

## MENGELOLA DAN MEMBIMBING ESPORT ORGS

Rostina Uduas<sup>1</sup>, Melky Pangemanan<sup>2</sup>

Universitas Negeri Manado

Alamat : Jl. Kampus unima, Maesa unima, Tondano selatan, Minahasa, Sulawesi Utara 95618

Korespondensi penulis : [uduasrostina@gmail.com](mailto:uduasrostina@gmail.com)

**Abstract.** *Esports organizations have rapidly grown into a highly competitive industry. Managing and guiding an esports organization requires a holistic approach, encompassing business, sports and technology aspects. This research aims to identify challenges and opportunities in managing esports organizations. Through literature reviews and case studies, this research will examine key elements such as team development, financial management, branding, and marketing strategy. Apart from that, this research will also discuss the importance of adapting to changes in the dynamic esports landscape.*

**Keywords:** *managing and guiding esports orgs.*

**Abstrak.** Organisasi esports telah berkembang pesat menjadi industri yang sangat kompetitif. Mengelola dan membimbing organisasi esports memerlukan pendekatan yang holistik, mencakup aspek bisnis, olahraga, dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam mengelola organisasi esports. Melalui tinjauan literatur dan studi kasus, penelitian ini akan mengkaji elemen-elemen kunci seperti pengembangan tim, manajemen keuangan, branding, dan strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas pentingnya adaptasi terhadap perubahan lanskap esports yang dinamis.

**Kata kunci :** mengelola dan membimbing esport orgs

### 1. PENDAHULUAN

Dalam konteks perdagangan internasional, pengelolaan dan pembimbingan eksport organisasi merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan transaksi ekspor. Proses ini melibatkan berbagai langkah strategis yang harus diambil untuk memastikan bahwa kegiatan ekspor berjalan dengan baik. Mengelola dan membimbing ekspor organisasi merupakan proses yang kompleks namun sangat krusial bagi perusahaan yang ingin memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Dalam era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, sehingga ekspor menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mencapai pertumbuhan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Olahraga elektronik ini menjadi industri yang meluas dan memiliki masa depan yang menjanjikan dengan nilai bisnis yang signifikan (Ke et al., 2022). E-sport disebut

juga sebagai olahraga elektronik, e-sport bukan hanya sebagai permainan elektronik atau video game biasa tetapi e-sport sudah menjadi komunitas (Glenniza, 2018). Menurut (Kurniawan, 2019) e-sport menjadi salah satu bidang olahraga yang memakai game sebagai alat untung berkompetisi. Sama halnya seperti atlet profesional seperti basket, bulutangkis, voli, sepak bola ataupun hoki e-sport juga memiliki pelatihan khusus yang terorganisasi sebagai olahraga digital.

E-sport melibatkan pemain yang bersaing secara individu atau tim dalam pertandingan yang biasanya disiarkan secara online melalui platform streaming seperti youtube, instagram, tiktok dan platform sosial media lainnya. Selain disiarkan secara online, pertandingan e-sport ini biasanya juga bisa ditonton secara offline sehingga penonton bisa menonton pertandingan secara fisik atau langsung. E-sport berkembang dengan pesat di seluruh dunia salah satunya termasuk Indonesia. E-sport menjadi hiburan bagi setiap kalangan maka dari itu e-sport sangat populer di Indonesia. E-sport sudah menjadi salah satu cabang olahraga (cabor) yang diawasi oleh Pengurus Besar E-sport Indonesia

(PBESI) dan berlaga di ranah internasional seperti SEA Games 2019 (Kurniawan, 2019). Pada akhir 2022, e-sport membanggakan Indonesia dengan membawa tiga emas dan satu perak dari tujuh cabang yang dilombakan di kompetisi resmi IESF Bali WEC 2022. IESF atau International E-sport Federation adalah organisasi yang menaungi e-sport di seluruh dunia yang memiliki 130 anggota federasi di lima benua (Traub, 2023).

#### Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh sikap Influencer terhadap niat beli merchandise pada tim e-sport di Indonesia
2. Bagaimana pengaruh kredibilitas Influencer terhadap niat beli merchandise pada tim e-sport di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik sosial Influencer terhadap niat beli merchandise pada tim e-sport di Indonesia

## 2. PEMBAHASAN

### 1. Pembentukan Tim

- a. Proses pembentukan tim adalah langkah awal yang sangat krusial dalam dunia esports. Pemilihan pemain tidak hanya didasarkan pada kemampuan bermain, tetapi juga pada kompatibilitas tim. Tim yang solid membutuhkan pemain dengan kepribadian yang sejalan, sehingga komunikasi dan kolaborasi dapat berjalan dengan baik. Dalam fase ini, pengelola harus melakukan scouting untuk menemukan talenta yang memiliki potensi dan mampu beradaptasi dengan gaya permainan yang diinginkan.
- b. Pelatihan dan Pengembangan Pelatihan harus dilakukan secara terstruktur dan berkesinambungan. Sesi latihan yang rutin dan terarah, ditambah dengan analisis pertandingan yang komprehensif, dapat meningkatkan keterampilan individu dan strategi tim. Selain itu, pengelola juga perlu memberikan pelatihan tambahan seperti studi permainan lawan dan pengembangan strategi baru. Tim harus siap untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan.

### 2. Membangun Identitas Tim.

Identitas tim yang kuat akan membantu dalam menarik perhatian.

- a. Pemasaran Dan Branding Penggemar Dan Sponsor. Desain Logo, Pilihan Warna, Dan Maskot Harus Mencerminkan Nilai Dan Karakter Tim. Di Era Digital Saat Ini, Cerita Di Balik Tim Juga Sangat Penting. Kisah Perjalanan Tim, Tantangan Yang Dihadapi, Dan Momen-Momen Penting Dapat Membangun Koneksi Emosional Dengan Penggemar, Yang Pada Gilirannyaakan Meningkatkan Loyalitas Mereka.
- b. Strategi Media Sosial Media Sosial Berfungsi Sebagai Platform Penting Untuk Membangun Komunits. Pengelola Organisasiharus Aktif Di Platform-Platform Ini, Berbagi Konten Menarik, Dan Berinteraksi Langsung Dengan Penggemar. Mengadakan Sesi Tanya Jawab, Streaming Langsung, Atau Konten Behind-The-Scenes Dapat Memperkuat Hubungan Dengan Penggemar Dan Meningkatkan Visibilitas Tim Di Dunia Maya Dalam Meta Permainan.

### 3. Pengembangan Sumber Daya Manusia

- a. Manajemen Kesehatan Mental Kesehatan mental pemain harus menjadi prioritas dalam manajemen tim. Tekanan dari kompetisi dan ekspektasi tinggi dapat berdampak

negatif pada performa. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan Identitas tim yang kuat akan membantu dalam menarik perhatian.

- b. Pemasaran dan Branding penggemar dan sponsor. Desain logo, pilihan warna, dan maskot harus mencerminkan nilai dan karakter tim. Di era digital saat ini, cerita di balik tim juga sangat penting. Kisah perjalanan tim, tantangan yang dihadapi, dan momen-momen penting dapat membangun koneksi emosional dengan penggemar, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas mereka.
- c. Strategi Media Sosial Media sosial berfungsi sebagai platform penting untuk membangun komunitas. Pengelola organisasi harus aktif di platform-platform ini, berbagi konten menarik, dan berinteraksi langsung dengan penggemar. Mengadakan sesi tanya jawab, streaming langsung, atau konten behind-the-scenes dapat memperkuat hubungan dengan penggemar dan meningkatkan visibilitas tim di dunia maya dalam meta permainan.

#### 4. Strategi Keuangan

- a. Mencari Sponsor Sponsorship adalah tulang punggung keuangan bagi organisasi esports. Untuk menarik sponsor, organisasi harus mampu menunjukkan nilai dan dampak yang mereka bawa. Ini termasuk analisis audiens dan pengaruh tim di media sosial. Penyajian yang menarik dan data yang mendukung dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan dukungan dari sponsor.
- b. Manajemen Anggaran Pengelolaan anggaran yang bijaksana sangat penting untuk keberlanjutan organisasi. Pengelola harus membuat rencana anggaran yang realistis, yang mencakup semua pengeluaran seperti pelatihan, perjalanan, dan pemasaran. Pemantauan yang cermat terhadap arus kas akan membantu organisasi tetap berada di jalur yang benar dan menghindari krisis keuangan

### 3. KESIMPULAN

Mengelola dan membimbing organisasi esports merupakan tantangan yang kompleks namun berpotensi sangat menguntungkan. Keberhasilan dalam industri ini bergantung pada strategi manajemen tim yang efektif, pembangunan identitas merek yang kuat, serta perhatian terhadap kesehatan mental dan pengembangan keterampilan pemain.

Pemasaran yang cerdas melalui media sosial dan pencarian sponsor yang tepat juga menjadi kunci dalam mendukung keberlanjutan finansial organisasi. Dengan pendekatan holistik yang mencakup semua aspek ini, organisasi esports tidak hanya dapat meraih prestasi kompetitif, tetapi juga membangun komunitas penggemar yang setia dan berkontribusi pada pertumbuhan industri secara keseluruhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). "Esports: A New Horizon for the Gaming Industry." *Journal of Business Research*. Wagner, M. G. (2006). "On the Scientific Study of Esports." In *Proceedings of the Digital Games Research Association Conference*.
- Jenny, S. E., Manning, R. A., Keiper, M. C., & Lucas, J. (2017). "Virtual(ly) Athletes: Sporting Experience, Physicality, and Esports." *Sport Management Review*.
- Kline, S., & Williams, B. (2018). "The Rise of Esports: A New Era of Competitive Gaming." *International Journal of Esports*.
- Schmalz, D. L., & Gillett, A. (2020). "Managing the New Frontier of Esports: Opportunities and Challenges." *Sport Business and Management*
- Pineda, J. (2021). *Managing eSports Organizations: Strategies for Success*. New York: Gaming Press.
- Fischer, J. (2020). *eSports Management: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Smith, R. (2020). "Leadership in eSports: Building Successful Teams." *Journal of Sports Management*, 34(3), 456-472.
- Kim, S. J. (2021). "The Dynamics of Team Management in eSports: A Comparative Study." *Journal of Digital Gaming and eSports*, 6(2), 145-159.
- Thompson, L., & Lee, K. (2019). "Coaching and Mentoring in eSports: Best Practices." *International Journal of eSports Research*, 5(1), 22-34.
- Johnson, T. (2022). "Sustainability in eSports: Management Strategies for Long-Term Success." *Sport, Business and Management*, 12(4), 367-382.
- Newzoo. (2023). *Global eSports Market Report 2023*. Diakses dari Newzoo.
- Deloitte. (2023). *eSports: The Future of Gaming Industry*. Diakses dari Deloitte Insights. eSports Integrity Coalition. (2022). "Best Practices for eSports Organizations." Diakses dari [esportsintegrity.com](https://esportsintegrity.com).

esports.gg. (2023). "Guide to Building an eSports Organization." Diakses dari esports.gg.  
Patel, M. (2022). "The Role of Management in eSports Development." Dalam Proceedings of the Global eSports Conference, 123-130.

Anderson, R. (2023). "Developing Talent in eSports: Coaching Methods and Organizational Structure." Dalam Proceedings of the International eSports Symposium, 98-104.

Esports Earnings. (2022). The eSports Industry: A Comprehensive Overview. San Francisco: Tech Press.

Zhang, Y. (2021). "The Role of Sponsorship in eSports Organizations." Journal of Business and eSports, 4(3), 200-215.

PwC. (2022). Global Entertainment & Media Outlook: eSports Edition. Diakses dari PwC.