

ISBN : 978-602-0960-55-5

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL KEINDONESIAAN II

**Strategi Kebudayaan Dan Tantangan
Ketahanan Nasional Kontemporer**

20 April 2017

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU
PENGETAHUAN SOSIAL DAN
KEOLAHRAGAAN
(FPIPSKR)
Universitas PGRI Semarang



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL KEINDONESIAAN II
TAHUN 2017

*“Strategi Kebudayaan dan Tantangan Ketahanan Nasional
Kontemporer”*

Gedung Pusat Lt.7 Universitas PGRI Semarang
20 April 2017

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

SUSUNAN PANITIA

Pelindung	: Rektor Universitas PGRI Semarang
Penanggung Jawab	: Dekan FPIPSKR Universitas PGRI Semarang
Pengarah	: Wakil Dekan I FPIPSKR Universitas PGRI Semarang Wakil Dekan II FPIPSKR Universitas PGRI Semarang
Ketua	: Donny Anhar Fahmi, S.Si., M.Pd
Sekretaris	: Antono Herry P.A., SE, M.Si
Bendahara	: Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.
Sidang Acara	: Endang Wuryandini, S.Pd., M.Pd. Dra. Sri Suneki, M.Si Tubagus Herlambang, S.Pd, M.Pd
Sie Publikasi	: Agus Wiyanto, S.Pd, M.Pd Ibnu Fathu Royana, S.Pd, M.Pd Fajar Ari Widiyatmoko, S.Pd, M.Pd
Sie Konsumsi	: Novika Wahyuastuti, SE, M.Si Utvi Hinda Zhannisa, S.Pd, M.Or Maftukhin Hudah, S.Pd, M.Pd
Sie Perlengkapan	: Suyadi, SE Lalu Ardhany, SE
Sertifikat	: Nor Rochman, S.Pd, M.Pd Nur Khoiriyah, S.Pd
Sie Penerima Tamu	: Osa Maliki, M.Pd Galih Dwi Pradipta, M.Or

KATA PENGANTAR

Ketahanan nasional (tannas) Indonesia adalah kondisi dinamik bangsa Indonesia yang meliputi segenap aspek kehidupan nasional yang terintegrasi berisi keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional, dalam menghadapi dan mengatasi segala tantangan, ancaman, hambatan dan gangguan, baik yang datang dari dalam maupun luar untuk menjamin identitas, integritas, kelangsungan hidup bangsa dan Negara, serta perjuangan mencapai tujuan nasional.

Ketahanan nasional adalah kondisi kehidupan nasional yang harus diwujudkan, dibina terus menerus dan sinergis, mulai dari pribadi, keluarga, lingkungan, daerah dan nasional bermodalkan keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional. Proses berkelanjutan untuk mewujudkan kondisi tersebut dilakukan berdasarkan pemikiran geostrategic yang dirancang dengan memerhatikan kondisi bangsa dan konstelasi geografi Indonesia.

Konsepsi ketahanan nasional Indonesia adalah konsepsi pengembangan kekuatan nasional melalui pengaturan dan penyelenggaraan kesejahteraan dan keamanan yang seimbang, serasi dan selaras dalam seluruh aspek kehidupan secara utuh dan menyeluruh serta terpadu berlandaskan Pancasila, UUD 1945 dan wawasan nusantara. Konsepsi ini merupakan pedoman untuk meningkatkan keuletan dan ketangguhan bangsa yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional dengan pendekatan kesejahteraan dan keamanan.

Indonesia beberapa kali pernah menelurkan gagasan-gagasan besar sebagai jawaban atas tantangan globalisasi. Indonesia merupakan negara pertama yang memproklamasikan kemerdekaannya setelah Perang Dunia kedua berakhir dan merupakan penggagas berdirinya Gerakan Non Blok pada masa perang dingin. Indonesia juga merupakan penggagas sistem bagi hasil dalam industri minyak dan gas sebagai alternatif terhadap sistem konsesi yang dianggap sebagai bentuk kolonialisme baru. Kelemahan-kelemahan yang terjadi dalam implementasi gagasan-gagasan besar tersebut seharusnya dapat menjadi pemacu semangat dalam melakukan perencanaan strategi dan konsolidasi yang lebih baik dalam peningkatan kemampuan untuk menghadapi tantangan globalisasi.

Dengan kata lain konsepsi ketahanan nasional merupakan pedoman untuk meningkatkan keuletan dan ketangguhan bangsa yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional dengan pendekatan kesejahteraan dan keamanan. Kesejahteraan dapat digambarkan sebagai kemampuan bangsa dalam menumbuhkan dan mengembangkan nilai-nilai nasionalnya demi sebesar-besarnya kemakmuran yang adil dan merata, rohaniah dan jasmaniah. Sedangkan

keamanan adalah kemampuan bangsa melindungi nilai-nilai nasional terhadap ancaman dari luar maupun dari dalam.

Dengan latar belakang tersebut di atas maka Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan memandang penting tentang strategi dan tantangan terhadap ketahanan nasional keIndonesiaan saat ini untuk diangkat dalam sebuah seminar nasional. Melalui seminar ini diharapkan muncul pemikiran-pemikiran, pandangan-pandangan dari seluruh peserta menjadi salah satu upaya untuk menguatkan langkah bangsa dan negara Indonesia ini menghadapi arus jaman dengan segala dinamikanya.

Semarang, 20 April 2017

Dr. Titik Haryati, M.Si
Dekan

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SUSUNAN PANITIA	ii
KATA PENGANTAR	iii

Makalah Panelis

CATATAN MENGENAI STRATEGI KEBUDAYAAN DAN TANTANGAN KETAHANAN NASIONAL KONTEMPORER	2
Prof. Dr. Franz Magnis-Suseno	
STRATEGI KEBUDAYAAN DAN NILAI KEINDONESIAAN DALAM BINGKAI KETAHANAN NASIONAL.....	7
Prof. Dr. Armaidly Armawi	
LINI STRATEGIS KEOLAHRAHAAN UNTUK PENGUATAN KETAHANAN DAN DAYA SAING BANGSA (Formula <i>Intangible Asset</i> Berbasis Budaya)	19
Prof. Dr. Agus Kristiyanto, M.Pd	
PANCASILA PARADIGMA BUDAYA HUKUM INDONESIA	33
Dr. Maryanto, M.Si.	

Makalah Subtema Ekonomi dan Ketahanan Nasional

BUDAYA KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA PADA PERTUMBUHAN EKONOMI DAERAH	42
Aryan Eka Prasty Nugraha	
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS PANCA MARGA PROBOLINGO	48
Agung Yatiningrum	
ALOKASI WAKTU KERJA PEREMPUAN STUDI EMPIRIS PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA BORDIR DI JAWA TENGAH	57
Efriyani Sumastuti, Hawik Ervina Indiworo, Ika Indriasari	
PENDIDIKAN NILAI GOTONG-ROYONG SEBAGAI STRATEGI KETAHANAN NASIONAL	71
Agustinus Wisnu Dewantara	

IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 6 TAHUN 2014 TENTANG DESA DALAM RANGKA MEWUJUDKAN KETAHANAN NASIONAL	83
Rosalina Ginting	
ANALISA PRODUK HUKUM SURAT KEPUTUSAN GUBERNUR JAWA TENGAH NOMOR 660.1/4 TAHUN 2017 TENTANG IZIN LINGKUNGAN KEGIATAN PENAMBANGAN WILAYAH PEGUNUNGAN KENDENG, DALAM KAITANNYA DENGAN KETAHANAN WILAYAH	92
Agus Suprijanto	
URGENSI KETAHANAN NASIONAL UNTUK MENJAMIN KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA	108
Pebriyenni	
KETAHANAN NASIONAL DALAM TANTANGAN GLOBAL MENYONGSONG GENERASI EMAS TAHUN 2045	119
Suyahman	
STRUKTUR KONFLIK DAN FORMULASI KETAHANAN SOSIAL BUDAYA DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERAGAMAN INDONESIA	138
Sri Suneki	
SISHANKAMRATA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KETAHANAN NASIONAL INDONESIA	148
Anton Suwito	
PENINGKATAN PEMBANGUNAN MANUSIA MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK MEWUJUDKAN KETAHANAN NASIONAL YANG TANGGUH	161
Suwarno Widodo	
REVITALISASI KEDUDUKAN PANCASILA SEBAGAI ASAS HUKUM DALAM RANGKA MEMPERKUAT KETAHANAN NASIONAL INDONESIA	170
Reno Wikandaru	
UPAYA MENINGKATKAN INDUSTRI OLAHRAGA	191
Danang Aji Setyawan	
<i>SPORT INDUSTRY</i> UNTUK MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL	199
Buyung Kusumawardhana	
TUJUAN PEMBELAJARAN MENGELOLA KOPERASI	207
David Firna	

SPORT INDUSTRY UNTUK MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL

Buyung Kusumawardhana
PJKR UPGRIS
Aawardhana21@gmail.com

Abstrak

Masyarakat secara umum masih belum menyadari bahwa peluang usaha di dunia olahraga begitu besar. Masyarakat yang memiliki soft skill dan hard skill yang baikpun belum berani terjun ke dunia olahraga dengan alasan beberapa pertimbangan. Persepsi mengenai olahraga diidentikan dengan berlari, melompat dan melempar. Pelaku olahraga bukan hanya atlet semata tetapi banyak stakeholder yang berkontribusi di dalamnya. Federasi, pelatih, atlet, manajemen keuangan, ahli medis, ahli hukum hingga pedagang asongan terlibat didalamnya. Sport Industry dapat dijadikan sebagai solusi untuk menghadapi tantangan global. Sport industry dapat berupa barang maupun jasa. Setiap jenis olahraga baik itu prestasi, pendidikan, rekreasi, kesehatan, cacat, kesehatan. dari setiap jenis olahraga dapat membuka peluang bisnis masing-masing. Bukan hanya pelaku olahraga saja (atlet & pelatih) tetapi setiap individu yang berkecimpung dalam dunia olahraga.

Kata kunci: *Sport Industry*, Tantangan Global

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan global setiap manusia harus memiliki *soft skill* dan *hard skill* yang baik dari setiap bidang yang ditekuni, begitu juga dengan bidang olahraga. Olahraga tidak hanya mencakup tentang aspek fisik saja melainkan semua aspek yang berhubungan dengan olahraga. Persepsi mengenai olahraga diidentikan dengan berlari, melompat dan melempar. Jika kita jeli membaca peluang maka kita akan melihat banyak sekali peluang usaha di dalamnya.

Sport industry mulai berkembang pada akhir-akhir ini. Bila kita mengikuti liga sepakbola, basket, bulu tangkis dan olahraga lain maka kita akan tergiur dengan pendapatan yang dihasilkan oleh pihak-pihak yang terkait. Pelaku olahraga bukan hanya atlet semata tetapi banyak *stakeholder* yang berkontribusi di dalamnya. Federasi, pelatih, atlet, manajemen keuangan, ahli medis, ahli hukum hingga pedagang asongan terlibat didalamnya. Salah satu hal yang perlu kita ketahui adalah itu hanya satu jenis olahraga yaitu jenis olahraga prestasi. Sedangkan ada beberapa jenis olahraga yang sering di terapkan, yaitu: olahraga prestasi, olahraga pendidikan, olahraga rekreasi, olahraga rehabilitasi, olahraga cacat, olahraga kesehatan. Dilihat dari jenis-jenis olahraga tersebut maka betapa besar peluang *sport industry* yang akan terlibat dalam bidang olahraga.

Masyarakat secara umum masih belum menyadari bahwa peluang usaha di dunia olahraga begitu besar. Masyarakat yang memiliki *soft skill* dan *hard skill*

yang baikpun belum berani terjun ke dunia olahraga dengan alasan beberapa pertimbangan.

ANALISIS/PEMBAHASAN

A. Definisi *Sport Industry*

Sejak Peter Ueberuth sukses membisniskan Olimpiade 1984 Los Angles, maka era *sport industry* dimulai. Banyak definisi industri olahraga yang dapat dilihat untuk memahami konsep industri olahraga.

Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Sugiyono: 2008). Brown and Petrello (1976) menyatakan bahwa *Business is an institution which produce good and service demanded by people*. Dalam kaitannya dengan olahraga, bisnis merupakan sejumlah usaha yang meliputi bidang olahraga baik itu menciptakan atau memproduksi suatu produk yang berkaitan dengan olahraga ataupun kegiatan jasa olahraga dan kemudian memasarkannya kepada masyarakat atau konsumen.

Beberapa tokoh telah memberikan definisinya yang berkaitan tentang industri olahraga tersebut. Dae-Hwan dalam Lutan (2004) mengemukakan bahwa industri olahraga adalah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan peralatan dan layanan (jasa) yaitu peralatan/perlengkapan olahraga yang berkaitan dengan aktivitas olahraga seperti kompetisi olahraga, pelatihan, dan pesta olahraga. Selanjutnya, Miller dkk dalam Harsuki (2005) menyatakan bahwa *sport industry* adalah semua produk, barang, servis, tempat, orang-orang dan pemikiran yang ditawarkan pada pelanggan yang berkaitan dengan olahraga. Berbicara tentang industri tidak terlepas dari suatu kegiatan bisnis yang dilakukan dari proses hingga mengolah barang atau jasa dengan menggunakan sarana dan prasarana yang ada secara terus menerus (Sudharto: 2007). Suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara menggerakkan tubuh yang memiliki fungsi untuk menjaga kesehatan dan kebugaran untuk membangun fisik manusia untuk membangun aspek non-fisik manusia yaitu kesehatan jiwa manusia (Isworo Laksmi & Handayani: 2008).

Mencermati dari definisi tersebut, dapat disimpulkan untuk merubah persepsi yang mengatakan bahwa *sport industry* tersebut terbatas hanya pada alat-alat olahraga saja. Pada hal konteks *sport industry* dalam manajemen modern meliputi barang dan jasa yang dalam hal ini berhubungan dengan olahraga untuk memperoleh keuntungan baik itu dari industry itu sendiri, masyarakat serta *stakeholder*.

B. Ruang Lingkup *Sport Industry*

Berdasarkan definisi *sport industry* diatas dapat disimpulkan bahwa olahraga merupakan kegiatan bisnis yang memproduksi atau memperjual belikan barang dan jasa kepada masyarakat. Sehingga ruang lingkup *sport industry* meliputi produk dan jasa. Produk dapat berupa alat-alat olahraga, perlengkapan olahraga dan lain-lain. Sedangkan jasa meliputi gedung olahraga, keterampilan, dan lain-lain.

Didalam Undang-undang No. 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 79 ayat 1 dan 2 dijelaskan bahwa *sport industry* meliputi:

1. Sarana dan Prasarana yang diproduksi, diperjual belikan atau disewakan.
2. Jasa penjualan kegiatan olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara professional, meliputi:
 - a. Kejuaraan nasional dan internasional
 - b. Pekan olahraga daerah, wilayah, nasional dan internasional
 - c. Promosi, eksibisi, dan festival olahraga
 - d. Keagenan layanan informasi dan konsultan olahraga

Telah dijelaskan bahwa *sport industry* merupakan kegiatan bisnis, sehingga ruang lingkup dari kegiatan bisnis itu adalah:

1. *Accounting*, yang meliputi *budget controls system, practive and procedure*.
2. *Finance*, yang meliputi *operational of financial institution, optimus financial rations, mergers and acquisition, leveraged buyonts and intercorporate financing*.
3. *Management*, yang meliputi *employee attitudes and behaviors, human resources management, production operations management, strategy formulation and information system*.
4. *Marketing*, yang meliputi *product image, advertaising, sales promotion, distribution packaging, pricing, after-sale service, consumer preferences, new product development*.

C. Tujuan *Sport Industry*

Menurut Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 79 ayat 4 No 3 Tahun 2005 adalah badan usaha. Setiap kegiatan *sport industry* wajib memperhatikan tujuan keolahragaan nasional dan prinsip penyelenggaraan keolahragaan, hal ini sesuai dengan Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 78 No 3 Tahun 2005 yaitu memelihara dan meningkatkan kesehatan dan kebugaran, prestasi, kualitas manusia, menanamkan nilai moral dan akhlak mulia, sportivitas, disiplin, mempererat dan membina persatuan dan kesatuan bangsa, memperkuat ketahanan nasional serta mengangkat harkat, martabat serta kehormatan bangsa.

Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 5 No 3 Tahun 2005 mengenai prinsip penyelenggaraan keolahragaan:

1. Demokratis, tidak diskriminatif dan menjunjung tinggi nilai keagamaan, nilai budaya dan kemajemukan bangsa.
2. Keadilan sosial dan kemunusiaan yang adil dan beradab.
3. *Sportivitas* dan menjunjung tinggi nilai etika dan estetika.
4. Pembudayaan dan keterbukaan.
5. Pengembangan kebiasaan hidup sehat dan aktif bagi masyarakat.
6. Pemberdayaan peran serta masyarakat.
7. Keselamatan dan keamanan.
8. Keutuhan jasmani dan rohani.

Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional Pasal 80 ayat 1 Tahun 2005 menjelaskan bahwa pengembangan *sport industry* dilaksanakan melalui kemitraan yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan olahraga yang mandiri dan professional. Sehingga tujuan dari *sport industry* sebenarnya adalah terciptanya kemandirian dan profesionalan olahraga di Indonesia.

Sport industry akan berkembang sejalan dengan fungsi olahraga, yaitu:

1. Kesehatan dan kebugaran.
2. Membangun aspek non-fisik yaitu kesehatan jiwa manusia.
3. Membangun fisik manusia.

Jika tiga hal fungsi olahraga itu dilakukan maka bidang-bidang yang lain akan berperan yaitu perkembangan ekonomi sejalan dengan perkembangan *sport industry*, serta IPTEK sejalan dengan kebutuhan untuk mendukung prestasi olahraga. Puncak dari semuanya adalah perdamaian dan kesejahteraan dunia yang didapat dari aktivitas olahraga (Laksmi & Handayani: 2008).

D. Usaha dan *Sport Industry*

Kegiatan olahraga mempunyai pengaruh terhadap kehidupan manusia, baik itu nilai ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya. Nilai-nilai olahraga itu mempengaruhi keberhasilan pembangunan nasional diantaranya adalah dari segi ekonomi dan kualitas sumber daya manusia. Hal ini dapat dikatakan bahwa system manajemen dan pembinaan olahraga merupakan bagian integral dari pembangunan kualitas sumber daya manusia.

Kesegaran jasmani yang memadai meningkatkan kemampuan kerja optimal serta dapat menghemat biaya pemeliharaan kesehatan. pembinaan olahraga di masa depan akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan manusia. Misalnya melimpah ruahnya bonus yang diterima oleh seorang juara olimpiade dan sebagainya.

Sebagai makhluk sosial kita dapat mengembangkan bisnis dan kegiatan olahraga. Olahraga dapat menciptakan bisnis baru, misalnya pariwisata, tempat

hiburan (rekreasi), perhotelan, restoran, pengembangan usaha kecil (jajanan) serta hal lain yang dapat meningkatkan kesejahteraan manusia dalam bentuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada saat ini, Indonesia mudah menemukan *fitness centre*, *bowling alleys*, kursus, klub dan organisasi olahraga. Selain itu pertandingan, turnamen dan fasilitas olahraga yang dikemas dalam model bisnis yang baik. Usaha intensifikasi dan ekstensifikasi perlu dilanjutkan dan merupakan peluang bisnis bagi seorang yang berjiwa wirausaha.

Pelaku dan pakar olahraga hendaknya memiliki kesadaran bahwa peranan olahraga dalam menciptakan bisnis sangat mungkin dan diperlukan. Mereka tidak dapat berjalan sendiri dalam melakukan industrialisasi olahraga karena itu para pelaku akan menjalin kerjasama dengan pemilik modal sehingga bersinergi menghasilkan rencana bisnis yang matang dan saling menguntungkan.

Wawasan bisnis dan manajemen diperlukan untuk memajukan dan mengembangkan bisnis olahraga. Hal ini penting karena maju dan berkembangnya bisnis dapat memicu penelitian dan pengembangan, meningkatkan mutu Pendidikan dan pengembangan IPTEK olahraga, meningkatkan prestasi serta memperbanyak kesempatan kerja (Arismunandar: 1997).

Setiap pertandingan memerlukan penonton dan hendaknya menarik banyak penonton. Pertandingan tanpa penonton bagai sayur tanpa garam. Motifasi atlet akan menurun apabila pertandingan tanpa adanya penonton. Teriakan penonton dapat memacu semangat bertanding para atlet. Pertandingan dengan disaksikan banyak penonton dapat menguntungkan pihak penyelenggara yang didapat dari tiket masuk. Kondisi ini akan baik bagi tingkat kesejahteraan pelaku olahraga. Hal ini memberikan timbal balik bagi para penonton karena olahraga telah dianggap hiburan dan rekreasi yang baik.

E. Persyaratan Usaha dan *Sport Industry*

Pengelolaan olahraga secara bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Akan tetapi keuntungan yang dapat diraih sangat bergantung pada mutu fasilitas, produk, dan jasa yang dijual, memiliki daya tarik dan ditampilkan pada saat yang tepat.

Ada beberapa persyaratan agar kegiatan olahraga dapat menghasilkan bisnis yang baik:

1. Masyarakat telah memiliki kesadaran olahraga dapat membugarkan tubuh dan jiwa, meningkatkan kecerdasan (intelegensia dan emosional), meningkatkan produktivitas kerja, mengurangi biaya perawatan kesehatan. sosialisasi serta peran dan fungsi olahraga ini selayaknya menjadi program utama pelaku olahraga.

2. Tingkat kesejahteraan masyarakat sudah tinggi sehingga masyarakat telah memenuhi kebutuhan primer yang akan memerlukan kebutuhan tersier dalam hal ini rekreasi dan kesehatan.
3. Para pengusaha telah menyadari potensi dan peluang bisnis dari kegiatan olahraga. Kegiatan ini dapat dengan cara promosi bahwa kegiatan olahraga memiliki potensi dan peluang bisnis yang baik seperti transportasi, pariwisata, jasa, pelayanan tempat olahraga dan kebugaran hingga peralatan olahraga.
4. Pemilik modal dan pengurus organisasi keolahragaan serta pelaku olahraga lainnya harus memiliki jiwa wirausaha dan bisnis.

Pelaku olahraga tidak hanya berfikir menghabiskan dana tetapi sudah memikirkan bagaimana kegiatan olahraga yang dilakukan dan diselenggarakan dapat menghasilkan dana. Pengurus dan pemilik klub (semua jenis olahraga) atau organisasi olahraga dituntut memiliki kompetensi agar setiap event dana atau kegiatan olahraga dapat menghasilkan keuntungan financial maka dari itu pemasaran sangat penting untuk merealisasikan kegiatan tersebut. pemasaran dapat melalui media cetak maupun elektronik.

F. Sport Industry dan Pariwisata

Olahraga merupakan wahana yang memberikan kesempatan dan peluang kepada manusia untuk bersaing, menguasai, menang dan kalah. Olahraga seolah-olah mengganti peran yang destruktif dan melenyapkan kebudayaan.

Pariwisata merupakan kegiatan serta memberikan kesempatan kepada manusia untuk bergerak, melihat, belajar, bergaul, mengenal budaya, alam sekitar, keunggulan, keajaiban ataupun keistimewaan tempat lain. Pariwisata akan berkembang hingga ke ranah IPTEK dan wisata olahraga (Arismunandar: 1997).

Promosi pariwisata hendaknya meliputi semua kegiatan sehingga berorientasi pada kepentingan dan keberhasilan publik. Misalnya konferensi, pameran, acara adat, museum, arsitektur, pertunjukan, kesenian, olahraga dan pariwisata sendiri.

Profesi olahragawan bukan profesi impian anak-anak Indonesia yang mempunyai kesan orang-orang yang berotot tanpa disertai otak. Kesan yang sering disamakan dengan pengangguran (dari pada tidak bekerja mending daftar klub). Orang tua banyak yang sepakat untuk tidak mengarahkan anak-anaknya menjadi atlet (olahragawan). Hal ini dapat mengakibatkan tipisnya re-generasi yang berkecimpung di sector olahraga. Parahnya, kondisi minim dipengaruhi dengan system dari infrastruktur klub atau lembaga olahraga yang sarat dengan korup.

Padahal jika pelaku olahraga peka, olahraga tidak hanya untuk prestasi saja melainkan banyak sector yang perlu digali salah satunya adalah di bidang pariwisata.

G. Contoh: Amerika Kapitalis Olahraga

Amerika sebagai negara superkapitalis, ide-ide cemerlang dalam meraup keuntungan sudah tidak perlu diragukan lagi. Di Amerika, berbagai macam cara siap dilakukan demi tercapainya keuntungan yang dahsyat nan abadi.

Salah satu orang terkaya di Amerika (Stanley Kroenke) dengan yakin membeli saham Arsenal, salah satu klub besar dan favorit di Eropa. Sebelumnya Liverpool dibeli oleh 2 orang Amerika George Gillet dan Tom Hicks, sedangkan Aston Villa dikuasai oleh Randy Lerner dan Manchester United menguasai saham Malcolm Glazer.

Hal ini membuktikan bahwa:

1. Olahraga merupakan ladang bisnis yang menggiurkan (jika dilakukan dengan baik).
2. Atlet merupakan profesi yang terhormat.
3. Amerika benar-benar cerdik melihat peluang bisnis.

Sudah tidak bisa dipungkiri lagi olahraga merupakan ladang bisnis bagi masyarakat umum. Jika dilihat dari minat dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap olahraga prestasi saja sudah sangat tinggi. Hanya dengan sedikit manajemen yang baik maka sebuah pagelaran olahraga yang sehat akan menjadi lebih menarik dan memberikan keuntungan bisnis yang besar.

Sayangnya pagelaran olahraga di Indonesia selama ini belum dikelola sebagai bisnis yang dapat diraih dengan manajemen olahraga yang handal. Sehingga timbul kesan pagelaran olahraga di Indonesia masih sebatas ajang rekreasi, tontonan dan ajang perjuangan untuk meraih pengakuan dunia internasional.

Di berbagai negara industry maju dan modern, seperti halnya Amerika, Inggris, Jerman, Perancis, Italia, Spanyol, Belanda, Jepang, Korea Selatan dan Tiongkok, olahraga telah menjadi industry unggulan sebagai pemasok devisa negara. Negara tersebut para atlet begitu dihargai dan menjadi sebuah profesi professional. Keberhasilan negara tersebut dan tingginya minat masyarakat dalam negeri terhadap pergelaran olahraga, harus di ikuti oleh Indonesia sebagai olahraga industry unggulan.

Olahraga yang telah dirancang sebagai industry modern yang berskala global, terbukti telah menjadi lokomotif atau *multiplier effect* terhadap tumbuhnya kegiatan bisnis baru, misalnya pariwisata, tempat hiburan, perhotelan, restoran, pengembangan usaha kecil makanan dan minuman, jasa kebugaran, peralatan dan

sarana olahraga, gizi olahraga, psikologi olahraga, *merchandise* sehingga pada akhirnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang layak.

KESIMPULAN

Sport Industry dapat dijadikan sebagai solusi untuk menghadapi tantangan global. *Sport industry* dapat berupa barang maupun jasa. Setiap jenis olahraga baik itu prestasi, pendidikan, rekreasi, kesehatan, cacat, kesehatan. dari setiap jenis olahraga dapat membuka peluang bisnis masing-masing. Bukan hanya pelaku olahraga saja (atlet & pelatih) tetapi setiap individu yang berkecimpung baik disengaja maupun tidak sengaja dalam dunia olahraga.

Pariwisata, tempat hiburan, perhotelan, restoran, pengembangan usaha kecil makanan dan minuman, jasa kebugaran, peralatan dan sarana olahraga, gizi olahraga, psikologi olahraga, *merchandise* merupakan bentuk bisnis yang paling nyata dikembangkan pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum. Alfabeta: Bandung.
- Bonnie, Parkhouse. 1991. The Management of Sport. St. Louis: Mosby-Year Book, Inc.
- Chadwick, Simon. 2012. Sport Entrepreneurship. Theory and Practice Paperback.
- Chong, Kim. 2006. Sport Industry. Konfrensi International Sport Industry.
- Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. 2012. Pedoman Pemeliharaan Prasarana Keolahragaan. Deputi Bidang Harmonisasi dan Kemitraan.
- Tim Litbang & Instruktur KONI Mata Kuliah Sport Industry.
- Undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional Tahun 2005.