarik minat masyarakat, pembinaan atlet usia dini juga bisa teratasi dengan baik karena busur paralon ini.

## 2. Demonstrasi

Kemudian prioritas kedua adalah demonstrasi, memang pada awalnya panahan adalah olahraga yang mungkin bagi sebagian orang terlihat membosankan karena teknik dasar memanah adalah berdiri diam pada satu tempat dalam jangka waktu yang lama dan kemudian melepaskan anak panah dengan jumlah anak panah yang telah ditentukan, sehingga kesan olahraga membosankan akan muncul dibenak masyarakat, tetapi Bapak Denny Trisyanto tidak kehabisan ide untuk memperkenalkan bahwa olahraga panahan adalah olahraga yang seru dan menyenangkan sehingga pada akhirnya beliau juga menemukan permainan memanah dengan balon dan banner yang telah terdaftar juga pada Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai penemu permainan panahan balon dan banner yang sekarang juga telah menjadi salah satu ikon branding olahraga panahan Surabaya.

## 3. Workshop

Dan prioritas ketiga adalah workshop olahraga panahan. Dengan diadakannya workshop, maka lebih banyak masyarakat yang bisa mengenal olahraga panahan lebih dekat dan juga sebagai tahapan seleksi kompetensi pelatih sehingga diharapkan kedepan para pelatih olahraga panahan adalah orang-orang yang bisa dan mampu menguasai pemahaman dan teknik panahan yang benar dan perkembangan olahraga panahan bisa semakin bagus dan terkontrol.

Yang lebih menarik lagi adalah strategi ini diterapkan pada Dies Natalies Ke 36 Universitas Narotama Surabaya pada tanggal 04 Februari 2017 yang lalu dalam kegiatan pembuatan rekor MURI melepaskan 3 0.000 anak panah dengan busur paralon yang diikuti hampir 900 orang se-Jatim yang diawali dengan demonstrasi memanah balon dan banner dan yang ditutup dengan rangkaian acara pelatihan panahan bagi guru-guru.

## **Calon Atlet**

### 1. Disiplin

Untuk kriteria calon atlet, prioritas pertama adalah disiplin dengan bobot prioritas 0,405 sesuai dengan perhitungan menggunakan AHP. Karena memang olahraga panahan adalah olahraga yang lebih mengutamakan konsentrasi dan juga peralatan olahraga panahan masuk dalam golongan senjata tajam, maka disiplin tinggi sangat diperlukan agar proses latihan dapat dijalankan dengan baik dan keamanan diri sendiri dan lingkungan juga dapat diperhatikan.

### 2. Karakter

Kemudian prioritas kedua adalah karakter dengan bobot 0,250, seperti halnya dalam disiplin memanah, karakter seorang atlet juga berpengaruh terhadap hasil yang dicapai, olahraga panahan juga dapat membangun karakter bukan hanya untuk atlet, tetapi juga masyarakat awam pun dapat dengan langsung merasakan perbedaan yang terjadi pada dirinya, sebagai contoh

seseorang dengan emosi yang tidak stabil dan cenderung meledak-ledak akan dengan mudah diketahui hanya dengan mencoba memanah 1 sampai 2x tembakan dan untuk bisa mengenai sasaran maka orang tersebut harus rileks dan menenangkan diri sejenak dan mengulangi tembakannya, dan sangat bagus jika dari awal seorang pelatih telah mendapatkan calon atlet yang mempunyai karakter dan pembawaan yang tenang dan sabar karena kemampuan seorang pemanah juga ditentukan seberapa jauh pemanah tersebut dapat mengendalikan dirinya sendiri.

### 3. Postur Tubuh

Untuk prioritas ketiga adalah postur tubuh dengan bobot 0,147. Walaupun bagi sebagian pelatih beranggapan bahwa postur tidak terlalu berpengaruh untuk mencapai prestasi maksimal, tetapi secara tidak langsung postur tubuh juga menjadi faktor penentu dalam meraih prestasi maksimal karena dengan postur yang ideal maka program-program latihan yang diberikan pun akan mudah dilakukan. Bapak Denny Trisyanto juga menerapkan program bahwa olahraga panahan bisa dilakukan oleh siapa saja yaitu dengan program :

#### 1) Bina talenta

Membina talenta yang dimiliki atlet ketika bergabung di olahraga panahan tanpa membedakan darimana asalnya, siapa orang tuanya?, anak orang mampu atau tidak mampu, berbakat atau tidak. Banyak orang yang berpendapat menjadi seorang olahragawan adalah harus mempunyai postur tubuh sempurna atau ideal, untuk olahraga panahan karena untuk orang awam adalah olahraga yang diharuskan tepat sasaran, maka mereka berpendapat bahwa mata normal adalah satu-satunya faktor yang dibutuhkan untuk bisa berprestasi.

Bisa ya dan bisa juga tidak, mengapa demikian? Ya, karena sebagian besar kita diharuskan mempunyai penglihatan yang baik untuk menentukan sasaran, akan tetapi, dengan ilmu pengetahuan yang semakin maju dan berkembang seperti sekarang ini, problem tersebut bisa teratasi dengan bantuan kacamata dan teropong untuk melihat sasaran yang ada jauh didepan. Dan bisa juga tidak, karena pada hakekatnya untuk berprestasi dalam bidang olahraga panahan yang dibutuhkan adalah keseimbangan antara pikiran dan juga memori otot dimana fungsi penglihatan akan menjadi berkurang karena dengan mata tertutup pun kita masih bisa melepaskan anak panah dan hal ini diajarkan dalam proses latihan yang biasa dikenal dengan *Blind Shoot* atau memanah dengan menutup mata.

Dalam *blind shoot* tersebut, yang diharapkan oleh para pelatih adalah para pemanah lebih fokus dengan gerak otot dan intuisi dalam memanah, sehingga para pemanah tidak terpaku dengan hasil perkenaan karena dengan terpaku pada perkenaan, lambat laun akan menggerus psikologis atlet tersebut dan pada akhirnya menyebabkan hilangnya fisik dan teknik.

#### 2) Pengembangan diri

Merupakan tahap kedua setelah pelatih mengetahui talenta, disini juga menggunakan sistem khusus agar sesuai dengan masing-masing atlet. Disini akan ditemukan BAKAT.

3) Rekreasi

Ada 2 (dua) makna yang bisa disampaikan pada tahap ini. Yaitu panahan sebagai olahraga rekreasi, mengapa demikian, karena dalam mengikuti sebuah kegiatan apalagi olahraga prestasi salah satunya olahraga panahan, dibutuhkan inisiatif dari para calon pemanah, karena kembali lagi keawal bahwa olahraga panahan juga termasuk olahraga yang mempengaruhi psikologis. Tidak boleh ada paksaan untuk masuk kedalamnya sehingga menimbulkan rasa tidak senang dan tidak nyaman dalam melakukan olahraga tersebut. Sehingga walaupun pada intinya Pengcab Perpani Surabaya membutuhkan bibit-bibit pemanah, Pengcab Perpani Surabaya lebih mengharapkan bahwa para bibit-bibit tersebut datang secara sukarela untuk mengikuti olahraga panahan. Tidak langsung serta merta setelah masuk dan langsung diberikan program yang menyita waktu dan teknik sehingga menyebabkan kejenuhan dan perasaan dongkol. Tetapi dengan memberikan porsi yang bisa membuat para calon pemanah berkesan dan merasa senang untuk melakukan kegiatan memanah sehingga saat mereka selesai dan pulang, mereka akan merasa tertarik untuk bisa kembali lagi dan mencoba olahraga panahan dan pemantaban diri untuk lebih serius dalam mempelajari panahan.

Yang kedua adalah sebagai olahraga prestasi dan para pemanah sudah mengetahui hak dan kewajibannya dalam mengikuti olahraga panahan, pastinya dalam setiap program yang diberikan pelatih akan menguras tenaga dan pikiran yang akan menyebabkan terbatasnya waktu para pemanah dalam bersantai dan berkumpul bersama keluarga dan teman. Sehingga dibutuhkan sebuah refreshing atau rekreasi yang menyenangkan sehingga beban pikiran para pemanah bisa berkurang bisa dalam bentuk modifikasi latihan dan bisa juga mengajak para pemanah untuk berlibur atau melakukan kegiatan outbond yang menyenangkan.

4) Prestasi

Tahap terakhir dan merupakan tujuan utama Pengcab Perpani Surabaya dalam melakukan proses pembibitan, yaitu prestasi. Pengcab Perpani Surabaya meyakini bahwa menjadikan seorang atlet yang berprestasi dan berkualitas itu harus dibentuk/*by design*. Tidak serta merta pemanah tersebut menjadi juara, tetapi dengan memberikan program latihan yang akan membuat para pemanah menjadi seorang juara dan yang paling penting dari itu semua adalah jam terbang. Diberikan kesempatan bertanding yang cukup untuk mengasah mental dan teknik para pemanah sehingga bisa terbentuk karakter juara yang kuat dan pada akhirnya bisa berprestasi kedepannya.

Sebenarnya dalam olahraga panahan sendiri telah mempunyai cara sendiri untuk menentukan para calon atlet yaitu dengan menghitung akumulasi poin masing-masing atlet dengan rumus :

$$\frac{\text{Total Score}}{n} + \{(n + 1) - \text{Ranking}\} \times \text{Bobot Tes}$$

Dimana :

Total Score : Total Score Keseluruhan Peserta Tes :

ST : Score Tertinggi Peserta Tes

SA : Score Atlet Yang akan dihitung

n+1	: Jumlah Peserta +1
Ranking	: Peringkat / Ranking masing-masing atlet
Bobot tes	: Nilai (antara 1-10) untuk setiap tes (Ditentukan berdasarkan kesepakatan)

Tetapi itu hanya menilai kemampuan memanah saja dan tidak menilai pribadi masing-masing atlet, peneliti telah banyak melihat bahwa mendapatkan poin tinggi dan bagus tidaklah cukup karena menjadi pemanah yang baik harus mempunyai pribadi yang baik juga, hal tersebut juga sering diutarakan Bapak Denny Trisyanto kepada anak didiknya bahwa seorang atlet panahan yang bagus adalah atlet yang mempunyai skill panahan yang bagus, poin yang tinggi, dan yang terakhir adalah dia yang **tidak sombong** atau selalu *low profile*. Sehingga penilaian menggunakan AHP juga diharapkan menjadi bagian atau melengkapi rumus yang telah ada di Pengcab Panahan Surabaya. Tidak hanya menilai *Hard skill* atlet, tetapi juga *Soft skill* atlet tersebut.

## BAB V

### A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Untuk kriteria 1 yang paling berpengaruh dalam pemilihan strategi branding adalah kriteria alat murah dengan bobot 0,3 79. Prioritas kedua yang berpengaruh adalah kriteria demonstrasi dengan bobot 0,164, prioritas ketiga adalah workshop dengan bobot 0,143, prioritas keempat adalah brosur dengan bobot 0,086, prioritas kelima adalah tarif latihan dengan bobot 0,08 1, kemudian prioritas keenam ketujuh dan kedelapan berturut-turut adalah iklan dengan bobot 0,073, kriteria roadshow dengan bobot 0,044 dan terakhir Bakti Sosial dengan bobot 0,031.
2. Untuk kriteria 2 dalam kriteria calon atlet panahan, berturut-turut mulai prioritas pertama hingga prioritas keenam adalah Disiplin dengan bobot 0,405, karakter dengan bobot 0,250, postur tubuh dengan bobot 0,147, usia minimal dengan bobot 0,086, hasrat untuk belajar dengan bobot 0,073 dan terakhir dukungan orang tua dengan bobot 0,039.

### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, penulis menyarankan kepada Pengcab Perpani Surabaya serta terkait yaitu :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi branding yang telah dilakukan bahwa apa yang diterapkan bagus, sehingga kedepan program-program tersebut bisa selalu dijaga dan dikembangkan lebih baik dan inovatif lagi sehingga olahraga panahan bisa dikenal di masyarakat luas. Untuk penentuan atlet, selama ini hanya mengandalkan poin yang didapat dan belum ada suatu penilaian yang obyektif dalam melihat kepribadian masing-masing atlet, dengan menggunakan rumus poin seperti yang telah diterapkan di dalam panahan surabaya dengan melengkapi menggunakan analisis AHP, maka Pengcab Panahan diharapkan bisa mendapatkan dua keuntungan sekaligus, yaitu hard skill atlet yang bagus dan juga soft skill

- yang baik. Hal ini sesuai dengan arahan Bapak Denny Trisyanto yang mengharapkan para anak didiknya mempunyai poin bagus dan *low profile*.
2. Bagi pencab panahan Surabaya di masa yang akan datang, jika terdapat kriteria baru yang lebih relevan atau lebih sesuai yang lebih mampu mendongkrak nilai olahraga panahan di mata masyarakat, maka pencab bisa mengganti kriteria yang digunakan saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

