

**PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI OLAHRAGA DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI INDONESIA
(Studi Kasus Asian Games 2018)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



Oleh :

Nama : MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION
NPM : 1905180019
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 19 September 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION
NPM : 1905180019
Jurusan : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Skripsi : PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI OLAH RAGA
DALAM MENINGKATKAN EKONOMI INDONESIA (STUDI
KASUS ASIAN GAMES 2018)

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dr. AMIRUL SYAH, M.Si)

Penguji II

(HASTINA FEBRIATY, S.E., M.Si)

Pembimbing

(SRI ENDANG RAHAYU, S.E., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si, CMA)



Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION
N.P.M : 1905180019
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : JL. TERATAI NO.20 PERBAUNGAN
Judul Skripsi : PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI OLAHRAGA
DALAM MENINGKATKAN EKONOMI INDONESIA (STUDI
KASUS ASIAN GAMES 2018)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2023

Pembimbing Skripsi

SRI ENDANG RAHAYU, SE, M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si



Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION
NPM : 1905180019
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI LAHRAGA DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI INDONESIA : STUDI KASUS
ASIAN GAMES 2018

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil Plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya yang menyatakan

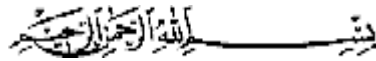
MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis deskriptif tentang Pengaruh industri olahraga dalam perekonomian Indonesia dan mengestimasi faktor yang mempengaruhi pendapatan Indonesia melalui kegiatan olahraga terkhusus event Asina Games 2018. Penelitian yang dilakukan adalah dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa event olahraga mampu mendorong kegiatan ekonomi di Indonesia yang dinilai dari faktor pendapatan dan pembangunan sarana guna menunjang kegiatan event dan pada penelitian ini menunjukkan pendapatan terbesar dari event ini adalah dari sisi pariwisata yang mampu mengundang turis untuk datang ke Indonesia melalui branding kegiat olahraga..

Kata Kunci : Ekonomi Indonesia, Pendapatan, Wisatawan, Industri Olahraga.

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **“PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI OLAHRAGA DALAMMENINGKATKAN EKONOMI INDONESIA”**

Shalawat berangkaikan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, karena telah membawa kita semua dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan sekarang ini.

Penulisan proposal ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selama penyusunan proposal ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta doa yang tidak henti- hentinya dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **ALLAH SWT** yang telah memberikan Rahmat serta, Rezky-Nya yang luar biasa serta nikmat Iman dan nikmat Kesehatan kepada penulis. Dan atas izin-Nya yang memberikan kesempatan kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Yang teristimewa kedua orang tua penulis, Ayah dan Bunda yang telah memberikan segala kasih sayang, do'a, perhatian, pengorbanan dan semangat kepada penulis.

3. Bapak Dr. H. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak H. Januri, SE., M.M, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung SE., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Prawidya Hariani R.S., SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Dra. Roswita Hafni., M.Si selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Dra. Lailan Safina Hasibuan., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan membimbing penulis dalam masalah perkuliahan..
10. Ibu Sri Endang Rahayu, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan proposal ini.
11. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan atas ilmu dan pembekalan yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan studi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Seluruh Staff/Pegawai Biro Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam hal administrasi.

13. Teman-teman kelas A Ekonomi Pembangunan, yang semuanya tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan kalian semua.
14. Sahabat-sahabat pejuang skripsi khususnya stambuk 19 yang telah memotivasi dalam penyelesaian proposal ini.

Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca proposal ini demi perbaikan-perbaikan kedepannya dan untuk penyempurnaan proposal ini dimasa yang akan datang. Semoga proposal ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan terutama bagi penulis dan pembaca lainnya.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua bantuan yang diberikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, September 2023

MUHAMMAD RIDO DARMAWAN NASUTION
1905180019

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR	5
PENDAHULUAN.....	6
1. Latar Belakang	6
1.1 Identifikasi Masalah	16
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Batasan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pertumbuhan Ekonomi.....	18
2.1.2 Pendapatan Nasional	18
2.1.3 Industri Olahraga	21
2.1.3 Sport Tourism.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Tahapan Alur Penelitian	30

2.4 Kerangka Konseptual.....	30
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Definisi Operasional`.....	31
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.3.1 Tempat Penelitian.....	33
3.3.2 Waktu Penelitian.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Objek Penelitian.....	34
3.7 Tahapan Penelitian.....	34
3.7.1 Metode Analisis Deskriptif.....	34
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Deskriptif Perkembangan Industri Olahraga.....	35
4.1.1. Global Brand.....	36
4.1.2. World Class Event.....	38
4.1.3. Momentum Asian Games 2018.....	42
4.1.4. Industri Olahraga karena Pandemi.....	44
4.2 Deskripsi Data.....	45

4.2.1 Perkembangan Industri Olahraga di Indonesia	45
4.2.2 Dampak Ekonomi Langsung Asian Games 2018	49
4.2.3 Dampak Ekonomi Tidak Langsung Asian Games 2018	51
4.2.4 Dampak dan Perkembangan Digitalisasi Olahraga	53
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Table 1 Kerangka Kerja Sport Marketing (di adaptasi dari Sport Marketing: Indonesia Market and Beyond)	22
Table 2 Dampak Ekonomi Langsung Asian Games 2018 (Rp)	26
Table 3 Penelitian terdahulu.....	27
Table 4 Alur Penelitian	30
Table 5 Kerangka konseptual	30
Table 6 Indikator.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rantai Nilai Pasar Olahraga.....	8
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi	9
Gambar 1.3 Keuntungan Sport Tourism.....	11
Gambar 1.4 Pertumbuhan kunjungan Mancanegara.....	12
Gambar 1.5 Populasi Esports di Indonesia	13
Gambar 1.5 Populasi Esports.....	14
Gambar 2.1 : Media Keuangan 2018.....	24
Gambar 4.1 : Infografik Perkembangan Devisa Sektor Pariwisata Indonesia	46
Gambar 4.2 : Grafik Kunjungan	48
Gambar 4.3 : Dampak ekonomi langsung Asian Games 2018.....	49
Gambar 4.4 : Total Pengeluaran Pengunjung Asian Games 2018.....	50
Gambar 4.5 : Profil Pengunjung Asian Games 2018 Berdasarkan Asal.....	51
Gambar 4.6 : Dampak Terhadap Ekonomi Per Wilayah	52
Gambar 4.7 : Sektor yang Mengalami Peningkatan Output	53
Gambar 4.8 : Potensi Bisnis Esports di Indonesia	54
Gambar 4.9 : Frekuensi Bermain Esports.....	55

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sektor industri adalah sektor yang sangat potensial dalam pembangunan ekonomi suatu negara, khususnya negara yang sedang berkembang. Sektor - sektor industri kini mulai banyak bermunculan di negara – negara berkembang, salah satu yang termasuk adalah Indonesia. Kemunculan industri – industri memiliki dampak terhadap lingkungan baik lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Sektor industri Ketika berkembang pesat berdampak sangat baik terhadap masyarakat dan juga negara tersebut, seperti dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dan warga negara yang ekonominya berkembang. Dengan berkembangnya sektor industri juga memicu untuk terus berkembangnya teknologi yang sangat membantu dalam kegiatan manusia bahkan sampai pekerjaan manusia.

Olahraga merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sehari hari untuk meningkatkan kebugaran. Impact olahraga lebih besar dari olahraga itu sendiri, didalam olahraga terkandung nilai nilai yang tak terhingga (Intangible value). Tidak bisa olahraga diukur hanya dengan achievement saja, olahraga lebih dari hanya sekedar penghargaan.

Pertama, berolahraga itu berdampak paling besar terhadap Kesehatan. Dari aspek ini olahraga sangat menguntungkan dan memberikan manfaat yang sangat besar terhadap negara secara hitungan keuangan (profit) ataupun dari sisi Kesehatan (benefit). Ketika kehidupan masyarakat menjadi lebih sehat dengan sering

berolahraga, maka pengeluaran negara untuk biaya Kesehatan menjadi lebih efisien, karena mencegah sakit lebih mudah dari pada mengobati sakit.

Kedua, dapat kita rasakan bagaimana meriahnya event Asian Games 2018 yang lalu dimana puluhan bahkan ratusan ribu masyarakat memberikan dukungan besar kepada para peserta Asian Games 2018 asal Indonesia seketika atlet Indonesia berhasil meraih medali menumpahkan segala emosi bagi masyarakat, menyatukan masyarakat tanpa ada golongan. Tidak hanya itu, dengan adanya event Asian Games 2018 lalu kita juga dapat mempromosikan kebudayaan dan pariwisata yang Indonesia punya lewat olahraga yang dimainkan serta opening dan closing ceremony dimana itu dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan berlibur ke Indonesia. Bappenas juga membagikan dampak ekonomi karena Asian Games ke dalam 3 waktu yaitu sebelum, saat dan sesudah. Kegiatan yang terjadi sebelum Asian Games adalah promosi wisata, belanja operasional ini masih berlanjut sampai saat acara dan belanja wisatawan pengunjung lokal maupun mancanegara, semua dampak itu diprediksikan akan dapat membuka lapangan pekerjaan, pendapatan rumah tangga, dan pertumbuhan disektor pariwisata serta meningkatkan pendapatan lokal hingga penerimaan negara. Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang memiliki dampak total ada yang langsung dan tidak langsung. Yang langsung itu adalah dampaknya yang terjadi sebagai akibat adanya uang yang kemudian berputar karena penyelenggaraannya. Kalau dampak menurut waktu, yaitu sebelum, sesaat dan sesudah event. Untuk dampak sebelumm yaitu termasuk persiapan selama 2 tahun ini, ada infrastruktur yang sifatnya menunjang, misalnya LRT, ataupun infrastruktur untuk kegiatan lainnya. Selain itu ada juga venue, kemudian biaya dari marketing, biaya dari persiapan yang sudah

dikeluarkan. Ada satu hal yang baru dan menarik untuk dibahas didalam event Asian Games 2018 yang lalu, yaitu munculnya cabang olahraga baru yang dinilai potensial berkembang di Indonesia yaitu masuknya cabang olahraga Esports didalam salah satu cabang perebutan medali Asian Games 2018. Impact dari esports ini cukup sangat besar berpengaruh untuk perekonomian baik secara bisnis esports nya atau dari makro ekonominya.

Esports sendiri cukup berbeda dengan cabang olahraga lain, dari segi ekonomi esports dapat berpengaruh besar dan signifikan terhadap ekonomi suatu negara, apalagi South East Asia terutama Indonesia menjadi salah satu market place terbesar dari perkembangan esports itu sendiri. Ini merupakan salah satu perubahan peradaban dalam Industry olahraga, dimana dengan teknologi cara berolahraga diterapkan dampak memiliki dampak Kesehatan terhadap ketangkasan otak yang melebihi ketangkasan ketika bermain catur, dan billiard. Esports bukannya hanya sekedar bermain game tapi lebih dari itu

Olahraga memberikan hal-hal yang tak ternilai. Dan juga dilirik sebagai industri untuk mengembangkan industri ekonomi. Ekonomi dan olahraga adalah merupakan sektor yang sangat berlawanan, namun seiring berjalannya waktu kedua sektor dapat saling membantu untuk peningkatan masing – masing sektor. Olahraga sebagai industri harus diletakkan ke dalam kerangka yang lebih luas, yaitu negara. Karena pembangunan olahraga menyangkut banyak aspek yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi.

Gambar 1.1 Rantai Nilai Pasar Olahraga



Di berbagai negara industri maju seperti di Amerika, Jerman, Inggris, Italia, Perancis, Jepang, China dan Korea olahraga menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Selain itu olahraga juga telah dirancang sebagai industri modern berskala global. Namun industri olahraga bisa berkembang baik jika elemen-elemen pendukungnya berkembang dengan baik juga, khususnya stakeholder yang bergelut di industri olahraga seperti atlet, klub, pelatih, media, induk organisasi, pengelola kompetisi, pemerintah dan juga masyarakatnya. Potensi Indonesia untuk meningkatkan ekonomi melalui Olahraga menuai titik terang, peringkat Indonesia dalam pertumbuhan ekonomi tahun 2018 berada diangka 5,17%. Jika stabil maka berdampak positif terhadap industri olahraga Indonesia.

Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi



Menurut lembaga riset McKinsey, Indonesia akan menjadi kekuatan ekonomi nomor 7 di dunia pada tahun 2023, Standard Chartered menyebutkan, tahun 2030 Indonesia berada di 4 besar ekonomi dunia dibawah China, AS dan India. IMF yang memproyeksikan Indonesia menempati posisi 6 besar ekonomi dunia pada tahun 2023 dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,4%. Senada dengan Bappenas RI menyebutkan total penduduk Indonesia tahun 2045 diperkirakan mencapai 318,9 juta orang dengan PDB perkapita menembus angka 23,199 Dollar AS, dengan pertumbuhan ekonomi 5,7% pertahun. Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil di 5%, maka GDP Kita diperkirakan menembus 5,424 miliar dollar AS dan pada 2045 mencapai 10,505 miliar dollar AS, disitulah masyarakat Indonesia mampu memnuhi kebutuhan hiburan.

Melalui industrialisasi olahraga maka fasilitas - fasilitas dan event - event olahraga akan meningkat sehingga kualitas atlet juga terasah. Peningkatan ini didapat dari investor - investor olahraga. Dalam penjelasan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang 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. Namun demikian 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 umumnya bermain disegmen 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 sekedar dibatasi pada komunitas olahraga, tetapi juga pada masyarakat secara luas, terkait dengan persoalan kesejahteraan sosial.

Didalam industri olahraga juga ada sport tourism, dimana sport tourism ini bisa menjadi media positif untuk meningkatkan pendapatan daerah maupun nasional. Media value yang didapat dari sport tourism bisa dua kali lipat dari direct impact turis yang datang, karena di promosikan media nasional dan internasional sebelum

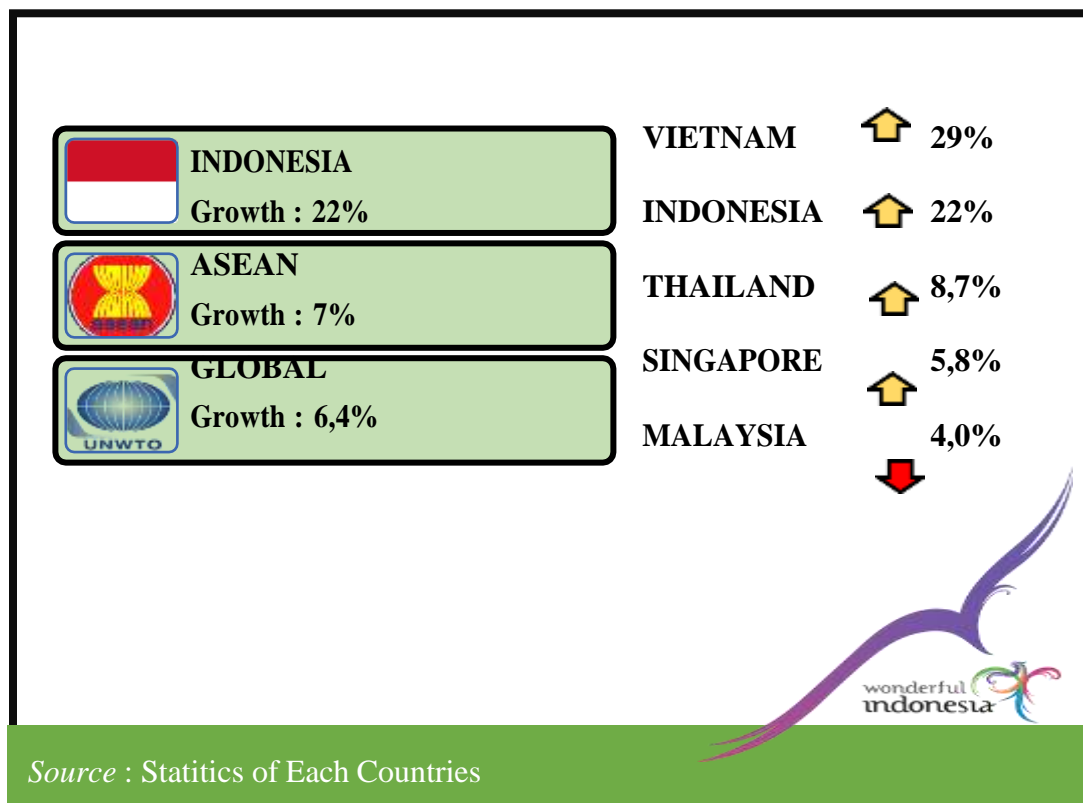
dan sesaat acara. Meskipun membutuhkan modal besar untuk diawal mengadakan sport tourism namun manfaat yang didapat sangat besar bagi daerah atau pun nasional Peluang Indonesia semakin besar untuk memajukan ekonomi melalui sport tourism dimana kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pantai, laut dan gunung, bahkan kehidupan urban yang sangat layak dijadikan destinasi pariwisata olahraga atau sport tourism. Melihat pariwisata dan olahraga saat ini sangat dahsyat pengaruhnya. Bahkan di beberapa negara jumlah pangsa pasar dari sport tourism ini bisa mencapai 50%. Ada 5 keuntungan dari sport tourism ini.

Gambar 1.3 Keuntungan Sport Tourism



Data statistik di Canada (2008) dalam Ministry of Jobs, Tourism, and Inovation (2011:2) saat ini, pariwisata olahraga merupakan segmen yang berkembang paling cepat pada industri pariwisata dengan pengeluaran tahunan mencapai 3,4 miliar dollar. Pertumbuhan pariwisata di Indonesia sangat berkembang dengan baik bahkan pertumbuhan kunjungan pariwisata Indonesia melebihi pertumbuhan regional dan global, sampai tiga kali lebih besar berada jauh diatas Malaysia, Singapore dan Thailand

Gambar 1.4 Pertumbuhan kunjungan Mancanegara

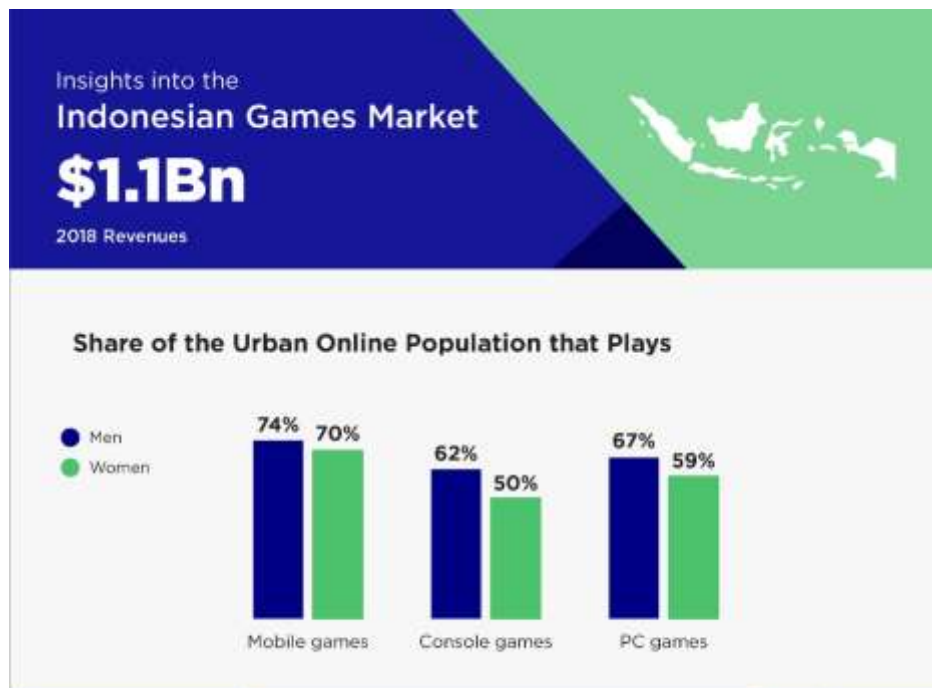


Dewasa ini pariwisata olahraga sudah menjadi sebuah unsur yang penting dalam dunia pariwisata karena telah menjadi bisnis pariwisata yang sangat kompetitif. Seperti ketertarikan dan partisipasinya dalam perkembangan olahraga di industri pariwisata, keinginan orang untuk melakukan perjalanan, untuk bersaing, atau untuk melihat pertandingan olahraga telah menjamur. Bagi Indonesia, peranan pariwisata semakin terasa dampaknya, apalagi melemahnya minyak dan gas dalam menghasilkan devisa negara. Kunjungan wisatawan mancanegara semakin banyak dan menunjukkan trend positif dalam beberapa tahun belakangan. Sport tourism saat ini mampu mendongkrak popularitas negara dan membuktikan bahwa Indonesia tidak kalah dengan negara lainnya, banyak sekali kegiatan di sektor sport tourism atau pariwisata olahraga di Indonesia, mulai dari Borubudur Half Marathon, Tour

de Singkarak, dan lainnya. Industri kepariwisataan secara teoritik memiliki sumbangan yangn sangat besar dalam menciptakan dampak ekonomi masyarakat, daerah bahkan negara. Namun masih sedikit masyarakat dan pemerintah yang memperhatikan pengaruh – pengaruh dari pelaksanaan suatu event olahraga di suatu daerah. Padahal dengan adanya penyelenggaraan event olahraga di suatu daerah atau suatu negara sangatlah berpengaruh besar bagi daerah atau negara penyelenggara event olahraga.

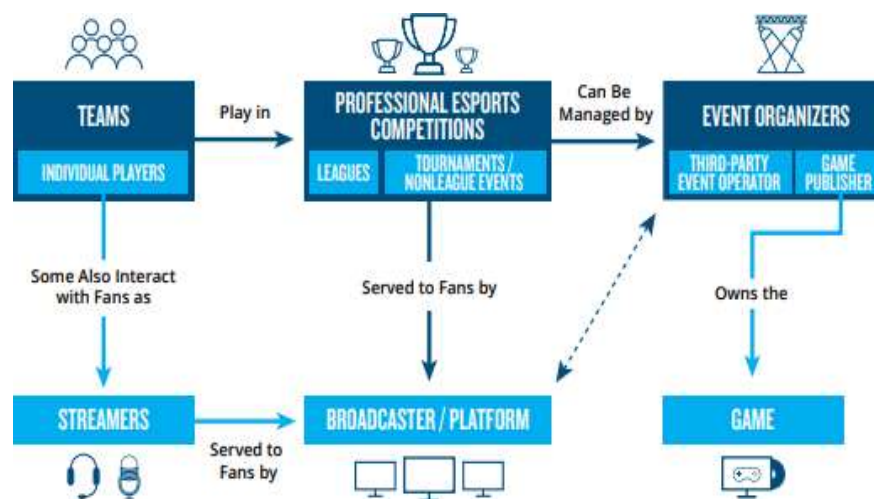
Event olahraga dengan perkembangan industry revolusi 4.0 juga mengalami perkembangan digitalisasi olahraga yang berkembang saat ini. elektronik olahraga dengan berbagai permainan juga turut menarik peminat dan cukup populer. Menariknya Indonesia juga menjadi salah satu market terbesar dari perkembangan esport tersebut

Gambar 1.5 Populasi Esports di Indonesia



Pasar global untuk peralatan dan kebutuhan esports seperti desktop, laptop dan monitor gaming diperkirakan tumbuh setiap tahunnya dengan jumlah total unit yang dipasarkan mencapai 42,1 juta. Diperkirakan tahun 2018 jumlah gamer di Indonesia sudah mencapai 34 juta players. Dari jumlah tersebut, 19,9 juta diantaranya adalah gamer online berbayar dan rata-rata pengeluarannya mencapai 9,12 dollar AS. Jumlah pengguna mobile phone di Indonesia mencapai 177,9 juta players. Dari jumlah tersebut, 132,7 juta diantaranya menggunakan internet dan 120 juta aktif menggunakan media sosial. Antusiasme terhadap perkembangan esports di Indonesia cukup banyak memiliki dampak terhadap ekonomi. Esports sendiri tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan olahraga lainnya seperti catur dan bridge, sama olahraga mengandalkan strategi untuk ketangkasan otak bukan secara fisik.

Gambar 1.5 Populasi Esports



1.1 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Industri olahraga dan digitalisasi olahraga di Indonesia semakin meningkat dengan berbagai event yang diselenggarakan, namun belum mampu meningkatkan ekonomi Indonesia secara maksimal
2. Dalam perkembangan industry olahraga terutama sport tourism Indonesia belum mampu menjadikan olahraga pariwisata sebagai industry utama pemasok devisa negara

1.2 Rumusan Masalah

Dari keseluruhan latar belakang dapat dikemukakan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu,

1. Apakah industry olahraga terutama olahraga pariwisata mampu mempromosikan Indonesia dengan ditandai meningkatnya pendapatan dari pariwisata.
2. Dengan berbagai event internasional yang telah diselenggarakan apakah dapat mampu meningkatkan penghasilan usaha mikro.

1.3 Batasan Masalah

Menurut rumusan diatas, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perkembangan industry olahraga terutama olahraga pariwisata dengan diadakannya event olahraga Asian Games 2018

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Melakukan analisis terhadap perkembangan industry olahraga pariwisata yang mendukung pertumbuhna ekonomi
2. Untuk mengetahui potensi industry olahraga pariwisata agar menjadi industry unggulan dalam menghasilkan devisa negara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Mutlak untuk membuat suatu kerangka kerja yang menuntun melalui langkah langkah kerja yang diperlukan untuk mencapai sebuah tujuan dalam penelitian ini.
 - b. Sebagai pedoman informasi untuk mengetahui industry pariwisata menyokong kegiatan ekonomi di Indonesia, terutama bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bagi Universitas
 - a. Melengkapi sebagai pebanding dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan dengan tema yang sama
 - b. Sebagai refrensi dan informasi bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.
3. Bagi Masyarakat dan Pemerintah
 - a. Dapat menjadi inforamasi yang relevan untuk masyarakat dalam mengetahui perkembangan ekonomi melalui industry olaharaga
 - b. Dapat digunakan pemerintah sebagai pertimbangan dalam mengambil kebijakan ekonomi melalui industry pariwisata

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pertumbuhan Ekonomi

Suatu wilayah dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi yang cepat dan stabil apabila dari tahun ke tahun mengalami kenaikan signifikan, sedangkan pertumbuhan yang lambat terjadi apabila dari tahun ke tahun mengalami penurunan atau fluktuatif. Hal ini dapat dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya suatu wilayah tersebut atau membandingkan dengan wilayah lain. Pertumbuhan ekonomi dapat diketahui dengan membandingkan PDB pada satu tahun tertentu dengan tahun sebelumnya. Berikut adalah cara menghitung laju pertumbuhan ekonomi (Sukirno, 2006).

$$\text{Laju pertumbuhan ekonomi } (\Delta Y) = \frac{\text{PDB}_t - \text{PDB}_{t-1}}{\text{PDB}_t} \times 100$$

Dimana :

ΔY = laju pertumbuhan ekonomi atas dasar perubahan PDB (%)

PDB_t = nilai PDB tahun t

PDB_{t-1} = nilai PDB tahun sebelumnya

2.1.2 Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional merupakan ukuran ekonomi untuk menilai kinerja ekonomi dari suatu negara. Pendapatan negara ini dapat didefinisikan sebagai nilai bersih (neto) dari semua barang ekonomi yang diperoleh suatu negara dimana nilai

produknya secara khusus dikaitkan dengan tenaga kerja, modal, dan kemampuan wirausaha. Pendapatan nasional mengandung beberapa pengertian. Pendapatan nasional bisa berarti Produk Domestic Bruto (Gross Domestic Product), bisa juga Produk Nasional Bruto (Gross National Product) dan bisa berarti National Income (NI), yang juga merupakan beberapa pengertian dari pendapatan nasional. Pendapatan nasional naik bisa juga dinilai dari pendapatan perkapita dalam waktu Panjang cenderung naik. Jenis – jenis pendapatan nasional

2.1.2.1 Produk Domestic Bruto (Gross Domestic Product)

Produk domestic bruto adalah jumlah produk berupa barang dan jasa yang diperoleh dari unit – unit produksi didalam batas wilayah suatu negara (domestic) selama satu periode. Dalam menghitung GDP jumlah pasar, yang harus diperhatikan adalah jangan sampai ada perhitungan ganda atau double accounting. Konsep GDP meliputi barang dan jasa yang dihasilkan oleh warga negara pada suatu negara, baik diluar negeri maupun didalam negeri.

2.1.2.2 Product Nasional Bruto (Gross National Product)

Produk nasional bruto atau PNB meliputi nilai produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat dalam suatu negara (nasional) selama 1 periode. Dalam menghitung besarnya GNP berdasarkan harga pasar, yang harus diperhatikan yaitu jangan sampai ada perhitungan ganda. Dalam GNP ini, hasil produksi barang dan jasa dihasilkan oleh warga negara yang berada didalam negeri maupun diluar negeri, tetapi

tidak termasuk hasil produksi perusahaan asing yang beroperasi di wilayah negara tersebut.

$$GNP = GDP + \text{Pendapatan netto dari luar negeri}$$

2.1.2.3 Produk Nasional Netto (Net National Product)

Produk nasional netto (NPP) adalah jumlah GNP yang dikurangi dengan barang modal sebagai penggantian. Penyusutan bagi peralatan yang digunakan untuk memproduksi barang dalam proses produksi umumnya bersifat tafsiran, sehingga dapat menimbulkan kesalahan meskipun relative kecil. Penyusutan adalah berkurangnya barang yang sudah lama karena pemakaian.

$$NPP = GNP + \text{penyusutan}$$

2.1.2.4 Pendapatan Nasional Netto (Net National Income)

Pendapatan Nasional Netto (NNI) adalah pendapatan yang dihitung dari jumlah balas jasa yang diterima oleh rakyat sebagai pemilik faktor produksi. Besarnya NNI bisa didapat dari NNP dikurangi dengan pajak tidak langsung dan subsidi. Pajak tidak langsung yaitu pajak yang beratnya dapat digeserkan kepada pihak lain, contoh pajak penjualan, pajak impor, bea ekspor, dan cukai-cukai. Sedangkan subsidi adalah bantuan dari pemerintah kepada masyarakat.

$$NNI = NNP - \text{pajak tidak langsung} + \text{subsidi}$$

2.1.3 Industri Olahraga

Dewasa ini, olahraga saat ini telah berkembang menjadi sebuah industri. sebagai industri, olahraga dapat dilihat dalam perspektif ekonomi. Artinya olahraga merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai (value) (Abdulgani & Tohir, 2018). Dalam dunia industri, aktivitas pemasaran berada diujung rantai kegiatan yang berhadapan dengan pasar. Pasar merupakan target akhir yang dituju, yang ingin dicapai. Karena itu pemasaran merupakan bagian yang penting dalam rantai proses kerja dalam dunia industri. Sebagai tumbuhnya olahraga sebagai industry, maka kegiatan pemasaran dalam olahraga menjadi penting. Aktivitas pemasaran dalam industri olahraga itulah yang dinamakan pemasaran olahraga atau sport industry (Abdulgani & Tohir, 2018). Beberapa ahli mendefinisikan tentang sport marketing dengan sudut pandang yang berbeda, ada ahli yang mendefinisikan sport marketing berdasarkan konsep umum, ada juga ahli yang mendefinisikan secara spesifik berdasarkan aktivitasnya. Pitts dan Stotlar (2002) mendefinisikan pemasaran olahraga sebagai “proses merancang dan melaksanakan kegiatan kegiatan untuk produksi, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk olahraga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan”. Shilbury et al (2009) mendefinisikan sport marketing sebagai proses sosial dan manajerial dimana manajer olahraga berusaha untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh organisasi olahraga melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain. Mullin (1985) mengatakan bahwa sport marketing adalah bagian manajemen olahraga paling dinamis dan paling mengesankan, karena pemasaran olahraga ruang lingkupnya adalah promosi,

pengiklanan, penjualan dan hubungan masyarakat. Secara umum pengertian dari beberapa ahli mengacu pada pemasaran.

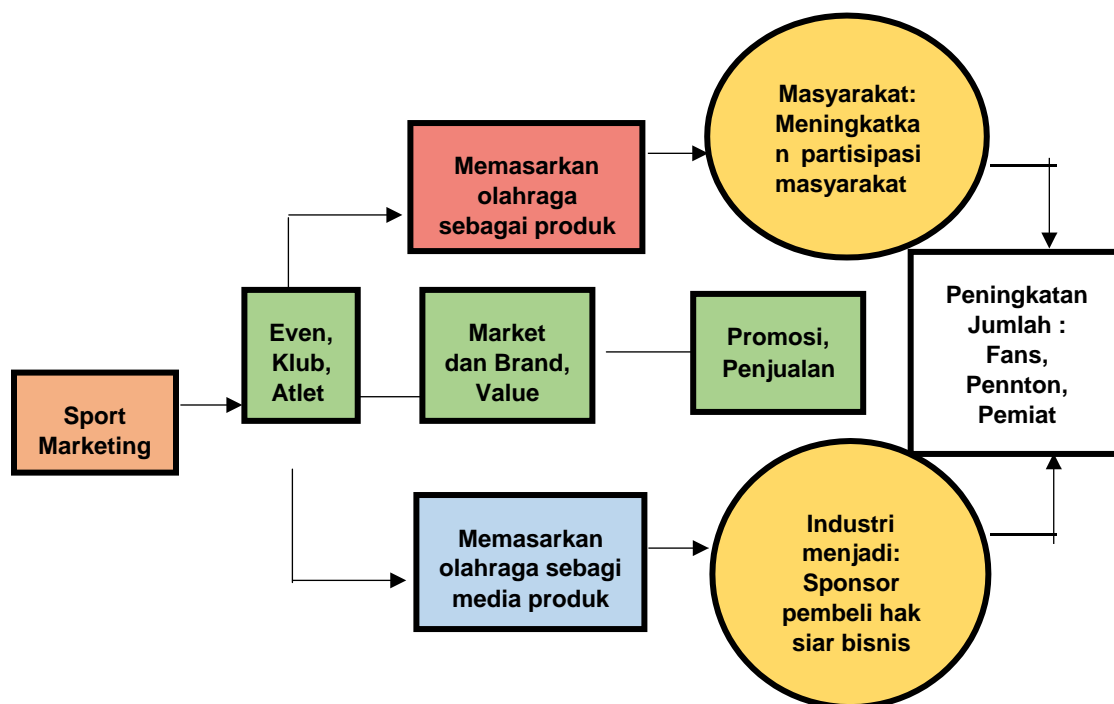


Table 1 Kerangka Kerja Sport Marketing (di adaptasi dari Sport Marketing: Indonesia Market and Beyond)

Ada tiga pola yang berkaitan dengan tumbuh kembangnya industry olahraga. Pertama, melihat dari Indonesia terdapat adanya potensi pelaku olahraga dan berbagai ruang lingkup/dimensi keolahragaan yang benar. Ini merupakan salah satu keberhasilan program pemerintah untuk memasyarakatkan olahraga. Kedua, terdapat tiga areal sellor bidang garapan yaitu olahraga pendidikan, olahraga rekreasi dan olahraga prestasi. Ketiga, besarnya peluang tumbuh kembangnya industry di bidang olahraga. Dari ketiga area bidang tersebut, maka indistri olahraga dapat menembus di berbagai segmen pasar. Industri

olahraga didefinisikan oleh Pitts, Fielding dan Millere sebagai “semua produksi barang, jasa, tempat, orang-orang dan pemikiran yang ditawarkan kepada pelanggan, yang berkaitan dengan olahraga (Pitts, Fielding and Miller, 1994). Olahraga tidak hanya bisnis besar saja, olahraga adalah salah satu dari industry yang tercepat tumbuh kembangnya di Amerika, dan ada yang jalin menjalin dengan setiap aspek ekonomi dari media dan pakaian samapi pada makanan dan periklanan, olahraga ada dimana mana, dibarengi dengan suatu bunyi dering mesin kasir uang yang tak putus putusnya (Onzanian, 19995).

2.1.3 Sport Tourism

Alasan utama negara maju seperti menggelar event kelas dunia cuma satu: Ingin membranding negara sekaligus menggaet sebanyak mungkin turis global, itulah sport tourism anak kandung sport industry (Abdulgani, Sport Marketing; Indonesia Market and Beyond, 2018). Industri olahraga tidak lagi proses bisnis olahraga yang menyejahterakan para stakeholders (aspek ekonomi) dan membangkitkan kebanggaan dan memperkuat ras nasionalisme (nation character building), lebih dari itu. Industri olahraga kini menjadi instrument efektif untuk branding sekaligus mengakselerasi pembangunan sebuah daerah dan negara melalui fenomena yang disebut sport tourism. Sport tourism merupakan gabungan antara olahraga dan wisata, melalui olahraga atlet, pebisnis dan penonton bisa berkunjung ke daerah atau negara penyelenggara event olahraga sebagai turis (Abdulgani, Sport Marketing; Indonesia Market and Beyond, 2018). Asian Games di Jakarta dan Palembang misalnya, mampu menyedot ratusan ribu turis lokal dan mancanegara. Olahraga kini memiliki potensi luar biasa dari aspek pariwisata maupun branding destinasi wisata (branding daerah) dan nation branding (branding

negara). Sport tourism adalah salah satu jembatan emas untuk mengangkat brand Indonesia ke tingkat global (global brand) sekaligus menarik turis mancanegara lebih besar lagi. Menggelar event akbar Asian Games dan Ganefo pada tahun 1964 adalah salah satu contoh sejarah. Bahwa di era masih serba terbatas Presiden RI pertama, sudah berani membranding Indonesia lewat dua event olahraga kelas dunia. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) melalui siaran pers menyatakan. Ada pula dampak *second round effect* yang terjadi karena adanya efek pengganda terhadap perekonomian sehingga dapat menyebabkan penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi dan penambahan pendapatan masyarakat. Total dampak dari Asian Games 2018 berkontribusi langsung terhadap produk domestik bruto (PDB) negara dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan berlangsungnya Asian Games 2018, Indonesia mendapat nilai tambah sarana dan prasarana seperti pembenahan infrastruktur umum, fasilitas olahraga baru, serta pembenahan serta penataan kota. Nilai ekonomi seperti peningkatan pariwisata, peningkatan kesempatan kerja peningkatan kesempatan usaha, promosi kota penyelenggaraan dan penciptaan nilai tambah ekonomi juga di raih negara. (Kementerian PPN/Bappenas, 2018). Meski demikian Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) juga memberikan sejumlah syarat yang perlu dipenuhi agar dampak ekonomi bisa diperoleh lebih optimal. Pertama, terkait peningkatan utilisasi aset acara-acara. Besarnya investasi yang dikeluarkan pemerintah dalam pembangunan sarana olahraga bisa saja berdampak negative. Dampak negatif terjadi manakala pemanfaatan aset paska acara kurang optimal dan tidak sebanding dengan investasi

yang dikeluarkan maupun biaya perawatan yang perlu ditanggung. Destinasi wisata dan paket wisata yang lebih masif agar dampak ekonomi penyelenggaraan event dapat lebih optimal (Rosadi, 2018)



Gambar 2.1 : Media Keuangan 2018

2.1.3.1 Dampak Ekonomi Langsung

Menurut Bambang Brodjonegoro Dampak Ekonomi dibagi menjadi dua dampak ekonomi langsung dan dampak ekonomi tidak langsung, dampak langsung itu benar-benar *spending* yang langsung keluar terkait dengan gamenya sendiri. (Suliasuti, 2018). Dampak ekonomi langsung dilihat dari Asian Games 2018 mencerminkan nilai pasar (market value) event tersebut. hasilnya, dampak ekonomi langsung Asian Games mencapai Rp. 40,6 triliun. Angka ini diperoleh dari nilai Investasi konstruksi Infrastruktur sebesar Rp. 29,1 triliun. Investasi ini mencakup pembangunan venue, membangun wisma atlet, membangun jalan akses para atlet di Jakarta maupun di Palembang.

Table 2 Dampak Ekonomi Langsung Asian Games 2018 (Rp)

	Item Dampak	Jakarta	Palembang	Jawa Barat	Total
1	Investasi Konstruksi (2015-2018)	13,6 triliun	15,4 triliun	73,7 triliun	29,1 triliun
2	Operasional Penyelenggaraan (2015 - 2018)	5,7 triliun	2,1 triliun	9,7 miliar	7,8 triliun
3	Pengeluaran Wisman dan Wisnus (2018)	2,8 triliun	497 miliar	350 miliar	3,7 triliun
	Total Dampak Langsung	22,1 triliun	18 triliun	433,4 triliun	40,6 triliun

Sumber : Sport Marketing: Indonesia Market and Beyond (Asian Games, Piala Presiden dan Sport Tourism)

Dampak ekonomi langsung ini juga berasal dari dana yang dikeluarkan para pengunjung atau wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

2.1.3.2 Dampak Ekonomi Tidak Langsung

Menurut Bambang Brodjonegoro dampak ekonomi tidak langsung ada tiga, pertama ada output multipliernya yaitu ada tambahan kegiatan ekonominya karena adanya event, kedua ada income multipliernya yaitu tambahan pendapatan masyarakatnya karena adanya event, ketiga employment multiplier yaitu tambahan pekerjaan karena adanya event (Sulastuti, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Table 3 Penelitian terdahulu

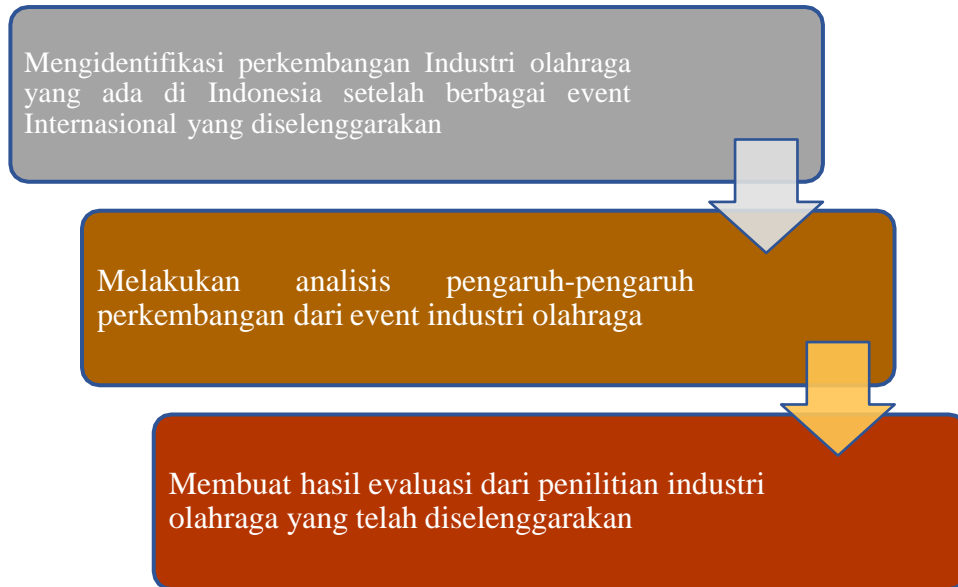
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Bambang Priyono	Pengembangan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengolahan Kegiatan Olahraga	Pertumbuhan kegiatan olahraga menjadi dasar pendirian usaha pariwisata, rekreasi dan olahraga sebagai bagian integral yang utama dari pengembangan pariwisata dan strategi pemasaran
Maya Kurnia; Agung Mahendra	Peluang Industri Olahraga Di Indonesia	Perkembangan Industri Olahraga harus disokong kuat dalam permodalan dan pemodal bukan hanya materi tapi dari pemerintah sebagai regulator harus terus melakukan kebijakan agar dapat bersaing.

<p>Sugito; Muhammad Akbar Husein Allsabah</p>	<p>Peluang Pengembangan Industri Keolahragaan dalam Meningkatkan Potensi dan Perekonomian Indonesia</p>	<p>Industri Keolahragaan merupakan bentuk dari produk, jasa, barang, kegiatan yang bergerak olahraga yang dapat mendukung perekonomian negara menjadi daya Tarik baru untuk dikembangkan</p>
<p>Agus Kristiyanto</p>	<p>Industri Olahraga, Kemiskinan, dan Pengangguran</p>	<p>Industri olahraga merupakan upaya kolektif dari berbagai pihak untuk mengembangkan perilaku ekonomi antara produsen dan konsumen dengan dijematani oleh bentuk bentuk produksi barang atau jasa olahraga. Perilaku ekonomi tersebut yang mampu berupaya pengentasan</p>

		kemiskinan dan pengangguran.
Yustinus Sukarmin	Asian Games dan Industri Olahraga	Sejatinya Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam industry olahraga, namun belum menunjukkan hasil yang optimal. Dengan kata lain, industry olahraga belum memberikan hasil seperti yang diamanatkan dalam UU No. 3 Thn 2005 tentang SKN. Hal ini umumnya disebabkan rendahnya SDM yang pada akhirnya akan mempengaruhi rendahnya kualitas produk.

2.3 Tahapan Alur Penelitian

Table 4 Alur Penelitian



2.4 Kerangka Konseptual

Table 5 Kerangka konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan penelitian Kuantitatif positivistic (beranjak dari kenyataan empiris, atau fakta variable terukur) yang berisi tentang variable yang berhubungan dengan industry olahraga parawisata yang mempengaruhi ekonomi Indonesia. Data yang digunakan adalah data Kuantitatif yang diukur dengan skala angka atau numerik, dimana data rasio yang diukur dengan suatu proporsi. Data yang akan diteliti adalah data Sekunder yang bersumber dari website Badan Pusat Statistik (BPS) dan berbagai website jurnal ilmiah lainnya.

3.2 Definisi Operasional`

Definisi operasional guna untuk menentukan dan penjelasan variable yang akan digunakan dalam penelitian ini, serta penarikan batasan yang menjelaskan ciri ciri spesifik yang lebih substantive dari konsep. Bertujuan untuk mencapai suatau alat ukur yang sesuai dengan hakikat variable yang sudah didefinisikan konsepnya.

Untuk mengukur variable penelitian ini menggunakan beberapa indicator indicator yang terdiri dari

Table 6 Indicator

No	Variable	Definisi Operasional	Sumebr Data
.			

1	PDB Pariwisata	Dampak dari suatu event yang mempengaruhi pendapatan daerah maupun pendapatan negara yang sedang menyelenggarakan event olahraga tertentu	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) https://www.kemenparekraf.go.id/post
2	Kedatangan Wisman	Jumlah banyaknya kedatangan wistawan mancanegara yang berkunjung	Badan Pusat Statistik (BPS) https://www.bps.go.id/publication
3	Wisatawan Asian Games	Jumlah pengunjung yang datang ke Indonesia sebagai penikmat Asian Games 2018	Siaran Kompas https://travel.kompas.com

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melihat data seluruh provinsi di Indonesia yang disediakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, (Kemenparekraf), Katadata, dan Kementerian PPN / Bappenas.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan selama 5 bulan dari Mei sampai September 2023.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Berdasarkan Bentuk : Data Kuantitatif
2. Berdasarkan Sumber Data : Data Sekunder

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengambilan data secara sekunder melalui website Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, (Kemenparekraf), Katadata, dan Kementerian PPN / Bappenas.

3.6 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah, isu atau problem yang akan dibahas, diteliti dan diselidiki dalam penelitian. sasaran untuk mendapatkan suatu data yang sesuai dengan pendapat objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi obyek penelitian,. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal hal lain jika dianggap perlu. Berdasarkan penelitian ini menyimpulkan objek penelitiannya adalah potensi perkembangan indudtri olahraga pariwisata untuk ekonomi.

3.7 Tahapan Penelitian

3.7.1 Metode Analisis Deskriptif

Metode Analisis deskriptif merupakan suatu metode analiis sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengnan menyajikan dalam bentuk table, grafik, maupun narasi dengan tujuan untuk memudahkan pembaca dalam menafsirkan hasil penelitian. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi industry olahraga terutama sport tourism dalam meningkatkan ekonomi Indonesia.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Perkembangan Industri Olahraga

Tren industry olahraga menunjukkan kenaikan positif, terlihat dari peningkatan jumlah event yang terlaksanakan di Indonesia dan partisipasi para stakeholder olahraga Indonesia.. Kesadaran untuk melihat bahwa sektor ini dapat berkontribusi untuk pertumbuhan ekonomi nampaknya harus terus dimunculkan. Selama ini, mindset kita di bidang olahraga adalah untuk meningkatkan prestasi para atlet nasional agar tidak kalah saing dengan negara negara lain, tanpa melihat olahraga sebagai industry yang menjanjikan. Pengembangan industry olahraga pariwisata di Indonesia menjadi perhatian cukup besar. Berbagai kebijakan telah dilakukan dalam rangka melakukan pembinaan terhadap industry olahraga. Pertumbuhan industry olahraga akan terus merangsang inovasi dalam perkembangan keolahragaan, mmemunculkan industry kreatif penyediaan sarana dan prasarana sehingga akan menumbuhkan daya saing baik di industry lokal maupun di pasar internasional atau memunculkan hubungan kerja sama antara industry olahraga pariwisata sehingga kerja sama tersebut diharapkan mampu menjadi suatu kebijakan dalam menciptakan daya saing ekonomi. Industrialisasi harus terus dikembangkan agar bisa tumbuh dengan cepat. Sebab dalam proses industrialisasi biasanya akan dibarengi dengan percepatan kemajuan teknologi, proses pelatihan sumber daya manusia, kebersihan ruang lingkup terbuka dan penigkatan produktivitas (dengan demikian juga upah riil dan pendapatan akan meningkat dibandingkan kalau hanya mengandalkan sektor pertanian saja). Banyak negara didunia berlomba-lomba ingin menjadi tuan rumah event olahraga kelas

dunia seperti Piala Dunia, Olimpiade, Balap Mobile F1, Balap MotoGP, dan lainnya. Padahal biaya untuk, menggelar event kelas dunia itu sangat mahal. Alasan utama mereka cuma satu: ingin membranding negara sekaligus menggaet sebanyak mungkin turis global. Setelah meraih sukses besar sebagai tuan rumah Asian Games dan Asian Paragames 2018, pemerintah kini membidik tuan rumah Olimpiade 2032. Indonesia mengajukan diri sebagai calon tuan rumah Olimpiade 2032 melalui Surat Presiden Republik Indonesia kepada Komite Olimpiade Internasional (IOC). Pemerintah meyakini nilai strategis Sport Tourism bagi branding negara maupun bagi kemajuan industry pariwisata nasional.

Kemajuan industry olahraga telah mengangkat fungsi dan peran olahraga ke level yang baru. Industry olahraga tidak lagi sekedar proses bisnis yang menyejahterakan para stakeholders (aspek ekonomi) dan membangkitkan kebanggaan dan memperkuat nasionalisme (nation character building) lebih dari itu, industry olahraga kini menjadi instrument efektif untuk branding sekaligus mengakselerasi pembangunan sebuah daerah dan negara.

4.1.1. Global Brand

Dalam beberapa tahun kebelakang pertumbuhan ekonomi Indonesia diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi dunia. Indonesia meraih ranking 16 terbesar didunia. Indonesia tercatat sebagai negara yang berhasil menjalankan demokrasi dengan baik. Dua hal ini menjadi sisi positifnya. Sisi negatifnya, korupsi masih terus menghantui, hukum belum berjalan dengan lancar dan berjalan dengan baik.

Gambaran diatas akan menjadikan modal besar untuk Indonesia prestasi khususnya di bidang ekonomi. Berita berita negative yang tertuju ke Indonesia,

misalnya bom teroris, gunung meletus, gempa bumi, kabut asap dan lainnya, berbahaya terhadap citra merek Indonesia di mata dunia sehingga devisa negara melalui turis menjadi tidak maksimal, para investor pun enggan untuk menanam modalnya di Indonesia. Soal kemiskinan dan ketimpangan yang tidak pernah terselesaikan. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, kemiskinan di Indonesia sudah menurun menjadi 9,82, gini ratio sebagai indikator kesenjangan juga turun menjadi 0,389. Penurunan cukup signifikan dibandingkan tahun 2014 yang mencapai 0,41. Aspek citra positif (image) adalah bagian yang penting dalam memacu pembangunan sebuah negara menuju kemakmuran, apalagi saat ini kita berada di era digital, era media tanpa batas. Apabila suatu negara mengandalkan pemasukan devisa, bukan dari hasil alamnya saja, maka citra positif menjadi prioritas.

Citra negara dalam hal ini “brand Indonesia” harus dikelola dengan baik. Ibarat perusahaan mengelola sebuah produk, apabila produknya jelek dan memiliki citra negatif maka konsumen enggan membeli produk tersebut. Citra merek (brand image) Indonesia secara global masih sangat lemah, kalau dibiarkan dan tidak dikelola dengan cerdas dan tepat, maka tujuan negara untuk mengurangi jurang masyarakat miskin tidak akan pernah terjadi. Sudah saatnya Indonesia mengelola brand image dengan baik agar menuju maju tidak terlalu lama prosesnya. Sport tourism adalah salah satu jembatan emas untuk mengangkat brand image Indonesia ke tingkat global (global brand) sekaligus menarik turis mancanegara lebih besar lagi. Setelah berhasil branding Indonesia di event Asian Games 2018 lalu, Indonesia akan terus menggelar event internasional dan bertekad melangkah lebih jauh lagi setelah berhasil menjadi tuan rumah lomba balap kelas dunia, MotoGP 2021. Setiap

negara yang melaksanakan sport tourism disesuaikan dengan karakter masing masing daerah nya, keunikannya tidak hanya sebatas olahraga, namun juga dikaitkan dengan pariwisata dan culture masing masing negara tersebut. Indonesia memiliki beberapa sport tourism yang sangat potensial. Namun olahraga yang dilaksanakan harus spesifik digabungkan dengan destinasi pariwisata yang akan diekslore dan massa dari olahraga tersebut juga harus banyak untuk menarik minat wisatawan. Dukungan Pemerintah pusat dan daerah bersifat mutlak jika ingin event sport tourism ini menjadi instrument efektif untuk membranding negara dan antusiasme turis dunia. Kalau berbicara event olahraga membranding negara berarti kita berbicara sport tourism. Baik event olahraga kelas dunia seperti SEA Games, Asian Games, Olimpiade, Piala Dunia FIFA ataupun single event populer seperti F1, MotoGP, kejuaraan dunia atletik atau kejuaraan dunia grandslam. Semua event itu yang memiliki jangkuan luas baik dari dampak langsung (direct impact) ataupun dampak tidak langsung (indirect impact).

4.1.2. World Class Event

Beberapa negara yang berhasil meraih jumlah turis yangn besar, seperti Uni Emirat Arab (UEA) dan negara tetangga Malaysia. Negara tersebut berhasil menempatkan peran event olahraga menjadi prioritas pada saat mereka membangun *Nation Brand Image*. Kedua negara berhasil memperoleh lisensi untuk menggearl event sport kelas dunia, F1 dan MotoGP, melalui event olahraga yang memiliki goblal impact, merk negaranya menjadi positif dan terkenal. Secara otomatis jumlah turis dan investor akan datang ke negara tersebut karena menjadi bagus. Sebelum Malaysia menjadi tuan rumah MotoGP, turis yang datang ke Malaysia jauh ketinggalan dengan Thailand dan Indonesia. Dengan jumlah 25 juta turis yang

berkunjung pada tahun 2013, tertinggi di ASEAN, Malaysia sudah masuk Sembilan besar destinasi kunjungan turis dunia. Padahal kekayaan alam dan budaya Malaysia kalah jauh dibandingkan dengan Indonesia. Sadar dengan minim nya objek wisata yang dijual, Malaysia mencoba menutupi kelemahan tersebut dengan menggelar beberapa event kelas dunia. Hasilnya sangat positive terhadap merek negaranya, kalau pasar sudah percaya dengan merek negara yang positif tersebut, maka setiap produk made in negara tersebut akan mejandi positif. Malaysia misalnya, mengadakan event F1, negara tersebut harus mengeluarkan biaya untuk penyelenggaraan dengan dibantu perusahaan Petronas. Hasilnya, merek Malaysia dan merek Petronas tergerak menjadi merek dunia (global brand). Petronas dengan menggandeng BMW atau Marcedez, mengangkat merek Petronas secara otomatis yang mensejajarkan merek Petronas dengan merek oli terkenal lainnya.

Di Indonesia sudah ada beberapa sport tourism yang populer diselenggarakan di Indonesia dan terkenal di kancah internasional. Penariknya Alam Indonesia yang bervariasi dan menarik untuk ditelusuri mulai dari laut, sawah, sungai, hingga wilayah pegunungan perbedaannya olahraga yang diselenggarakan di Indonesia tak sepopuler yang terjadi di Malaysia. Dilansir dari swa.co.id, perkembangan sport tourism di Indonesia juga menjadi sektor pertumbuhan tercepat, yaitu 6% pertahun atau sekitar 600 miliar dollar AS pertahun. Ada beberapa sport tourism yang cukup populer.

1. Mandiri Jogja Marathon

Mandiri Jogja Marathon ini adalah salah satu event internasional tahunan yang sudah berjalan selama 3 tahun dan diselenggarakan di Jogaj Kawasan Candi Prambanan, event lari ini mayoritas lebih banyak diikuti oleh peserta dari luar Jogja

bahkan mencapai 80 persen peserta dari luar Jogja. Ada 12 ribu peserta, 131 peserta dari luar negeri. Jumlah peserta Mandiri Jogja Marathon ini meningkat setiap tahunnya. Mandiri Jogja Marathon mengangkat tema Culture, Sport and Tourism. Tema ini seiring dengan tujuan yaitu olahraga wisata. Event ini seperti mengangkat dan mempromosikan kekayaan budaya lokal yang dapat mengacu perkembangan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Olahraga ini merupakan salah satu aktivitas yang mendatangkan wisatawan karena olahraga ini masih menjadi tren yang banyak diminati masyarakat. Kepala Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Singih Raharjo mengatakan, masyarakat Yogyakarta sangat mendukung ajang lari Marathon ini karena dapat mendukung pengembangan pariwisata. Terlebih lomba ini melewati desa-desa, persawahan dan candi-candi yang dapat menjadi objek menarik yang dapat dikunjungi pelari. Intervensi pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta sangat mempengaruhi terhadap keberlangsungan dari event tahunan ini, sport tourism harus terus didukung

2. Tour de Singkarak

Balap sepeda jalan raya, Tour de Singkarak yang digelar oleh pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan Bersama kabupaten/kota sekitarnya kini sudah berjalan selama 11 tahun, bahkan pada tahun 2019 dua kabupaten Jambi ikut menjadi bagian dari event ini yaitu Sungai Penuh dan Kerinci. Dengan demikian memperluas eksploitasi dari event ini, tidak hanya Danau Singkarak tapi juga mengeksplorasi pariwisata Jambi yakni pegunungan Kerinci. Event ini tidak hanya berkembang dan berdampak pada pariwisata Sumatera Barat tetapi juga menjadi pionir Tour de yang ada di Indonesia, tren positif dari sport tourism yang terjadi di Singkarak berlanjut di Tour de Ijen Banyuwangi, Tour de Central Celebes, dan Tour

de Flores. Efek domino dari Tour de Singkarak ini mampu memberikan dampak ekonomi langsung dari event ini membuat peningkatan pada UMKM yang langsung dirasakan oleh rakyat sekitar. Usaha transportasi, perhotelan, rumah makan dan kerajinan pun turut mengalami peningkatan.

3. Sea Games 2011

Event Sea Games 2011 ini adalah salah satu momen Indonesia untuk membranding Indonesia. Event 4 tahun sekali ini diikuti peserta dari masing masing negara di Asia Tenggara. Banyak impact yang dihasilkan dari Sea Games 2011, mulai dari transaksi penjualan tiket, pemasukan dari sektor relawan, pendapatan nasional karena ada pemasukan dari pajak dan devisa negara, perbaikan infrastruktur sebagai sarana penunjang pertandingan, perhotelan, transportasi akomodasi dan UMKM yang juga turut berdampak positif dari event ini. Dari pelaksanaan Asian Games 2011 di Indonesia, mampu membranding Indonesia di mancanegara khususnya Asia Tenggara yang sangat berdampak positif untuk menariknya wisatawan dan investor datang ke Indonesia untuk menanamkan modalnya.

Dari sektor pendapatan perkapita atau bisa juga disebut pendapatan perorangan pasti ada hubungannya dengan event Sea Games 2011 ini. Pertama-tama meningkatnya pendapatan pekerja-pekerja dan relawan-relawan Sea Games, kemudian meningkatnya pendapatan warga sekitar tempat terselenggaranya Sea Games yaitu Jakarta Palembang melalui penjualan souvenir, hotel, akomodasi. Dengan demikian meningkatkan pendapat nasional Indonesia.

4.1.3. Momentum Asian Games 2018

Keputusan pemerintah untuk melanjutkan trend positif di Sea Games 2011 dengan mengajukan sebagai tuan rumah Asian Games 2018 merupakan buah kecerdasan dalam melihat peluang. Menjadi tuan rumah Sea Games dengan menjadi tuan rumah Asian Games tidak jauh beda hanya saja Asian Games memiliki dampak ekonomi yang jauh lebih besar karena keanggotaan peserta Asian games jauh lebih besar dari pada Sea Games 2011. Berjuang menjadi tuan rumah Asian Games sama dengan berjuang berbisnis karena penyelenggaraan sebagai tuan rumah Asian Games memiliki impact ekonomi sangat luar biasa besar, baik secara ekonomi langsung maupun ekonomi tidak langsung. Sebagai tuan rumah, Indonesia mempercantik diri untuk menyambut kedatangan para atlet dan wisatawan mancanegara di Asia, seperti infrastruktur pendukung fasilitas pendukung seperti Light Rail Transit (LRT) , wisma atlet, dan jalan serta persiapan promosi, kawasan olahraga diperbarui, stadion dipercantik baik di Jakarta maupun Palembang.

Total biaya yang dikeluarkan untuk mendukung penyelenggaraan Asian Games dan persiapan atlet sekitar Rp.7,5 triliun. Sedangkan untuk konstruksi sendiri sekitar Rp.27,4 triliun untuk Kota Jakarta dan Palembang, ini akan mengangkat secara langsung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Belum lagi dari pengeluaran wisatawan yang akan datang dan berkunjung ke Indonesia terkait event ini yang diperkirakan akan kedatangan tamu sebanyak 10 ribu atlet, 5 ribu official masing masing negara, 7 ribu media, 13 ribu sukarelawan serta 2 juta penonton. Event Asian Games ini memiliki dampak ekonomi yang dibagi menjadi tiga waktu yaitu sebelum event mulai, saat event mulai, dan setelah event mulai. Kegiatan ekonomi yang terjadi sebelum event dimulai adalah kegiatan promosi pariwisata,

belanja operasional dalam rangka persiapan Asian Games, serta belanja infrastruktur. Kegiatan ekonomi yang terjadi pada saat event dimuali yaitu belanja operasional yang masih terus berlanjut dan ditambah belanja yang dilakukan oleh para wisatawan pengunjung. Selanjutnya setelah event diharapkan terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Indonesia akibat promosi wisata yang terjadi karena adanya Asian Games.

Manfaat jangka panjang dari penyelenggaraan Asian Games 2018, pertama meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara dimasa mendatang. Wisatawan yang akan kembali datang ke Indonesia dengan mengajak keluarga atau teman-teman. Wisman yang berkunjung akan merekomendasikan Indonesia sebagai tempat wisata kepada teman, saudara dan kolega negaranya. Kedua, pemanfaatan sport venue untuk untuk kegiatan olahraga, baik nasional maupun internasional. Beberapa venue yangn sudah dibangun dengan standart internasional. Funfact, dari salah satu venue yang dibangun yang sangat membantu dimasa sekarang yaitu dibangunnya wisma atlet yang luas sehinggann bisa dipergunakan untuk karantina dan perawatan pasien yang terpapar akibat maraknya COVID-19 di Indonesia. Ketiga, meningkatnya brand Indonesia sebagai penyelenggara event olahraga karena telah sukses dan berhasil melaksanakan Asian Games 2108. Keempat, disamping venue, ada pembangunan infrastruktur pendukung seperti transportasi yang akan terus dinikmati oleh masyarakat. Infrastruktur seperti ini bisa katakan sebagai hadiah dari Asian Games 2018 bagi masyarakat. Pembangunan LRT di Kota Palembang misalnya, menjadi fasilitas public yang sangat bermanfaat bagi masyarakat umum. LRT Palembang bermanfaat untuk mempersingkat waktu tempuh Jakabaring ke Bandara. Dengan mobil 63 menit menjadi hanya 49 menit

atau setara dengan 5,8 peningkatan kesejahteraan masyarakat, belum lagi manfaat lain seperti pengurangan polusi, macet dan kecelakaan lalu lintas.

4.1.4. Industri Olahraga karena Pandemi

Dimasa pandemic COVID-19 membuat sektor industry pariwisata memberikan dampak negative dan sunyi, setidaknya menjangkiti 185 negara. Aktivitas hiburan hampir mati tidak adanya konser music, film dan kegiatan olahraga. Aktivitasan miliaran oaring ini terpusat dari rumah. Namun Ekonomi kreatif menjadi sangat penting saat ini, digitalisasi sebagai bentuk penerapan revolusi industry 4.0 pada akhirnya pelan-pelan teraplikasikan tanpa terkecuali, termasuk industry olahraga yang berkembang pesatnya melalui olahraga elektronik atau familiar di telinga dengan sebutan e-sports. Peran e-sports juga semakin signifikan dan diperhitungkan di tanah air, apalagi baru saja e-sport diresmikan Pemerintah sebagai salah satu olahraga berprestasi setelah di Asian Games 2018 kemarin masuk kedalam cabang olahraga yang dipertandingkan untuk perebutan medali.

Organisasi Kesehatan dunia PBB atau World Health Organization (WHO) menganjurkan bermain gim selama penerapan physical distancing atau berjaga jarak secara fisik demi menghindari penyebaran COVID-19. Event e-sports dapat terus berlangsung dimasa pandemic karena tidak hanya dilaksanakan secara offline tapi juga bisa online hanya dari game house masing-masing. Indonesia menjadi salah satu negara di Asia Tenggara yang pertumbuhan industry gim dan e-sports terbesar. Tahun lalu Indonesia menempati posisi ke-17 dari 100 negara dengan jumlah pendapatan terbesar dari industry video gim. Total pendapatan dari transaksi

gim di Indonesia senilai US\$1 miliar atau sekitar Rp. 14 triliun. Penghasilan dari e-sports yang cukup menggiurkan dan juga memiliki impact yang cukup besar terhadap perekonomian dapat dirasakan oleh Indonesia karena menjadi salah satu market place terbesar setelah China dan India. Tetapi Indonesia belum maksimal perkembangan esports saat ini Indonesia hanya menjadi market place bukan player place, ini sangat berbahaya terhadap neraca perdagangan Indonesia karena setiap game yang dimainkan bisa menjadi pendapatan yang besar bagi publisher dari game tersebut.

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Perkembangan Industri Olahraga di Indonesia

Saat ini menjadi momentum bagi Industri Olahraga di Indonesia berkembang dan menjadi salah satu industry yang diutamakan untuk meningkatkan potensi ekonomi di Indonesia. Industry olahraga di Indonesia sangat menjanjikan untuk terus maju dan memberikan impact yang besar terhadap negara dan menjadikan industry olahraga adalah salah satu industry yang berpengaruh terhadap penghasilan devisa negara. Industry olahraga sendiri memiliki peminat yang fanatik, dari berbagai event terlaksana di Indonesia sangat membantu dalam peningkatan ekonomi baik dampak langsung maupun dampak tidak langsung dari berbagai event yang dilaksanakan di Indonesia. Event yang dilaksanakan di Indonesia menjadi momentum besar untuk Indonesia membranding negara dan memajukan ekonomi di Indonesia dengan mempromosikan kekayaan alam Indonesia. Jika olahraga sebagai event dapat dijalankan di berbagai jenis event olahraga dari mulai olahraga tradisional, olahraga ekstrem dan olahraga elektronik

atau bisa disebut esports. Untuk mendukung kemajuan Industri olahraga harus didukung semua kalangan tidak hanya stakeholders olahraga tapi juga masyarakat dan pemerintah yang memberikan regulasi. Dari berbagai event yang sudah dijalankan membuktikan sangat berpengaruh terhadap devisa negara apa;agi devisa sektor pariwisata Indonesia, dimana event yang dilaksanakan di Indonesia adalah berbentuk sport tourism dalam branding city khusus daerah-daerah yang menjadi pelaksana dari event tersebut



Gambar 4.1 : Infografik Perkembangan Devisa Sektor Pariwisata Indonesia.

Dikutip dari Kementria Pariwisata Indonesia

Menurut data infografik diatas yang dikutip dari Kementerian Pariwisata Indonesia menunjukkan peningkatan dalam pencapaian nilai devisa sektor pariwisata

negara Indonesia dari tahun 2013-2017 dengan adanya event sport tourism yang dilaksanakan di Indonesia, dari tahun 2013 pencapaian nilai devisa sektor pariwisata sebesar US\$ 10,05 miliar, bertambah di tahun 2014 dengan nilai devisa US\$ 11,17 miliar, pada tahun 2015 devisa pariwisata melebihi yang ditargetkan oleh pemerintah yaitu sebesar US\$ 12,23 miliar, di tahun 2016 terus meningkat dengan target US\$ 12,50 miliar dan devisa pariwisata yang tercapai senilai US\$ 13,57 miliar dan dimulai dari tahun 2017 yang menargetkan sebesar US\$ 17,05 miliar mengalami penurunan dari target pemerintah namun mengalami peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya yang mencapai nilai devisa sebesar US\$ 16,8 miliar.

Penyelegaraan event dengan dampak city branding yang tepat untuk explore daerah wisata di Indonesia adalah Langkah utama dari pemerintah sebagai pondasi daya tarik wisata yang diharapkan menjadi pintu masuk bagi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara. Dengan adanya event sebagai media promosi daerah wisata mempermudah untuk menunjang pembangunan infrastruktur penunjang datangnya wisatawan dengan dana anggaran untuk memperbaiki sarana yang akan menjadi penarik kedatangan wisatawan, dan secara bertahap pemerintah dan juga masyarakat harus bahu-membahu untuk mendukung peningkatan wisatawan



Gambar 4.2 : Grafik Kunjungan Wisman.

Dikutip dari Badan Pusat Statistik

Di tahun 2018 peningkatan pengunjung mancanegara yang datang ke Indonesia juga meningkat dari tahun 2017 dinilai dari satuan pengunjung wisatawan dilihat grafik gambar di atas secara perbulan. Dimana pada awal tahun 2018 mengalami peningkatan wisatawan sejak bulan februari sebanyak 1.197,503 wisatawan yang datang pada bulan maret menunjukkan kedatangan wisatawan mancanegara sebanyak 1.363.426 wisatawan mancanegara dan peningkatan signifikan pada bulan Agustus sebanyak 1.547.231 wisatawan mancanegara dan pada bulan September sebanyak 1.511.021 wisatawan mancanegara. Kenaikan wisatawan pada bulan agustus dan september tidak terlepas dari adanya event Asian Games 2018 yang dilaksanakan pada bulan agustus hingga september. Data ini menunjukkan impact dari adanya event sebagai media untuk meningkatkan devisa negara melalui wisatawan berkunjung karena adanya event yang dilaksanakan.

4.2.2 Dampak Ekonomi Langsung Asian Games 2018

	Item Dampak	Jakarta	Palembang	Jawa Barat	Total
1	Investasi Konstruksi (2015-2018)	13,6 Triliun	15,4 Triliun	73,7 Miliar	29,1 Miliar
2	Operasional Penyelenggaraan (2015-2018)	5,7 Triliun	2,1 Triliun	9,7 Miliar	7,8 Miliar
3	Pengeluaran Wisman dan Wisnus (2018)	2,8 Triliun	497 Miliar	350 Miliar	3,7 Miliar
Total Dampak Langsung		22,1 Triliun	18 Triliun	433,3 Miliar	40,6 Miliar

Sumber : Bappeda DKI Jakarta, BPS Sumatra Selatan, Survei Bappenas

Dampak ekonomi Asian Games baik secara langsung maupun tidak langsung. Kalau dampak ekonomi langsung ini mencerminkan nilai pasar (market value) dari Asian Games 2018. Hasilnya, dampak ekonomi langsung Asian Games 2018 mencapai Rp. 40,6 triliun. Angka ini diperoleh dari nilai investasi konstruksi infrastruktur sebesar Rp. 29,1 triliun. Investasi ini mencakup pembangunan venue, secara keseluruhan, ada 76 venue atau fasilitas olahraga dan 14 non-venue yang disiapkan. Venue nantinya akan digunakan sebagai tempat pertandingan kompetisi dan Latihan atlet yang bertanding, Adapun non-venue adalah berupa wisma atlet. Disamping itu, investasi dalam membangun infrastruktur jalan untuk memperlancar akses paraga atlet dan pengunjung menuju venue baik di Jakarta maupun di Palembang.

Komponen lain adalah biaya penyelenggaraan, mulai dari persiapan sejak tahun 2015 sampai pelaksanaan event tahun 2018. Total anggaran yang digelontorkan untuk biaya penyelenggaraan mencapai Rp 7,8 triliun. Biaya

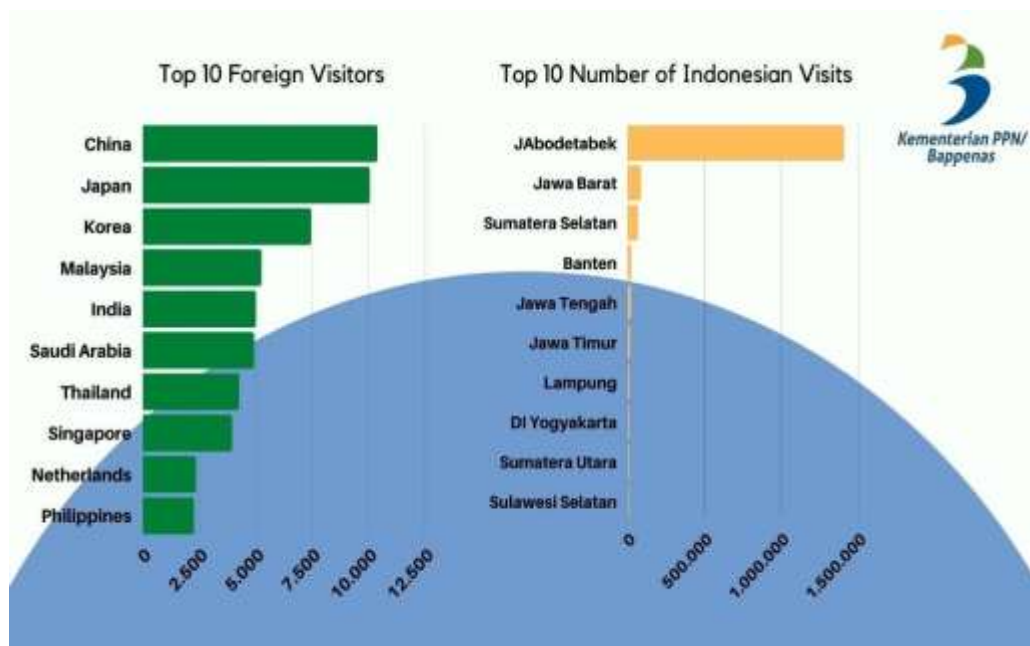
penyekenggaraan paling besar dialokasikan untuk kegiatan di Jakarta. Karena Sebagian penyelenggaraan event dilaksanakan di Jakarta, termasuk acara pembukaan dan penutupan event.

Pengeluaran	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Total
Hotel	158.30	521.10	679.40
Makanan dan Minuman	406.60	285.40	692.00
Toiletries	7.60	10.00	17.60
Souvenir	913.50	655.40	1.568.90
Transportasi	187.20	104.50	291.70
Komunikasi	44.30	11.10	55.40
Wisata/Rekreasi/Hiburan	39.40	279.40	318.80
Alat Elektronik	0.20	13.60	13.80
Perlengkapan Olahraga	1.50	9.40	10.90
Total Pengeluaran Wisatawan	1,758.60	1,889.90	3,648.50

Sumber : Survei Bappenas dan LPEM FEB UI (2018)

Gambar 4.4 : Total Pengeluaran Pengunjung Asian Games 2018
(Rp Miliar)

Dampak ekonomi langsung juga berasal dari dana yang dikeluarkan para pengunjung atau wisatawan, baik wisatawan yang berasal dari Indonesia (wisatawan nusantara) ataupun wisatawan yang bukan berasal dari Indonesia (wisatawan mancanegara). Total pengeluaran wisatawan ini tercatat sekitar Rp. 3,7 triliun. Pengeluaran antara wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara hamper berimbang. Total pengeluaran wisnus yang berjumlah sekitar Rp. 1,7 triliun dan pengeluaran wisatawan mancanegara mencapai Rp. 1,9 triliun.



Gambar 4.5 Profil Pengunjung Asian Games 2018 Berdasarkan Asal

Rata-rata waktu menginap wisatawan mancanegara lebih lama (13 hari) ketimbang wisatawan nusantara dari luar kota yang mencapai 3 hari. Wisatawan mancanegara yang paling banyak dari China, Jepang dan Korea. Sedangkan lama waktunya wisatawan nusantara yang berkunjung dan menginap didominasi dari Jabodetabek. Karena, wisatawan nusantara rata-rata tinggal lebih pendek membuat kunjungan wisatawan nusantara ke venue lebih kecil hanya 1-2 kali, sedangkan lamanya wisatawan mancanegara tinggal lebih lama membuat kunjungan wisatawan mancanegara ke venue lebih besar 3-4 kali.

4.2.3 Dampak Ekonomi Tidak Langsung Asian Games 2018

Asian Games 2018 diperkirakan akan memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun yang sama yaitu tahun penyelenggaraan

pada 2018. Dan nyatanya pada tahun 2018 pertumbuhan ekonomi nasional pada angka 5,17% terus meningkat sejak 2015.

Penyelenggaraan Asian Games juga berdampak pada penciptaan nilai tambah keuntungan ekonomi riil bagi Indonesia. Secara umum, dampak ekonomi perwilayah paling tinggi dinikmati DKI Jakarta dan Sumatera Selatan. Penyelenggaraan event Asian Games di Jakarta dan Palembang mamouu mendongkrak ekonomi daerah penyelenggara, tepatnya Jakarta dan Palembang. Di Palembang mendongkrak ekonomi daerah diangka 6,57% dan ekonomi daerah Jakarta mencapai angka 6,23%.

	Indikator Dampak	DKI Jakarta	Sumatera Selatan	Jawa Barat – Banten
1	Pertumbuhan Ekonomi	Basleine : 6,0 % Asian Games : 6,23%	Basleine : 6,0 % Asian Games : 6,57%	Basleine : 5,780 % Asian Games : 5,781%
2	Penciptaan Nilai Tambah (keuntungan ekonomi riil)	2018 : Rp. 5,9 Triliun 2015-2019 : Rp. 14,7 Triliun	2018 : Rp. 2,5 Triliun 2015-2019 : Rp. 7,3 Triliun	2018 : Rp. 33,2 Miliar 2015-2019 : Rp. 87,8 Miliar
3	Efek Pengganda Terhadap Output Perekonomian 2015-2019	Rp. 28,2 Triliun	Rp. 28,2 Triliun	Rp. 28,2 Miliar

Sumber : Bappenas (2018)

Gambar 4.6 : Dampak Terhadap Ekonomi Per Wilayah

Asian Games menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan upah riil. Jumlah kesempatan kerja selama 2015-2018 dari persiapan dan penyelenggaraan Asian Games tercatat sebanyak 108.780 orang dan meningkat upah riil sebesar

0,03%. Secara regional, dampak Asian Games terhadap kesempatan kerja paling tinggi dinikmati DKI Jakarta.

	Sektor	DKI Jakarta	Sumatera Selatan	Jawa Barat - Banten
1	Rekreasi dan Hiburan	26,39%	30,52%	NA
2	Makanan dan Minuman	0,47%	0,48%	0,04%
3	Hotel	1,1%	1,45%	0,16%
4	Transportasi	0,49%	6,08%	0,01%

Sumber : Bappenas (2018)

Gambar 4.7 : Sektor yang Mengalami Peningkatan Output

Rekreasi dan hiburan merupakan sektor yang mengalami peningkatan output paling tinggi. Peningkatan output sektor transportasi di Sumatera Selatan terbilang tinggi terutama dengan adanya beberapa fasilitas transportasi yang dibangun khusus menyambut Asian Games seperti LRT sepanjang 23,4 kilometer dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II sampai Jakabaring Sport City (JSC). Ada juga bus air di sungai Musi dan dermaganya, ada juga pengadaan mobil hydrogen yang dijadikan sebagai kendaraan mobil operasional pada penyelenggaraan Asian Games 2018.

4.2.4 Dampak dan Perkembangan Digitalisasi Olahraga

Pesatnya perkembangan elektronik olahraga di Indonesia mengakibatkan banyak sektro yang terdampak, salah satunya sektor ekonomi yang sangat berpengaruh besar. Dengan adanya event esports di Indonesia membuat perkembangan esports semakin besar. Pendapatan Indonesia dari Esports mobile gaming tahun 2018

meencapai US\$ 1,1 miliar atau setara dengan lebih dari Rp. 15 Triliun meningkat 25% dari tahun 2017 dan Indonesia menjadi salah satu market place terbesar. Tahun 2018 Indonesia meraih peringkat 17 dunia dengan penghasilan dan populasi terbesar, dan nomor 5 di Asia setelah China, Korea, India, dan Thailand.



Gambar 4.8 : Potensi Bisnis Esports di Indonesia

Industri gim memeang menjadi salah satu sub sektor ekonomi kreatif yang mendapat prioritas Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Nilai Industri gim di Indonesia. Hasil dari katadata frekuensi bermain esports di Indoneisa cukup tinggi hingga 43,6% yang bermain esports setiap hari nya, 1-3 kali perminggu mencapai 18,8% dan 4-6 kali perminggu 17%.



Gambar 4.9 : Frekuensi Bermain Esports

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam hasil dan pembahasan dalam penelitian diatas dapat diambil beberapa poin kesimpulan dari keseluruhan perkembangan industry olahraga yang ada di Indonesia saat ini.

1. Industry olahraga di Indonesia terutama Sport Tourism mengalami peningkatan signifikan, kemajuannya sangat berdampak terhadap pendapatan dari pariwisata Indonesia kenaikan pengunjung wisatawan yang datang ke Indonesia terus meningkat karena adanya event sebagai promosi pariwisata Indonesia
2. Perkembangan Industri olahraga mampu mendorong peningkatan kualitas masyarakat karena adanya interaksi dengan wisatawan dari negara negara maju, perbedaan budaya antar negara yang membuat mindset masyarakat berubah.
3. Dengan terlaksananya event olahraga di Indonesia membuat perbaikan sarana infrastruktur di Indonesia semakin baik, terbukti dari pembangunan jalan tol dan LRT sebagai penunjang suksesnya event olahraga
4. Tidak hanya infrastruktur pendapatan dan kesempatan kerja pun bertambah dari awal perencanaan event Asian Games sampai terlaksananya event yaitu dari tahun 2015-2018
5. Peran penting pemerintah dalam kecerdasan yang cukup berani menjadi tuan rumah event besar se Asia menjadi momentum kebangkitan negara untuk maju.
6. Perkembangan olahraga di industry sekarang juga mengalami perubahan yang bisa dimainkan dengan teknologi

5.2 Saran

1. Indonesia yang memiliki potensi dan kekuatan besar di Sumber Daya Alam (SDA) sudah seharusnya menilik bahwa pariwisata dan keindahan alam dapat menjadi pemasok utama devisa negara dengan mempromosikan wisata ke kancan dunia dengan city branding melalui olahraga, tidak hanya pertambangan tetapi olahraga untuk pariwisata adalah salah satu sektor yang patut diutamakan.
2. Terkhusus Sumatera Utara harus lebih peka melihat peluang dari sektor industry olahraga karena Sumatera Utara yang memiliki keunikan dan keanekaragaman budaya dan alam yang menjadi salah satu daya Tarik wisatawan dengan budaya suku melayu dan batak serta keindahan alam danau terbesar se Asia Tenggara yaitu Danau Toba. Keadaan Danau Toba seharusnya bisa menjadikan olahraga yang menarik untuk mempromosikan keindahan alam nya yang memiliki dampak sangat besar terhadap pendapatan daerah terkhusus Sumatra Utara. Dengan adanya event Internasional maka Sumatera Utara bisa membangun infrastruktur untuk daerah dengan anggaran dana dari pusat.
3. Perkembangan esports di Indoneisa sebagai salah satu market place terbesar dapat berbahaya terhadap neraca perdagangan Indonesia. Kenapa? Karena dari hasil pembahasan dan penelitian diatas publisher game yang populer di Indonesia masih dikuasai oleh negara asing, dengan itu setiap kita bermain game dan membuka aplikasi game itu sudah menjadi pendapatan bagi perusahaan game tersebut belum lagi item-item yang harus dibeli untuk memperbaiki karakter dari game tersebut yang terbilang cukup mahal. Dengan keadaan tersebut Indonesia seharusnya bisa menciptakan game lokal yang dapat bersaing di Internasional sehingga Indomesia tidak hanya jadi market place tapi juga market player.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulgani, H., & Tohir, E. (2018). Industri Olahraga dan Sport Tourism. In Y. T. Tulis, & F. Nggao (Eds.), *Sport Marketing; Indonesia Market dan Beyond (Asian Games, Piala Dunia dan Sport Tourism)*. Jakarta: Alinea Utama.
- Annur, C. M. (2019, April 17). *Putaran Bisnis Esports Rp 9,8 Triliun, Peran Gim Lokal Masih Minim*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a51a6a6cbd/putaran-bisnis-esports-rp-98-triliun-peran-gim-lokal-masih-minim>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Perkembangan beberapa indikator utama sosial ekonomi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2019). *Kajian dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia*. Retrieved Juli 12, 2020, from Kemenparekraf: <https://www.kemenparekraf.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Kementrian PPN/Bapennas. (2018). *Meneropong Pasca Sebulan Asian Games 2018: Efek Pengganda terhadap Output Perekonomian 2015-2019 Tercatat Rp. 42,4 Triliun*. Retrieved from Kementrian PPN/Bapennas: <https://www.bapennas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/meneropong-pasca-sebulan-asian-games-2018-efek-pengganda-terhadap-output-perekonomian-2015-2019-tercatat-rp-424-triliun/>
- Kementrian PPN/Bapennas. (2018). *Memaksimalkan dampak Ekonomi Asian Games 2018 untuk Indonesia*. Retrieved from ementrian PPN/Bapennas: https://www.bapennas.go.id/files/7215/3309/5396/Siaran_Pers_-_Memaksimalkan_Dampak_Ekonomi_Asian_Games_2018_untuk_Indonesia.pdf
- Kristiyanto, A. (2008). Industri olahraga, kemiskinan dan olahraga : . *Universitas Sebelas Maret Surakarta* , 2(2), 2-16.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk: Bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurnia, M., & Mahendra, A. (2011). Peluang industri olahraga di Indonesia. *Universitas PGRI Palembang*, 1(1), 116-132.
- Mandiri Marathon. (2019). *Mandiri Jogja Maratho Gallery*. Retrieved from Mandiri Jogja Marathon: <https://mandirimarathon.com/id/gallery>
- Newzoo. (2019, December 20). *Insight into the Indonesian games market*. Retrieved Juni 13, 2020, from Newzoo: <https://newzoo.com/insights/infographics/insights-into-the-indonesian-games-market/>

- Nielsen Sports. (2019, January 23). *Esports Playbook for Brands*. Retrieved from Nielsen Sports: <https://niensensports.com/esports-playbook-for-brands/>
- Nugroho, S. (2019). *Industri olahraga*. Yogyakarta: UNY Press.
- Priyono, B. (2012). Pengembangan pembangunan industri keolahragaan berdasarkan pendekatan pengaturan manajemen pengelolaan kegiatan olahraga. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 2(2), 113-123.
- Rosadi, F. (2018). *Media Keuangan: Transparasi Informasi Kebijakan Fiskal*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/media/10214/media-keuangan-agustus-2018.pdf>
- Senja, A. M. (2018, 10 17). *Inilah wisman terbanyak yang datang ke Asian Games 2018*. Retrieved 6 20, 2020, from Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2018/10/17/140700927/inilah-wisman-terbanyak-yang-datang-ke-asian-games-2018>
- Sugito, & Allsabab, M. A. (2018). Peluang pengembangan industri keolahragaan dalam meningkatkan potensi olahraga dan perekonomian di Indonesia. *Procsiding Sniku*, 1(1), 60-69.
- Sulastuti, D. (2018). *Media Keuangan: Transparasi Informasi Kebijakan Fiskal*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/media/10214/media-keuangan-agustus-2018.pdf>
- Sulistiawati, R. (2012). Pengaruh investasi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja serta kesejahteraan masyarakat di Provinsi di Indonesia. *Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 13-26.