



Peluang pengembangan industri keolahragaan dalam meningkatkan potensi olahraga dan perekonomian di Indonesia

Sugito¹, Muhammad Akbar Husein Allsabab²

Program Studi Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Nusantara
Pembangunan Kediri, Indonesia^{1,2}

Email: sugito@unpkediri.ac.id¹, akbarhusein@unpkediri.ac.id²

Abstrak

Perkembangan olahraga di dunia dan Indonesia saat ini semakin menarik untuk diikuti, salah satu hal yang menarik adalah bahwa olahraga dapat dimasuki dimensi lain dalam perkembangannya. Olahraga yang dikenal sebagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk mengembangkan potensi jasmani dan rohani di dalamnya memiliki sesuatu energi yang dapat meningkatkan perkembangan olahraga. Dalam mengembangkan pembangunan olahraga terdapat beberapa peningkatan kebijakan yang salah satunya adalah peningkatan di sektor industri keolahragaan. Kegiatan dalam industri olahraga di dalamnya terdapat bisnis dalam bidang olahraga yang didalamnya menyediakan barang ataupun jasa. Peluang industri olahraga di dunia dan Indonesia sebagai penguat potensi ekonomi yang luar biasa. Indonesia yang termasuk negara berkembang dalam bidang ekonomi telah merintis usaha atau jasa dalam industri keolahragaan. Kedepannya perlu memikirkan bagaimana untuk terus meningkatkan industri olahraga agar industri olahraga di Indonesia seperti negara-negara yang telah maju sehingga dampak kedepannya nilai ekonomi Indonesia akan lebih baik.

Kata Kunci: olahraga; industri olahraga; ekonomi

Abstract

The development of sport in the world and Indonesia currently more interesting to follow, one of the interesting things is that sports can enter another dimension in its development. The sport known as done by human activity to develop the potential of physical and spiritual energy has something in it that can improve the development of sports. In developing the sport there is some increase in development policy, one of which is the increase in the sports industrial sector. Activities in sports industry inside are a business in the field of sport which provides goods or services. The chances of the sports industry in the world and Indonesia as the amplifier an outstanding economic potential. The developing countries including Indonesia in economics has been pioneering the effort or service in the sport industry. Future need to figure out how to continue to improve the sports industry in order for the sports industry in Indonesia as countries that have advanced so that the impact of future economic value of Indonesia will be better.

Keywords: *sport; sports industry; economy*

How To Cite : Sugito., Allsabab, M. A. H. (2018). Peluang pengembangan industri keolahragaan dalam meningkatkan potensi olahraga dan perekonomian di Indonesia. Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA), 1 (1), 60-69.

PENDAHULUAN

Sektor industri adalah sektor yang sangat potensial di dalamnya memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi pada suatu negara, khususnya pada negara yang berkembang. Sektor-sektor industri kini mulai banyak bermunculan di negara-negara berkembang, termasuk pada negara Indonesia. Keberadaan atau munculnya industri memberikan dampak, baik itu bagi lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Sektor industri ketika berkembang dipercaya memiliki dampak seperti mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat atau warga negara ekonomi yang akan berkembang. Sektor industri nantinya membuka lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja suatu negara yang tidak memiliki pekerjaan. Pembukaan lapangan pekerjaan ini dapat mendorong pertumbuhan teknologi yang berguna bagi manusia dan memacu pertumbuhan ekonomi di sektor-sektor lain yang berkaitan, seperti dalam bidang perdagangan dan jasa.

Olahraga merupakan kegiatan yang dilakukan manusia dalam sehari-hari untuk meningkatkan kebugaran saat ini mulai dilirik untuk dijadikan salah satu sektor dalam pengembangan industri ekonomi. Olahraga dan ekonomi merupakan salah satu kegiatan yang berlawanan, akan tetapi kedua ilmu ini merupakan salah satu sinergis untuk meningkatkan potensi masing-masing. Pada negara-negara maju industri ekonomi yang bergerak dalam bidang olahraga sudah mengalami perkembangan yang baik. Industri olahraga di negara maju bahkan telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara dan dirancang

sebagai industri modern bersekala global. Indonesia sebagai negara berkembang industri olahraga perkembangan industri olahraga masih memerlukan peran serta dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang memiliki prestasi dengan dukungan dari industri olahraga dalam negeri.

Pemerintah dalam Kementrian Negara Pemuda Dan Olahraga melalui perwakilan deputi bidang Kewirausahaan yang merupakan pengembang industri olahraga telah merancang suatu gagasan untuk kedepannya mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif uang berdaya saing tinggi dalam era globalisasi. Langkah-langkah untuk menjadikan industri olahraga berdaya saing tinggi dengan berbagai kelompok telah berusaha dengan keras, kini pihak Kementerian Pemuda dan Olahraga melalui bidang Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga mencoba lebih maju dalam rangka pengembangan industri olahraga di Indonesia. Percobaan yang dilakukan adalah dengan melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra indutri olahraga yang telah muncul dan membantu mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang dapat diakses oleh konsumen yakni masyarakat dengan mudah.

Adanya industrialisasi olahraga maka memiliki dampak yang baik. Dampak tersebut seperti fasilitas-fasilitas dan *event-event* olahraga akan meningkat sehingga kualitas atlet juga menjadi baik. Peningkatan ini didapat dari investor-investor olahraga. Dalam penjelasan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, (2008: 30-

31) telah diuraikan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Peran industri olahraga melalui usaha mikro, kecil dan menengah masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, terutama dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha. Kendala dan hambatan tersebut tentu saja juga dirasakan pada pelaku usaha industri olahraga, pada saat ini "bermain" di segmen usaha mikro. Kemajuan industri mikro olahraga memiliki nilai strategis karena terkait dengan upaya pemberdayaan ekonomi rakyat kecil dan merupakan bagian dari upaya pengentasan kemiskinan. Iklim usaha yang kondusif di sektor industri olahraga juga menjadi indikator bahwa pembangunan olahraga sebenarnya memiliki dampak pengiring yang sangat luas. Dampak tersebut tidak sekadar dibatasi pada komunitas olahraga, tetapi juga pada masyarakat secara luas, terkait dengan persoalan kesejahteraan sosial.

PEMBAHASAN

Industri dan olahraga

Industri olahraga merupakan berbagai bentuk, jenis dan pandangan tertentu terkait dari perdagangan dan jasa. Definisi dari industri olahraga menurut Pitt, Fielding dan Miller (1994) mengatakan bahwa, "Industri olahraga adalah masuk ke dalam *sport action*, dan *sport promotion* yang didalamnya termasuk jenis prodaknya dan pembelinya". Pengertian lain dari industri olahraga menurut Dae Hwan Ok (2001) dalam Nuryadi (2010) mendefinisikan, "*Sport Industry* adalah sebuah industri yg

menciptakan nilai tambah dg memproduksi dan menyediakan olahraga yg berkaitan dg peralatan dan layanan". Industri olahraga menurut undang-undang sistem keolahragaan adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan/ atau jasa.

Dari berbagai pengertian terkait industri olahraga merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi dalam bidang keolahragaan yang termasuk pada produk dan jasa untuk meningkatkan nilai dari produk dan distribusi termasuk ke dalam bisnis olahraga, bisnis produk olahraga dan bisnis jasa olahraga. Industri olahraga penonton menyediakan keinginan besar melalui melihat pertandingan atau permainan. Industri olahraga partisipan membuat pelanggan industri olahraga secara langsung ikut berpartisipasi atau partisipan pada aktivitas seperti memanfaatkan waktu luang dan kebugaran. Tontonan olahraga membuat penonton memanfaatkan waktu luang mereka dengan baik dan memiliki kepuasan tersendiri melalui penonton amatir, profesional dan banyak diantara permainan olahraga secara langsung dan tidak langsung. Kim (1997) mengatakan bahwa partisipan olahraga dalam hal ini adalah pelanggan secara langsung berpartisipasi dalam turnamen dan perlombaan yang disponsori oleh perusahaan surat kabar dan penggunaan langsung berbagai pusat olahraga kebugaran untuk kesehatan mereka.

Industri olahraga sebagai suatu aktivitas bisnis yang dilakukan melalui proses atau pengolahan barang dan jasa secara berkelanjutan dalam batasan kegiatan keolahragaan seperti pengelolaan sarana dan prasarana olahraga yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan untuk industri itu sendiri, masyarakat serta kelompok-kelompok olahraga. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa tujuan industri olahraga itu merupakan memperoleh keuntungan bagi industri, masyarakat dan kelompok-kelompok olahraga. Pada Undang-undang

Sistem Keolahragaan Nasional Republik Indonesia No 3 Tahun 2005 Pasal 78 menjelaskan bahwa industri olahraga itu wajib memperhatikan tujuan keolahragaan nasional dan prinsip penyelenggaraan keolahragaan. Selanjutnya pada pasal 80 sangat terlihat jelas tujuan industri olahraga yaitu menuju kemandirian dan ke-profesionalan olahraga di Indonesia. Definisi dan tujuan Industri Olahraga sangat jelas bahwa industri olahraga bukanlah menjual nama olahraga untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.

Pemahaman industri olahraga pada masyarakat

Pandangan masyarakat terkait industri olahraga pada saat ini masih seputar ajang untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Pandangan inilah yang juga membuat industri olahraga sulit untuk berkembang. Memang Industri Olahraga merupakan Bisnis dalam bidang olahraga, namun masih banyak orang yang menafsirkan sebagai seputar “bisnis”, masyarakat awam terlanjur memandang bahwa bisnis merupakan alat untuk mencari keuntungan bagi pihak-pihak tertentu.

Pemahaman dari Industri olahraga yang belum berkembang di masyarakat seperti penjabaran paragraf sebelumnya sebenarnya dapat ditanggulangi dengan salah satu cara yaitu melalui peran media, baik elektronik maupun cetak. Sayangnya mayoritas media masih memandang sebuah industri olahraga sebagai tempat dagang dan kemersil. Fenomena ini dapat dilihat dari mayoritas media televisi ataupun cetak yang jarang sekali menampilkan atlet – atlet Indonesia berlaga dalam acara atau pertandingan olahraga. Contoh dari industri olahraga adalah ketika penyelenggaraan multievent baik di level asia tenggara, tingkat ASEAN, dan tingkat dunia saat ini jarang media televisi yang membeli hak siar atau bahkan tidak menayangkan kegiatan tersebut dengan alasan acara-acara tersebut

tidak laku di masyarakat atau mahalnnya hak siar.

Hal lain yang menyebabkan negara ini tertinggal dalam bidang industri olahraga adalah masalah sumber daya manusia yang kompeten di bidang industri olahraga. Hal ini dapat terlihat dari masih banyaknya orang – orang yang bergerak di bidang industri olahraga “ latah “ dengan negara lain, terlalu mencontoh konsep industri olahraga pada tempat lain dan membuat tidak kreatif sehingga pasar akan tidak tertarik. Kita memang harus belajar banyak dengan negara yang maju di bidang industri olahraga, namun belajar bukan berarti meniru, karena dalam konsep sebuah industri produk–produk itu harus memiliki nilai beda dari yang lainnya.

Beberapa faktor yang telah dibahas mendapatkan kesimpulan bahwa di negara Indonesia kurang memaksimalkan pengetahuan terhadap industri olahraga baik itu kursus atau program kuliah. Sebagian besar yang melihat bahwa hal ini adalah sepele, tetapi jika memiliki pendidikan atau lembaga kursus yang menyelenggarakan jurusan atau program studi industri olahraga sangat membantu dalam hal perkembangan industri olahraga terutama di negara Indonesia. Negara–negara lain telah memiliki pendidikan atau tempat pengembangan yang khusus mengajarkan industri olahraga dan terbukti telah membantu perkembangan industri olahraga di negara tersebut. Pada negara Indonesia pengembangan ilmu industri olahraga masih sebatas tambahan dalam rumpun ilmu *sport science*, dimana dalam *sport science* tersebut salah satu kerjasama adalah dalam industri olahraga. Dengan adanya program studi industri olahraga sebenarnya akan banyak membantu negeri ini dalam mengembangkan industri olahraga. Karena program studi tersebut akan fokus pada industri olahraga seperti, marketing dalam bidang olahraga, keuangan dalam bidang olahraga, manajemen dalam bidang olahraga, dll.

Permasalahan yang ada saat ini dalam mendirikan atau mengembangkan

industri olahraga di Indonesia terdapat beberapa permasalahan. Permasalahan industri olahraga menurut Bambang Priyono (2012: 114) mengatakan “Industri olahraga di Indonesia menghadapi masalah pokok: masalah modal, lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi, masalah strategi pemasaran produk, lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha, dan kelemahan dalam mentalitas usaha dan kewirausahaan.”

Pemberdayaan industri olahraga

Industri yang merupakan suatu kegiatan bisnis untuk memproduksi atau menghasilkan barang yang memiliki nilai lebih tinggi dari bahan bakunya. Macam-macam kegiatan bisnis menurut Tarsis Tarmudji (1991:4) membagi menjadi 5, yaitu:

1. Kegiatan bidang agraris, seperti: pertanian, perkebunan, dan lain-lain.
2. Kegiatan bidang ekstraktif, seperti: pertambangan, penggalian, dan lain-lain.
3. Kegiatan bidang industri, seperti: pabrik tekstil, pabrik elektronik, peralatan olahraga, dan lain-lain.
4. Kegiatan bidang perdagangan, agen, makelar, grosir, toko, dan lain-lain.
5. Kegiatan bidang jasa, seperti: biro perjalanan, konsultan, perencanaan, akuntan publik, perhotelan, instruktur, pelatihan, dan lain-lain.

Pada industri olahraga dapat masuk pada jenis industri bagian kegiatan industri. Pada perkembangan saat ini dapat dibuka industri olahraga yang meliputi barang dan jasa. Sesuai dengan isi dari Undang-Undang Sistem Keolahragaan Nasional di Indonesia (2005: 4) bahwa industri olahraga adalah kegiatan bisnis bidang olahraga dalam bentuk barang dan/ atau jasa. Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/ atau disewakan untuk masyarakat. Masyarakat yang melakukan industri barang dan/ atau

jasa olahraga harus memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga.

Perindustrian olahraga yang memiliki macam-macam dalam bentuknya juga memiliki model industri olahraga. Pada sagmen industri industri olahraga dapat dijabarkan menjadi penampilan olahraga (*sport performance*), produksi olahraga (*sport production*), promosi olahraga (*sport promotion*). Pada segmen dampak ekonomi penampilan olahraga (*sport entertainment*), produk olahraga (*sport products*), dukungan organisasi olahraga mencari keuntungan atau tidak berkeuntungan.

Pada Undang-Undang tentang Sistem Keolahragaan Nasional (2005: 36) pembinaan dan pengembangan industri olahraga dilaksanakan melalui kemitraan yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan olahraga yang mandiri dan professional. Pemerintah daerah untuk mengembangkan sektor industri olahraga memberikan beberapa kemudahan dalam pembentukan sentra-sentra pembinaan dan untuk pengembangan olahraga. Peluang industri olahraga yang dapat dikembangkan pada industri barang contohnya seperti:

1. Cabang olahraga yang melibatkan adu tubuh (badan) meliputi: *body protector*, *glove*, *genetal protector*, *head protector*, *gumshield*, pakaian beladiri, deker, *leg protector*, dan lain-lain.
2. Cabang olahraga permainan meliputi: bola untuk olahraga permainan menggunakan bola, *glove*, sepatu olahraga, *shuttlecock* untuk permainan Badminton, raket, bad, training suit, net, jaring, masker, *stick*, topi, dan lain-lain.
3. Cabang olahraga atletik dapat memasuk kebutuhan meliputi: sepatu *spice*, tas, kaos kaki, pakaian, stop watch, deker, dan lain-lain.
4. Cabang senam meliputi: pakaian khusus senam, assesoris senam, dan lain-lain.

Beberapa contoh industri barang yang telah berkembang di kota Nganjuk

memiliki usaha berupa *shuttlecock* yang distribusinya dikirim ke berbagai daerah dan telah digunakan untuk berbagai kompetisi di tingkat nasional dan daerah-daerah lain industri olahraga yang telah berkembang. Perkembangan Industri olahraga di negara maju mapan dan berkembang pada negara Singapura misalnya perhelatan olahraga Golf yang bernama Singapore Golf Open menjadi turnamen terbesar yang menyedot banyak pengunjung atau penonton. Negara lainnya seperti Thailand dan Vietnam juga rutin menggelar acara olahraga tenis dengan skala internasional. Perkembangan Industri Olahraga secara global yang semakin pesat, membutuhkan strategi agar industri olahraga nasional dapat bersaing dan berlanjut dengan kondisi pasar industri olahraga nasional dan internasional.

Kegiatan pameran pertandingan cabang olahraga merupakan bentuk lain dari kegiatan olahraga yang bersifat tontonan, pertunjukan, dan peragaan, adapun yang dimaksud dengan festival adalah bentuk aktivitas olahraga yang bersifat perlombaan yang bersifat hiburan. Industri olahraga tersebut tentu saja dapat terlaksana dengan adanya kerja sama pemerintah pusat dan/ atau pemerintah daerah dengan cara memfasilitasi pewujudan kemitraan pelaku industri olahraga dengan media massa dan media lainnya.

Perkembangan industri olahraga

Perkembangan industri olahraga pada negara Indonesia saat ini masih hanya seputar bagaimana menciptakan sebuah alat-alat olahraga, tetapi pada tahun ini telah banyak sekali acara-acara olahraga di Indonesia yang telah mengarah pada industri olahraga, industri olahraga di Indonesia bisa diamati pada acara olahraga seperti kegiatan sepakbola liga Indonesia dengan menggandeng mitra bisnis dua perusahaan di Indonesia mampu menciptakan perbedaan dari konsep kegiatan yang lalu, hal itu dapat dilihat dari banyaknya penonton yang menikmati

liga sepakbola indonesia. Contoh lain adalah keberhasilan acara-acara olahraga seperti PROLIGA pada olahraga bola voli yang sudah memadukan antara olahraga dan seni membuat liga professional ini menarik.

Kemajuan industri olahraga ini akan tercipta prestasi-prestasi atlet di ajang Internasional. Sebagai contoh adalah keberhasilan bola voli dalam mendapatkan penghargaan emas *Sea Games* ataupun penghargaan yang dimiliki oleh atlet PB Djarum dalam keikutsertaan pada ajang nasional ataupun internasional. Dengan memiliki jumlah penduduk yang banyak potensi industri olahraga di Indonesia sangatlah besar, sehingga sudah seharusnya sekelompok bidang olahraga membangun konsep industri olahraga di Indonesia yang tidak hanya berfikir dagang dan komersil, tetapi harus mampu memberikan keuntungan bagi kelompok olahraga tersebut dan tentu prestasi olahraga.

Peluang industri olahraga

Produk dari sebuah industri olahraga akan memiliki peluang yang baik apabila mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh berbagai negara dengan berbagai keunggulannya. Produk yang tidak memiliki keunggulan bersaing atau meniru produk lain akan tergusur dan terpuruk. Agar produk industri olahraga mampu bersaing dengan produk dari berbagai negara maka dilakukan proses pengembangan industri olahraga. Pengembangan industri olahraga dapat mengerti dan memahami konsep dari kondisi pasar pada saat sekarang. Tanpa hal itu industri olahraga mampu untuk melakukan analisis dan mengambil suatu keputusan dalam menentukan tindakan yang paling baik dan tepat bagi pengembangan usaha dirinya sendiri.

Pengembangan Industri olahraga dapat diaplikasikan dalam kehidupan ini melalui kajian produk hasil industri olahraga. Industri olahraga sesuai dengan tipe produknya menurut Parks, Zanger and

Quarterman (1998) dalam Priyono Bambang (2012) terdapat tiga segmen yaitu:

- a. *Sport performance* / penampilan olahraga
- b. *Sport Production* / produksi olahraga,
- c. *Sport Promotion* / Promosi Olahraga.

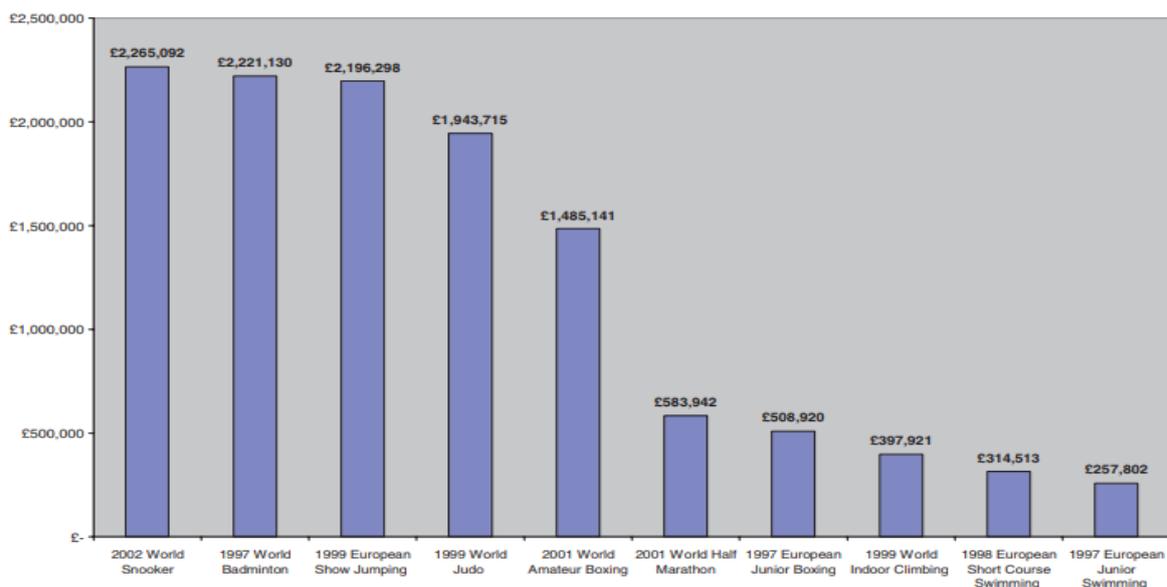
Melihat tipe produk di atas dapat dijadikan rekomendasi untuk menghasilkan industri olahraga. Pada *sport performance*, yakni sebuah barang atau jasa yang nantinya dapat mendukung *performance* atau penampilan pada sebuah kelompok olahraga. Industri yang akan memenuhi kebutuhan olahraga sekolah dalam mendukung kegiatan olahraga seperti pemenuhan sarana-prasarana, Baju, sepatu khusus olahraga. *Sport Production* pada tipe ini industri olahraga dapat bergerak dalam pemasaran fasilitas tambahan dalam olahraga misalnya adalah pemenuhan bola dan peralatan pada semua cabang olahraga. *Sport Promotion* tipe ini industri dapat bergerak dalam pemenuhan kegiatan olahraga atau acara-acara yang bertemakan olahraga. Selain itu bentuk industri ini juga bergerak dalam hal pemasaran dan alat bidang keolahragaan.

Pengembangan Industri olahraga dalam referensi lain juga dapat memperhatikan tipe industri olahraga dapat diaplikasikan dalam kehidupan ini

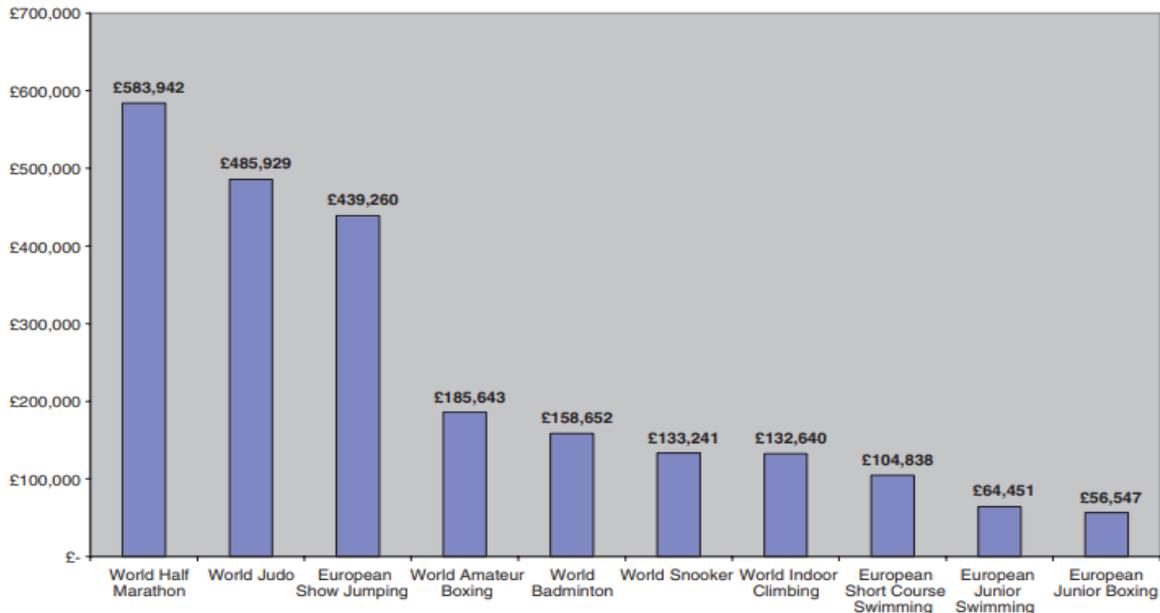
melalui kajian produk hasil industri olahraga menurut Yang Yue (2006) mengatakan bahwa “industri olahraga di China dimulai sejak reformasi dan membuka pintu dunia pada tahun 1978, yang lebih khusus lagi setelah calon atau kandidat olimpiade tahun 2002.” Selanjutnya, Yang Yue (2006) menambahkan bahwa di negara China industri olahraga dibagi menjadi 2, antara lain:

1. *Sport Service Industry* (Layanan Industri Olahraga)
2. *Sport Good Industry* (Peralatan Industri Olahraga)

Pembagian tipe industri di China ini sama halnya pada tipe yang pertama, tetapi di China ini telah berjalan dan memberikan dampak yang nyata. Penghasilan dari industri olahraga China menghasilkan pemasukan senilai 11.908 Miliar dolar. Dampak lain mengenai industri olahraga dalam hal ini mengenai even-even olahraga yang diadakan di berbagai negara maju memiliki dampak ekonomi untuk kemajuan negara penyelenggara. Dengan adanya even-even olahraga maka menjadikan pemasukan ekonomi di negara penyelenggara makin bertambah. Berikut dampak pada gambar yang memperlihatkan adanya dampak industri olahraga dalam hal even-even olahraga.



Gambar 1. Dampak Ekonomi pada Even Olahraga Chris Gratton, et al. (2006:48)



Gambar 2. Dampak ekonomi even pada cabang olahraga Chris Gratton, et al. (2006:48)

Maka tidak ada salah nya dalam melirik potensi baru pada industri olahraga dengan melihat keberhasilan di negara-negara maju tersebut, akan tetapi dalam mengadaptasi potensi keberhasilan industri beberapa contoh harusnya tidak mencontoh persis produk dari negara tersebut tetapi harus mengerti keadaan pasar sehingga dapat berhasil dalam industri olahraga.

Membangun Industri olahraga perlu kiranya mempersiapkan iklim usaha industri olahraga. Bambang Priyono (2012: 116) terkait re-orientasi program dalam pengembangan industri keolahragaan, mengatakan bahwa beberapa hal tersebut sebagai berikut:

1) Pengembangan budaya olahraga

Budaya olahraga merupakan landasan utama dalam pembangunan olahraga nasional. Budaya olahraga merupakan sikap dan kebiasaan masyarakat untuk senang berolahraga dan menjadikan olahraga sebagai gaya hidup sehat. Pengembangan budaya olahraga ini dapat dimulai dari lingkup individu dan keluarga dengan cara memberikan apresiasi terhadap makna dan manfaat olahraga bagi peningkatan kesehatan dan kualitas hidup.

2) Persaingan olahraga regional dan internasional

Prestasi olahraga nasional terus merosot di tingkat regional dan internasional. Kondisi ini disebabkan lemahnya daya saing olahraga nasional dibandingkan dengan negara-negara lain. Kebangkitan kekuatan baru dalam olahraga, baik di tingkat ASEAN, Asia, maupun dunia sangat berpengaruh terhadap posisi kekuatan olahraga Indonesia. Perkembangan olahraga di Thailand, Malaysia, China, dan beberapa negara pecahan Uni Soviet merupakan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi keputusan pembinaan olahraga pada umumnya di Indonesia.

3) Manajemen olahraga nasional

Pendekatan integratif dalam penetapan kebijakan yang memungkinkan pembinaan dan pengembangan olahraga nasional secara harmonis, terpadu dan jangka panjang yang didukung dengan sistem pendanaan dengan prinsip kecukupan dan keberkelanjutan merupakan hal yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan olahraga.

- 4) Sarana prasarana olahraga serta penerapan riset dan Iptek

Penerapan Iptek dalam pembinaan olahraga baik untuk meningkatkan mutu proses belajar-mengajar maupun pelatihan merupakan sebuah keniscayaan. Mutu proses menjamin tercapainya hasil belajar dan prestasi olahraga yang ditargetkan. Sulit dibayangkan pencapaian hasil belajar atau prestasi tinggi tanpa pemanfaatan Iptek. Tersedianya dukungan Iptek termasuk sarana laboratorium pengajaran dan pelatihan olahraga sangat diperlukan dalam upaya peningkatan prestasi. Sebagai contoh, keberhasilan prestasi olahraga negara lain seperti Australia dan China diantaranya karena persoalan ini.

- 5) Sinkronisasi program antara; pemerintah, masyarakat, dan swasta

Kebijakan-kebijakan olahraga yang diambil oleh Pemerintah sangat diperlukan dan masih dominan untuk kelancaran proses di lapangan, seperti subsidi pembiayaan olahraga. Pihak masyarakat dan swasta sebagai pelaksana di lapangan, akan berlandung di balik kebijakan yang diputuskan pemerintah, sehingga dalam pelaksanaannya, pihak masyarakat atau swasta dapat berkerja tenang dan aman. Pihak ketiga pasar atau market, berkewajiban untuk memasyarakatkan atau mempopulerkan olahraga di masyarakat, agar sektor olahraga tidak hanya sebagai sektor nonprofit tetapi juga profit dan dapat dijual ke masyarakat.

- 6) Peran Perbankan Dalam Pengembangan Industri Olahraga

Dalam hal pembinaan, perbankan sebenarnya turut dapat berperan beberapa di antaranya memiliki klub olahraga sendiri. Contohnya Bank BNI dan Bank Sumsel di cabang bola voli, serta aktif mengikuti kompetisi dan merekrut atlet-atlet berbakat. Sangat diharapkan, perbankan tidak hanya berperan sebagai sponsor even atau

suatu klub yang biasanya dimaksudkan juga sebagai upaya promosi, tetapi bisa masuk lagi lebih dalam.

Pada penerapannya untuk mengembangkan industri olahraga seperti untuk pemasaran peralatan olahraga, seperti peralatan atau barang olahraga seperti, raket, bola, stik golf, decker, dan alat-alat yang dibutuhkan tempat *fitness* perlu diperhatikan poin-poin penting dalam pemasaran produk, poin-poin produk yang perlu diperhatikan dalam pemasaran industri menurut Nugroho (2005: 79-80) adalah seperti pemasaran *fitness centre*, yang perlu di-perhatikan dalam pemasaran pada tipe jasa, yaitu:

- a. Produk jasa *fitness centre*,
- b. Harga dan diskon yang diberikan,
- c. Tempat latihan yang strategis,
- d. Saluran promosi melalui Tv dan Advertising,
- e. Dukungan fasilitas fisik, seperti peralatan modern dan konsultasi dokter gratis,
- f. Proses keterlibatan member dalam menentukan program latihan, dan Instruktur yang menangani *fitness centre* cantik, menarik, dan sangat profesional.

KESIMPULAN

Industri olahraga merupakan bentuk dari produk, barang, jasa, kegiatan yang bergerak pada olahraga merupakan kegiatan yang dapat mendukung perekonomian negara menjadi daya tarik baru untuk dikembangkan. Untuk mengembangkan industri olahraga dalam meningkatkan ekonomi suatu negara perlu kiranya menyamakan persepsi terkait tentang industri olahraga bagi pelaku ekonomi. Dalam mengembangkan industri olahraga perlu kiranya memperhatikan beberapa hal seperti pengembangan budaya olahraga, persaingan olahraga regional dan internasional, manajemen olahraga nasional, Sarana prasarana olahraga serta penerapan riset dan Iptek, Sinkronisasi program antara pemerintah,

masyarakat, dan swasta, peran perbankan dalam pengembangan industri olahraga. Industri olahraga yang nyata dalam peningkatan ekonomi suatu negara dapat dilihat pada dampak-dampak yang diberikan pada industri olahraga.

DAFTAR PUSTAKA

Gratton, C., Shibli, S., Richard C. (2006). The Economic Impact of Major Sports Events: a review of ten events in the UK (*Online*), (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-954X.2006.00652.x>) diakses pada 9 April 2018.

Nugroho, A. (2005). "Bisnis Industri Olahraga dan Strategi Pemasaran." *Proceeding Seminar Nasional*. Yogyakarta: FIK UNY.

Nuryadi. (2010). *Industri Olahraga (Sport Industry)* (*Online*), ([http://file.upi.edu/Direktori/FPOK/JUR._PEND._OLAHRAGA/197101171998021-NURYADI/INDUSTRI_OLAHRAGA_\[Compatibility_Mode\].pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPOK/JUR._PEND._OLAHRAGA/197101171998021-NURYADI/INDUSTRI_OLAHRAGA_[Compatibility_Mode].pdf), diakses 8 April 2018).

Pitts, B. G, Fielding, L. W., and Miller. (1994). *Industry Segmentation Theory and Sport Industry. Developing a Sport Industry Segmentation Model Sport Marketing Quarterly*. 3. 1994. Morgantown, WV: Tit-ness Information Teknologi, Inc.

Priyono, B. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Jurnal Media ilmu Keolahragaan Indonesia* Volume 2 Edisi 2 ISSN: 2088-6802. P112-123.

Tarsis, Tarmudji. (1991). *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Liberty.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3. Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan Nasional. Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. Jakarta. 2007.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008.