

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.1 Latar Belakang Masalah

Sepakbola merupakan salah satu olahraga permainan yang paling digemari di seluruh dunia. Setiap orang di dunia pasti mengetahui apa itu sepakbola dan tidak sedikit yang dapat memainkan olahraga tersebut. Sepakbola menjadi primadona di antara cabang olahraga lain. Banyaknya peminat dari olahraga sepakbola memunculkan beberapa kompetisi di setiap negara di dunia. Beberapa kompetisi bahkan sudah dianggap kompetisi profesional seperti *English Premier League*, *La Liga Spanyol A*, *Major League Soccer*, *Bundesliga*, dan masih banyak lagi liga profesional lainnya.

Sepakbola adalah olahraga paling populer di dunia ini, hal ini dapat bisa dibuktikan begitu antusiasnya masyarakat jika ada event sepakbola, seperti Piala Dunia, Piala Eropa, Liga Inggris, Liga Spanyol maupun liga-liga lainnya. Besarnya dampak dari sepakbola membuat para konglomerat dunia tidak ragu melakukan investasi besar-besaran terhadap klub sepakbola, seperti Roman Abramovic raja minyak dari Rusia yang mengakuisisi Chelsea di tahun 2004 selain itu ada juga pengusaha asal Indonesia yang mencoba peruntungan di dunia sepakbola dengan membeli saham mayoritas Inter klub sepakbola asal Italy.

Bukan hanya miliarder-miliarder dunia yang tertarik untuk berinvestasi di sebuah klub sepakbola, banyak *apparel* terkenal seperti *adidas* dan *nike* yang menjadi sponsor bagi klub sepakbola. Selain *apparel*, beberapa perusahaan dari

industri-industri lain juga berminat untuk menjadi sponsor bagi beberapa klub sepakbola seperti perusahaan mobil Jeep yang menjadi sponsor bagi klub Italia Juventus, AON yang menjadi sponsor dari Manchester United, bank Standard Chartered yang mensponsori klub Liverpool, bahkan organisasi nirlaba UNICEF sempat menjalin kerjasama dengan klub Spanyol Barcelona untuk mengizinkan logo UNICEF ditempatkan pada seragam mereka. Banyaknya masyarakat dunia yang menyukai sepakbola juga menjadi lahan bisnis bagi sebagian pihak. Kepopuleran suatu klub sepakbola akan menarik perhatian dari beberapa orang yang menyukai sepakbola, sehingga setiap klub akan memiliki penggemarnya masing-masing. Penggemar atau *fans* sebuah klub sepakbola tidak akan segan untuk mengeluarkan sebagian uang untuk membeli tiket pertandingan, *jersey*, *merchandise*, ataupun menjadi *member* dari *fans club* masing-masing klub sepakbola tersebut. Apabila kita lihat dari sisi pendapatan sebuah klub, klub sepakbola dapat dikatakan sangat baik dari segi keuangannya. Pendapatan mereka yang berasal dari sponsor, tiket masuk saat pertandingan, dan penjualan berbagai macam pernik-pernik menjadi sumber pendapatan yang besar.

Menurut Bollen dalam Dharmawan, 2013 salah satu olahraga profesional yang menarik perhatian banyak peneliti untuk mengetahui tentang pengelolaan sumber daya manusia adalah sepakbola. Sepakbola merupakan salah satu olahraga populer yang memiliki pengaruh dalam berbagai aspek dalam kehidupan. Bahkan di Eropa sepakbola sudah menjadi aspek industri. Investasi besar-besaran para konglomerat pada dunia sepakbola memang membuat geliat sepakbola Eropa semakin menjanjikan.

Dewasa ini, orang-orang yang ada di dalam klub adalah orang-orang yang sadar akan nilai lebih sepakbola sebagai industri. Mereka sadar kalau setiap klub sepakbola (profesional) punya nilai jual. Sepakbola merupakan salah satu olahraga populer yang memiliki pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan seperti sosial, teknologi, politik dan ekonomi. Bahkan di benua Eropa sepakbola sudah menjadi aspek industri. Penghasilan sebuah klub sepakbola profesional sangat bervariasi, seperti dari penjualan tiket, penjualan *merchandise*, hak siar, serta sponsor dan iklan. Sekarang ini atlet-atlet sepak bola tidak hanya sekedar olahragawan namun kepopulerannya bahkan melebihi seorang presiden. Jika ditanya siapa presiden Brazil mungkin tidak semua orang tahu, namun siapa yang tidak kenal Ronaldo? Atau nama-nama lain seperti Messi, David Beckham dan banyak nama lainnya. Tidaklah mengherankan jika produk-produk kenamaan berlomba-lomba menjadi sponsor sebuah klub sepakbola, sehingga nama produk tersebut terpampang di seragam pemain dan dilihat oleh berjuta-juta orang melalui televisi.

Kepopuleran olahraga cabang sepakbola ternyata membawa dampak kepada pemainnya, bahkan seorang pemain sepakbola dapat lebih populer daripada klubnya. Bahkan karena popularitas dari pemain sepakbola tersebut dapat meningkatkan pendapatan klub mulai dari penjualan *merchandise*, *jersey* dan apa saja yang berhubungan dengan si pemain. Hal inilah yang menjadikan pemain sepakbola merupakan aset yang sangat berharga dalam industri sepakbola di kawasan Eropa sehingga jual beli pemain sepakbola seringkali melibatkan jumlah uang yang sangat besar (Hidayat, 2010).

Pada 1 Juli 2009, Ronaldo pindah ke Real Madrid, klubnya saat ini, dengan memecahkan rekor transfer sebesar 80 juta poundsterling atau sekitar Rp 1,3 Triliun, yang menjadikannya sebagai pemain termahal dalam sejarah sepak bola saat itu. (diakses dari www.goal.com). Ronaldo telah menandatangani banyak sponsor saat reputasinya cepat tumbuh ketika di Manchester United. Ia juga telah menandatangani sponsor lainnya dari perusahaan Coca-Cola, Castrol, Konami, Banco Espirito Santo, Motorola, Jacob & Co, Herbalife dan KFC. Semua sponsorship-nya telah memberi pendapatan untuknya total sekitar \$ 21.000.000 per tahun pada Juni 2013. Pada bulan Juni 2012, SportsPro menilai Ronaldo sebagai peringkat 5 atlet yang paling laku di dunia, tetapi ia merosot ke posisi kedelapan pada tahun 2013. Beberapa rekor pernah ditorehkan Ronaldo selama kariernya mulai rekor pesepakbola termahal tahun 2009-2013, satu-satunya pemain yang mencetak gol lebih dari 40 di liga selama dua musim berturut-turut, pemain yang tercatat pernah mencetak gol di setiap menit pertandingan serta sebuah rekor dunia yang sulit diraih bahkan oleh atlet manapun di dunia yaitu satu-satunya pesepakbola yang pernah meraih gelar liga nasional, piala nasional, supercup nasional, antarklub Eropa, antarklub dunia, Pemain Terbaik Tahunan, Sepatu Emas dan Ballon d'Or di dua klub berbeda (Manchester United dan Real Madrid). (diakses dari www.wikipedia.com).

Penelitian yang dilakukan oleh Gulbrandsen (2011) yang menyebutkan bahwa performa di lapangan dan daya tarik terhadap penggemar (*fan appeal*) merupakan faktor yang paling menentukan harga dari seorang pemain sepak bola. Dan *performance* bukan merupakan satu-satunya faktor yang menentukan *market*

value dari seorang pemain sepak bola. Hal ini diperkuat oleh penelitian Berg (2011) yang menyebutkan bahwa *market value* dari pemain sepak bola ditentukan oleh kemampuan bawaan (*current skill*) dan *performance* dari pemain tersebut.

Pemain-pemain yang berkualitas diperoleh dengan cara membeli pemain, dengan meminjam, ataupun mengembangkan pemain-pemain muda lewat sekolah sepakbola yang dimiliki oleh sebuah tim sepak bola. Sistem pembelian pemain adalah dengan sistem transfer. Setiap pemain terikat kontrak yang mengikat secara hukum dalam jangka waktu tertentu dan dapat diperpanjang jika telah habis jangka waktunya. Pemain yang terikat kontrak berkewajiban untuk memberikan jasanya kepada klub dengan berkontribusi dalam pertandingan. Pemain tersebut tidak dapat berhenti bermain ataupun pindah ke klub yang lain tanpa seizin klub pemilik (Devi, 2004).

Seiring dengan berkembangnya sepakbola modern dengan campur tangan media dan pembelian klub oleh orang-orang kaya di dunia, sepakbola Inggris menjadi magnet dan barometer liga-liga lain untuk menjadikan sepakbola di negaranya sebagai industri. Klub, pemain dan pelatih sangat dimanjakan dengan pundi-pundi uang yang berlimpah untuk membangun sepakbola secara instan, mulai dari industri media dimana hak siar Liga Inggris menjadi salah satu yang termahal di dunia, kontrak dengan *apparel* mulai dari kepala hingga kaki, mulai dari kostum latihan hingga bertanding. Saat ini hampir klub-klub besar Liga Inggris dimiliki oleh orang kaya atau konsorsium besar dari luar Inggris, seperti Chelsea dimiliki oleh konglomerat minyak asal Rusia, Roman Abramovich. Manchester United dimiliki keluarga Glazer dari Amerika. (Devi, 2004).

Klub sepakbola menghabiskan dana sebanyak mungkin dalam pembentukan tim sepakbola. Kelemahan keuangan klub terlihat dalam ketidakseimbangan antara pendapatan dan biaya. Tujuan klub sepakbola bukan semata-mata untuk mendapatkan pendapatan namun juga memaksimalkan kemenangan di Liga (prestasi klub).

Pemain sepakbola sebagai aset tidak berwujud dapat diidentikan nilainya secara moneter yaitu berupa *market value* (nilai pasar). Nilai pasar sangat relevan dikarenakan kedekatannya dengan nilai ekonomi. Nilai pasar juga dapat digunakan sebagai dasar pelaporan keuangan (Rowbottom,1998). *Market value* seorang pemain sepakbola ditaksir dari harga perolehannya (biaya transfer), biaya pengembangan, dan biaya gaji. Gaji merupakan elemen yang paling sesuai untuk dijadikan acuan dalam menaksir harga pemain. Gaji pemain sepakbola berbeda satu dengan yang lainnya. Tingginya gaji pemain menjadikan harga pemain tersebut semakin mahal. Faktor lain yang juga mempengaruhi *market value* seorang pemain sepakbola adalah umur. Masa manfaat seorang pemain sepakbola berkurang seiring dengan berjalanya waktu, sehingga menimbulkan perkiraan bahwa semakin tua umur dari pemain maka makin sedikit pula manfaat yang tersisa (Rowbottom,1998).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Pengaruh *Performance*, Umur dan *Cost Of Inputs* Terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional ?
2. Apakah *Performance* berpengaruh terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional ?
3. Apakah Umur berpengaruh terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional ?
4. Apakah *Cost Of Inputs* berpengaruh terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional ?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk membatasi cakupan penelitian dikarenakan keterbatasan penulis. Dalam penelitian ini permasalahan difokuskan pada masalah yang berkaitan dengan *Performance*, Umur dan *Cost Of Inputs* dalam memberikan pengaruh terhadap *Market Value* Pemain Sepakbola Profesional baik secara signifikan maupun tidak signifikan, pada Klub Sepakbola yang masih berkompetisi dalam *La Liga*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah Apakah *performance*, Umur, *Cost of inputs* berpengaruh secara simultan terhadap *market value* pemain sepakbola professional ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh *performance*, umur, *Cost of inputs* secara simultan terhadap market value pemain sepakbola professional ?

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis.

Dapat menambah wawasan dan kemampuan analisis sebagai bagian dari proses pembelajaran.

2. Bagi Universitas Negeri Medan dan Para Akademis.

Sebagai sarana pembelajaran dan bahan informasi tambahan untuk meningkatkan kemampuan di bidang penelitian serta menambah pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan akuntansi sumber daya manusia.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti Lain.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dibidang akuntansi sumber daya manusia sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya mengenai nilai sumber daya manusia sebagai asset.



THE
Character Building
UNIVERSITY