

Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2024

Industri Olahraga: Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru



Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga
Kementerian Pemuda dan Olahraga
Republik Indonesia

Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2024

Industri Olahraga: Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru

Penyusun Tim IPO Nasional
Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia

Dicetak oleh Asisten Deputi Olahraga Masyarakat
Deputi Pembudayaan Olahraga
Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia
Jl. Gerbang Pemuda No. 3 Senayan
Jakarta Pusat 10270

Tim Penyusun

Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2024

Pengarah	Menteri Pemuda dan Olahraga RI Ario Bimo Nandito Ariotedjo, SH
	Wakil Menteri Pemuda dan Olahraga RI Taufik Hidayat
Penanggung Jawab	Deputi Pembudayaan Olahraga Komjen Pol. Purn. Drs. Rudy Sufahriadi
Ketua	Asisten Deputi Olahraga Masyarakat Suyadi Pawiro
Tim Penulis	Prof. Toho Cholik Mutohir Prof. Ali Maksum Prof. Agus Kristiyanto Reesa Akbar, Ph. D
Editor	Prof. Ali Maksum
Sekretariat	Edward T. Panjaitan Ahmad Arsani Agus Lesmana Cut Sheila Nansiska Ridho Julia Agung Novita Noor Isnaeni

Kata Pengantar

Tiada kata yang paling indah kecuali ungkapan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang tiada terbatas sehingga laporan Indeks Pembangunan Olahraga (IPO) tahun 2024 ini dapat diselesaikan pada waktunya. Pergantian kepemimpinan nasional yang ditandai dengan pelantikan Presiden baru pada 20 Oktober 2024 membangkitkan harapan baru terkait dengan pembangunan olahraga.

Dalam pengambilan kebijakan, data merupakan modal yang amat penting. Tanpa data yang akurat, pengambilan keputusan berpotensi melahirkan kegagalan. Dalam kaitan tersebut, IPO merupakan modal sekaligus strategi mendasar bagi pengambilan kebijakan keolahragaan yang berbasis data. Laporan IPO 2024 merupakan tahun keempat pengukuran, mencakup 38 Provinsi, 246 Kabupaten/Kota, 588 Kecamatan, 668 Desa/Kelurahan, dan 20.010 responden serta melibatkan 2.561 personil pengumpul data. Tahun ini untuk pertama kalinya empat Provinsi baru hasil pemekaran, yakni Papua Selatan, Papua Tengah, Papua Pegunungan, dan Papua Barat Daya dikutsertakan dalam pengumpulan data secara mandiri. Terkait dengan pengumpulan data, ada beberapa perubahan yang mengarah pada pengayaan dan pendalaman substansi, terutama terkait dengan industri olahraga yang diangkat sebagai substansi tema laporan.

Sebagaimana tradisi yang telah dibangun dalam menyusun laporan IPO, selalu mengangkat tema yang menjadi isu sentral dalam kurun waktu tersebut. Hal ini dimaksudkan agar laporan IPO tidak sekadar memaparkan angka-angka dalam bentuk indeks, tetapi lebih jauh dari itu, memberikan makna dan perspektif dalam memahami pembangunan olahraga. Kali ini, tema yang diangkat adalah “Industri Olahraga Sebagai Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru”. Pemilihan tema ini bukan tanpa alasan. Secara global, angka pertumbuhan industri olahraga melebihi pertumbuhan GDP dunia. Di sejumlah negara maju, industri olahraga telah menjadi “game changer” bagi upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, termasuk di dalamnya tenaga kerja, guna meraih kesejahteraan. Karena itu, ada harapan besar bahwa olahraga menjadi alternatif sumber pertumbuhan ekonomi baru bagi Indonesia, terlebih terbitnya Perpres No. 187 Tahun 2024 menempatkan Pengembangan Industri Olahraga sebagai ke deputian baru yang mandiri.

Kami menyadari bahwa tidak semua pihak setuju dengan argumen dan kesimpulan yang dibangun dalam laporan ini. Namun, bagaimanapun, kami berharap laporan ini dapat memberikan kontribusi sekaligus memberikan perspektif yang konstruktif bagi pembangunan olahraga Indonesia ke depan. Akhirnya, kami tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak, terutama kepada Kemenko PMK, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Kesehatan, Bappenas, dan BPS yang telah mendukung program ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa meridhoi usaha kita semua.

Jakarta, 10 Desember 2024
Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga
Kementerian Pemuda dan Olahraga RI


Komjen Pol. Purn. Drs. Rudy Sufahriadi

Ringkasan Eksekutif

Industri Olahraga: Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru

Pada tataran global, industri olahraga telah muncul sebagai kontributor signifikan bagi pertumbuhan ekonomi, termasuk di dalamnya menarik investasi, memberikan nilai tambah pendapatan bruto, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan dampak kesehatan yang positif. Manfaat tersebut telah terbukti pada sejumlah negara yang tata kelola olahraganya sudah sedemikian maju. Nilai pasar industri olahraga diperkirakan mencapai \$599,9 miliar pada tahun 2025 dengan CAGR sebesar 8%. Angka tersebut melebihi pertumbuhan GDP dunia yang sebesar 3,2%. Itu sebabnya, sejumlah negara maju seperti Amerika, China, Inggris, dan Korea menjadikan industri olahraga sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru.

Terkait dengan industri olahraga di Indonesia, laporan ini menyatakan bahwa nilai agregat ekonomi olahraga tahun 2024 sebesar Rp39,45 triliun atau setara dengan 0,19% terhadap PDB. Ada peningkatan sebesar Rp2,17 triliun dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 37,28 triliun. Lima kontributor terbesar dalam industri olahraga secara berturut-turut adalah produk sepatu sebesar 41,75%, pakaian olahraga sebesar 28,61%, tiket pertandingan sebesar 25,96%, biaya perjalanan sebesar 20,59%, dan sewa tempat latihan sebesar 18,69%. Pilihan produk sepatu olahraga yang dibeli masyarakat, sebanyak 23,78% memilih Nike, sebanyak 17,63% memilih Adidas, dan sebanyak 12,67% memilih tanpa merk. Pada produk pakaian olahraga, sebanyak 18,57% memilih Nike, sebanyak 17,95% memilih tanpa merk, dan sebanyak 17,60% memilih Adidas.

Meski penetrasi pasar merk luar negeri begitu kuat, sejatinya sebagian besar masyarakat (92%) lebih menyukai produk dalam negeri dan hanya 8% yang menyukai produk luar negeri. Terkait dengan cara masyarakat membeli produk industri olahraga, sebanyak 55,9% dilakukan melalui mekanisme offline dan sebesar 44,1% dengan mekanisme online. Pemasaran umumnya menyoroti emosi yang menyangkut kegemaran dan fanatisme seseorang. Laporan ini menemukan fakta bahwa ada sebanyak 50,8% responden mengaku memiliki tim atau atlet favorit dan dari jumlah tersebut sebanyak 79,2% mengagumi tim/atlet dari dalam negeri dan sebanyak 20,8% yang mengagumi tim/atlet dari luar negeri. Tentu, hal tersebut merupakan potensi pasar. Seiring tumbuhnya platform digital, cara masyarakat menikmati acara olahraga juga mulai berubah. Laporan ini menyebutkan bahwa media yang digunakan masyarakat untuk menonton dan/atau menikmati acara olahraga, sebesar 44,23% menggunakan Televisi, Youtube sebesar 30,91%, Tik-Tok sebesar 11,93%, Instagram sebesar 5,64%, Facebook sebesar 3,4%, dan Twitter/X sebesar 0,3%.

Bagaimana dengan capaian pembangunan olahraga tahun 2024? Laporan ini menyatakan bahwa Indeks Pembangunan Olahraga tahun 2024 sebesar 0,334 dari skala 0-1. Capaian tersebut meningkat 0,007 poin dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yang sebesar 0,327. Peningkatan terjadi pada dimensi literasi fisik, ruang terbuka, partisipasi, kebugaran jasmani, perkembangan personal, dan kesehatan. Indeks partisipasi masyarakat dalam berolahraga pada tahun 2024 sebesar 0,263, meningkat 0,009 poin dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,254. Secara linier, peningkatan partisipasi masyarakat dalam berolahraga diikuti dengan peningkatan kebugaran jasmani. Indeks kebugaran jasmani masyarakat tahun 2024 sebesar 0,196, meningkat 0,017 poin dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,179. Indeks performa tahun 2024 sebesar 0,161, menurun

sebesar 0,011 dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,172. Penurunan indeks performa pada dasarnya mencerminkan kesenjangan yang semakin lebar antara provinsi yang satu dengan yang lain, terutama antara provinsi di pulau Jawa dan di luar Jawa. Masuknya empat provinsi baru di Papua pada pengukuran tahun ini secara mandiri, yang dari sisi performa masih tertinggal, pada akhirnya mempertinggi kesenjangan tersebut.

Secara umum, peningkatan Indeks Pembangunan Olahraga tahun 2024 patut disyukuri mengingat dalam dua tahun sebelumnya mengalami penurunan. Meski demikian, masih diperlukan upaya yang lebih serius, terencana, terarah, dan berkelanjutan dalam rangka mendapatkan peningkatan indeks yang lebih signifikan. Ada relasi positif yang cukup kuat antara dimensi literasi fisik, partisipasi, kebugaran jasmani, dan ukuran ekonomi olahraga. Upaya yang lebih fokus pada peningkatan literasi fisik dan partisipasi pada gilirannya akan menimbulkan efek kupu-kupu (*butterfly effect*) pada kebugaran jasmani dan dampak turunannya yang meliputi kesehatan dan perkembangan personal serta peningkatan pada ukuran ekonomi olahraga yang mencakup produk barang dan jasa olahraga. Kesenjangan performa yang semakin lebar antar provinsi bisa dijelaskan dari variabel ekonomi dan ketersediaan sumber daya manusia di wilayah tersebut. Itu sebabnya, perlu ada upaya yang lebih struktural dan sistematis untuk mengatasi masalah ini. Tidak terbatas pada aspek pembinaan olahraganya, tetapi, dan ini yang lebih penting, menatakelola ekonomi dan modal manusia pada wilayah yang tertinggal.

Ada harapan besar bahwa Indeks Pembangunan Olahraga dapat memberikan manfaat lebih, selain dapat mengungkap peta pembangunan olahraga secara nasional, juga dapat menggambarkan kondisi keolahragaan daerah dengan lebih detail. Karena itu, sebagai instrumen kebijakan, penyusunan Indeks Pembangunan Olahraga perlu diimplementasikan tidak saja di tingkat nasional, tetapi juga tingkat daerah (provinsi/kabupaten/kota) secara sinergis dan berkelanjutan. Dengan demikian provinsi dan kabupaten/kota dapat mengetahui perkembangan pembangunan olahraga dan sekaligus mengidentifikasi berbagai masalah atau kesenjangan yang terjadi untuk kemudian merumuskan intervensi kebijakan dan program yang sesuai kebutuhan.

Daftar Isi

Kata Pengantar	iv
Ringkasan Eksekutif	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Singkatan	xi
Bab I Industri Olahraga Sebagai Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru	1
A. Industri Olahraga dan Pertumbuhan Ekonomi.....	1
B. Ukuran Ekonomi Industri Olahraga di Indonesia.....	6
C. Jenis Industri Barang dan Jasa Olahraga.....	10
D. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga.....	16
Bab II Capaian Pembangunan Olahraga 2024	19
A. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024.....	19
Capaian Olahraga Pendidikan.....	22
Capaian Olahraga Masyarakat.....	25
Capaian Olahraga Prestasi.....	29
Keterlibatan Pemuda dalam Olahraga.....	33
B. Perbandingan Capaian Jawa dan Luar Jawa.....	36
C. Perbandingan Capaian Perkotaan dan Perdesaan.....	38
D. Perbandingan Capaian dari Perspektif Jender.....	40
Bab III Wisata Olahraga: Ekonomi Hijau yang Berkelanjutan	43
A. Konsep dan Implementasi Wisata Olahraga.....	43
B. Potensi Wisata Olahraga di Indonesia.....	47
C. Praktik Baik Wisata Olahraga di Beberapa Negara.....	50
D. Dampak Ekonomi Wisata Olahraga.....	52
Bab IV Pola Konsumsi Masyarakat dalam Industri Olahraga	56
A. Produk dalam dan luar negeri: Mana yang lebih disukai?.....	56
B. Cara masyarakat membeli produk.....	57
C. Kecintaan masyarakat pada tim atau atlet favorit.....	58
D. Media yang digunakan untuk menonton/mengikuti berita olahraga.....	61
Bab V Peta Jalan Industri Olahraga	63
A. Urgensi Peta Jalan.....	63
B. Kerangka Regulasi dan Arah Kebijakan.....	66

C. Tahapan Pembangunan.....	74
D. Kerangka Kelembagaan	82
Bab VI Kesimpulan dan Rekomendasi	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Rekomendasi	93
Daftar Pustaka.....	95
Lampiran.....	100
1. Metode Pengukuran Indeks Pembangunan Olahraga.....	100
2. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi.....	105
3. Indeks SDM Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi.....	106
4. Indeks Ruang Terbuka Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi	107
5. Indeks Literasi Fisik Tahun 2024 Menurut Provinsi.....	108
6. Indeks Partisipasi Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi.....	109
7. Indeks Kebugaran Jasmani Tahun 2024 Menurut Provinsi	110
8. Indeks Kesehatan Tahun 2024 Menurut Provinsi	111
9. Indeks Perkembangan Personal Tahun 2024 Menurut Provinsi	112
10. Indeks Performa Tahun 2024 Menurut Provinsi	113
11. Indeks Ekonomi Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi.....	114

Daftar Gambar

Gambar 1. 1. Ukuran Ekonomi Olahraga Berdasarkan Jenis Pendapatan	2
Gambar 1. 2. Ukuran Ekonomi Olahraga di Indonesia, 2021-2024.....	8
Gambar 1. 3. Lima Teratas Belanja Masyarakat dalam Industri Olahraga Tahun 2024.....	9
Gambar 1. 4. Jenis Barang Olahraga yang dibeli Masyarakat	11
Gambar 1. 5. Merk Sepatu yang Dibeli Masyarakat	11
Gambar 1. 6. Merk Pakaian yang Dibeli Masyarakat	12
Gambar 1. 7. Tren Pembelian Barang Industri Olahraga, 2021-2024.....	13
Gambar 1. 8. Jenis Jasa Olahraga yang dibayar Masyarakat	14
Gambar 1. 9. Tren Penggunaan Jasa Industri Olahraga, 2021-2024.....	15
Gambar 1. 10. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Menurut Pendidikan.....	16
Gambar 1. 11. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Menurut Pekerjaan.....	16
Gambar 1. 12. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Berdasarkan Pendapatan	17
Gambar 1. 13. Besaran Belanja Olahraga Berdasarkan Wilayah Perkotaan dan Perdesaan.....	17
Gambar 2. 1. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024.....	19
Gambar 2. 2. Perbandingan Indeks Dimensi IPO 2023 dan 2024.....	20
Gambar 2. 3. Tren Indeks Dimensi IPO Tahun 2021-2024	20
Gambar 2. 4. Tren Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2021-2024.....	21
Gambar 2. 5. Skor Literasi Fisik Anak Usia 10-15 Tahun Berdasarkan Jender	22
Gambar 2. 6. Tingkat Partisipasi Berolahraga Anak Menurut Jender	23
Gambar 2. 7. Tingkat Kebugaran Jasmani Anak Usia 10-15 Tahun.....	24
Gambar 2. 8. Indeks Literasi Fisik Masyarakat, 2021-2024	25
Gambar 2. 9. Indeks Partisipasi Berolahraga Masyarakat, 2021-2024.....	26
Gambar 2. 10. Kondisi Kebugaran Jasmani Masyarakat, Usia 10-60 Tahun	26
Gambar 2. 11. Perbandingan Indeks Masa Tubuh Berdasarkan Jender.....	27
Gambar 2. 12. Jumlah Pelaku Olahraga Menurut Jenis Olahraga	28
Gambar 2. 13. Capaian Olahraga Prestasi Berdasarkan Hasil PON 2024	31
Gambar 2. 14. Capaian Olahraga Prestasi Berdasarkan Hasil Peparnas 2024.....	32
Gambar 2. 15. Tingkat Partisipasi Pemuda dalam Berolahraga Tahun 2004	33
Gambar 2. 16. Tingkat Kebugaran Jasmani Pemuda Tahun 2024.....	34
Gambar 2. 17. Tingkat Kebugaran Jasmani Pemuda Menurut Jender Tahun 2024.....	34
Gambar 2. 18. Skor Kesehatan dan Perkembangan Personal Pemuda Menurut Jender	35
Gambar 2. 19. Tingkat Partisipasi Berolahraga Menurut Usia dan Jender	41
Gambar 2. 20. Tingkat Kebugaran Jasmani Usia 10-60 Tahun Menurut Jender	41
Gambar 3. 1. Wisata Olahraga yang Memadukan Destinasi dan Event	48
Gambar 4. 1. Pilihan Masyarakat dalam Membeli Produk Industri Olahraga	57
Gambar 4. 2. Cara Masyarakat Membeli Produk Industri Olahraga.....	58
Gambar 4. 3. Persentase Responden yang Memiliki Tim/Atlet Favorit	59
Gambar 4. 4. Asal Tim/Atlet yang Menjadi Favorit Masyarakat.....	59
Gambar 4. 5. Media yang diminati Masyarakat untuk Menikmati Event Olahraga	61
Gambar 5. 1. Opsi I Struktur Organisasi Deputi Pengembangan Industri Olahraga	86
Gambar 5. 2. Opsi II Struktur Organisasi Deputi Pengembangan Industri Olahraga	87

Daftar Tabel

Tabel 1. 1. Estimasi Uang Beredar Terkait Ekonomi Olahraga Tahun 2024.....	7
Tabel 2. 1. Data Deskriptif Indeks Dimensi antara Jawa dan Luar Jawa.....	36
Tabel 2. 2. Perbedaan Indeks Dimensi antara Jawa dan Luar Jawa.....	37
Tabel 2. 3. Data Deskriptif Indeks Dimensi antara Wilayah Perkotaan dan Perdesaan	39
Tabel 2. 4. Perbedaan Indeks Dimensi antara Wilayah Perkotaan dan Perdesaan.....	39
Tabel 5. 1. Analisis SWOT Industri Olahraga	72
Tabel 5. 2. Strategi dan Program Industri Olahraga.....	73

Daftar Singkatan

BPJS	: Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
BPS	: Badan Pusat Statistik
CAGR	: Compound Annual Growth Rate
Dispora	: Dinas Pemuda dan Olahraga
GDP	: Gross Domestic Product
Inpres	: Instruksi Presiden
IMT	: Indeks Masa Tubuh
IOC	: International Olympic Committee
IPO	: Indeks Pembangunan Olahraga
Kemendagri	: Kementerian Dalam Negeri
KONI	: Komite Olahraga Nasional Indonesia
KPI	: Key Performance Indicator
MDGs	: Millennium Development Goals
NCAA	: National Collegiate Athletic Association
OECD	: Organization for Economic Cooperation and Development
PDB	: Produk Domestik Bruto
PDRB	: Produk Domestik Regional Bruto
Peparnas	: Pekan Paralimpiade Nasional
Permenpora	: Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga
Perpres	: Peraturan Presiden
PON	: Pekan Olahraga Nasional
PPLP	: Pusat Pendidikan dan Latihan Pelajar
RPJMN	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
RPJPN	: Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional
SDGs	: Sustainable Development Goals
SDI	: Sport Development Index
UN	: United Nations
WHO	: World Health Organization
WTO	: World Tourism Organization

Bab I Industri Olahraga Sebagai Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru

A. Industri Olahraga dan Pertumbuhan Ekonomi

Secara sederhana, industri olahraga merupakan kegiatan ekonomi bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan jasa yang memberi nilai tambah atau manfaat ekonomi. Pada tataran global, industri olahraga telah muncul sebagai kontributor signifikan bagi pertumbuhan ekonomi, yang mendorong tumbuhnya lapangan pekerjaan dan menghasilkan pendapatan melalui berbagai saluran. Industri olahraga sudah lama eksis di wilayah Amerika dengan episentrum di Amerika Serikat dan Kanada, berkembang di Eropa dengan episentrum di Inggris, Jerman, dan Perancis, serta mulai tumbuh subur di Asia Pasifik dengan episentrum China, Jepang, dan Korea.

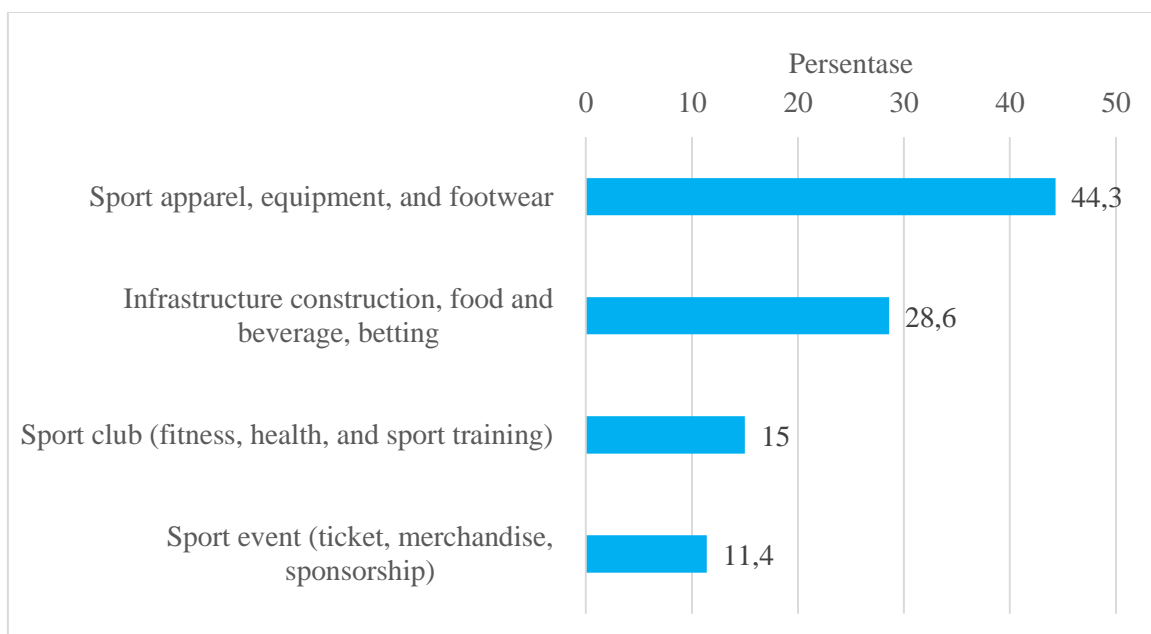
Aktivitas ekonomi dalam olahraga mencakup upaya menjaga kesehatan dan rehabilitasi, wisata olahraga, penjualan dan perdagangan produk olahraga, pembangunan dan pemeliharaan tempat olahraga, penyelenggaraan acara olahraga, serta pemasaran dan periklanan. Olahraga menciptakan berbagai peluang kerja dan bisnis, seperti insinyur dan pengembang, pelatih dan dokter olahraga, jurnalis dan komentator olahraga, pedagang eceran barang dan peralatan olahraga, dan sebagainya. Olahraga juga merupakan bagian dari industri rekreasi yang semakin penting dan oleh karenanya memiliki manfaat yang lebih luas seperti meningkatkan produktivitas, pengembangan individu dan masyarakat, serta mengurangi biaya kesehatan pada masyarakat. Selain itu, olahraga memiliki implikasi yang luas pada ekonomi global karena hubungannya yang erat dengan sektor lain termasuk pendidikan, real estate, dan pariwisata.

Secara global, industri olahraga diestimasi tumbuh dari \$388,28 miliar pada tahun 2020 menjadi \$440,77 miliar pada tahun 2021 dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (*CAGR - Compound Annual Growth Rate*) sebesar 13,5%. Pasar ini diperkirakan akan mencapai \$599,9 miliar pada tahun 2025 dengan *CAGR* sebesar 8% (Kumar & Bhalla, 2021). Angka tersebut melebihi pertumbuhan GDP (*Gross Domestic Bruto*) dunia sebesar 3,2% (IMF, 2024). Karena itu bisa dipahami jika sejumlah negara maju seperti Amerika, China, Inggris, dan Korea menjadikan industri olahraga sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru.

Berdasarkan aspek keterlibatan, industri olahraga tersegmentasi menjadi olahraga partisipatif dan olahraga tontonan. Pasar olahraga partisipatif yang menuntut keterlibatan langsung dari individu sebagai pelaku merupakan segmen terbesar dari pasar olahraga, mencakup hampir 72% dari total pendapatan pada tahun 2020 (Kumar & Bhalla, 2021). Olahraga partisipatif yang dimaksud dapat berupa *jogging* atau sekadar jalan kaki, aktivitas fisik di pusat kebugaran, bersepeda, berenang, senam

dengan segala variasinya, olahraga rekreasi seperti sepakbola, futsal, dan bolabasket untuk tujuan kesenangan, olahraga di alam terbuka seperti golf dan hiking, dan olahraga partisipatif lainnya. Pada olahraga jenis ini, pusat kebugaran dan rekreasi merupakan segmen terbesar dari pasar olahraga partisipatif, mencakup lebih dari 39% dari total pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh A.T. Kearney, sebuah lembaga konsultan manajemen Amerika yang memiliki kantor di lebih dari 40 negara, menemukan fakta bahwa pertumbuhan tahunan industri olahraga rata-rata mencapai 7 persen, lebih tinggi dari PDB sebagian besar negara (Kearney, 2014). Selain itu, industri olahraga menghasilkan sebanyak US\$700 miliar setiap tahunnya atau 1 persen dari PDB global. Kontribusi terbesar dari pengeluaran untuk barang industri olahraga seperti alas kaki, pakaian, dan peralatan.



Gambar 1. 1. Ukuran Ekonomi Olahraga Berdasarkan Jenis Pendapatan

Pada segmen olahraga penonton, di mana masyarakat menikmati suatu pertandingan olahraga, baik pertandingan yang sifatnya antar tim atau klub seperti sepakbola, bolabasket, dan bolavoli maupun yang sifatnya individual seperti bulutangkis, tenis, dan tinju. Dalam konteks ini, tontonan olahraga yang sifatnya tim dan klub merupakan segmen terbesar dari industri olahraga jenis ini, mencakup sekitar 75% dari total pendapatan pada tahun 2020. Sebagian besar pendapatan dari jenis olahraga ini berasal dari hak siar media televisi, sponsor, merchandise, dan tiket. Dalam kaitan ini, hak siar media merupakan segmen terbesar dari sumber pendapatan, mencakup sekitar 38% dari total pendapatan (Kumar & Bhalla, 2021).

Di sejumlah negara maju seperti Amerika, Inggris, dan China, industri olahraga telah terbukti sebagai katalisator bagi pengembangan ekonomi dan sosial. Misalnya, dalam hal menghubungkan masyarakat global, menarik investasi masuk, memberikan nilai tambah pendapatan bruto, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan hasil kesehatan yang positif. Di Amerika Serikat, misalnya, total pendapatan yang diproyeksikan dalam industri olahraga diperkirakan mencapai US\$0,93 miliar pada tahun 2022. Ke depan, pasar ini diperkirakan mengalami tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2022-2027) sebesar 10,46%, sehingga menghasilkan volume pasar yang diproyeksikan sebesar US\$1,55 miliar pada tahun 2027.

Pertanyaannya kemudian, mengapa industri olahraga tumbuh luarbiasa di Amerika Serikat? Harus diakui, olahraga di Amerika Serikat merupakan bagian penting dari budaya bangsa. Secara historis, olahraga nasional mereka adalah bisbol. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, American Football telah menjadi olahraga tontonan paling populer berdasarkan jumlah pemirsa siaran. Demikian juga bolabasket telah berkembang menjadi olahraga arus utama Amerika sejak tahun 1980-an, diikuti hoki es dan soccer. Jenis olahraga tersebut, yakni bisbol, American football, bolabasket, hockey es, dan soccer termasuk dalam "the big five" industri olahraga di Amerika. Perkembangan berikutnya, olahraga tinju dan football perguruan tinggi termasuk olahraga paling populer setelah bisbol. Selain itu, golf, tenis, dan bola basket perguruan tinggi adalah olahraga tontonan lain yang sudah lama populer. Tenis saat ini dianggap sebagai olahraga paling populer keenam di Amerika Serikat. Belakangan, bela diri campuran telah memecahkan rekor dalam jumlah penonton dan jumlah pemirsa siaran untuk semua olahraga bela diri.

Berdasarkan pendapatan, liga olahraga profesional utama di Amerika Serikat adalah National Football League (NFL), Major League Baseball (MLB), National Basketball Association (NBA), National Hockey League (NHL), dan Major League Soccer (MLS). Dengan pendapatan sebesar \$16 miliar (sekitar Rp256 triliun), NFL merupakan liga terbesar di dunia. Pasar untuk olahraga profesional di Amerika Serikat adalah sekitar \$69 miliar (sekitar Rp1.097 triliun), kira-kira 50% lebih besar dari gabungan seluruh Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Semua liga tersebut menikmati liputan media domestik yang luas, kecuali Major League Soccer, semuanya dianggap sebagai liga terkemuka dalam olahraga masing-masing di dunia. Meskipun American Football tidak memiliki pengikut yang substansial di negara lain, NFL memang memiliki rata-rata kehadiran tertinggi sebesar 67.254 penonton dari semua liga olahraga profesional di dunia. MLB memiliki rata-rata kehadiran tertinggi kedua dari semua liga olahraga di AS yakni sebesar 29.293 penonton diikuti oleh MLS, NBA, dan NHL.

Perlu juga dicatat bahwa pembinaan olahraga di Amerika relatif unik, berbeda dengan negara lain termasuk Indonesia. Sebagian besar sekolah menengah dan universitas di Amerika memiliki klub olahraga yang terorganisasi secara rapi. Kompetisi olahraga perguruan tinggi memainkan peran penting dalam budaya olahraga Amerika, dan bola basket serta football lebih populer daripada olahraga profesional di beberapa bagian negara tersebut. Badan utama untuk olahraga perguruan tinggi adalah National Collegiate Athletic Association (NCAA). Dari sisi ekonomi, Perguruan tinggi secara kolektif menerima miliaran dolar dari kesepakatan TV, sponsor, dan penjualan tiket. Pada tahun 2019, total pendapatan yang dihasilkan oleh departemen atletik NCAA mencapai \$18,9 miliar atau setara dengan Rp300 triliun.

Kedigdayaan olahraga Amerika memang tidak ada yang bisa menandingi. Dari 30 kali penyelenggaraan Olimpiade, mulai 1896-2024, Amerika menjadi juara umum sebanyak 19 kali. Sementara itu Uni Soviet sebanyak 6 kali, China, Perancis, Inggris, Jerman, dan Unified Team masing-masing 1 kali. Unikny lagi, meski prestasi olahraganya luarbiasa, Amerika tidak memiliki kementerian yang mengurus olahraga dan tidak ada anggaran negara yang dialokasikan untuk kegiatan olahraga, termasuk Komite Olimpiade & Paralimpiade Amerika Serikat, semuanya diserahkan kepada swasta. Pola inilah yang pada awal reformasi 1999 dipilih oleh Presiden Abdulrahman Wahid dengan membubarkan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Urusan olahraga sepenuhnya diserahkan kepada masyarakat, termasuk di dalamnya dunia usaha dan industri. Harapannya, olahraga di Indonesia bertumbuh-kembang sebagaimana olahraga di Amerika.

Bagaimana industri olahraga di Eropa? Olahraga merupakan sektor ekonomi penting di Uni Eropa dengan porsi dalam perekonomian nasional yang sebanding dengan gabungan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan. Selain itu, porsinya diperkirakan akan meningkat di masa mendatang. Olahraga merupakan industri yang relatif padat karya. Artinya, pertumbuhan yang diharapkan dalam industri olahraga kemungkinan akan menghasilkan lapangan kerja tambahan, dengan porsi olahraga terhadap total lapangan kerja lebih tinggi daripada porsi nilai tambahnya. Olahraga merupakan sektor ekonomi yang besar dan berkembang pesat yang telah menyumbang lebih dari 2% dari total PDB Eropa dan hampir 3% dari lapangan kerja di Uni Eropa. Mereka mempromosikan pembangunan ekonomi sektor olahraga, khususnya melalui pariwisata, kebugaran, media, dan pendidikan, yang merupakan empat aspek terpenting dari ekonomi olahraga.

Dari analisis sektor-sektor tertentu yang penting dalam meningkatkan ukuran industri olahraga, ada tiga sektor yang dominan, yakni (1) pariwisata, (2) kebugaran dan media, dan (3) pendidikan dan latihan. Pada sektor pariwisata, kontribusi substansial terhadap industri olahraga diberikan oleh sektor perhotelan dan restoran. Pada sektor kebugaran dan media, sebagian besar dikontribusikan oleh

kegiatan olahraga yang dilakukan oleh penyedia jasa olahraga seperti klub kebugaran. Terkait media, kekuatan sepak bola profesional di Inggris, di mana televisi berbayar untuk pertandingan sepak bola telah berkembang menjadi kegiatan ekonomi yang signifikan. Pada sektor pendidikan dan latihan, hampir semua negara di Eropa menempatkannya sebagai bagian penting dari keseluruhan ekonomi olahraga.

Jika dimanfaatkan secara efektif, olahraga dapat merangsang pariwisata, meningkatkan ekonomi pengunjung, dan menciptakan hubungan nyata dengan masyarakat di sekitar. Menurut UK Sport, acara olahraga besar yang diselenggarakan di Inggris pada tahun 2023 menghasilkan dampak ekonomi langsung sebesar £373 juta (sekitar Rp7,5 triliun), laba atas investasi 6:1. Dukungan masyarakat Inggris begitu luarbiasa, sebanyak 93% penduduk Inggris setuju bahwa acara olahraga besar meningkatkan profil kota-kota Inggris secara internasional.

Inggris menjadi tuan rumah bagi sekelompok klub, liga, dan acara olahraga besar yang terkenal di dunia, seperti Liga Premier dan Liga Sepak Bola Inggris (EFL). Daya tarik komersial dari aset-aset tersebut memiliki peluang unik untuk memberikan yang terbaik dari sebuah kota kepada wisatawan internasional dan domestik yang terus berkembang. Untuk setiap £1 yang dibelanjakan untuk olahraga dan aktivitas fisik, sebesar £4 dihasilkan untuk kesehatan dan kesejahteraan, yang memperkuat masyarakat dan ekonomi negara (Sport England, 2013). Olahraga juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Inggris. Statistik yang diterbitkan oleh Departemen Kebudayaan, Media, dan Olahraga memperkirakan bahwa sektor olahraga menyumbang £18,1 miliar (sekitar Rp365 triliun) bagi ekonomi pada tahun 2022—0,8% dari total aktivitas ekonomi—yang mendukung sekitar 550.000 pekerjaan. Dari tahun 2010 hingga 2022, sektor ini tumbuh sebesar 32,2%, melampaui laju pertumbuhan ekonomi secara lebih luas sebesar 21,5% (Weston, 2024).

Komisi Eropa merilis studi tentang dampak ekonomi olahraga melalui akun satelit olahraga (SSA – Sport Satellite Account). Studi tersebut bertujuan untuk menilai pentingnya sektor olahraga secara makroekonomi di UE, khususnya potensi pertumbuhan dan lapangan kerjanya. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa industri olahraga menyumbang 2,12% terhadap Produk Domestik Bruto di Uni Eropa (European Commission, 2012). Lebih jauh, pangsa lapangan kerja terkait olahraga berjumlah 2,72% dari total lapangan kerja, setara dengan 5.666.195 orang. Para peneliti juga menjelaskan bahwa olahraga merupakan kegiatan ekonomi yang padat karya. Karena itu, menghasilkan pangsa olahraga lebih besar dalam lapangan kerja daripada dalam PDB. Faktanya, peningkatan PDB sebesar 1% berjalan seiring dengan tambahan 1,35% lapangan kerja. Lebih jauh, berkenaan dengan PDB, statistik menunjukkan bahwa layanan pendidikan dan layanan olahraga (fasilitas olahraga, klub olahraga,

fasilitas kebugaran, dan layanan olahraga lainnya) merupakan dua kontributor utama PDB terkait olahraga, masing-masing sebesar 0,39% (€51.237 juta) dan 0,33% (€43.075 juta) dari PDB Uni Eropa.

Penelitian tentang industri olahraga di China juga menarik untuk dicermati. Penelitian tersebut berusaha mengeksplorasi output industri olahraga yang beraneka ragam, yang mencakup barang dan jasa terkait olahraga, media, pariwisata, dan periklanan. Studi tersebut mengungkap dampak transformatif olahraga terhadap ekonomi, yang melampaui batas budaya dan menyatukan orang-orang di seluruh dunia. Dengan menggunakan data deret waktu dari tahun 2000 hingga 2022 di China, penelitian tersebut menemukan fakta bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara output industri olahraga dan pertumbuhan ekonomi yang menunjukkan bahwa peningkatan TOSI (*Total Output of the Sport Industry*) sebesar 1% akan menghasilkan PDB China sebesar 0,78% (ChenChen Wu, 2024). Belanja konsumen untuk produk dan layanan terkait olahraga, ditambah dengan pengaruh platform digital dan media sosial, semakin memperkuat jejak ekonomi industri tersebut. Peran sektor olahraga sebagai katalisator penciptaan lapangan kerja di berbagai sektor juga diperiksa, di samping kapasitasnya untuk menarik investasi dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan melalui acara olahraga besar.

Seiring perkembangan teknologi, kecerdasan buatan (AI – Artificial Intelligent) akan merevolusi industri olahraga dengan memungkinkan personalisasi bagi penggemar dalam skala besar. Dari pembelian tiket hingga pengiriman makanan ringan saat jeda pertandingan, kemampuan yang digerakkan oleh AI dapat meningkatkan keterlibatan penggemar, meningkatkan loyalitas penggemar, dan mendongkrak pendapatan. Namun, organisasi harus merancang pengalaman baru yang menarik ini sambil juga memprioritaskan praktik AI yang bertanggung jawab dan tata kelola data yang baik. Munculnya layanan streaming dan konsumsi olahraga langsung ke konsumen (DTC – direct to consumer) mengubah cara orang menonton olahraga. Saat jaringan olahraga regional tradisional (RSN) menghadapi tantangan, liga dan tim beradaptasi dengan mengeksplorasi penyiaran melalui udara (OTA –over the air), membuat platform streaming DTC mereka sendiri, dan bermitra dengan organisasi streaming. Bagaimana era baru konsumsi olahraga ini mengubah permainan untuk pemirsa olahraga dan strategi yang diadopsi organisasi untuk berhasil. Penyelenggara olahraga menerapkan teknologi realitas virtual (VR) untuk meningkatkan pengalaman penonton dalam acara olahraga.

B. Ukuran Ekonomi Industri Olahraga di Indonesia

Dari perspektif ilmu ekonomi, ada tiga sektor utama yang menumbuh-kembangkan perekonomian suatu negara, yakni sektor pertanian, industri, dan jasa (Acquah-Sam, 2021).

Kontribusi masing-masing sektor tersebut bergantung pada tingkat pembangunan negara tersebut. Pada tahap awal kehidupan suatu perekonomian, sektor pertanian memberikan kontribusi yang relatif lebih besar terhadap pertumbuhan PDB dibandingkan sektor industri dan jasa. Namun seiring waktu, sektor pertanian digantikan oleh sektor industri dalam hal kontribusinya terhadap pertumbuhan PDB. Akhirnya, seiring dengan perkembangan ekonomi, sektor jasa mengungguli sektor pertanian dan industri dalam kontribusinya terhadap pertumbuhan PDB.

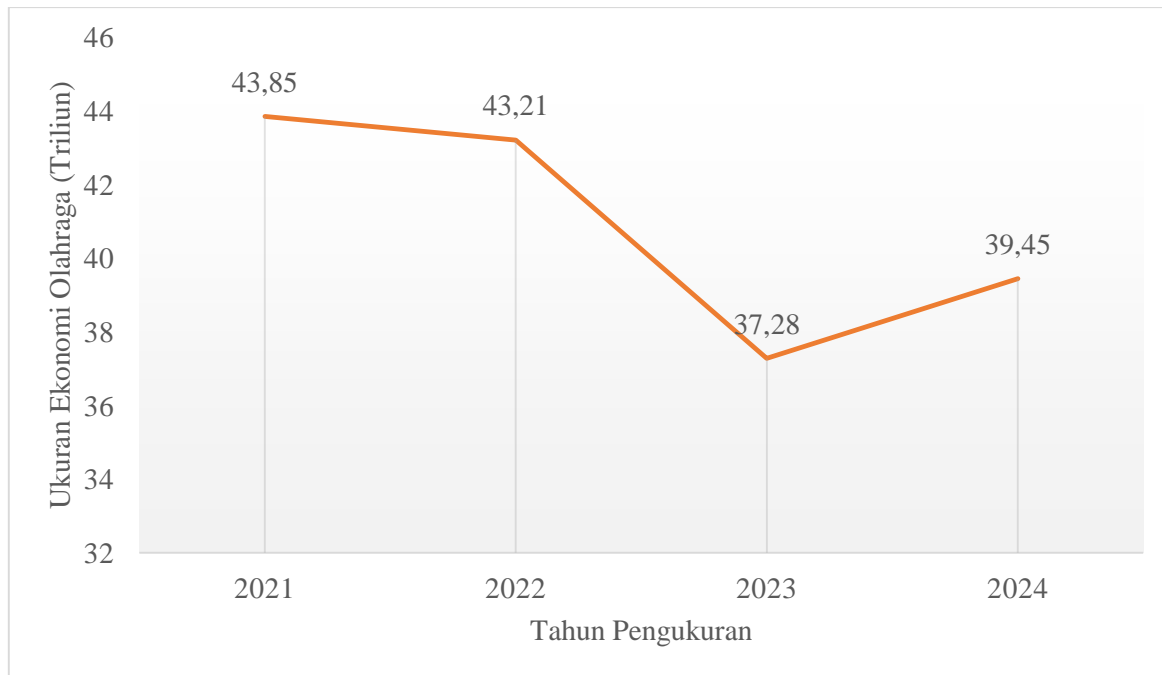
Dalam konteks Indonesia, sektor pertanian relatif dominan pada tahun 1970-1980 dengan kontribusi lebih dari 30% terhadap PDB. Namun seiring waktu, kontribusinya semakin mengecil, sekitar 13% pada tahun 2024 (BPS, 2024b). Dengan menggunakan logika di atas, maka Indonesia akan bergerak menuju negara industri yang pada tahun 2045 ditargetkan kontribusi industri manufaktur sebesar 28% (Kemensekneg, 2024b), sementara sekarang masih sekitar 19%. Industri olahraga hanya akan tumbuh pesat di mana industri barang dan jasa telah menjadi bagian penting dari perekonomian suatu negara.

Tabel 1. 1. Estimasi Uang Beredar Terkait Ekonomi Olahraga Tahun 2024

Pengeluaran/Tahun	Persen	Median Belanja	Jumlah konsumen	Total Belanja
<200 ribu	49,2%	100.000	53.740.941	5.374.094.070.657
200-500 ribu	33,1%	250.000	36.114.873	9.028.718.294.891
0,5 sd 1 juta	11,5%	750.000	12.515.163	9.386.372.391.241
1-2 juta	3,7%	1.500.000	4.073.434	6.110.151.661.314
2-3 juta	1,2%	2.500.000	1.332.330	3.330.824.408.759
3-4 juta	0,5%	3.500.000	535.116	1.872.906.183.942
4-5 juta	0,3%	4.500.000	294.860	1.326.869.395.620
>5 juta	0,6%	5.000.000	611.561	3.057.806.014.599
	100%		109.218.278	39.487.742.421.022

Dari semua responden yang menjadi sasaran IPO 2024, sebanyak 53,1% atau sekitar 109.2 juta orang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan olahraga. Belanja tersebut bisa berupa belanja barang seperti sepatu, pakaian, atau perlengkapan yang lain dan belanja jasa berupa membayar pelatih, TV berbayar, dan sewa lapangan. Rentang belanja olahraga yang dikeluarkan per tahun mulai dari Rp200 ribu sampai lebih dari Rp5 juta. Jika angka tersebut direkapitulasi secara nasional, maka estimasi uang

beredar untuk belanja olahraga sebesar Rp39,5 triliun/tahun. Jika dikalkulasi, angka tersebut setara dengan 0,19% terhadap PDB yang sebesar Rp20.892 triliun (BPS, 2024b). Apabila dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yang sebesar Rp37,28 triliun, maka terjadi peningkatan sebesar 2,17 triliun.

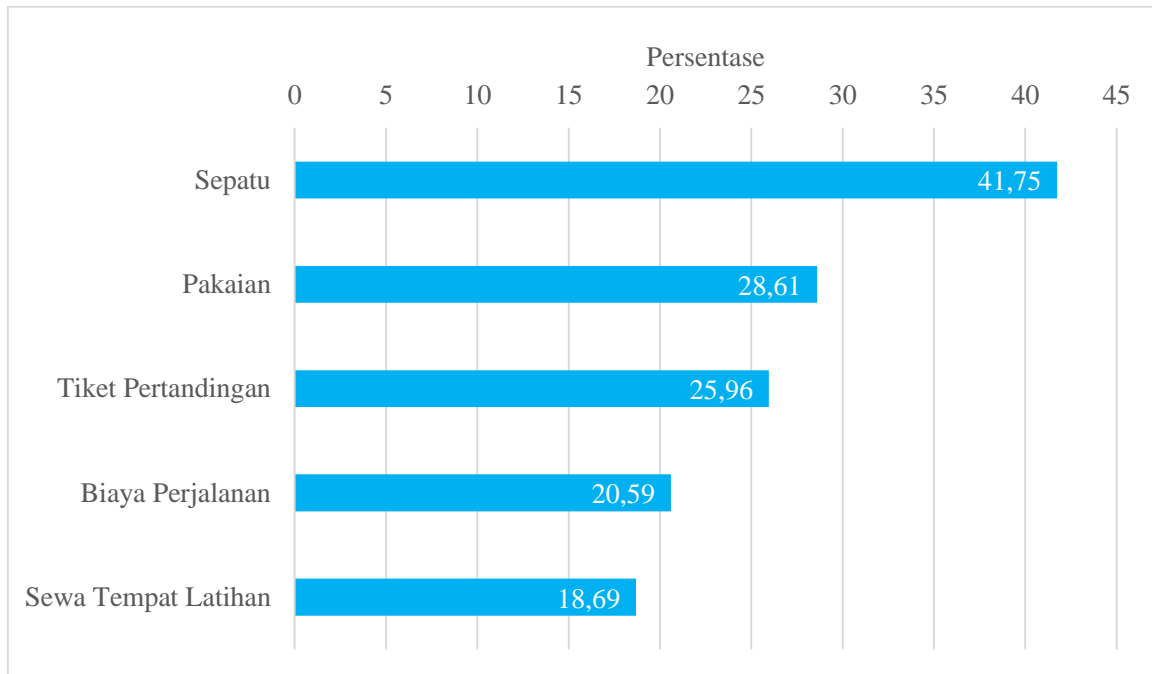


Gambar 1. 2. Ukuran Ekonomi Olahraga di Indonesia, 2021-2024

Dalam kajian sebelumnya ditemukan fakta bahwa ada korelasi antara literasi fisik dan partisipasi dengan besarnya ukuran ekonomi olahraga (Kemenpora, 2021, 2022, 2023). Semakin tinggi literasi fisik dan angka partisipasi, maka semakin tinggi pula ukuran ekonomi olahraga yang dapat dikapitalisasi. Sebaliknya, semakin rendah literasi fisik dan angka partisipasi, semakin rendah pula ukuran ekonomi olahraga. Kenaikan ukuran ekonomi olahraga tahun 2024 dibandingkan tahun 2023 pada kenyataannya didahului oleh peningkatan literasi fisik dan partisipasi masyarakat dalam berolahraga. Temuan ilmiah tersebut penting dalam rangka merumuskan strategi yang efektif guna meningkatkan ukuran ekonomi industri olahraga di Indonesia.

Bukti lain yang ikut memperkuat keyakinan tersebut adalah tampilnya produk sepatu dan pakaian olahraga sebagai pasar terbesar dalam industri olahraga di Indonesia, baru kemudian diikuti industri jasa berupa tiket pertandingan, biaya perjalanan, dan sewa tempat latihan. Fakta tersebut juga sejalan dengan pola perkembangan industri olahraga di Amerika, Eropa, dan China (ChenChen Wu, 2024; Kearney, 2014; Kumar & Bhalla, 2021; Weston, 2024). Jenis olahraga yang bersifat partisipatoris

seperti jalan, lari, senam, dan olahraga rekreatif lainnya masih menjadi kontributor yang utama. Angkanya bisa mencapai sekitar 70% dari total pendapatan.



Gambar 1. 3. Lima Teratas Belanja Masyarakat dalam Industri Olahraga

Dalam negara di mana industri barang dan jasa sudah sedemikian maju, maka olahraga sudah seperti agama, dalam arti orang-orang mengikutinya dengan sangat antusias dan dengan fanatisme yang tinggi. Kecintaan mereka pada tim, klub, atau atlet kesayangan mengalahkan rasionalitasnya. Karena kecintaan mereka pada olahraga, banyak penggemar bersorak gembira atas kemenangan yang diraih oleh tim yang didukung. Dalam sepakbola, misalnya, jika kesebelasan yang didukung memenangkan suatu kejuaraan, mereka berparade di jalan-jalan utama dan di pusat hiburan selama dan setelah acara kejuaraan digelar. Sebaliknya, jika tim yang mereka dukung kalah, mereka berduka atas kekalahan untuk waktu yang sangat lama. Mereka rela melakukan apa saja, termasuk mengeluarkan biaya yang cukup besar demi tim kesayangannya. Fenomena emosional semacam inilah yang dimanfaatkan, bahkan dieksploitasi oleh dunia industri guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

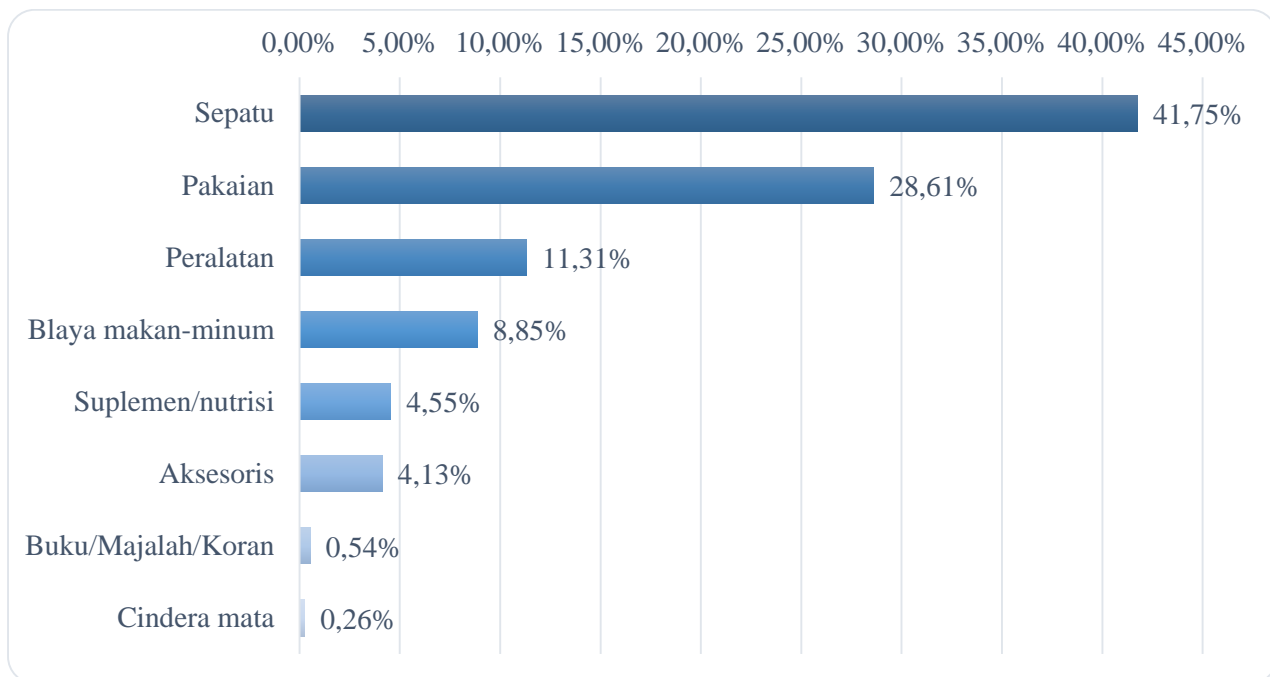
Di banyak negara berkembang, seperti Indonesia, industri olahraga belum dapat tumbuh sebagaimana yang diharapkan. Dalam banyak riset dinyatakan bahwa pengembangan olahraga dipengaruhi oleh tingkat pembangunan ekonomi (Kim, Choi, & Ok, 2020; Pitts & Zhang, 2022; Zhou, Ke, & Waqas, 2023). Negara-negara berkembang umumnya memiliki pendapatan domestik bruto

yang rendah karena ukuran ekonomi yang kecil, ekspor bahan mentah dan barang setengah jadi dalam jumlah besar, salah urus ekonomi, korupsi yang tinggi, dan sebagainya. Selain itu, negara-negara berkembang juga menghadapi tingkat pengangguran dan kemiskinan yang tinggi. Kinerja ekonomi yang buruk berdampak negatif pada tingkat dan kualitas investasi dan rencana pembangunan secara keseluruhan. Artinya, keterbelakangan olahraga di negara-negara berkembang berasal dari keterbelakangan ekonomi. Mereka kekurangan modal finansial untuk pengembangan olahraga, fasilitas dan peralatan olahraga yang tidak memadai, dan kurangnya kapasitas untuk menyelenggarakan acara olahraga dengan skala besar.

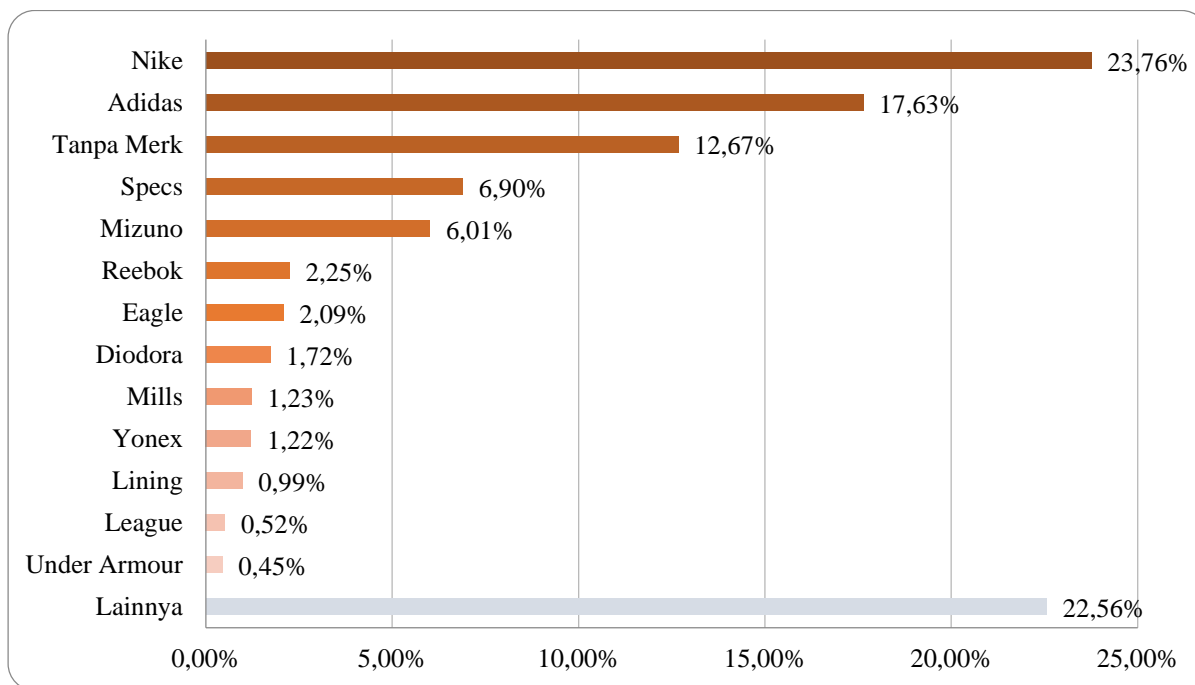
Selain faktor sumber daya ekonomi, juga ada masalah perencanaan dan tata kelola serta kurangnya pemantauan dan evaluasi kinerja pembinaan keolahragaan. Perencanaan, pemantauan, dan evaluasi yang baik terhadap kegiatan dan kebijakan dapat meningkatkan pengembangan olahraga dengan berkontribusi untuk membangun hubungan yang jelas antara inisiatif masa lalu, sekarang, dan masa depan serta hasil pembangunan. Tanpa perencanaan, pemantauan, dan evaluasi yang efektif, akan sangat sulit dan mungkin mustahil untuk menilai apakah pekerjaan berada di jalur yang benar, apakah kemajuan dan keberhasilan dapat dibuat, dan bagaimana upaya di masa depan dapat ditingkatkan. Dalam kaitan ini, peran ketenagaan yang professional menjadi urgen. Personel yang bertugas di berbagai federasi dan organisasi olahraga haruslah individu yang professional, terlatih dalam manajemen dan administrasi olahraga. Mereka perlu dibekali dasar ilmiah dan keterampilan tentang apa yang ditugaskan kepada mereka dengan hasil yang jelas dan kinerja yang terukur.

C. Jenis Industri Barang dan Jasa Olahraga

Dalam industri olahraga, produk barang dan jasa menjadi sektor yang utama. Pertanyaannya kemudian, jenis barang dan jasa apa saja yang dikonsumsi oleh masyarakat? Laporan ini menyatakan bahwa sebagian besar barang yang konsumsi atau dibeli masyarakat berupa sepatu sebanyak 41,75%, kemudian bergerak ke pakaian olahraga sebesar 28,61%, peralatan olahraga sebesar 11,31% hingga jenis barang berupa cinderamata sebesar 0,26%. Dalam beberapa kali survei yang dilakukan sebelumnya, sepatu dan pakaian selalu mendominasi belanja masyarakat dalam olahraga. Banyaknya jenis barang olahraga yang dibeli oleh masyarakat tentu berbanding lurus dengan pergerakan ekonomi yang diakibatkan oleh aktivitas olahraga. Industri manufaktur yang menghasilkan sepatu dan pakaian olahraga akan tumbuh subur seiring dengan permintaan yang semakin tinggi dari masyarakat. Sayangnya, industri barang berupa sepatu dan pakaian olahraga cenderung dikuasai oleh produk-produk dari luar negeri.



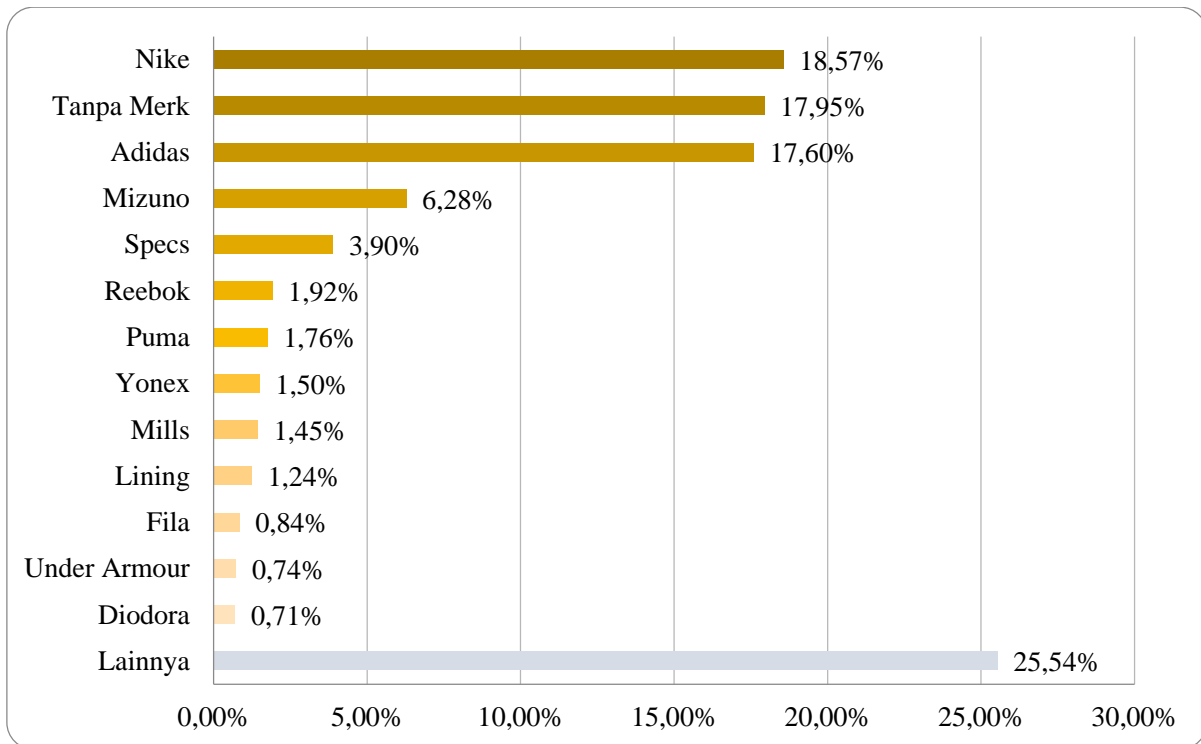
Gambar 1. 4. Jenis Barang Olahraga yang dibeli Masyarakat



Gambar 1. 5. Merk Sepatu yang Dibeli Masyarakat

Berdasarkan hasil survei, laporan ini menyatakan bahwa ada dua merk sepatu yang dominan menguasai pasar di Indonesia, yakni Nike dan Adidas. Sepatu merk Nike memiliki pasar sebesar 23,76%, sementara itu, sepatu merk Adidas memiliki pasar sebesar 17,63%. Harus diakui bahwa

sebagian besar pasar sepatu olahraga cenderung didominasi oleh merk-merk dari luar negeri. Meskipun demikian perlu juga dicatat bahwa ada ruang bagi produk dalam negeri, termasuk UMKM, terkait dengan sepatu. Ada sebesar 12,67% masyarakat yang menggunakan sepatu tanpa merk tertentu, termasuk sebanyak 22,56% masyarakat menggunakan merk sepatu selain yang disebutkan.



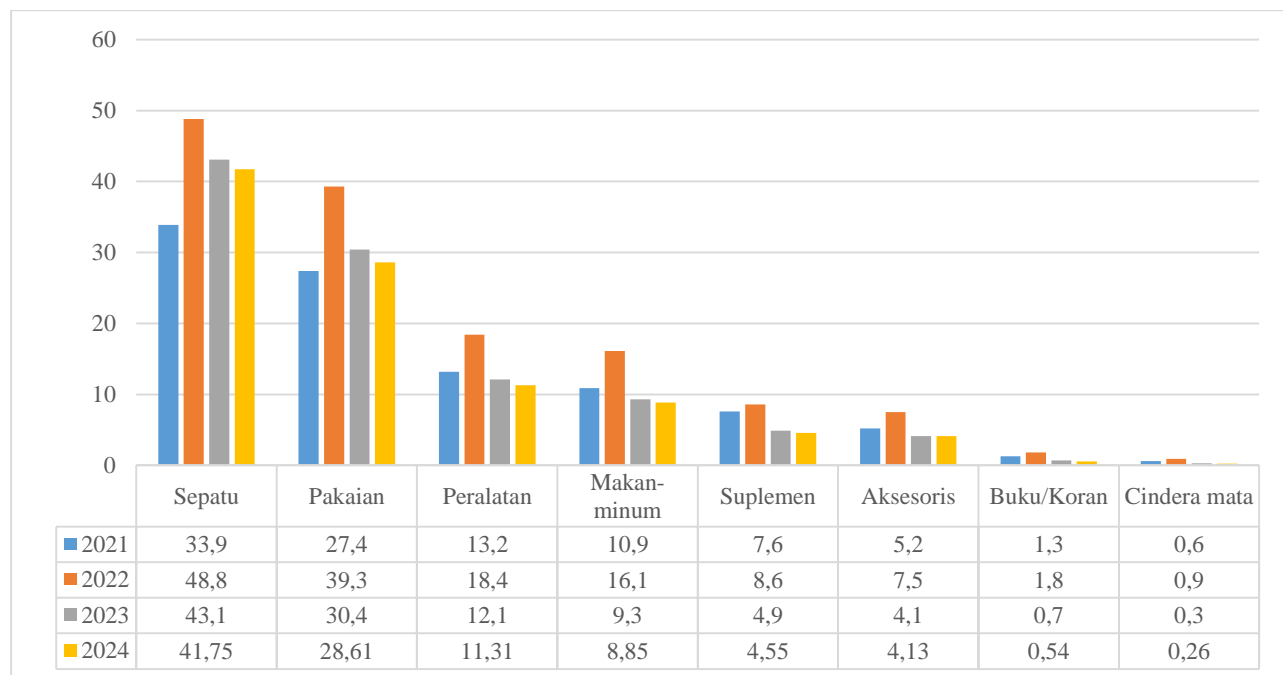
Gambar 1. 6. Merk Pakaian yang Dibeli Masyarakat

Survei yang dilakukan terhadap industri pakaian menghasilkan data yang kurang lebih sama. Pakaian merk Nike dan Adidas cenderung mendominasi pasar pakaian olahraga di Indonesia. Pakaian merk Nike memiliki pasar sebesar 18,57%, sementara itu, pakaian merk Adidas memiliki pasar sebesar 17,60% dan disusul pakaian merk Mizuno sebesar 6,28%. Merk lainnya seperti Specs, Reebok, Yonex, dan Lining masing-masing di bawah 5%.

Perlu diketahui bahwa Nike merupakan merk terkenal dari Amerika yang merupakan perusahaan perlengkapan olahraga terbesar di dunia. Sementara itu, Adidas merupakan merk terkenal dari Jerman yang merupakan perusahaan perlengkapan olahraga terbesar di Eropa dan terbesar kedua di dunia setelah Nike. Kedua merk luar negeri tersebut memiliki sejumlah pabrik di Indonesia yang ada di sejumlah kota seperti Tangerang, Bandung, Sukabumi, Kerawang, dan Majalengka. Mereka juga mempekerjakan ribuan tenaga kerja dari Indonesia. Skema bisnis mereka dalam bentuk penanaman modal swasta asing, umumnya dari Taiwan dan Korea.

Meskipun ada kemiripan dari besarnya pasar dari merk tertentu, tetapi ada pola yang berbeda antara pasar sepatu dan pakaian. Secara umum, pasar sepatu lebih didominasi oleh produk-produk luar negeri. Sementara itu, pasar pakaian olahraga lebih memberikan ruang bagi industri dalam negeri. Hasil survei menyebutkan bahwa terdapat 17,95% masyarakat membeli pakaian olahraga tanpa merk dan sebesar 25,54% masyarakat membeli pakaian olahraga dengan merk lain. Artinya, industri pakaian olahraga masih memberikan peluang yang cukup besar bagi industri di dalam negeri.

Hasil survei ini sekaligus membuktikan bahwa pasar industri olahraga di Indonesia masih dikuasai oleh produk luar negeri. Pada industri sepatu olahraga, produk luar negeri menguasai 64,77% pasar di Indonesia dengan menyisakan 35,23% bagi produk dalam negeri. Sementara itu, pada industri pakaian olahraga, produk luar negeri menguasai 56,51% pasar di Indonesia dengan menyisakan 43,49% produk dalam negeri. Artinya, dalam industri sepatu dan pakaian olahraga, produk dalam negeri belum menjadi tuan rumah di negaranya sendiri.

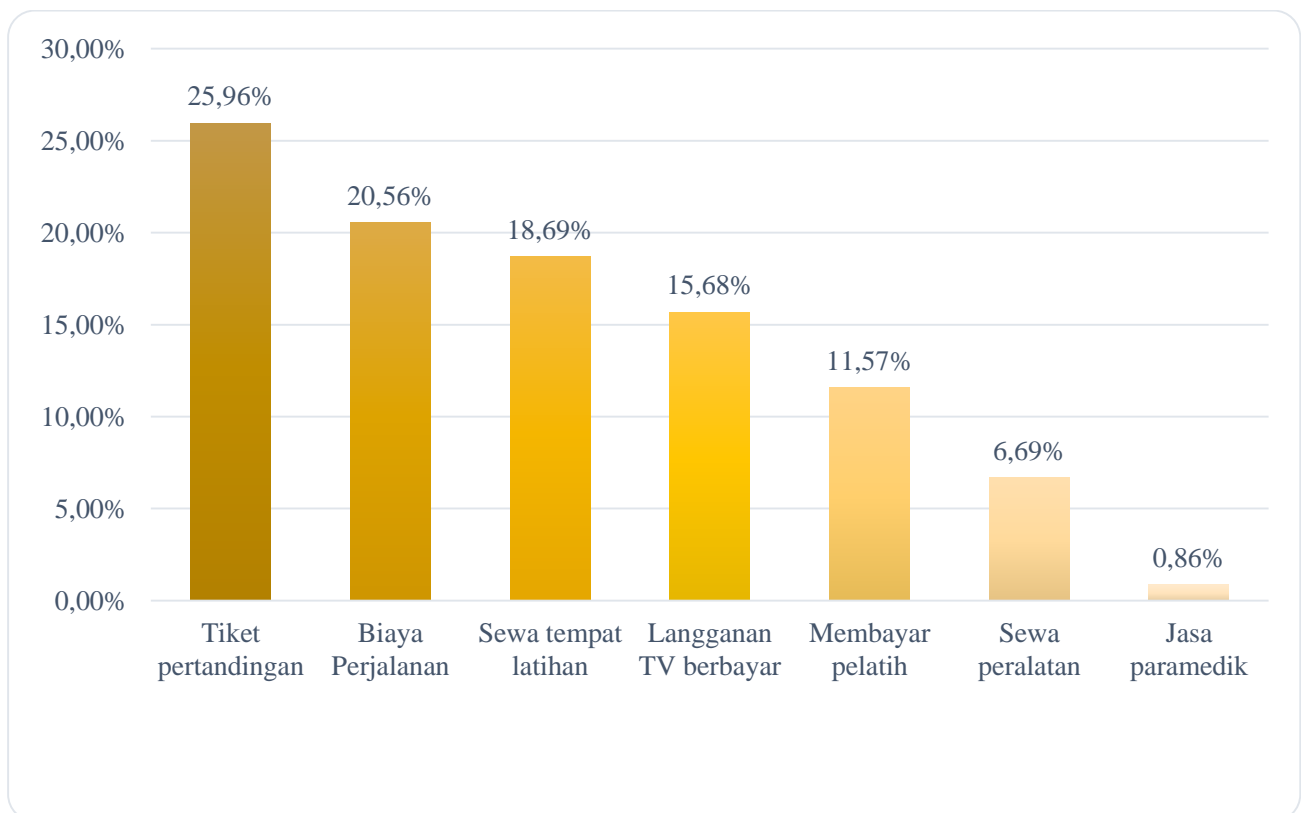


Gambar 1. 7. Tren Pembelian Barang Industri Olahraga, 2021-2024

Terkait dengan pola belanja barang olahraga dari masyarakat, ada fakta yang menarik untuk dicermati. Data pada tahun 2021 menunjukkan bahwa belanja barang olahraga, khususnya sepatu dan pakaian, angkanya relatif rendah, 33,9% pada produk sepatu dan 27,4% pada produk pakaian. Kuat dugaan hal tersebut terjadi karena pandemi Covid-19 yang mulai berkembang pesat di Indonesia. Masyarakat “shock” menghadapi situasi yang tak terbayangkan yang mengancam kesehatan dan

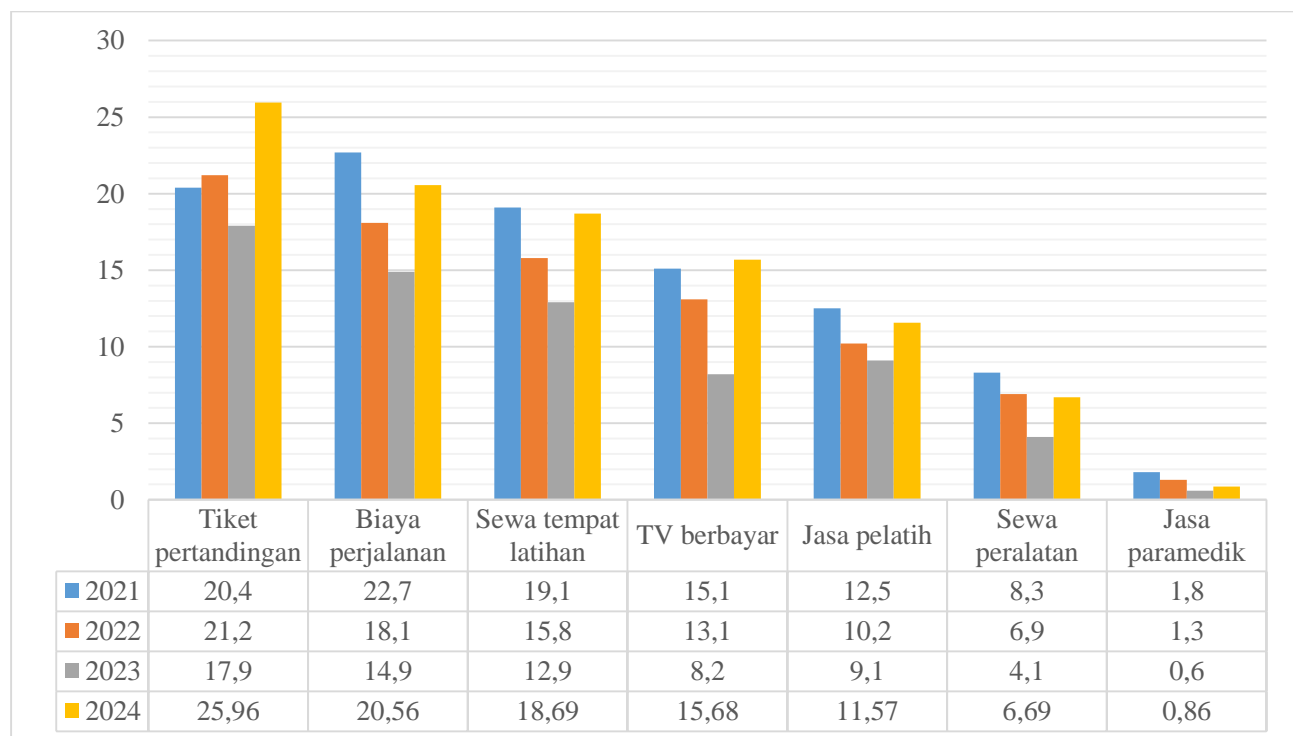
bahkan keselamatan mereka. Masyarakat cenderung pasif dan tidak tahu harus berbuat apa. Dalam kondisi yang demikian, bisa dipahami jika kebutuhan akan barang olahraga seperti sepatu dan pakaian mengalami penurunan. Namun seiring adaptasi masyarakat terhadap Covid-19 semakin baik, meski pandemi belum dinyatakan berakhir, pada tahun 2022 belanja barang olahraga masyarakat mengalami peningkatan yang signifikan. Belanja sepatu olahraga mencapai 48,8% dan belanja pakaian olahraga mencapai 39,3%. Artinya, dalam kondisi adaptasi terhadap pandemi Covid-19, aktivitas olahraga masyarakat meningkat dan akibatnya belanja masyarakat terkait sepatu dan pakaian olahraga juga semakin tinggi. Seiring pandemi Covid-19 berakhir, aktivitas masyarakat kembali normal dan partisipasi masyarakat dalam berolahraga juga kembali seperti biasa, tidak setinggi waktu pandemi. Konsekuensinya, belanja masyarakat terhadap barang olahraga juga mengalami penurunan.

Terkait dengan industri jasa dalam olahraga, laporan ini menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat membelanjakan uangnya untuk kepentingan membeli tiket pertandingan, yakni sebesar 25,96%, baru kemudian diikuti oleh biaya perjalanan sebesar 20,56%, dan sewa tempat latihan sebesar 18,69%. Pola tersebut relatif konsisten jika dibandingkan dengan survei tahun sebelumnya (Kemenpora, 2021, 2022, 2023). Pengeluaran masyarakat untuk membeli tiket pertandingan dan biaya perjalanan masih mendominasi belanja jasa dalam olahraga.



Gambar 1. 8. Jenis Jasa Olahraga yang dibayar Masyarakat

Dilihat dari tren belanja jasa olahraga dari tahun ke tahun, ada pola yang menarik untuk dicermati. Data tahun 2022 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan data tahun 2021 dan data tahun 2023 juga menurun jika dibandingkan dengan data tahun 2022. Uniknya, pada tahun 2024 belanja jasa olahraga dari masyarakat mengalami peningkatan yang signifikan. Kuat dugaan peningkatan terjadi karena banyaknya event olahraga yang digelar sehingga mendorong masyarakat untuk menonton olahraga yang mereka sukai. Dibanding tahun 2023, belanja tiket pertandingan meningkat sebesar 8,06% pada tahun 2024. Belanja perjalanan meningkat sebesar 5,66%, belanja sewa tempat latihan meningkat sebesar 5,79%, belanja TV berbayar meningkat sebesar 7,48%, belanja jasa pelatih meningkat sebesar 2,47%, belanja sewa peralatan meningkat sebesar 2,59, dan belanja jasa paramedik meningkat sebesar 0,26%.

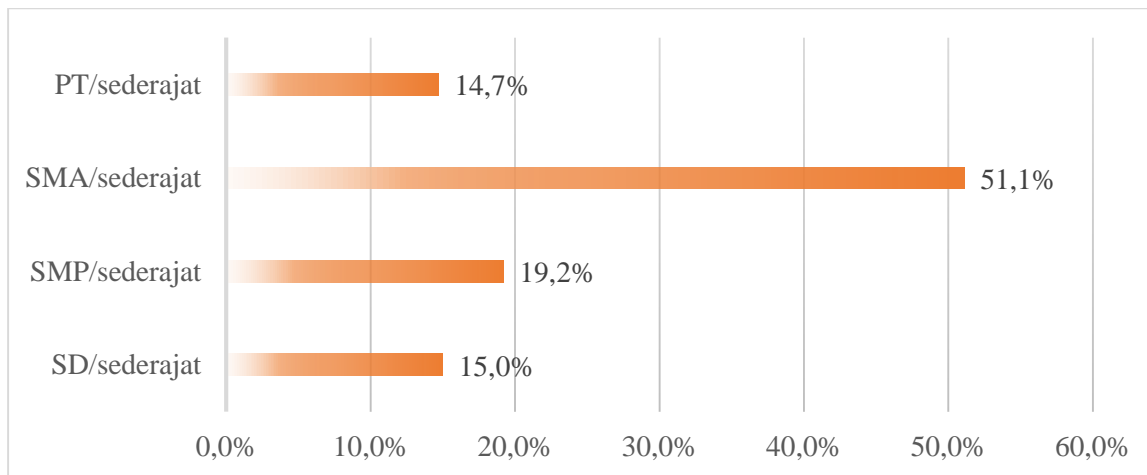


Gambar 1. 9. Tren Penggunaan Jasa Industri Olahraga, 2021-2024

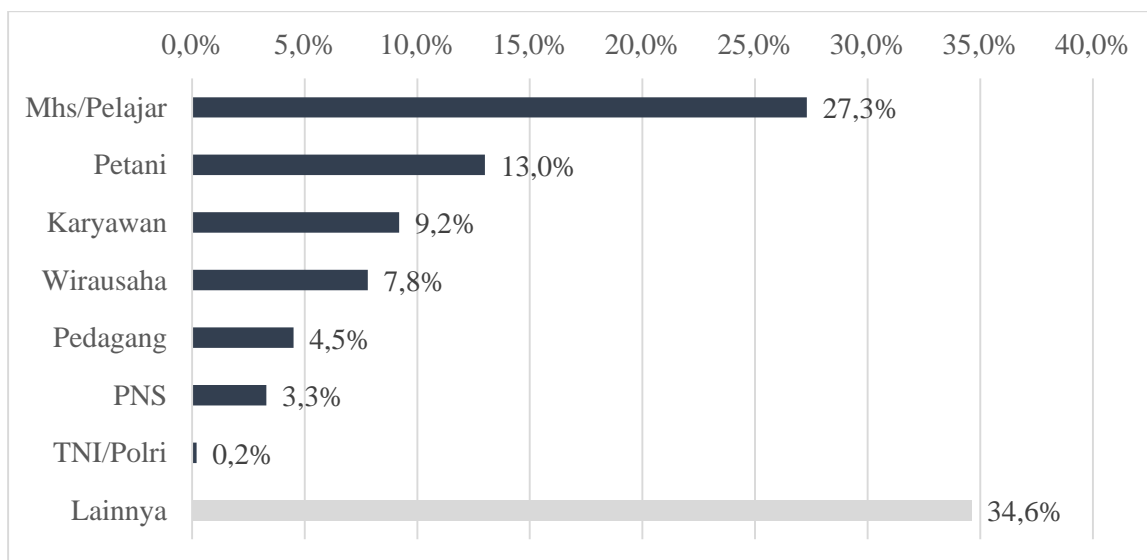
Penyelenggaraan event olahraga besar seperti sepakbola, bolavoli, dan bulutangkis merupakan pemicu utama peningkatan belanja jasa olahraga. Pelaku dan penggemar sepakbola di Indonesia cukup besar, sekitar 15,9% dari partisipan olahraga atau setara dengan 26,5 juta orang. Pelaku dan penggemar bolavoli sebesar 16,2% atau setara dengan 27 juta orang dan pelaku dan penggemar bulutangkis sebesar 7,6% atau setara dengan 12,7 juta orang.

D. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga

Sebagaimana telah ditetapkan dalam metodologi, yang menjadi responden pengukuran IPO adalah mereka yang berusia 10-60 tahun sebanyak 20.010 orang yang tersebar di 38 Provinsi di Indonesia. Tentu tidak semua dari mereka menjadi konsumen industri olahraga. Dilihat dari tingkat pendidikan, sebagian besar konsumen industri olahraga adalah SMA/ sederajat, yakni sebesar 51,1%, baru kemudian diikuti dengan SMP/ sederajat sebesar 19,2%, dan terakhir adalah pendidikan perguruan tinggi sebesar 14,7%. Pola pendidikan tersebut seiring dengan karakteristik sampel pada pengukuran IPO tahun 2024. Dilihat dari aspek pekerjaan, sebagian besar mereka adalah mahasiswa/ pelajar, yakni sebesar 27,3%, baru kemudian diikuti petani sebesar 13%, karyawan sebesar 9,2%, dan wirausaha sebesar 7,8%.

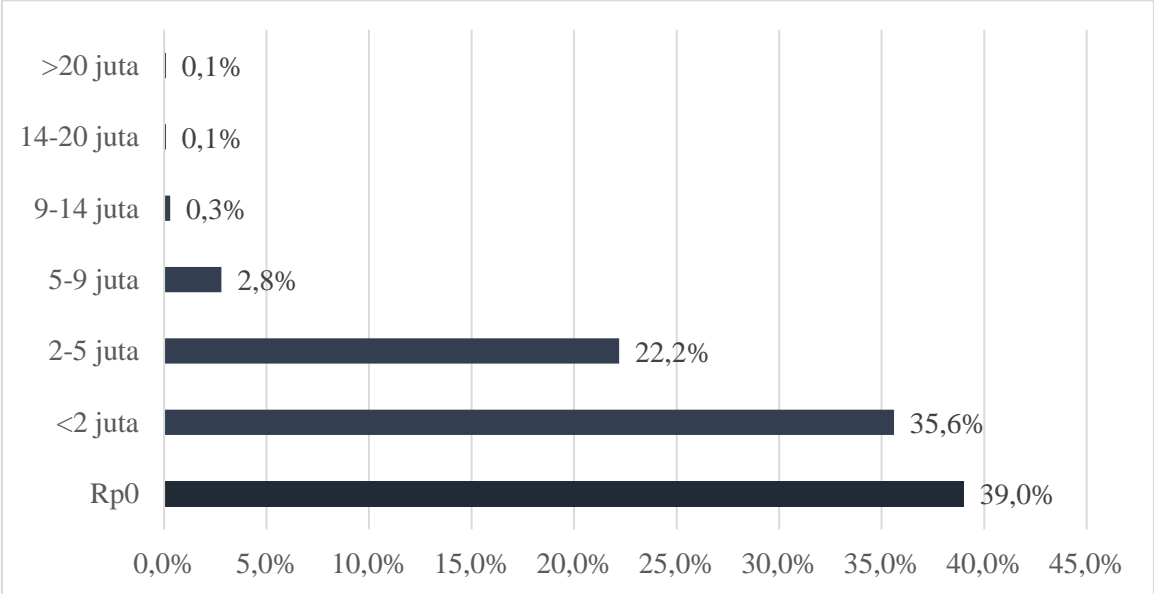


Gambar 1. 10. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Menurut Pendidikan

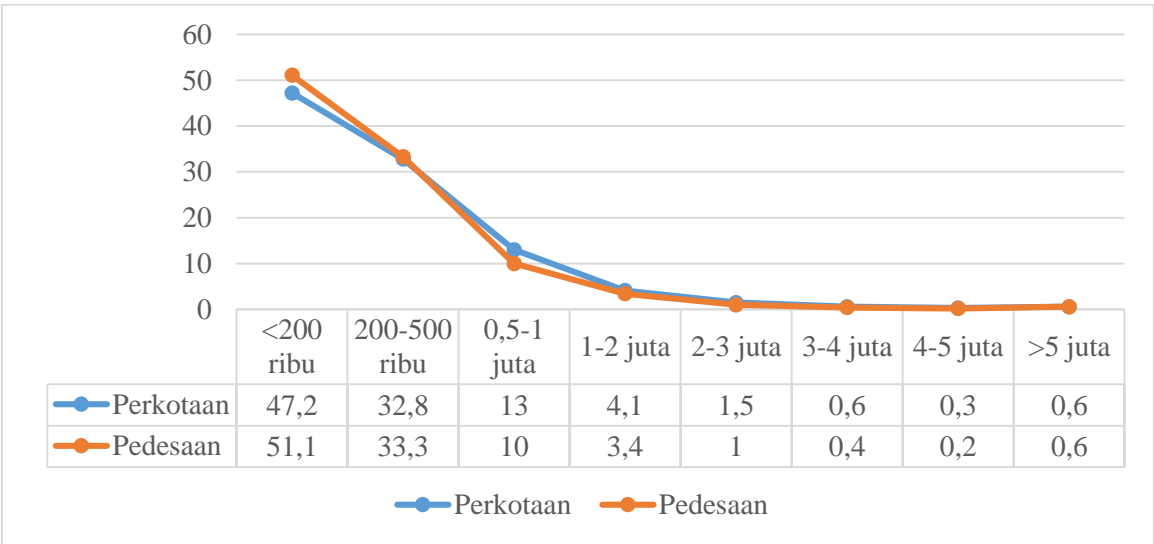


Gambar 1. 11. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Menurut Pekerjaan

Tingginya kelompok mahasiswa/pelajar dalam belanja industri olahraga dapat dimengerti, mengingat kelompok merekalah yang memiliki tingkat partisipasi paling tinggi dibandingkan dengan kelompok dewasa dan pralansia. Sangat boleh jadi mereka belum bekerja, tetapi belanja barang dan jasa olahraga bisa diberikan oleh orangtuanya. Dilihat dari karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendapatan, sebanyak 39% responden belum memiliki pendapatan dan mereka sebagian besar adalah mahasiswa/pelajar. Hanya sebesar 11,7% dari mereka yang bukan mahasiswa/pelajar. Mereka yang berpendapatan menengah, 2-5 juta, sebanyak 22,2% atau sekitar 37 juta orang. Mereka yang berpendapatan tinggi, >14 juta sebanyak 0,2% atau sekitar 333 ribu orang.



Gambar 1. 12. Karakteristik Konsumen Industri Olahraga Berdasarkan Pendapatan



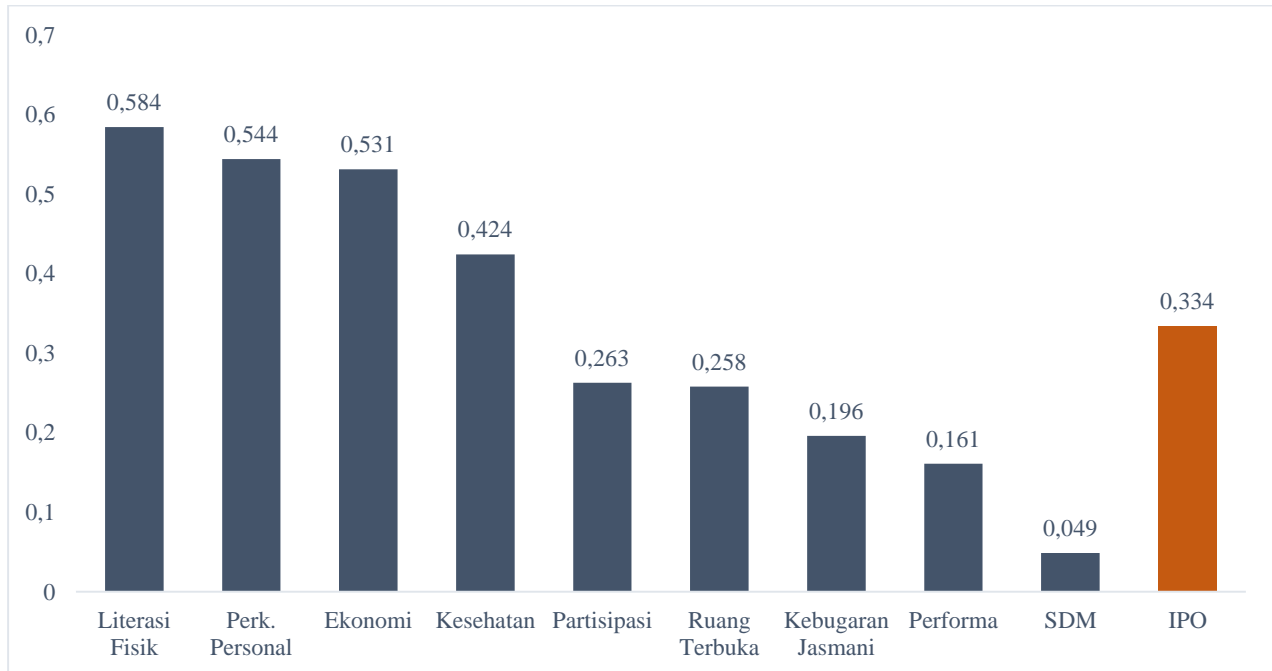
Gambar 1. 13. Besaran Belanja Olahraga Berdasarkan Wilayah Perkotaan dan Pedesaan

Dilihat dari kategori wilayah, belanja industri olahraga lebih tinggi terjadi pada masyarakat perdesaan daripada masyarakat perkotaan. Pada masyarakat perdesaan, sebanyak 55,9% mereka mengeluarkan uang untuk belanja industri olahraga dan sebanyak 44,1% yang tidak berbelanja. Sementara itu, di wilayah perkotaan sebanyak 50,5% yang mengeluarkan belanja olahraga dan sebesar 49,5% yang tidak berbelanja. Kondisi tersebut sepertinya paradoks. Dalam logika ekonomi makro, tingkat pendapatan berbanding lurus dengan tingkat pengeluaran (Cochrane, 1991). Semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pula pengeluaran. Artinya perlu penjelasan lain mengapa tingkat belanja olahraga justru lebih tinggi pada masyarakat perdesaan yang berpendapatan relatif rendah. Dalam ekonomi, ada teori Engel yang menjelaskan bahwa tingkat pendapatan yang rendah akan cenderung membelanjakan uangnya untuk kebutuhan konsumsi (Olipra, 2024). Sementara itu, mereka yang berpendapatan tinggi memiliki tingkat pengeluaran konsumsi yang lebih rendah. Konsep *marginal propensity to consume* tampaknya berlaku dalam konteks ini.

Bab II Capaian Pembangunan Olahraga 2024

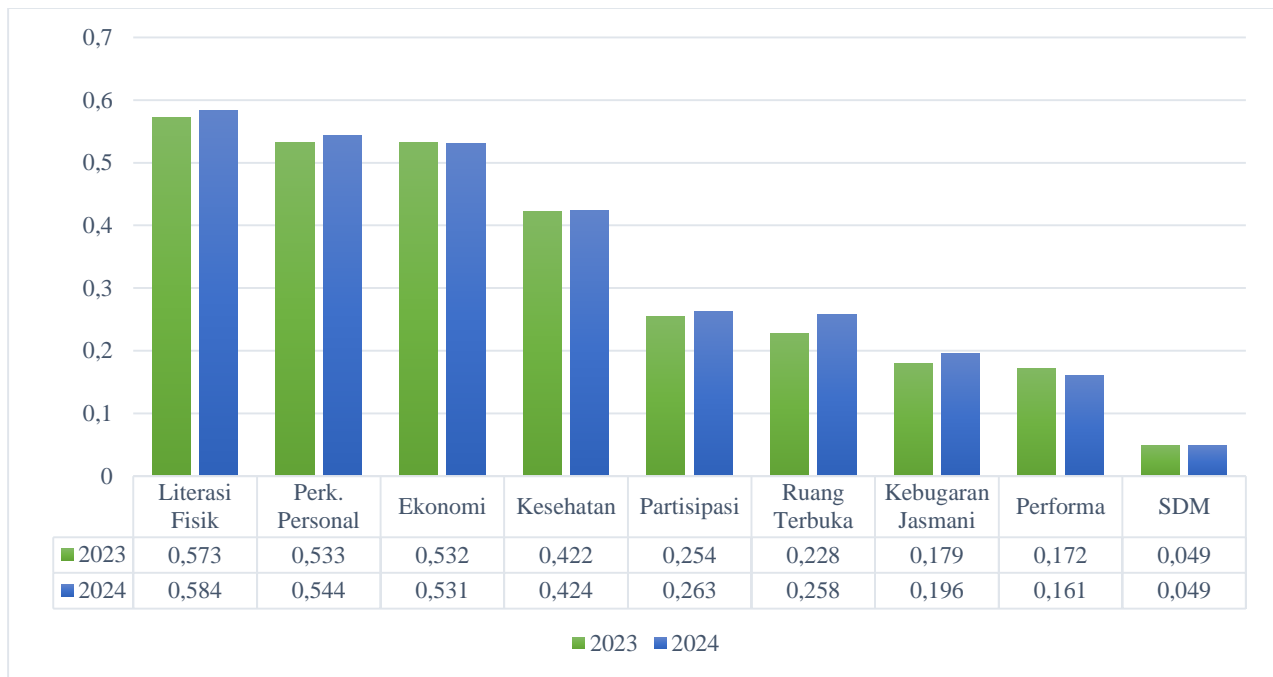
A. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024

Pada tahun 2024 ini, pengukuran Indeks Pembangunan Olahraga melibatkan 38 Provinsi, 246 Kabupaten/Kota, 588 Kecamatan, 668 Desa/Kelurahan, dan 20.010 partisipan atau responden. Suatu jumlah yang cukup besar dalam konteks pengumpulan data langsung di lapangan. Mereka yang menjadi responden berusia 10-60 tahun, terdiri dari 50,6% laki-laki dan 49,4% perempuan. Perlu kiranya diberikan penjelasan di sini bahwa sejalan dengan perkembangan terakhir, terjadi penambahan 4 Provinsi baru hasil pemekaran di tanah Papua. Keempat Propinsi tersebut adalah Papua Selatan, Papua Tengah, Papua Pegunungan, dan Papua Barat Daya, yang kesemuanya diikutsertakan dalam pengambilan data IPO tahun 2024.

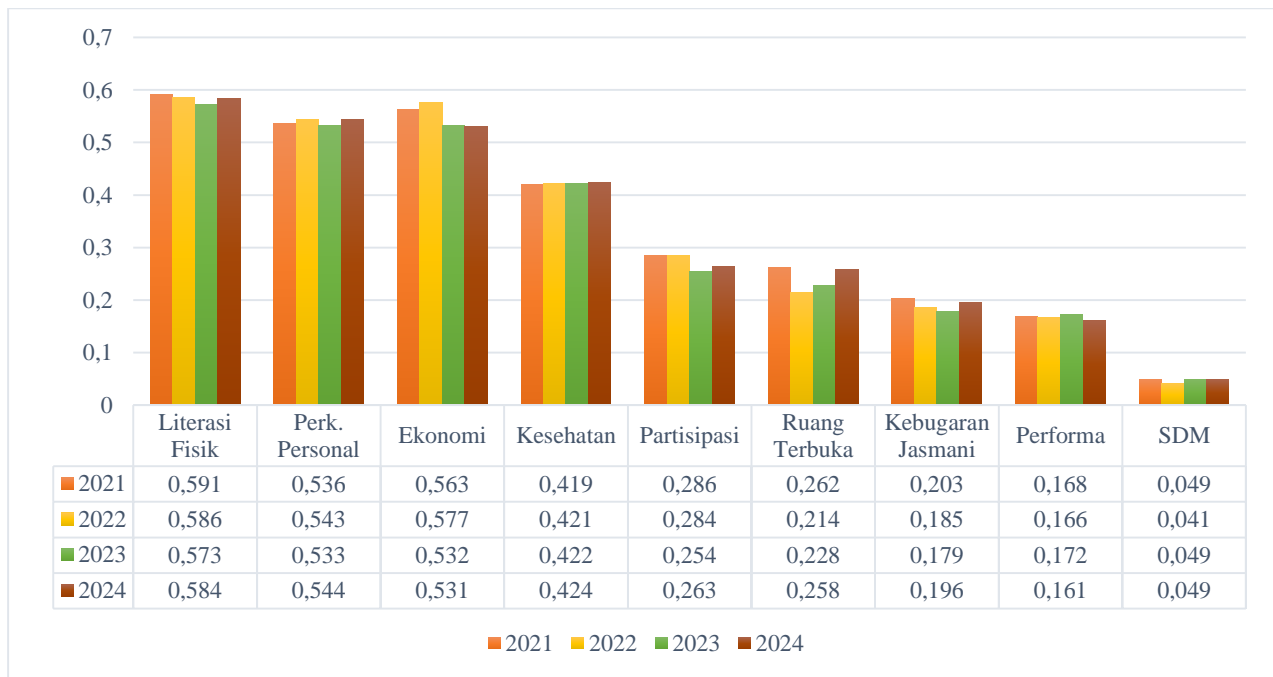


Gambar 2. 1. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa Indeks Pembangunan Olahraga tahun 2024 sebesar 0,334. Skor tersebut masuk kategori rendah dalam skala 0-1 (0-0,499 rendah; 0,500-0,799 menengah; 0,800-1 tinggi). Dari sembilan dimensi dalam IPO, indeks SDM, indeks performa, dan kebugaran jasmani capaiannya paling rendah. Sementara itu, indeks ekonomi, indeks perkembangan personal, dan indeks literasi capaiannya paling tinggi. Pola tersebut tampaknya relatif konsisten dari waktu ke waktu. Dibanding tahun 2023, capaian IPO tahun 2024 mengalami peningkatan sebesar 0,007.



Gambar 2. 2. Perbandingan Indeks Dimensi IPO 2023 dan 2024

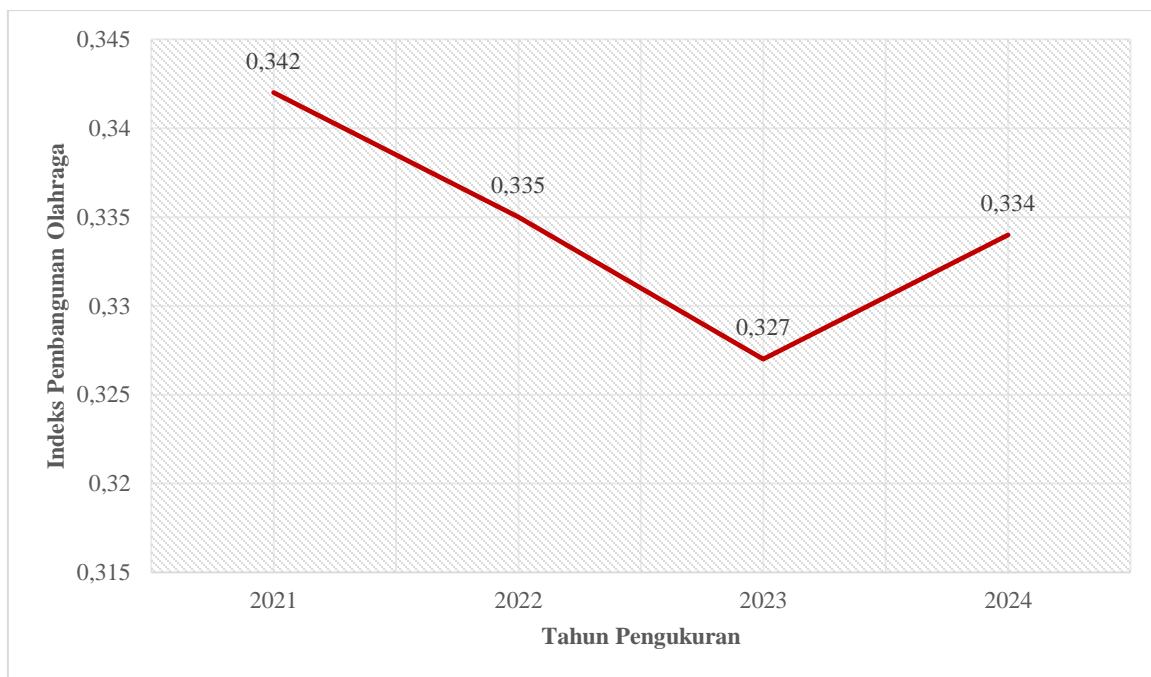


Gambar 2. 3. Tren Indeks Dimensi IPO Tahun 2021-2024

Secara umum, dibandingkan dengan tahun 2023, indeks dimensi IPO mengalami peningkatan. Peningkatan terjadi pada dimensi literasi fisik, ruang terbuka, partisipasi, kebugaran jasmani, perkembangan personal, dan kesehatan. Dimensi yang tetap adalah sumber daya manusia. Sementara itu, dimensi yang menurun adalah ekonomi dan performa. Pada dimensi literasi fisik terjadi

peningkatan sebesar 0,011 poin, dimensi ruang terbuka meningkat 0,030 poin, dimensi partisipasi meningkat 0,009 poin, dimensi kebugaran jasmani meningkat sebesar 0,017 poin, dimensi perkembangan personal meningkat 0,011 poin, dan dimensi kesehatan meningkat sebesar 0,002 poin.

Dilihat dari indeksnya, dimensi ekonomi memang menurun sebesar 0,001 poin dibandingkan dengan tahun 2023. Namun demikian, dari nilai agregat ukuran ekonomi olahraga mengalami peningkatan sebesar Rp2,17 triliun dibandingkan dengan tahun 2023. Pada dimensi performa terjadi penurunan sebesar 0,011 dibandingkan dengan tahun 2023. Penurunan indeks performa pada dasarnya mencerminkan kesenjangan yang semakin lebar dalam hal performa antara provinsi yang satu dengan yang lain, terutama antara provinsi di pulau Jawa dan di luar Jawa. Masuknya empat provinsi baru di Papua pada tahun ini, yang *notabene* memiliki performa yang rendah pada akhirnya mempertinggi kesenjangan tersebut.



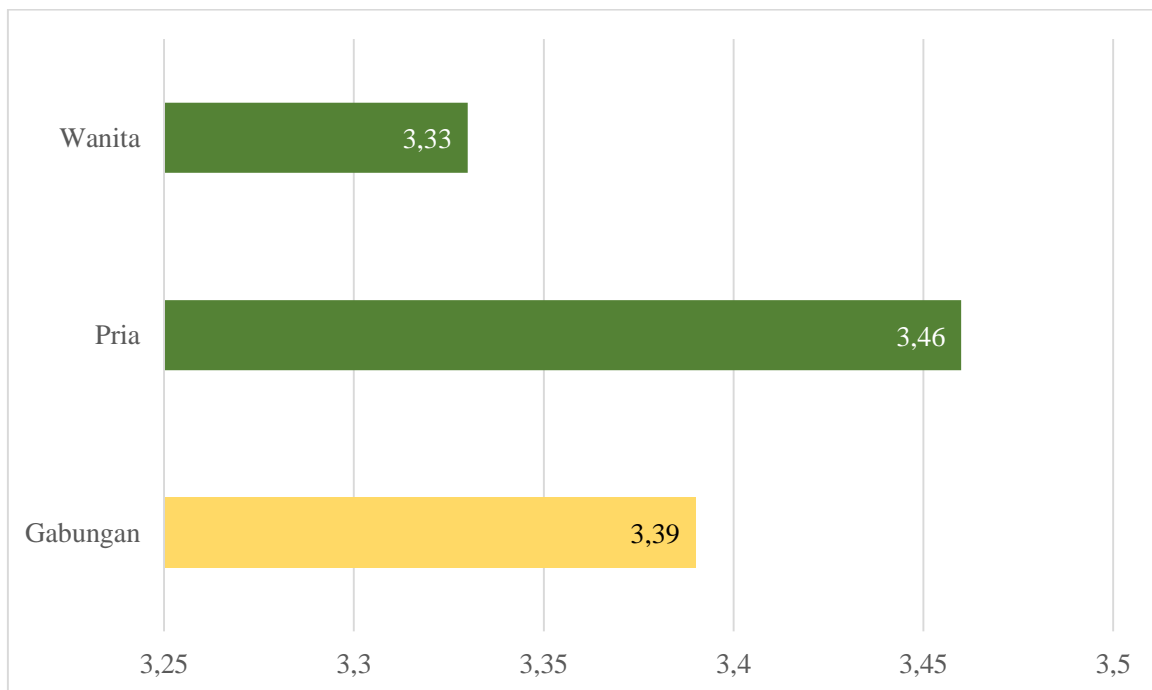
Gambar 2. 4. Tren Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2021-2024

Peningkatan IPO tahun 2024 ini tentu patut diapresiasi setelah selama dua tahun berturut-turut mengalami penurunan. Pertanyaannya kemudian, faktor apa yang menyebabkan peningkatan indeks tersebut? Tidak mudah untuk menjawab persoalan ini, perlu lebih hati-hati dalam memberikan interpretasi. Ketiadaan terobosan program intervensi selama tahun 2024 menyebabkan peningkatan indeks tersebut menjadi tidak mudah untuk disimpulkan secara final. Patut diduga, peningkatan sebesar 0,007 poin tersebut disebabkan karena semakin luasnya implementasi program Tarkam di

sejumlah daerah. Tarkam memang hanya menysasar sejumlah titik di sejumlah wilayah dan bersifat jangka pendek. Namun ada kemungkinan resonansi kegiatan tersebut masih terasa hingga pengukuran IPO dilakukan. Selain itu, banyak event besar digelar pada tahun 2024, seperti sepakbola, bolavoli, dan bulutangkis. Mengacu pada logika teori modelling, masyarakat akan meniru apa yang ia lihat, dengar, dan rasakan. Dalam kaitan ini, prinsip *trickle-down effect* tampaknya berlaku pada situasi tersebut.

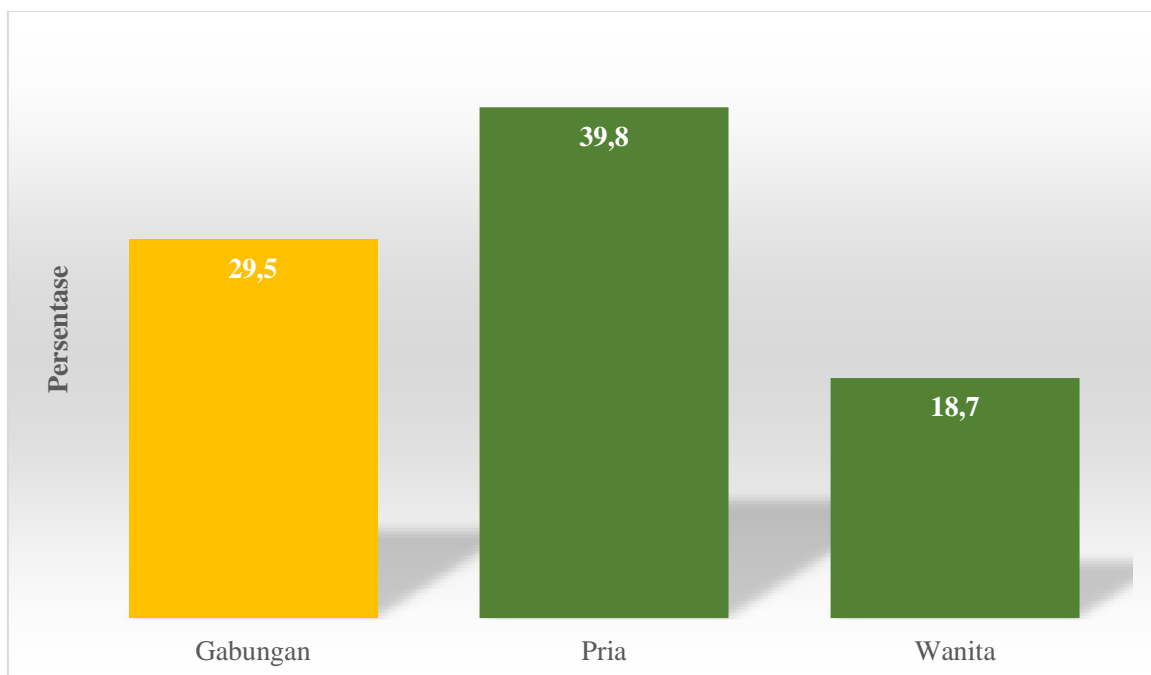
Capaian Olahraga Pendidikan

Mengacu pada UU No. 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, olahraga pendidikan merupakan bagian integral dari sistem pendidikan nasional, diselenggarakan untuk menanamkan nilai-nilai karakter dan memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan guna membangun gaya hidup aktif sepanjang hayat. Dalam kaitan tersebut, literasi fisik menjadi hal yang sangat penting. Laporan ini menyebutkan bahwa literasi fisik anak usia 10-15 tahun memiliki skor 3,39 dari skala 1-5 (skor 1-3 adalah rendah, 3-4 sedang, dan 4-5 tinggi). Literasi fisik pada anak perempuan lebih rendah dibandingkan dengan anak laki-laki. Dibandingkan dengan data tahun 2023, literasi fisik anak usia 10-15 tahun mengalami peningkatan sebesar 0,04 poin, dari 3,35 pada tahun 2023 menjadi 3,39 pada tahun 2024.



Gambar 2. 5. Skor Literasi Fisik Anak Usia 10-15 Tahun Menurut Jender

Perbedaan literasi fisik antara laki-laki dan perempuan pada gilirannya akan berpengaruh pada tingkat partisipasi mereka dalam berolahraga. Laporan ini menyebutkan bahwa tingkat partisipasi berolahraga anak usia 10-15 tahun sebesar 29,5%. Tingkat partisipasi berolahraga anak laki-laki sebesar 39,8%, lebih tinggi dibandingkan dengan anak perempuan yang tingkat partisipasinya dalam berolahraga sebesar 18,7%. Dari data tersebut membuktikan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara tingkat literasi fisik dengan tingkat partisipasi dalam berolahraga. Semakin tinggi literasi fisik, maka semakin tinggi pula partisipasi dalam berolahraga. Dalam konteks ini, faktor pengetahuan menjadi penting dalam rangka menanamkan kebiasaan hidup aktif sepanjang hayat.

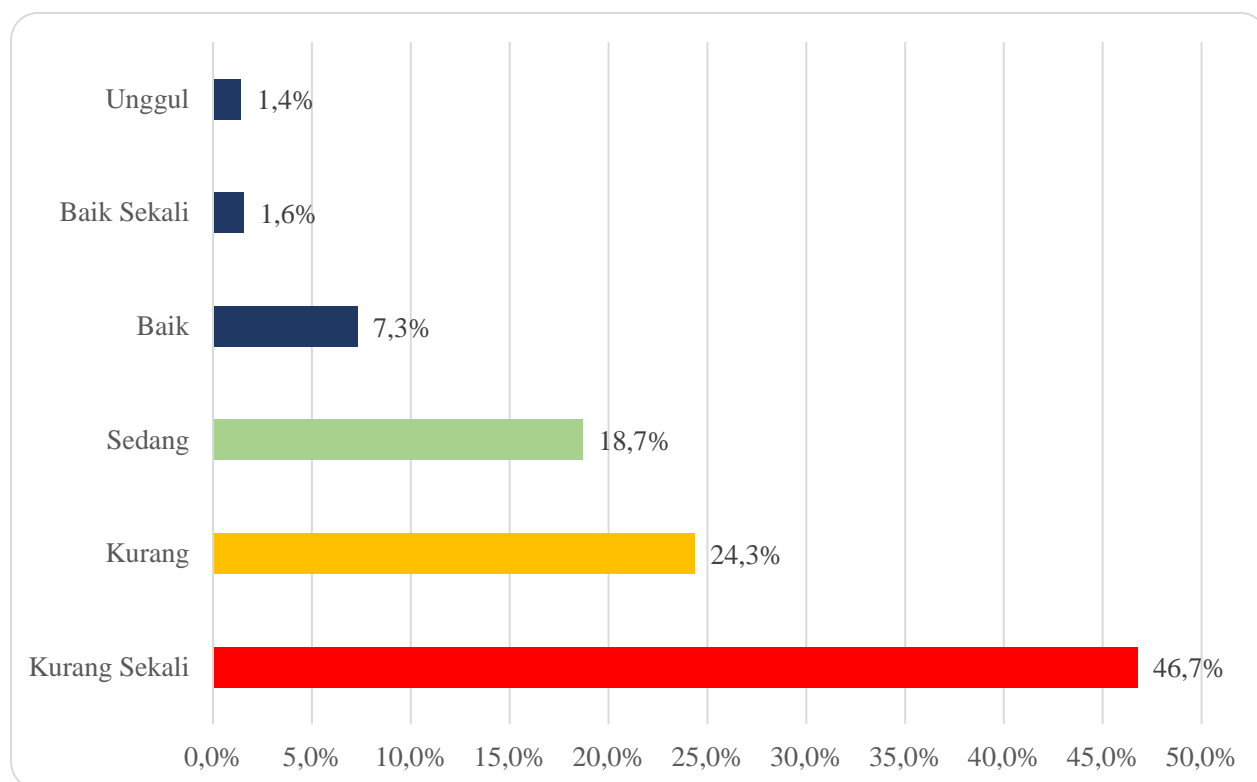


Gambar 2. 6. Tingkat Partisipasi Berolahraga Anak Menurut Jender

Peningkatan literasi fisik pada gilirannya juga berdampak pada peningkatan kebugaran jasmani. Laporan ini menyatakan bahwa tingkat kebugaran jasmani anak usia 10-15 tahun 2024 mengalami peningkatan yang signifikan. Mereka yang masuk pada kategori “baik ke atas” sebesar 10,2%, meningkat 3,42% dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 6,78%. Meskipun demikian perlu juga dicatat bahwa mereka yang kebugaran jasmaninya masuk kategori “kurang sekali” masih cukup besar, yakni 46,7% dan yang masuk kategori “kurang” sebesar 24,3%.

Angka tersebut tentu masih sangat mengawatirkan, mengingat mereka akan menyongsong masa depan dengan turbulensi yang sangat tinggi. Mereka tidak hanya membutuhkan kesehatan fisik, tetapi

juga psikis secara seimbang. Banyak penelitian membuktikan bahwa aktivitas fisik, termasuk di dalamnya olahraga, akan meningkatkan aliran darah ke otak (Bidzan-Bluma & Lipowska, 2018; Donnelly et al., 2016; Walsh, Smith, Northey, Rattray, & Cherbuin, 2020). Hal ini memungkinkan tubuh untuk membangun lebih banyak koneksi antar saraf di dalam otak. Anak yang lebih bugar dan lebih aktif menunjukkan volume ganglia hipokampus, korteks prefrontal, dan basal yang lebih besar, pola aktivitas otak yang lebih tinggi dan efisien, serta kinerja kognitif dan pencapaian skolastik yang superior. Aktivitas fisik juga dapat meningkatkan kinerja memori, menjaga konsentrasi, merangsang kreativitas, dan membantu otak mengembangkan keterampilan pemecahan masalah yang lebih baik.



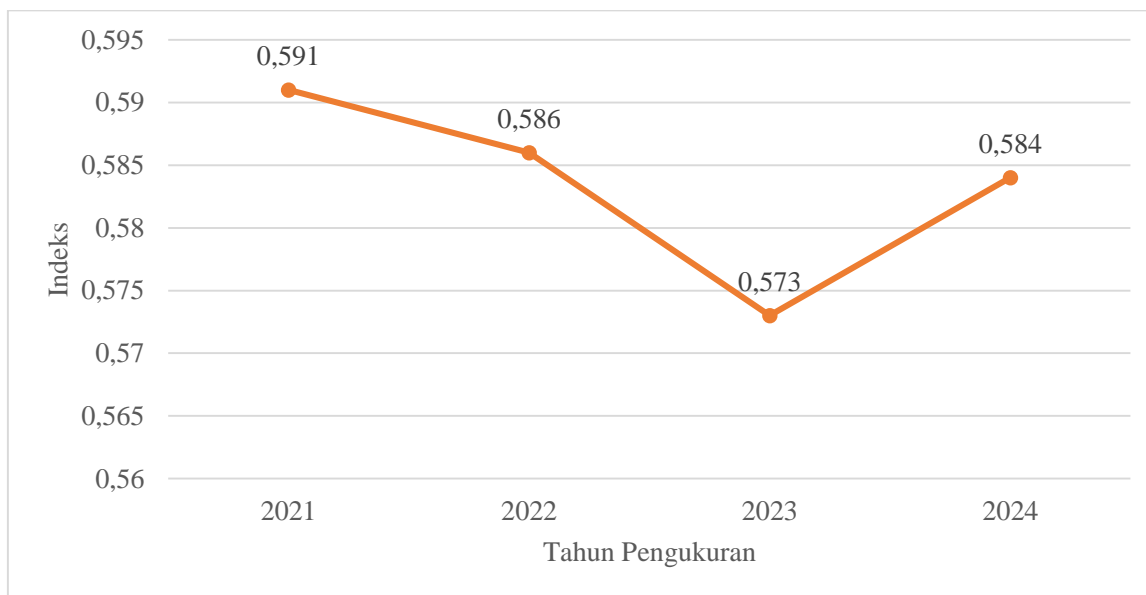
Gambar 2. 7. Tingkat Kebugaran Jasmani Anak Usia 10-15 Tahun

Bagi anak usia 10-15 tahun, tingkat kebugaran jasmani menjadi urgen seiring upaya pembentukan modal manusia menyongsong Indonesia Emas 2045. Sayangnya, rendahnya modal manusia Indonesia tampaknya tidak hanya tercermin dalam tingkat kebugaran jasmani, tetapi juga pada kualitas kognitif-intelektual. Laporan World Bank menyatakan bahwa skor HCI (*Human Capital Index*) Indonesia sebesar 0,54 dari skala 0-1. Artinya, produktivitas dari setiap anak Indonesia yang lahir hanya mencapai 54% dari kapasitas idealnya (World Bank, 2020). Sementara itu, capaian PISA (*Programme*

for International Student Assessment) tahun 2023 juga menunjukkan hal yang sama. Skor membaca anak Indonesia sebesar 359, skor matematika sebesar 366, dan skor sains sebesar 383 (OECD, 2023). Angka tersebut jauh di bawah rata-rata negara OECD. Data tersebut memberikan indikasi bahwa rendahnya kebugaran jasmani berbanding lurus dengan rendahnya indeks modal manusia dan level berpikir. Artinya, ada korelasi antara kebugaran jasmani anak dengan kapasitas kognitif-intelektual mereka.

Capaian Olahraga Masyarakat

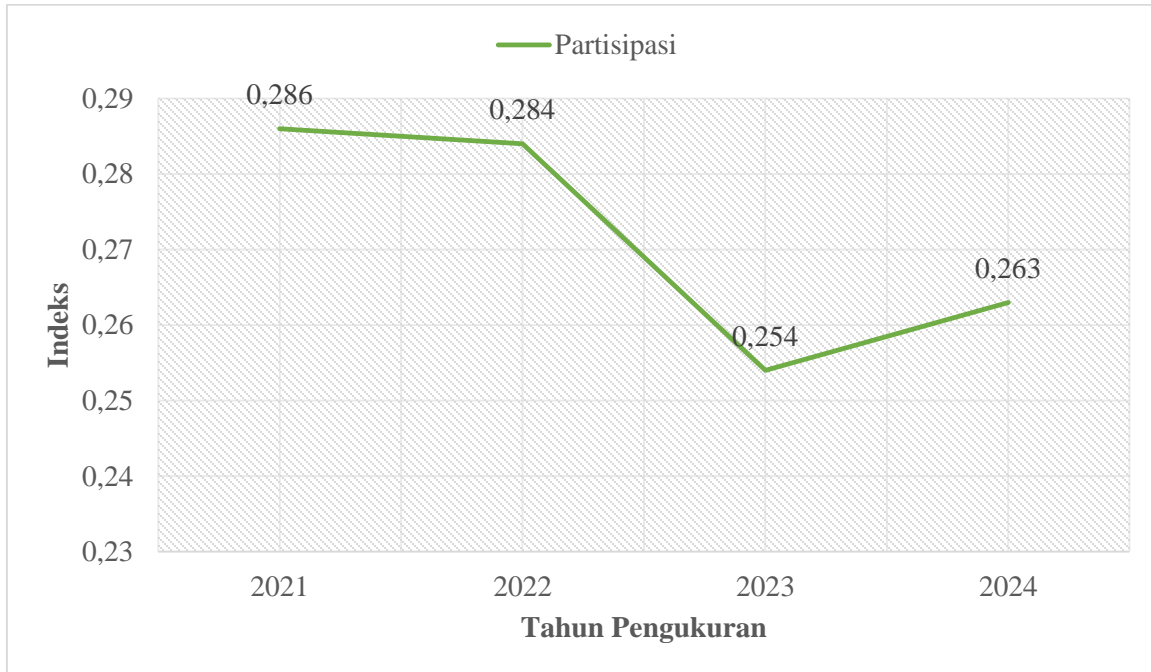
Mengacu pada UU No. 11 Tahun 2022 Tentang Keolahragaan, olahraga masyarakat merupakan bagian integral dari pembangunan di bidang kesehatan, diarahkan untuk memasalkan olahraga sebagai upaya mengembangkan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan kesehatan, kebugaran, kegembiraan, dan hubungan sosial. Upaya meningkatkan kesehatan secara paripurna dimulai dari promosi literasi fisik. Laporan ini menyatakan bahwa indeks literasi fisik masyarakat pada tahun 2024 mengalami peningkatan. Dari 0,573 pada tahun 2023 menjadi 0,584 pada tahun 2024, meningkat sebesar 0,011.



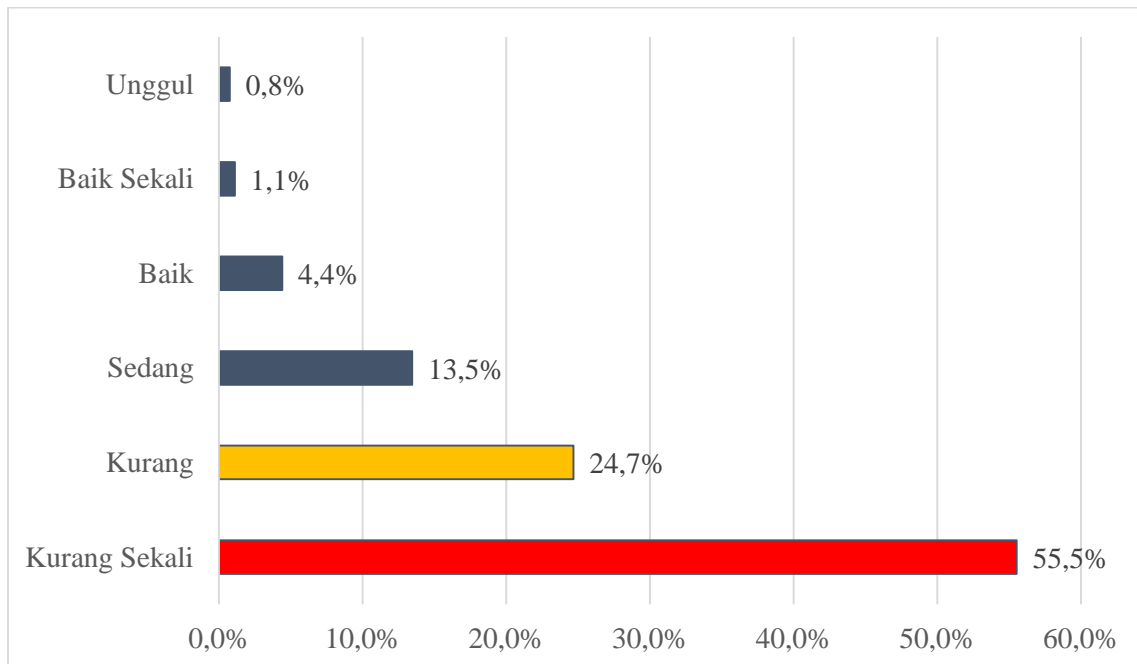
Gambar 2. 8. Indeks Literasi Fisik Masyarakat, 2021-2024

Peningkatan literasi fisik tersebut pada gilirannya akan meningkatkan angka partisipasi dalam berolahraga dan kebugaran jasmani masyarakat. Laporan ini menyatakan bahwa indeks partisipasi masyarakat dalam berolahraga pada tahun 2024 meningkat sebesar 0,009, dari 0,254 pada tahun 2023 menjadi 0,263 pada tahun 2024. Secara linier, peningkatan partisipasi masyarakat dalam berolahraga

akan diikuti dengan peningkatan kebugaran jasmani. Laporan ini menyatakan bahwa indeks kebugaran jasmani masyarakat tahun 2024 meningkat sebesar 0,017, dari 0,179 pada tahun 2023 menjadi 0,196 pada tahun 2024.



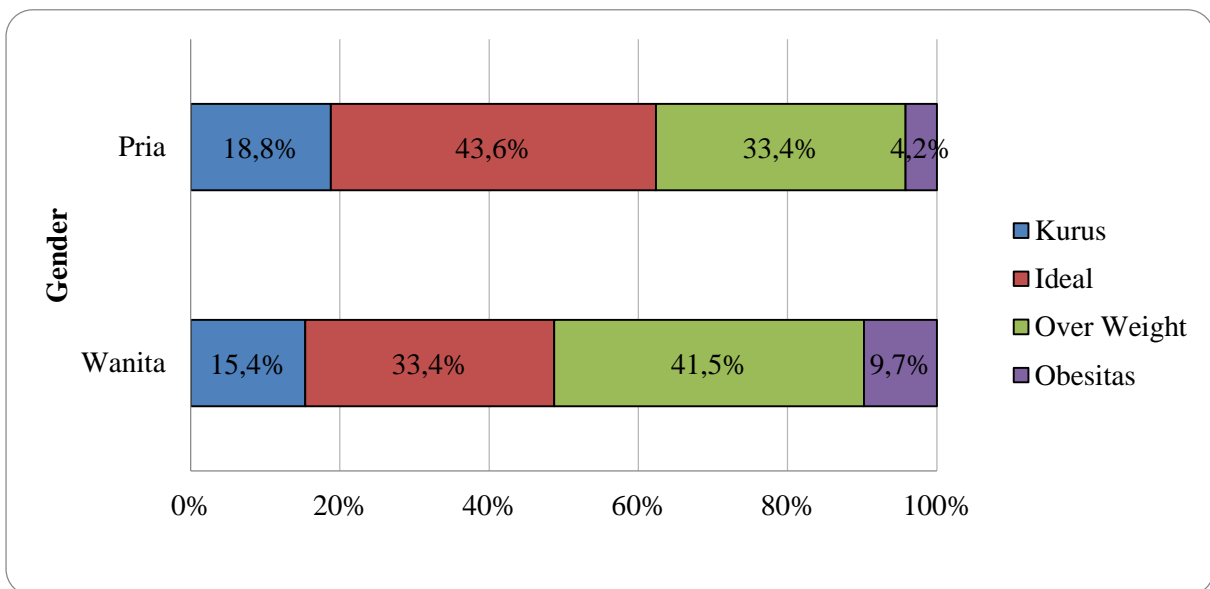
Gambar 2. 9. Indeks Partisipasi Berolahraga Masyarakat, 2021-2024



Gambar 2. 10. Kondisi Kebugaran Jasmani Masyarakat, Usia 10-60 Tahun

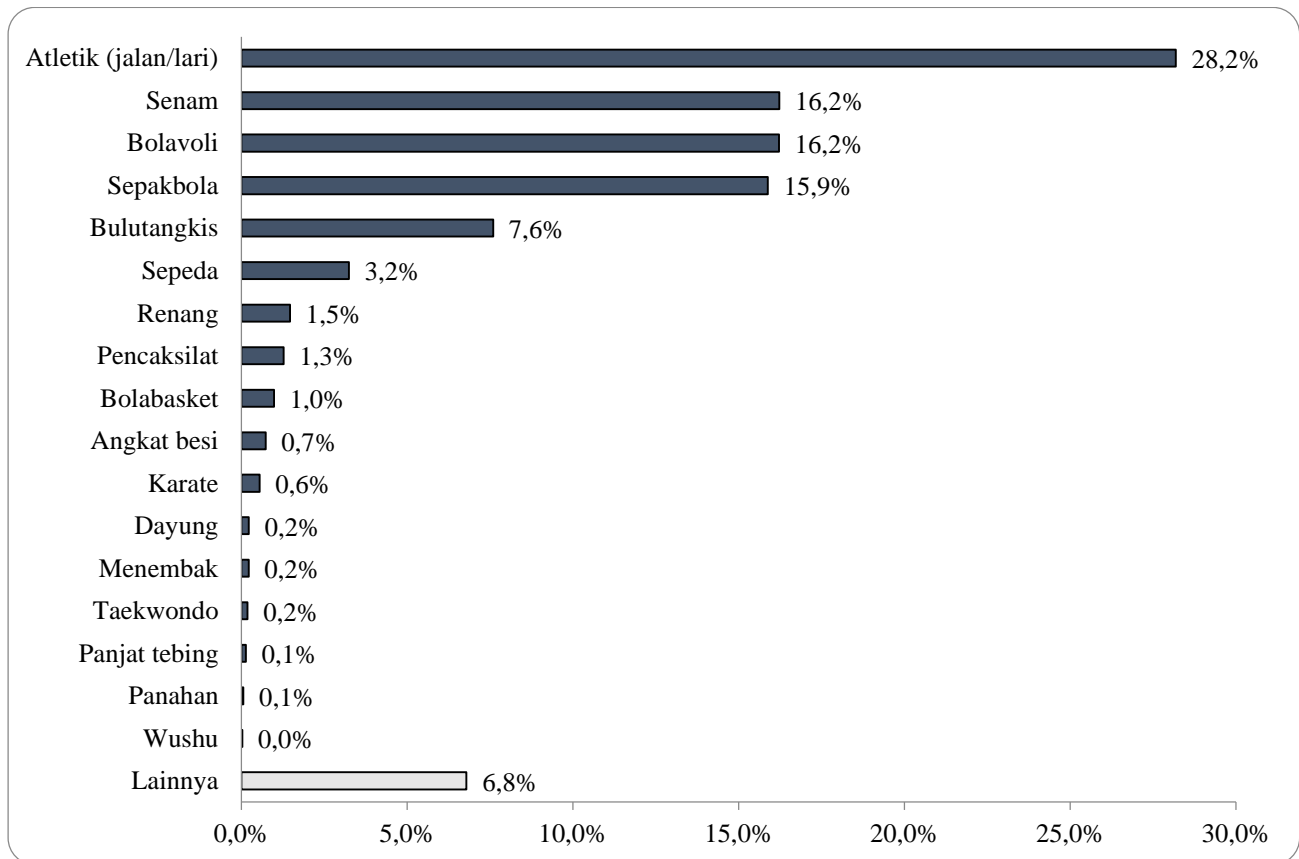
Meskipun indeks kebugaran jasmani mengalami peningkatan, namun mereka yang masuk pada kategori “kurang sekali” masih sangat besar, yakni 55,5% atau setara dengan 114 juta orang dan mereka yang masuk kategori “kurang” sebesar 24,7% atau setara dengan 50,7 juta orang. Mereka yang kebugaran jasmaninya masuk kategori “baik ke atas” hanya sebesar 6,3% atau setara dengan 12,9 juta orang. Mereka yang kebugaran jasmaninya masuk kategori “kurang sekali” sangat rentan terhadap penyakit. Variabel inilah yang menjelaskan mengapa angka kesakitan masyarakat Indonesia tergolong tinggi, terutama pada penyakit nonmenular seperti jantung, diabetes tipe 2, hipertensi, dan stroke. Akibat berikutnya, BPJS Kesehatan terus mengalami defisit hingga triliunan rupiah setiap tahun.

Indikator lain yang juga merupakan bagian dari pengukuran Indeks Pembangunan Olahraga adalah Indeks Masa Tubuh (IMT). Sebagai metode pengukuran, IMT sejatinya merupakan proksi untuk memperkirakan kondisi lemak tubuh seseorang berdasarkan berat badan dan tinggi badan. Apabila IMT seseorang melebihi batas normal, maka berpotensi meningkatkan risiko terhadap kesehatan, terutama pada penyakit nonmenular seperti diabetes tipe 2, hipertensi, jantung, dan stroke. Sementara itu, jika berat tubuh seseorang berada di bawah normal, maka berpotensi terjadinya malnutrisi dan anemia. Laporan ini menyebutkan bahwa pada kelompok laki-laki, mereka yang masuk kategori ideal sebesar 43,6%, selebihnya ada dalam kondisi kelebihan berat badan dan kekurangan berat badan. Pada kelompok perempuan, mereka yang memiliki berat badan ideal sebesar 33,4%, selebihnya ada dalam kondisi kelebihan berat badan dan kekurangan berat badan. Kelebihan berat badan lebih banyak terjadi pada kelompok perempuan dibandingkan dengan laki-laki.



Gambar 2. 11. Perbandingan Indeks Masa Tubuh Berdasarkan Gender

Seperti pada tahun sebelumnya, laporan IPO tahun 2024 kali ini juga menyertakan hasil survei terkait jenis olahraga yang dilakukan oleh masyarakat di 38 Provinsi di Indonesia. Dari survei yang dilakukan tersebut ditemukan fakta bahwa cabang olahraga atletik, dalam hal ini jalan dan lari, memiliki jumlah partisipan yang paling tinggi, yakni sebesar 28,2% atau setara dengan 47 juta orang diikuti dengan senam sebanyak 16,2% atau setara dengan 27 juta orang. Angka yang sama ditempati cabang olahraga bolavoli dengan jumlah partisipan sebesar 16,2% atau setara dengan 27 juta orang. Posisi berikutnya adalah cabang olahraga sepakbola sebesar 15,9% atau setara dengan 26,5 juta orang, dan bulutangkis sebesar 7,6% atau setara dengan 12,6 juta orang. Pada sisi yang lain terdapat cabang olahraga yang prestasinya membanggakan, tetapi jumlah partisipannya di bawah 1 persen. Misalnya cabang olahraga angkat besi jumlah partisipannya sebesar 0,7%, panjat tebing sebesar 0,1%, dan panahan sebesar 0,1%.



Gambar 2. 12. Jumlah Pelaku Olahraga Menurut Jenis Olahraga

Dibandingkan dengan data tahun sebelumnya, pola partisipasi berdasarkan cabang olahraga relatif sama. Dua posisi teratas masih ditempati aktivitas jalan/lari dan senam. Besarnya partisipan kedua jenis olahraga tersebut dapat menjelaskan bagaimana besarnya ukuran ekonomi terkait dengan

industri olahraga, terutama belanja barang berupa sepatu dan pakaian olahraga. Kedua kelompok partisipan tersebut hampir dapat dipastikan merupakan olahraga masyarakat yang bertujuan untuk menjaga kesehatan. Data survei tersebut sekaligus juga menjelaskan bahwa tidak ada korelasi antara banyaknya partisipan dengan capaian dalam konteks *high performance*.

Jika ditelusuri lebih jauh tentang tujuan mereka melakukan aktivitas fisik, laporan ini menyatakan bahwa sebagian besar (78%) mereka melakukan olahraga untuk tujuan menjaga kesehatan, sebanyak 6,6% untuk memperoleh kesenangan, dan sebanyak 4,7% untuk melepas stress. Sementara itu, mereka yang melakukan olahraga untuk menjadi atlet hanya sebesar 3,4%. Fakta tersebut seharusnya bisa dijadikan dasar dalam mengambil keputusan yang menyangkut kepentingan publik, kepentingan sebagian besar masyarakat Indonesia. Seperti halnya di Amerika, tanggung jawab negara terkait olahraga lebih mengarah kepada kesehatan semua warga negara, bukan olahraga dalam konteks *high performance*. Anggaran negara diarahkan pada upaya menjaga kesehatan dalam konteks promotif dan preventif. Persoalan *high performance* diserahkan sepenuhnya kepada swasta.

Jika ditelusuri dalam konstitusi, konstruksi negara yang digagas oleh para pendiri bangsa sejatinya mengarah pada negara kesejahteraan. Sebuah konsep bernegara yang menempatkan pendidikan, kesehatan, kebahagiaan, dan kualitas hidup warganya sebagai tujuan yang utama (A. Maksam, 2022). Dalam UU No. 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan juga ditegaskan pada bagian “menimbang” bahwa olahraga merupakan bagian penting dari upaya meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan manusia Indonesia. Konstruksi UU No. 11/2022 telah memberikan penguatan pada paradigma “sport for development” yang menempatkan olahraga sebagai alat, bukan tujuan (Richard Giulianotti, 2012; Ha, Lee, & Ok, 2015; Sapkota & Neupane, 2020).

Capaian Olahraga Prestasi

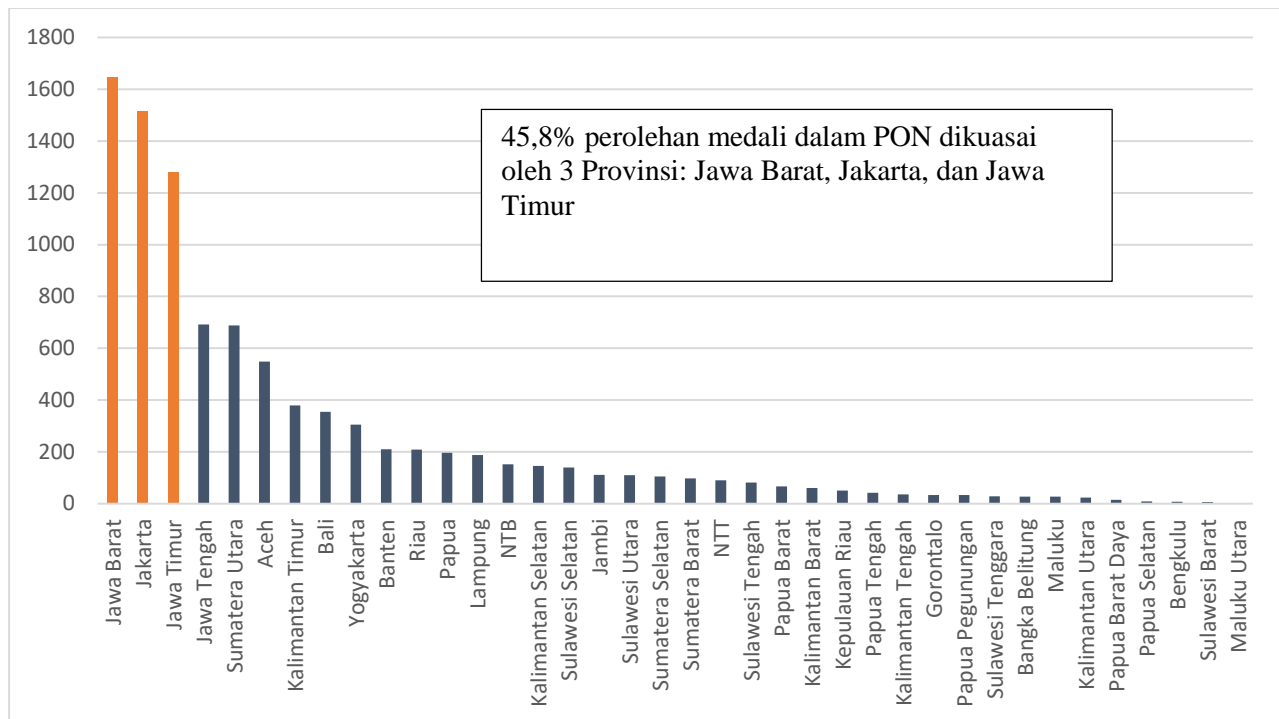
Mengacu pada UU No. 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, olahraga prestasi dimaksudkan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi olahragawan dalam rangka meningkatkan harkat dan martabat bangsa. Frasa “harkat dan martabat bangsa” hanya dilekatkan pada olahraga prestasi, bukan pada lingkup olahraga yang lain. Harkat dan martabat bangsa hanya dapat dicapai secara optimal jika Indonesia memiliki kekuatan dan keunggulan daya saing dibanding sejumlah negara yang lain. Sayangnya, imajinasi tersebut belum terwujud melalui prestasi olahraga di kancan internasional

Meski Indonesia ikut Olimpiade sejak 1952, namun medali emas baru diraih 40 tahun kemudian, yakni pada Olimpiade Barcelona 1992 dengan 2 medali emas dari bulutangkis. Pada Olimpiade Paris

2024, kita masih juga memperoleh 2 medali emas, meski dari cabang olahraga yang berbeda, yakni angkat besi dan panjat tebing. Artinya, capaian tahun ini sama dengan capaian 32 tahun yang lalu, praktis tidak ada kemajuan yang signifikan. Posisi Indonesia stagnan di papan tengah, tidak di bawah tapi juga tidak di atas. Dalam konteks Asian Games, prestasi Indonesia juga mengalami kondisi yang sama. Pada tahun 1962 Indonesia berada di peringkat kedua di bawah Jepang dan hingga tahun 1990, Indonesia masih masuk 10 besar Asia. Namun setelah era reformasi, tepatnya pada Asian Games 2002, prestasi Indonesia melorot ke urutan ke 14 dan terjun bebas hingga urutan ke 22 pada Asian Games 2006. Untungnya, pada tahun 2018 Indonesia menjadi tuan rumah dan peringkatnya naik menjadi 4 besar. Sayangnya, capaian tersebut tidak mampu dipertahankan pada Asian Games berikutnya dan melorot lagi ke peringkat 13. Pola yang kurang lebih mirip juga terjadi pada SEA Games. Sejak keikutsertaan Indonesia pada tahun 1977, Indonesia konsisten menjadi juara umum hingga 1997, kecuali saat Thailand menjadi tuan rumah. Seiring era reformasi, dominasi tersebut memudar dan titik nadir terjadi pada tahun 2005 ketika peringkat Indonesia jatuh ke posisi ke 5. Pada SEA Games 2023, Indonesia ada di peringkat tiga di bawah Vietnam dan Thailand.

Prestasi internasional tidak mungkin mengalami peningkatan yang signifikan apabila pembinaan olahraga di dalam negeri tidak dilakukan dengan basis ilmu pengetahuan dan teknologi. Artinya, sejak dari perumusan kebijakan, pembinaan olahragawan, hingga pemberian penghargaan harusnya berdasarkan kajian yang mendalam disertai dengan bukti-bukti empirik yang meyakinkan. Tanpa itu semua, capaian prestasi tinggi di kancah internasional hanyalah angan-angan. Kompetisi olahragawan di level internasional pada dasarnya adalah kompetisi dalam hal ilmu pengetahuan dibidang olahraga, selain tentu kompetisi dibidang ekonomi.

Dalam konteks olahraga prestasi, Pekan Olahraga Nasional (PON) dimaksudkan sebagai sasaran antara menuju prestasi internasional, selain tentu alasan memelihara persatuan dan kesatuan bangsa. Setiap provinsi diharapkan melakukan pembinaan olahraga dan titik kulminasinya pada momen empat tahunan tersebut. Mengacu pada catatan prestasi, PON cenderung didominasi oleh tiga provinsi di pulau Jawa, yakni Jakarta, Jawa Timur, dan Jawa Barat. Penjelasannya sederhana, pada ketiga provinsi tersebut bergabung variabel jumlah penduduk dan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) yang besar ditambah dengan ketenagaan yang memadai. Artinya, argumen ekonomi lebih dapat memberikan penjelasan yang konsisten dalam pencapaian prestasi tinggi dalam olahraga. Kesenjangan prestasi olahraga yang sangat lebar antara wilayah Jawa dan luar Jawa pada dasarnya diawali dengan kesenjangan ekonomi di antara mereka.

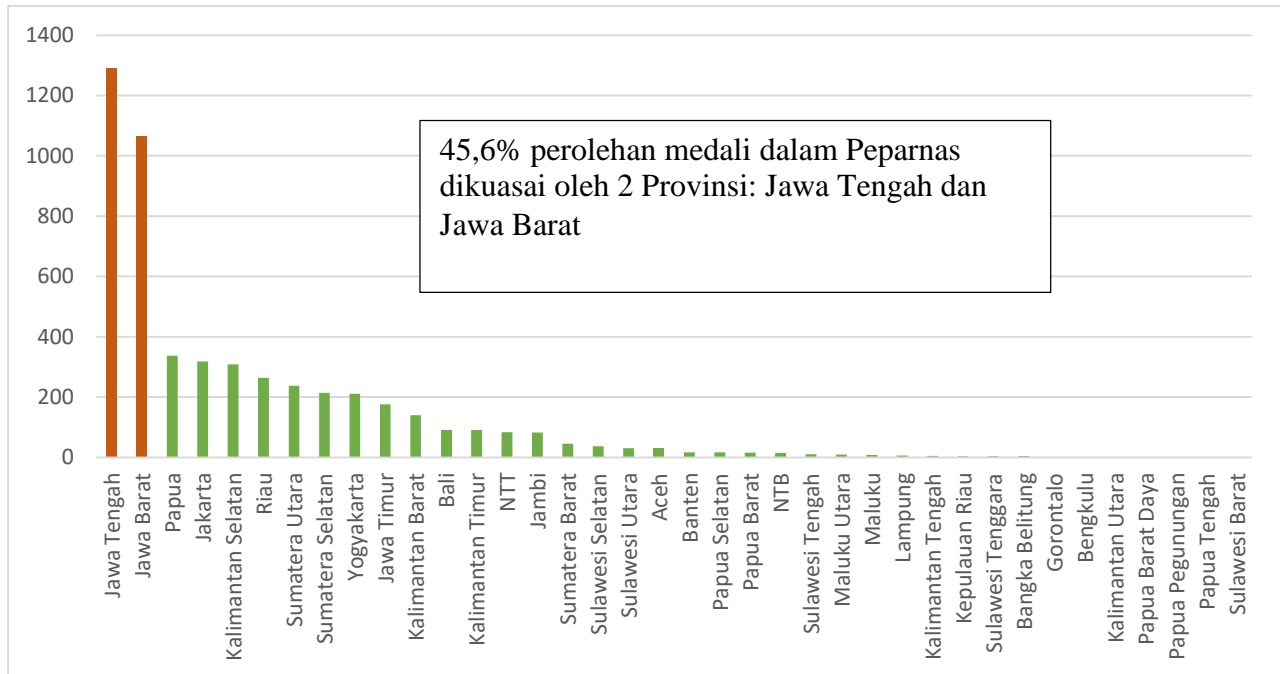


Gambar 2. 13. Capaian Olahraga Prestasi Berdasarkan Hasil PON 2024

Laporan ini menyebutkan bahwa indeks performa tahun 2024 sebesar 0,161, menurun 0,011 dibandingkan dengan data tahun 2023. Performa dalam olahraga prestasi diukur dengan perolehan medali dalam PON 2024, yang lagi-lagi didominasi oleh Jawa Barat, Jakarta, dan Jawa Timur. Mereka menguasai 45,8% perolehan keseluruhan medali. Capaian tersebut linier dengan ukuran ekonomi dari ketiga wilayah tersebut. Menurut data BPS, produk domestik regional bruto adalah sebesar Rp3.186 triliun untuk Jakarta, sebesar Rp2.730 triliun untuk Jawa Timur, dan sebesar Rp2.422 triliun untuk Jawa Barat (BPS, 2024c).

Strategi menempatkan penyelenggaraan PON di luar Jawa terbukti belum efektif meningkatkan prestasi mereka. Pada era orde lama, PON pernah diselenggarakan di Medan tahun 1953 dan di Makasar tahun 1957. Pada era orde baru, penyelenggaraan PON selalu di Pulau Jawa, khususnya di DKI Jakarta. Baru pada era reformasi, PON mulai diselenggarakan lagi di luar Pulau Jawa, dimulai dari PON 2004 di Palembang, PON 2008 di Samarinda, PON 2012 di Pekanbaru, dan seterusnya. Pertanyaannya kemudian, apakah penyelenggaraan PON di luar Jawa dapat meningkatkan mutu pembinaan olahraga di daerah-daerah tersebut? Sekali lagi, belum ada bukti yang meyakinkan terkait hal tersebut. Yang terjadi, ketika suatu daerah menjadi tuan rumah PON, maka dengan segala upaya meningkatkan capaian prestasinya. Jalan pintas dilakukan. Namun begitu tidak lagi menjadi tuan rumah, kebiasaan lama muncul kembali. Pembinaan olahragawan sekadarnya, prestasi pun kembali

menurun. Sebagai ilustrasi, Pada PON 2004, Sumatera Selatan (Palembang) sebagai tuan rumah ada diperingkat 5, tapi kemudian melorot tajam pada PON berikutnya menjadi peringkat 14. Demikian juga PON 2020, sebagai tuan rumah Papua menempati peringkat 4, tapi pada PON berikutnya menurun drastis ke peringkat 13. Artinya, tidak ada konsistensi dan keberlanjutan dalam pembinaan. Semuanya hanya karena alasan tuan rumah.



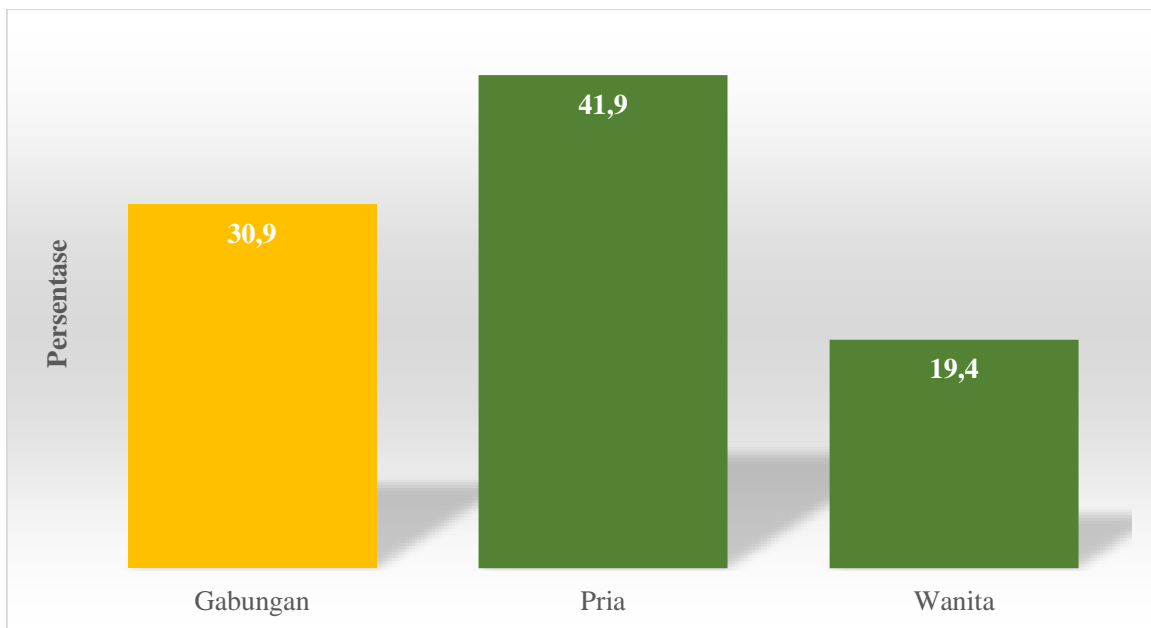
Gambar 2. 14. Capaian Olahraga Prestasi Berdasarkan Hasil Peparнас 2024

Kondisi yang lebih memprihatinkan terjadi pada olahraga disabilitas. Tidak semua Provinsi melakukan pembinaan secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan. Apalagi di tingkat Kabupaten/Kota, nyaris tidak ada pembinaan yang signifikan. Di level nasional pun, tidak semua cabang olahraga disabilitas menyelenggarakan Kejuaraan Nasional. Menurut informasi dari pengurus NPC, hanya sekitar 4-6 cabang olahraga. Pembinaan olahraga disabilitas relatif intens di Jawa Tengah, tepatnya di Kota Solo. Pengurus pusat NPC juga ada di Kota Solo. Karena itu, bisa dipahami apabila dalam Peparнас (Pekan Paralimpiade Nasional) 2024, Provinsi Jawa Tengah mendominasi perolehan medali. Laporan ini menyebutkan bahwa berdasarkan data perolehan medali Peparнас tahun 2024, sebesar 45,6% dari keseluruhan medali dikuasai hanya oleh dua provinsi, yakni Jawa Tengah dan Jawa Barat. Bahkan terdapat 6 provinsi di luar Jawa yang tidak mendapatkan medali satu pun. Artinya, kesenjangan prestasi pada olahraga disabilitas lebih tinggi dibandingkan dengan olahraga nondisabilitas.

Keterlibatan Pemuda dalam Olahraga

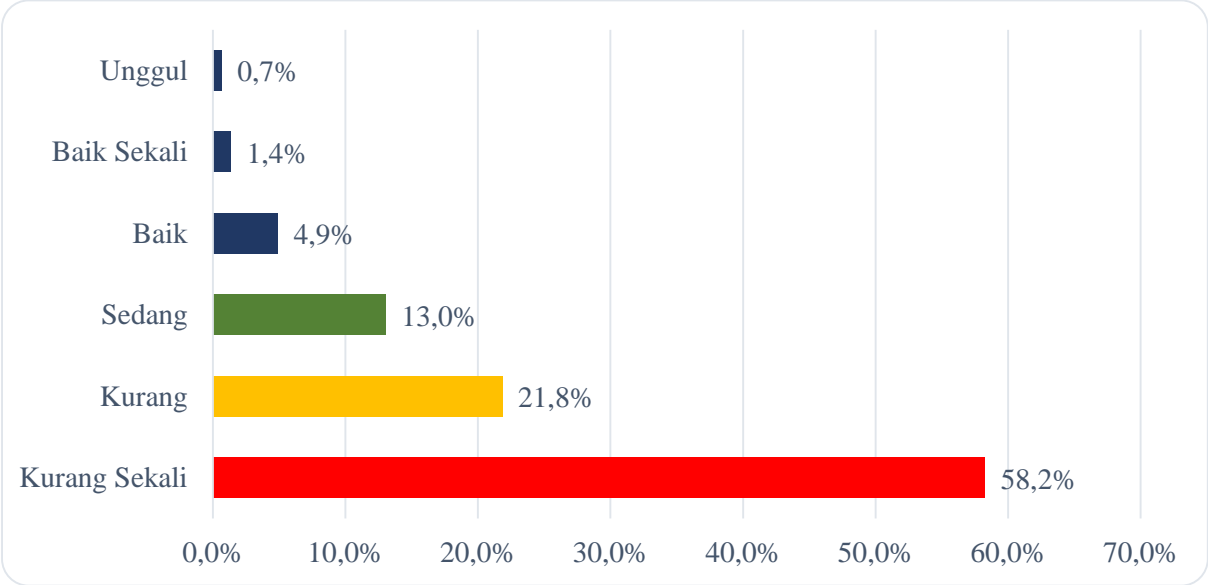
Dalam laporan ini, keterlibatan pemuda dalam olahraga diukur dengan angka literasi fisik, tingkat partisipasi, kebugaran jasmani, perkembangan personal, dan kesehatan. Istilah pemuda, sebagaimana UU No. 40 Tahun 2009, didefinisikan sebagai warga negara yang berusia 16-30 tahun (Kemensekneg, 2009b). Dari aspek literasi fisik, skor pemuda sebesar 3,38 dari skala 1-5 (1-3 rendah, 3-4 sedang, dan 4-5 tinggi). Literasi fisik pada kelompok laki-laki sebesar 3,50 dan pada kelompok perempuan sebesar 3,25. Artinya, tingkat literasi fisik laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Tingkat literasi fisik pada gilirannya akan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi, yakni keterlibatan seseorang dalam aktivitas fisik atau berolahraga.

Laporan ini menyatakan bahwa tingkat partisipasi pemuda dalam berolahraga sebesar 30,9%. Angka tersebut merupakan tingkat partisipasi tertinggi dibandingkan dengan kategori usia lain. Tingkat partisipasi pada anak sebesar 29,5%, pada usia dewasa sebesar 24,0%, dan pada usia pralansia sebesar 20,0%. Dari aspek jender, tingkat partisipasi kelompok pemuda laki-laki sebesar 41,9% dan pada kelompok pemuda perempuan sebesar 19,4%. Artinya, pemuda kelompok laki-laki memiliki tingkat partisipasi berolahraga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok perempuan. Fakta ini linier dengan temuan sebelumnya terkait literasi fisik dan sekaligus menegaskan bahwa literasi fisik berkorelasi dengan tingkat partisipasi. Semakin tinggi tingkat literasi fisik, maka semakin tinggi pula tingkat partisipasi seseorang dalam berolahraga.

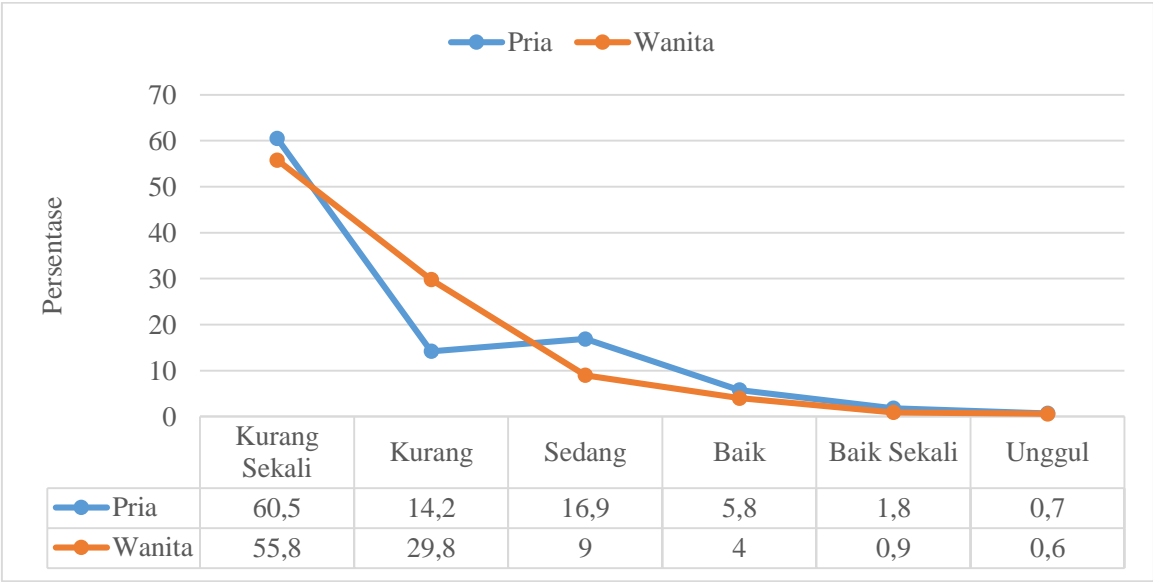


Gambar 2. 15. Tingkat Partisipasi Pemuda dalam Berolahraga Tahun 2004

Tingkat partisipasi dalam berolahraga pada gilirannya juga berpengaruh pada tingkat kebugaran jasmani. Laporan ini menyatakan bahwa tingkat kebugaran jasmani pemuda yang masuk kategori “baik ke atas” sebesar 6,9%, lebih tinggi dibandingkan dengan capaian pada tahun 2023 yang sebesar 5,03%. Meskipun demikian perlu diingat bahwa mereka yang kebugaran jasmaninya masuk pada kategori “kurang sekali” masih sangat besar, yakni 58,2%. Demikian juga yang masuk pada kategori “kurang” sebesar 21,8%. Artinya, masih banyak pekerjaan rumah yang harus dilakukan dalam rangka meningkatkan kebugaran jasmani para pemuda. Kebugaran jasmani yang rendah dapat mengancam produktivitas dan angka harapan hidup mereka.



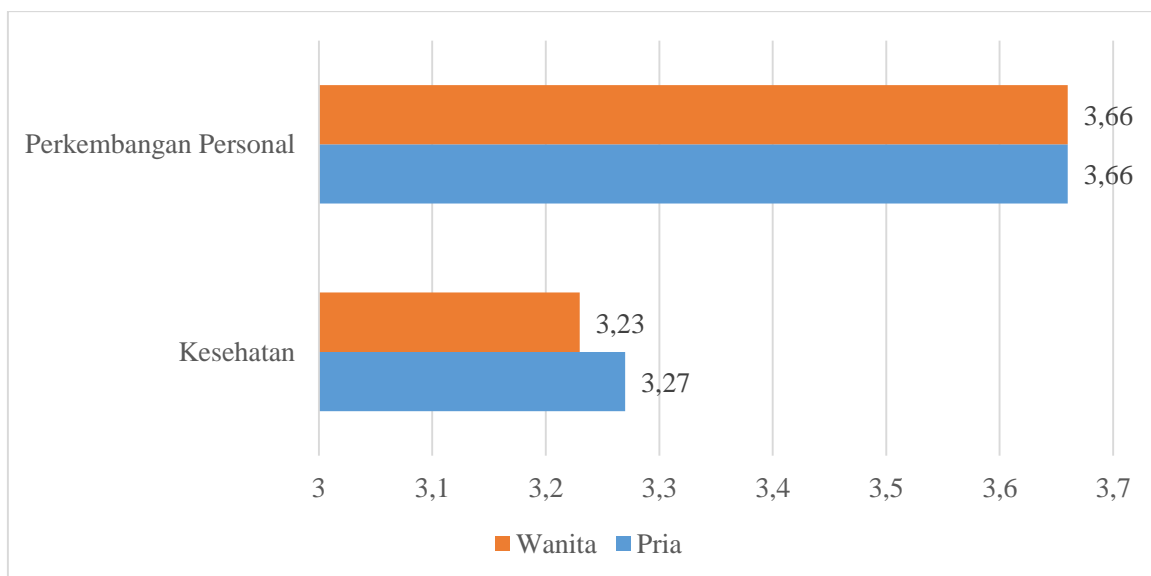
Gambar 2. 16. Tingkat Kebugaran Jasmani Pemuda Tahun 2024



Gambar 2. 17. Tingkat Kebugaran Jasmani Pemuda Menurut Jender Tahun 2024

Dilihat dari aspek jender, kelompok pemuda laki-laki memiliki persentase yang lebih banyak pada kebugaran jasmani kategori “baik ke atas” dibandingkan dengan kelompok pemuda perempuan. Pada kelompok laki-laki sebesar 8,3% dan pada kelompok perempuan sebesar 5,5%. Yang perlu menjadi perhatian, pada kategori “kurang sekali”, kelompok laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan kelompok perempuan. Sementara itu, pada kategori “kurang”, kelompok perempuan lebih banyak dibandingkan dengan kelompok laki-laki.

Persoalan kebugaran jasmani sangat penting bagi pemuda, selain karena berhubungan dengan produktivitas, juga berkaitan dengan angka keluhan kesehatan dan angka kesakitan. Data BPS tahun 2022 menyebutkan bahwa angka keluhan kesehatan pada pemuda sebesar 23,38% dan angka kesakitan sebesar 9,51%. Data tersebut memiliki makna bahwa dari 100 orang pemuda, sebanyak 23 orang memiliki keluhan kesehatan dan 9 diantaranya mengalami sakit, baik secara fisik maupun psikis. Data Riset Kesehatan Dasar 2018 menunjukkan bahwa prevalensi gangguan mental emosional mencapai 9,8%, meningkat dibandingkan dengan data tahun 2013 yang sebesar 6,0%. Diperkirakan lebih dari 19 juta penduduk berusia 15 tahun ke atas mengalami gangguan mental emosional dan lebih dari 12 juta mengalami depresi (Kemenkes, 2018).



Gambar 2. 18. Skor Kesehatan dan Perkembangan Personal Pemuda Menurut Jender

Ketika seseorang terlibat dalam olahraga, maka akan membantu yang bersangkutan menjadi lebih aktif secara fisik dan juga mengembangkan kepribadian yang lebih sehat. Laporan ini menyatakan bahwa skor perkembangan personal pada pemuda laki-laki dan perempuan sebesar 3,66 dari skala 1-

5. Sementara itu, pada indikator kesehatan, angkanya sebesar 3,23 pada pemuda perempuan dan 3,27 pada pemuda laki-laki.

Dalam konteks perkembangan personal, peran olahraga menjadi penting sebagai katalisator. Ketika sedang stress, misalnya, karena masalah pribadi atau pekerjaan, berolahraga membantu melepaskan tekanan dan ketegangan dengan cara yang sehat dan terkendali. Pelaku olahraga belajar untuk tidak kehilangan kesabaran dan moral mereka bahkan dalam menghadapi kekalahan karena dia perlu menjadi tenang dan kemudian mencoba dan tampil lebih baik di lain waktu. Ada lebih banyak kegembiraan dalam bermain daripada hasil akhirnya. Olahraga melatih seseorang untuk menerima kekalahan dengan anggun, tidak berputus asa, dan terus maju. Mereka belajar bahwa menang dan kalah adalah bagian dari kehidupan, tidak seharusnya merasa tertekan dan berkecil hati karena kalah, tetapi terus maju dan berusaha lebih keras di lain waktu.

B. Perbandingan Capaian Jawa dan Luar Jawa

Harus diakui, meski Indonesia sudah merdeka 79 tahun yang lalu, ketimpangan pembangunan antar daerah Jawa dan di luar Jawa masih begitu lebar. Selama ini pembangunan masih terkonsentrasi di pulau Jawa dan kurang memperhatikan perkembangan di luar Jawa. Akibatnya, pertumbuhan dan pemerataan termasuk kontribusinya secara nasional masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan pulau Jawa. Kondisi tersebut tidak hanya terkait dengan pembangunan pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan ekonomi, tetapi juga terjadi pada pembangunan olahraga. Pada olahraga prestasi, misalnya, kontribusi 6 provinsi di pulau Jawa sebesar 58,2% terhadap capaian nasional. Sementara itu, kontribusi 32 provinsi di luar pulau Jawa sebesar 41,8%.

Tabel 2. 1. Data Deskriptif Indeks Dimensi antara Jawa dan Luar Jawa

Variabel		Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
SDM	Jawa	.055	.033	.022	.114
	Luar Jawa	.067	.035	.014	.166
Ruang Terbuka	Jawa	.301	.208	.053	.533
	Luar Jawa	.518	.329	.001	1.000
Literasi Fisik	Jawa	.577	.017	.562	.607
	Luar Jawa	.597	.041	.485	.672
Partisipasi	Jawa	.238	.034	.190	.276
	Luar Jawa	.303	.096	.044	.450
Kebugaran	Jawa	.166	.031	.127	.200
	Luar Jawa	.224	.059	.094	.362

Kesehatan	Jawa	.424	.005	.418	.433
	Luar Jawa	.427	.010	.410	.450
Perkembangan Personal	Jawa	.536	.008	.523	.543
	Luar Jawa	.551	.022	.514	.610
Ekonomi	Jawa	.497	.024	.474	.543
	Luar Jawa	.592	.160	.056	.956
Performa	Jawa	.571	.379	.127	1.000
	Luar Jawa	.079	.099	.000	.417
IPO	Jawa	.374	.042	.300	.413
	Luar Jawa	.373	.053	.243	.468

Tabel 2. 2. Perbedaan Indeks Dimensi antara Jawa dan Luar Jawa

ANOVA						
Variabel		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SDM	Between Groups	.001	1	.001	.627	.434
	Within Groups	.040	34	.001		
Ruang Terbuka	Between Groups	.235	1	.235	2.383	.132
	Within Groups	3.350	34	.099		
Literasi Fisik	Between Groups	.002	1	.002	1.257	.270
	Within Groups	.051	34	.002		
Partisipasi	Between Groups	.022	1	.022	2.699	.110
	Within Groups	.272	34	.008		
Kebugaran	Between Groups	.016	1	.016	5.304	.028
	Within Groups	.105	34	.003		
Kesehatan	Between Groups	.000	1	.000	.394	.534
	Within Groups	.003	34	.000		
Perk. Personal	Between Groups	.001	1	.001	2.595	.116
	Within Groups	.015	34	.000		
Ekonomi	Between Groups	.045	1	.045	2.051	.161
	Within Groups	.749	34	.022		
Performa	Between Groups	1.211	1	1.211	41.049	.000
	Within Groups	1.003	34	.030		
IPO	Between Groups	.000	1	.000	.003	.960
	Within Groups	.090	34	.003		

Laporan ini menyatakan bahwa berdasarkan analisis data indeks dimensi IPO tahun 2024, kecuali data performa, capaian provinsi di luar jawa secara rata-rata lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi

di pulau Jawa. Indeks dimensi tersebut antara lain terkait dengan ruang terbuka, literasi fisik, partisipasi, dan kebugaran jasmani. Namun ketika data tersebut diuji secara statistik dengan menggunakan Anova, maka terbukti hanya indeks performa yang berbeda secara signifikan. Indeks dimensi yang lain terbukti tidak ada perbedaan yang signifikan antara Jawa dan luar Jawa.

Dalam konteks pembangunan olahraga, perbedaan yang mencolok terjadi pada capaian performa dalam kejuaraan seperti PON dan Kejurnas. Performa daerah di luar Jawa tertinggal jauh dengan daerah di Jawa. Hal tersebut dapat dipahami mengingat performa tinggi dalam olahraga sangat erat hubungannya dengan sampai sejauhmana suatu daerah memiliki ketenagaan dan anggaran yang mencukupi. Sementara itu, untuk capaian indikator yang lain seperti partisipasi, kebugaran jasmani, dan belanja olahraga, daerah di luar Jawa justru lebih tinggi meski perbedaannya tidak signifikan. Partisipasi dan kebugaran jasmani lebih terkait dengan gaya hidup aktif yang melekat pada masyarakat menengah ke bawah. Artinya, penduduk di luar Jawa lebih aktif secara fisik dibandingkan dengan penduduk di Jawa. Selain itu, tingkat konsumsi masyarakat menengah ke bawah lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat menengah ke atas.

C. Perbandingan Capaian Perkotaan dan Perdesaan

Pada laporan IPO 2024 ini, terdapat model analisis baru terkait capaian pembangunan olahraga berdasarkan kategori wilayah perkotaan dan perdesaan. Mengacu pada pengertian yang dikeluarkan oleh BPS, istilah perkotaan dan perdesaan berbeda dengan istilah kelurahan dan desa seperti yang selama ini dikenal. Istilah perkotaan, menurut BPS, adalah status suatu wilayah administrasi setingkat desa/kelurahan yang memenuhi kriteria klasifikasi wilayah perkotaan (BPS, 2010). Sementara itu, perdesaan adalah status suatu wilayah administrasi setingkat desa/kelurahan yang belum memenuhi kriteria klasifikasi wilayah perkotaan. Kriteria wilayah perkotaan yang dimaksud adalah persyaratan tertentu dalam hal kepadatan penduduk, persentase rumah tangga pertanian, dan keberadaan/akses pada fasilitas perkotaan, yang dimiliki suatu desa/kelurahan untuk menentukan status perkotaan suatu desa/kelurahan (BPS, 2010). Persyaratan tersebut mencakup ketersediaan Sekolah Taman Kanak-Kanak, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Umum, pasar, pertokoan, bioskop, rumah sakit, hotel/bilyar/diskotek/panti pijat/salon, persentase rumah tangga yang menggunakan telepon, dan persentase rumah tangga yang menggunakan listrik.

Laporan ini menyatakan bahwa secara rata-rata, dimensi literasi fisik, partisipasi, kebugaran jasmani, dan kesehatan lebih tinggi pada wilayah perdesaan. Sementara itu, pada dimensi perkembangan personal, wilayah perkotaan memiliki skor yang lebih tinggi. Setelah data tersebut diuji dengan menggunakan statistik Anova, maka diperoleh bukti bahwa perbedaan terhadap variabel-

variabel tersebut signifikan. Artinya, ada perbedaan yang signifikan dalam hal literasi fisik, tingkat partisipasi, kebugaran jasmani, dan kesehatan antara penduduk di wilayah perkotaan dan perdesaan. Penduduk yang tinggal di daerah perdesaan lebih unggul dibandingkan dengan penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan. Penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan memiliki perkembangan personal yang lebih baik dibandingkan dengan penduduk yang tinggal di wilayah perdesaan.

Tabel 2. 3. Data Indeks Dimensi antara Wilayah Perkotaan dan Perdesaan

Variabel		Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Literasi Fisik	Perkotaan	3.3076	.64222	1.00	5.00
	Perdesaan	3.3624	.64485	1.00	5.00
Partisipasi	Perkotaan	2.10	1.118	1	5
	Perdesaan	2.25	1.153	1	5
Kebugaran Jasmani	Perkotaan	26.143	5.9897	20.1	51.6
	Perdesaan	27.036	6.5196	20.1	53.9
Perk. Personal	Perkotaan	3.7167	.45997	1.83	5.00
	Perdesaan	3.6802	.47446	1.67	5.00
Kesehatan	Perkotaan	3.2342	.35071	1.00	5.00
	Perdesaan	3.2695	.36242	1.00	5.00

Tabel 2. 4. Perbedaan Indeks Dimensi antara Wilayah Perkotaan dan Perdesaan

ANOVA						
Variabel		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Literasi Fisik	Between Groups	14.752	1	14.752	35.623	.000
	Within Groups	8136.442	19648	.414		
Partisipasi	Between Groups	88.040	1	88.040	68.327	.000
	Within Groups	20568.523	15963	1.289		
Kebugaran Jasmani	Between Groups	3915.894	1	3915.894	100.087	.000
	Within Groups	768722.691	19648	39.125		
Perk. Personal	Between Groups	6.536	1	6.536	29.952	.000
	Within Groups	4287.364	19648	.218		
Kesehatan	Between Groups	6.098	1	6.098	47.981	.000
	Within Groups	2497.038	19648	.127		

Hasil ini pada dasarnya sejalan dengan temuan sebelumnya, dalam konteks perbedaan capaian pembangunan olahraga antara wilayah di Jawa dan luar Jawa. Yang menarik adalah terkait dengan perkembangan personal, wilayah perkotaan lebih baik dibandingkan dengan perdesaan. Bagaimana menjelaskan masalah ini? Perlu diketahui bahwa dalam laporan ini, indeks perkembangan personal diukur dengan dua konsep dasar, yakni resiliensi dan modal sosial. Esensi resiliensi adalah kemampuan seseorang beradaptasi terhadap perubahan, ketangguhan menghadapi kesulitan, dan kecepatan bangkit dari keterpurukan (Connor & Davidson, 2003; Luthans, Luthans, & Luthans, 2004). Sementara itu, esensi modal sosial adalah perasaan bersama sebagai komunitas dan kepercayaan satu sama lain (Degenne, 2004). Dalam kaitan tersebut, penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan sudah relatif adaptif terhadap perubahan dan ketidakpastian dalam banyak hal. Banyak orang di perkotaan mengalami liku-liku, dari tantangan sehari-hari hingga peristiwa traumatis dengan dampak yang lebih bertahan lama. Namun orang pada umumnya beradaptasi dengan baik dari waktu ke waktu terhadap situasi yang mengubah hidup dan situasi yang penuh tekanan sebagian berkat ketahanan.

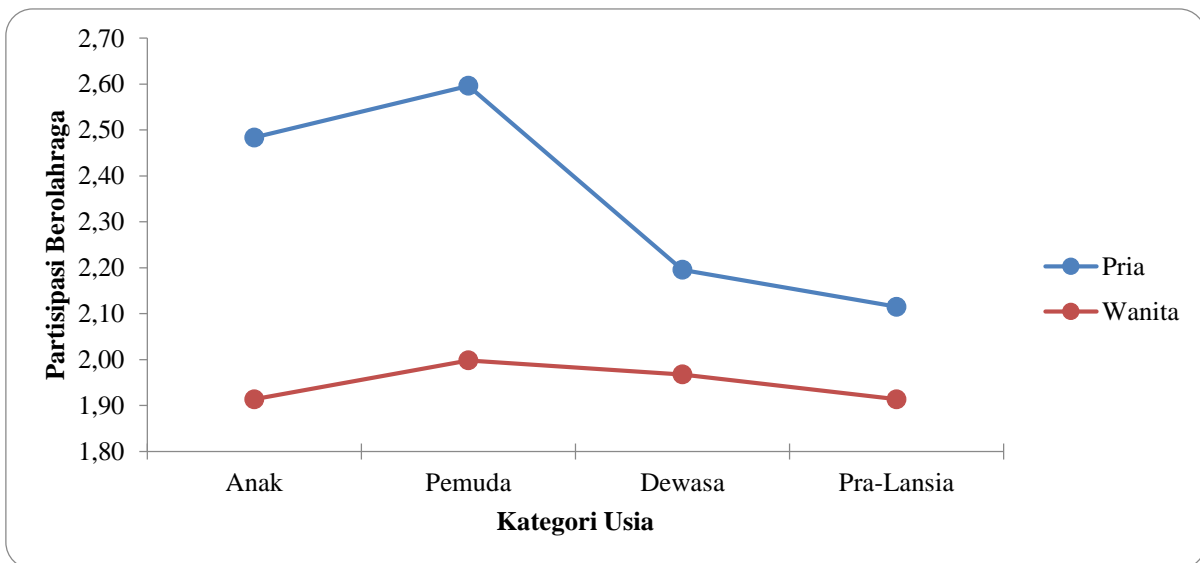
D. Perbandingan Capaian dari Perspektif Gender

Pada tataran global, termasuk dalam konteks SDGs, kesetaraan gender telah menjadi isu yang terus-menerus menjadi perbincangan, tidak saja dalam konteks pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan, melainkan juga dibidang olahraga. Secara prinsip, semua orang harus menerima perlakuan yang setara, tidak ada diskriminasi berdasarkan identitas yang bersifat kodrati. Laki-laki dan perempuan harus mendapatkan akses yang sama terhadap sumber daya yang penting dalam rangka berpartisipasi dalam pembangunan. Di Indonesia, kesenjangan gender telah menjadi perhatian pembangunan, tidak saja dalam konteks kepentingan nasional, tetapi juga menjadi komitmen negara dalam pergaulan internasional.

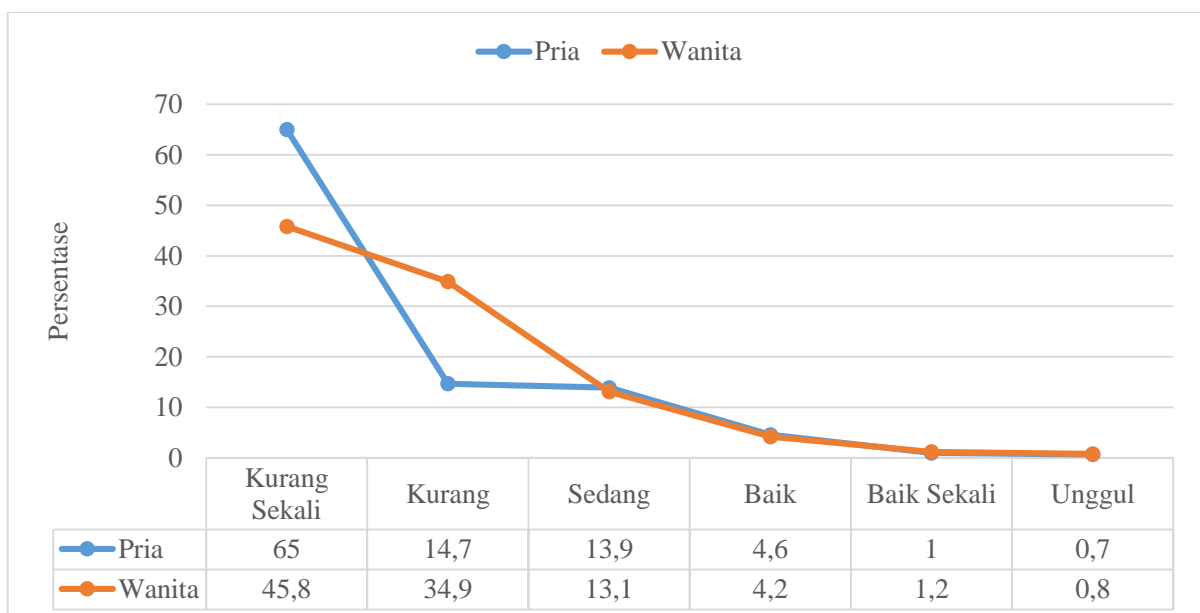
Laporan ini menyatakan bahwa dari perspektif gender, ada kesenjangan tingkat partisipasi yang cukup lebar antara laki-laki dan perempuan. Seperti biasa, tingkat partisipasi laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Berdasarkan kategori usia, kelompok pemuda memiliki tingkat partisipasi berolahraga yang paling tinggi, baru kemudian diikuti kelompok anak, kelompok dewasa, dan pralansia.

Rendahnya tingkat partisipasi berolahraga pada perempuan sejatinya bukan khas persoalan Indonesia, tetapi juga terjadi di banyak negara. Ada sejumlah alasan mengapa tingkat partisipasi perempuan dalam olahraga tergolong rendah. Pertama, konstruksi sosial masyarakat yang kurang mendukung perempuan melakukan aktivitas olahraga layaknya laki-laki. Perempuan dipersepsikan

sebagai makhluk yang lemah lembut, perlu dilindungi, dan tidak agresif. Sementara itu, sebagian besar jenis olahraga menampilkan kecepatan, kekuatan, dan agresivitas yang kontradiktif dengan sifat perempuan. Kedua, ada anggapan bahwa aktivitas olahraga dapat mengganggu organ reproduksi. Persepsi tersebut tidak seluruhnya benar, sebab olahraga yang dilakukan secara teratur dan dengan takaran yang sesuai justru bermanfaat bagi organ reproduksi wanita seperti saat menstruasi dan kehamilan. Ketiga, perempuan lebih disibukkan dengan kegiatan yang bersifat domestik seperti memasak, mencuci, dan mengasuh anak. Aktivitas domestik tersebut pada akhirnya cukup menyita waktu bagi perempuan sehingga peluang untuk melakukan kegiatan yang lain, termasuk berolahraga.



Gambar 2. 19. Tingkat Partisipasi Berolahraga Menurut Usia dan Jender



Gambar 2. 20. Tingkat Kebugaran Jasmani Usia 10-60 Tahun Menurut Jender

Perhatian lebih serius justru diberikan pada kelompok laki-laki karena mereka yang memiliki kebugaran jasmani masuk kategori “kurang sekali” lebih banyak dibandingkan dengan perempuan. Artinya, peluang laki-laki terkena penyakit lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Faktanya, peluang kematian laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Karena itu pula, angka harapan hidup perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Angka harapan hidup perempuan sebesar 74,18 tahun. Sementara itu, angka harapan hidup laki-laki sebesar 70,17 tahun (BPS, 2024a).

Bab III Wisata Olahraga: Ekonomi Hijau yang Berkelanjutan

A. Konsep dan Implementasi Wisata Olahraga

Secara sederhana, wisata olahraga (*sport tourism*) dapat dipahami sebagai jenis kegiatan wisata yang mengacu pada pengalaman perjalanan wisatawan untuk berpartisipasi dalam event olahraga, baik sebagai peserta atau sebagai penonton yang bersifat komersial maupun non-komersial (Adair & Ritchie, 2004; Ball & Bennett, 2024; Higham & Hinch, 2018). Penyelenggaraan wisata olahraga di Indonesia sebenarnya telah memiliki payung yuridis yang sangat kuat, baik pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2022 Tentang Keolahragaan. Terdapat beberapa ketentuan umum yang perlu dikutip karena sangat penting untuk memahami secara lebih mendasar.

Setidaknya ada tiga hal yang perlu menjadi perhatian, yakni wisata, pariwisata, dan kepariwisataan. Pengertian wisata pada dasarnya merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik obyek yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan konsep “pariwisata” mengacupada berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sementara itu, istilah “kepariwisataan” mengacu pada keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi, serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (Kemensekneg, 2009a).

Esensi dasar wisata menjelaskan aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan rekreatif-kreatif-produktif di waktu luang atau “diluangkan” dalam rangka untuk mendapatkan kesenangan dan keseimbangan. Terdapat aneka benang merah penghubung yang menjadikan olahraga sangat mudah dikawinkan dengan wisata. Wilayah arsiran olahraga dan wisata dapat meliputi fungsi yang berupa nilai rekreatif, kreatif, dan produktif. Ketiga nilai tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan yang semakin menarik, karena menjadi kebutuhan yang bertumbuh dalam kehidupan masyarakat modern. Perubahan cara komunikasi akibat kemajuan teknologi, menjadikan wisata memiliki orientasi yang bersifat multidimensi dan multidisiplin. Olahraga dalam hal ini memiliki daya magnetik kuat untuk menyatukannya dalam prinsip wisata olahraga. Hal tersebut tentu sangat relevan dengan salah satu prinsip kepariwisataan, yakni menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan (Kemensekneg, 2009a).

Tantangan serta peluang usaha wisata olahraga sangat prospektif karena jenis usaha pariwisata adalah sesuatu yang sangat beragam. Dengan menitik beratkan pada usaha pariwisata, wisata olahraga memiliki ruang yang fleksibel karena olahraga memiliki prinsip yang sangat relevan dengan kepariwisataan. Daya magnetik olahraga menjadi pusat episentrum nilai wisata olahraga jika dikaitkan dengan usaha daya tarik wisata, yakni usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/binaan manusia. Penyelenggaraan *event* olahraga, baik *single event* maupun *multi-event* akan menjadi daya tarik tersendiri yang memikat, karena kompetisi olahraga dan festival olahraga hakikatnya sebuah tuntunan sekaligus tontonan yang memikat publik. Memikat secara personal maupun kolektif. Kemenarikan daya pikat akan semakin kuat tatkala olahraga berkolaborasi dengan *event* budaya dan destinasi wisata. *Event* budaya bukan hanya budaya tradisional, tetapi juga budaya kontemporer. Destinasi wisata bukan hanya berupa keindahan alam dan cagar budaya, tetapi juga tempat-tempat menarik buatan manusia modern, seperti taman kota, tempat keramaian di kota, dan bahkan keunikan di sebuah desa wisata.

Bagaimana wisata olahraga diatur dalam Undang-undang Keolahragaan? Menelaah industri olahraga dalam Undang-undang Keolahragaan memiliki makna penting untuk mendeteksi nilai posisional strategis wisata olahraga. Pintu masuk pengaturan wisata olahraga adalah melalui Industri olahraga. Industri olahraga adalah kegiatan ekonomi bidang olahraga dalam bentuk produk barang dan/atau jasa yang memberi nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi dan berdampak pada perekonomian masyarakat dan olahraga (Kemensekneg, 2022). Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat.

Selain berbentuk prasarana dan sarana, industri olahraga dapat berbentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional yang meliputi: (1) kejuaraan nasional dan internasional; (2) pekan olahraga daerah, wilayah, nasional, dan internasional; (3) promosi, pameran, dan festival olahraga; (4) pendidikan dan pelatihan; (5) layanan profesi; (6) keagenan, layanan informasi, dan konsultasi keolahragaan; (7) aktivitas alam terbuka; (8) pengelolaan suporter; atau (9) kegiatan olahraga lain yang dapat mendukung industri olahraga. Bentuk industri olahraga sebagaimana dimaksud diarahkan untuk pengembangan wisata olahraga (Kemensekneg, 2022).

Wisata olahraga sudah sangat jelas memiliki posisi dan orientasi strategis di dalam industri olahraga Tanah Air, khususnya yang berbentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional. Tujuan utamanya adalah untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Wisata olahraga merupakan urusan penting untuk peningkatan kesejahteraan (kesehatan, kedamaian, dan kemakmuran) masyarakat luas. Bahkan, melalui tata kelola wisata olahraga yang dikemas secara profesional,

mengarahkan wisata olahraga menjadi *revenue generating* pertumbuhan ekonomi nasional dalam dimensi ekonomi mikro maupun makro.

Menjadikan wisata olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional adalah sebuah tantangan besar tersendiri. Ada kemungkinan selama ini wisata olahraga belum berhasil memosisikan diri sebagai produk utama dalam konstalasi industri olahraga. Wisata olahraga sekadar pelengkap aksesoris di sebalik sebuah *event* besar olahraga. Wisata olahraga mungkin selama ini berada di wilayah yang masih tersembunyi di balik festival besar. Terdapat banyak lagi persoalan faktual tentang masih lemahnya posisi wisata olahraga. Tantangan berikutnya adalah bahwa ada keharusan wisata olahraga dikemas secara profesioanl. Ada kemungkinan selama ini wisata olahraga kebanyakan dikelola baru sebatas pada kegiatan di ranah amatiran. Berada di wilayah “coba-coba” dan setengah hati dan sebagai obyek pelengkap kegiatan.

Berbagai bentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional tersebut, merupakan tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan wisata olahraga ke depan. Patut optimis, karena masyarakat luas kini telah merespon baik tentang tantangan dan peluang itu. Kini berbagai bentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama telah mulai terpilahkan secara baik. Masyarakat luas sudah mulai mengenal wisata di kegiatan kompetisi atau kejuaraan formal olahraga sebagai jenis “*hard sport tourism*”. Penyelenggaraan seperti PON, Peparnas, Sea Games, Asian Games, Olimpiade, merupakan event formal kompetisi dan gelaran olahraga yang masuk dalam jenis *hard sport tourism*. Bagaimana dengan jenis *soft sport tourism*?

Termasuk ke dalam jenis *soft sport tourism* tersebut adalah wisata olahraga yang berada di luar kompetisi formal seperti kejuaraan nasional dan internasional serta pekan olahraga daerah, wilayah, nasional, dan internasional. Dengan kata lain, *soft sport tourism* berada di wilayah yang sangat luas dan leluasa untuk dikembangkan. Jenis *soft sport tourism* dapat berupa: (1) promosi, eksibisi, dan festival olahraga; (2) pendidikan dan pelatihan; (3) layanan profesi; (4) keagenan, layanan informasi, dan konsultasi keolahragaan; (5) aktivitas alam terbuka; (6) pengelolaan suporter; atau (7) kegiatan olahraga lain yang dapat mendukung industri olahraga. Dalam perspektif yang demikian, keanekaragaman pengembangan wisata olahraga jenis *soft sport tourism* akan lebih mengundang nilai yang sangat prospektif. Berpeluang besar karena mengundang peran industri kreatif olahraga yang bersifat multi-dimensi dan lintas-sektoral.

Kajian akademik tentang wisata olahraga berkelanjutan bermula dari gagasan Gibson yang membuat katagori wisata olahraga. Wisata olahraga menurut Gibson dapat dibedakan menjadi tiga kategori utama, yaitu: (1) *event-based sport tourism* - wisata berbasis acara olahraga, (2) *active sport tourism* - wisata yang berfokus pada partisipasi langsung dalam olahraga, dan (3) *nostalgia sport*

tourism - wisata yang berhubungan dengan warisan, situs, dan sejarah olahraga (Gibson, 1998). Dalam perkembangan kekinian, perbedaan kategori tersebut kemudian dikaitkan dengan orientasi wisata berkelanjutan. Konteks berkelanjutan mengarah pada upaya untuk mendukung konservasi sumber daya, membangun kesadaran lingkungan, serta berkontribusi pada ekonomi hijau.

Konsep keberlanjutan dalam wisata olahrag berfokus pada upaya menciptakan pengalaman olahraga yang tidak hanya menyenangkan bagi wisatawan tetapi juga berkontribusi pada kelestarian lingkungan, kesejahteraan ekonomi, dan kesejahteraan sosial masyarakat lokal. Pengembangan wisata olahraga yang berkelanjutan bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif aktivitas olahraga terhadap lingkungan, seperti kerusakan alam akibat jejak peserta atau limbah dari acara olahraga besar. Ini melibatkan pengelolaan sumber daya secara bertanggung jawab, termasuk penggunaan energi terbarukan, pengurangan emisi karbon, serta pengelolaan limbah yang efisien selama *event* berlangsung. Selain aspek lingkungan, wisata olahraga berkelanjutan juga memperhatikan inklusivitas masyarakat lokal dengan melibatkan mereka sebagai bagian dari rantai ekonomi wisata, seperti penyediaan jasa pemandu lokal, homestay, dan penjualan produk kerajinan lokal (Sudarmanto et al., 2025).

Wisata olahraga dengan prinsip keberlanjutan cenderung memiliki daya tarik yang lebih tinggi bagi wisatawan, terutama generasi milenial dan Gen Z yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Hasil riset juga menunjukkan bahwa penerapan konsep keberlanjutan dalam wisata olahraga dapat meningkatkan loyalitas wisatawan, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan ekonomi destinasi (Smith & Westerbeek, 2023). Sebagai contoh baik adalah penyelenggaraan sebuah acara marathon dengan konsep *green event* yang memprioritaskan penggunaan material daur ulang dan penyediaan transportasi ramah lingkungan telah terbukti mengurangi jejak karbon dan meningkatkan citra destinasi sebagai tujuan wisata yang bertanggung jawab.

Wisata olahraga berkelanjutan memiliki komitmen yang kuat jangka panjang untuk mengatasi semua bentuk degradasi lingkungan. Bahkan melalui nilai "*greenwashing*" wisata olahraga mengandung pendekatan sosio-ekologis yang memiliki empat pilar utama, berkaitan dengan perlindungan lingkungan, kesetaraan sosial, demokrasi, dan keadilan sosial (R. Giulianotti, 2021). Dalam cakupan yang demikian, wisata olahraga menjadi pintu gerbang pembuka yang menghubungkan nilai destinasi serta event dengan hasil pembangunan yang berkelanjutan. Wisata olahraga berkelanjutan memiliki nilai potensial yang sangat besar untuk berkontribusi dalam pencapaian target utama *Sustainable Development Goals* (SDGs).

B. Potensi Wisata Olahraga di Indonesia

Wisata olahraga di Indonesia telah bergeliat sejak awal kemerdekaan, bahkan telah termashur pada zaman keemasan kerajaan-kerajaan besar di Nusantara. Indonesia merupakan pesona destinasi yang dijuluki sebagai zamrud katulistiwa. Namun, bidang tumpu loncatan kemajuan wisata olahraga diletakkan sebagai tema khusus gerakan nasional keolahragaan, tepatnya mulai tahun 2020. Tema hari olahraga nasional kala itu adalah “*sport science, sport tourism, dan sport industry, Ayo Bergerak Maju*”. Tema formal yang menunjukkan bahwa bergerak maju untuk olahraga dan gerak maju melalui olahraga dibutuhkan penanganan serius melalui *sport science, sport tourism, dan sport industry*. Kemajuan olahraga membutuhkan tiga energi pembangkit yang salah satu *reservoir* energi utamanya adalah wisata olahraga.

Potensi dan prospek wisata olahraga pada awal tahun 2020 sangat banyak dibahas dalam forum-forum penting berskala nasional di Indonesia. Salah satu yang dapat dicatat adalah kegiatan *talkshow* virtual yang digelar oleh *Solopos* dan *Indonesia Marketing Association*. Acara *ngobrol* daring yang juga menghadirkan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) kala itu, secara komprehensif menyampaikan berbagai hal terkait gairah baru dalam membangkitkan potensi wisata olahraga di Indonesia. Ada banyak sudut pandang sisi optimis yang disampaikan oleh Menparekraf maupun oleh para narasumber yang lain. Namun masih diperlukan ruang telaah lain yang lebih luas lagi untuk membedah prospek besar wisata olahraga yang sebenarnya. Nota Kesepahaman (MoU) yang telah ditandatangani oleh Kemenpora dengan Kemenparekraf perihal *quick wins sport tourism* untuk tiga tahun. Apapun hal tersebut perlu diapresiasi sebagai sebuah langkah besar dan ayunan besar yang bersifat lintas kementerian untuk mensimbiosiskan nilai lengkap keolahragaan dan dinamisasi bentuk pariwisata masa depan. Sebuah awal yang baik, semoga ditindaklanjuti dengan aneka *quick wins* wisata olahraga yang lebih membesar dan monumental.

Pertumbuhan pasar wisata olahraga di kancah internasional tumbuh pesat, tingkat pertumbuhannya mengalahkan GDP. Di samping memfasilitasi pencapaian tujuan pembangan olahraga, wisata olahraga berkontribusi untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi nasional. Membuka lebih lebar potensi akselerasi pertumbuhan kesejahteraan olahraga dan juga pariwisata pada umumnya. Dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, tahun 2020-2021 merupakan masa penting kebangkitan wisata olahraga di Indonesia.

Terdapat valuasi yang hasilnya telah dipublikasikan ke publik terkait dengan nilai ekonomi wisata olahraga. Beberapa acara wisata olahraga telah digelar menjadi sebuah *event* spesifik berskala internasional. Umumnya mengacu pada pemilihan jenis wisata olahraga yang memadukan *event* dan destinasi. Terdapat beberapa yang berhasil menjadi acara tahunan, seperti: *Tour de Singkarak*,

Borobudur Marathon, Ironman Bintan, World Superbike & MotoGP di Mandalika NTB, dan tercatat beberapa *event* besar yang lainnya, sebagaimana infografis berikut ini.



Gambar 3. 1. Wisata Olahraga yang Memadukan Destinasi dan Event

Kendati nilainya sudah cukup fantastis, wisata olahraga Indonesia yang telah dipublikasikan tersebut di depan tentu saja hanya sebagian dari potensi besar wisata olahraga secara *de facto*. Sebagaimana telah diuraikan di depan tentang jenis wisata olahraga, potensi wisata olahraga Indonesia dapat diinventaris dengan lebih seksama. Inventarisasi wisata di Indonesia berbasis pada tiga kategori utama, yaitu *event-based sport tourism*, *active sport tourism*, dan *nostalgia sport tourism*.

Pertama, *event-based sport tourism* dapat diklasifikasikan dalam bentuk *hard sport tourism* dan *soft sport tourism*. Terdapat berbagai gelaran olahraga formal secara rutin dalam bentuk *single event* maupun *multievent*. Aneka kejuaraan daerah dan kejuaraan nasional merupakan pesta olahraga *single event* tahunan yang agendanya sangat padat. Cabang-cabang olahraga yang memiliki kepengurusan di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/ kota mengagendakan sebagai acara tahunan. Sebuah potensi dahsyat ketika 50-an cabang olahraga itu setiap tahun menggelar kejurnas (apalagi ditambah dengan kejurda). Bertambah sibuk jika ditambah dengan berapa banyaknya liga yang digelar sebagai agenda tahunan, seperti liga sepakbola, liga bolavoli. Liga basket, dan yang lainnya. Sementara yang

multievent, terdapat acara rutin empat tahunan seperti Pekan Olahraga Provinsi (Porprov) dan Pekan Olahraga Nasional (PON). Disamping itu terdapat kompetisi multi-event yang diselenggarakan oleh organisasi fungsional olahraga, ada pekan olahraga pelajar, pekan olahraga mahasiswa, pekan olahraga wartawan, hingga pekan olahraga disabilitas. Untuk *soft sport tourism*, variasi dan ragamnya jauh lebih banyak daripada yang *hard sport tourism*, sebagaimana telah dicontohkan di depan. Pertanyaan kritisnya, sudahkah *event-event* tersebut terselenggara untuk disatupaketkan dengan program wisata olahraga yang berkelanjutan?

Kedua, *active sport tourism*. Inti dari jenis wisata ini adalah mengundang orang secara personal dan kolektif untuk berpartisipasi secara aktif berolahraga di sebuah destinasi. Misalnya orang-orang dari dalam dan luar negeri berkunjung ke Bunaken, Sulawesi Utara untuk melakukan olahraga selam sambil menikmati keindahan biota laut jernih. Orang berkunjung ke Bukit Kemuning, Karanganyar Jawa Tengah untuk melakukan olahraga para-layang sambil menikmati keindahan kebun teh dari ketinggian. Pertanyaan kritisnya, sudahkah berbagai pihak berkepentingan melakukan intervensi positif terkait dengan kebijakan untuk publik? Ataukah pada jenis ini masih dianggap *pure activity* kegiatan penyaluran hobi perseorangan?

Ketiga, *nostalgia sport tourism*, wisata yang berhubungan dengan warisan, situs, dan sejarah olahraga. Wisata nostalgia olahraga berpotensi besar untuk berkembang, pasalnya Indonesia memiliki destinasi bersejarah yang berupa bangunan bersejarah (stadion), seperti: Stadion Sriwedari di Solo Jawa Tengah sebagai tempat penyelenggaraan PON I 1948. Stadion tersebut juga bersejarah karena menjadi tempat pencanangan Hari Olahraga Nasional. Stadion GBK Jakarta juga merupakan destinasi, di samping bebarap venue bersejarah lain yang banyak tersebar di wilayah NKRI. Warisan lain berbentuk event bersejarah, seperti *pacu jalur* di Provinsi Riau yang sudah menjadi *event* mendunia sejak zaman kolonial Belanda. Di Madura ada *karapan sapi*, di Nias ada *Lompat Batu*. Terdapat banyak aneka permainan tradisional, olahraga tradisional, dan permainan bocah di Indonesia yang merupakan warisan leluhur bisa menjadi “detonator” kegiatan *nostalgia sport tourism*. Pertanyaan kritisnya: sudah kah peninggalan-peninggalan bersejarah tersebut dikemas sebagai bagian penting dari program wisata olahraga yang berkelanjutan?

Di samping ketiga jenis utama tersebut, dapat ditambahkan jenis wisata yang lain yakni *passive sport tourism*, wisata yang berfokus pada partisipasi pasif dalam olahraga. Di Indonesia jenis ini sangat potensial dan berjumlah besar, karena penikmat olahraga pasif di Indonesia sangat besar. Mereka adalah orang-orang yang menikmati olahraga sebagai tontonan menarik untuk ditonton dan didukung oleh peran-peran suporter. Selanjutnya, fenomena suporter kini mendapatkan pengakuan penting dari sebuah kejuaraan keolahragaan. Dalam penyelenggaraan kejuaraan olahraga terdapat

suporter olahraga yang berperan aktif memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik di dalam maupun di luar pertandingan olahraga. Meskipun berperan aktif di arena, dalam konstalasi wisata, suporter itu termasuk komponen dari jenis *pasive sport tourism*. Jumlahnya yang kolosal dan tuntutan identitas spesifik yang dibangkitkan, suporter berkontribusi meningkatkan volume akupansi hotel, kuliner, transportasi, *souvenir*, dan *merchandise*.

C. Praktik Baik Wisata Olahraga di Beberapa Negara

Beberapa negara memiliki kisah baik dan contoh baik tentang model wisata olahraga, termasuk wisata olahraga yang berkelanjutan. Contoh baik tidak selalu menjadi orientasi untuk ditiru, karena tidak semua yang berhasil dilakukan oleh suatu negara itu cocok untuk negara lain. Contoh baik menjadi pembelajaran yang baik tentang arti pentingnya kreativitas dalam membuat formula yang inovatif, khususnya tentang bagaimana sebuah negara mengembangkan daya saing wisata olahraga sesuai potensi yang dimiliki. Sebagian potensi unik sebagaimana telah diuraikan di depan. Berikut contoh baik dari beberapa negara untuk dicermati.

Di Korea Selatan, wisata olahraga berhasil dengan cara memadukan olahraga dan diplomasi, lebih tepatnya adalah “sepakbola diplomasi”. Korea memanfaatkan data kunjungan wisatawan Indonesia yang tercatat sebagai 10 negara yang warganya berkunjung ke Korea. Untuk menambah kunjungan wisatawan dari Indonesia, mereka menggelar sepakbola diplomasi, karena Korea paham bahwa sepakbola di Indonesia digandrungi sekitar 70% penduduk Indonesia (CNN Sport, 2017). Korea menggelar *Greeners FC* dengan acara pembukanya adalah kesenian tradisional Indonesia, seperti Reog Ponorogo dan Pencak Silat saat jeda melawan Gimpo Citizen. Penampilan beberapa kebudayaan Indonesia pada sela-sela pertandingan liga profesional Korea tersebut dilakukan untuk memberikan hiburan dan meningkatkan daya tarik sepakbola terhadap masyarakat Indonesia baik itu yang hadir di stadium secara langsung maupun yang menyaksikan melalui tayangan gratis resmi K-League TV.

Di Jepang, ada banyak contoh wisata olahraga yang berhasil digelar, misalnya *World Masters Games Kansai*, yang merupakan kompetisi olahraga internasional yang hanya boleh diikuti oleh setiap penggemar olahraga yang telah berusia 30 tahun ke atas. Event tersebut sudah berhasil dilakukan lebih dari 10 kali dan diklaim oleh penyelenggara sebagai yang pertama di Asia. Diadakan di wilayah Jepang bagian barat, kegiatan setiap tahun untuk menggelar beberapa cabang permainan populer. Digelar sebagai bentuk *active sport tourism* dan mengundang peserta heterogen, yang penting 30 tahun ke atas yakni usia di mana orang sudah mulai berada di tingkat awal kemapanan secara ekonomi. Contoh baik yang lain berupa bentuk *nostalgia sport tourism*, misalnya di Sapporo Hokkaido ada

event Historic Village yang menjual eksotisme rumah tua, sekolah tua, dan taman-taman tua yang tertutup salju, daya tarik untuk mengundang orang-orang bermain dengan aktivitas olahraga salju. Satu contoh baik dari Jepang adalah keberhasilan Tokyo Marathon 2024 yang berhasil mengundang 28.000 peserta.

Di China, kreativitas wisata olahraga sangat lazim, karena China sudah tersohor sebagai negara penggila olahraga. Sebagian hasil kreativitas China dalam memformulasikan wisata olahraga adalah pemanfaatan daerah Fangchenggang sebagai daerah pesisir pantai untuk event balap sepeda kaum muda. Disamping untuk memadukan olahraga balap sepeda dengan keindahan alam pesisir pantai, event besar tersebut juga memiliki nilai strategis hubungan diplomatis. Fangchenggang merupakan pintu penghubung China-Asean. Contoh baik China yang lain adalah paket wisata satu hari di Desa Maihe, Provinsi Guangdong. Maihe adalah sebuah wisata kebanggaan, karena merupakan kampung halaman atlet China peraih medali emas. Setiap pengunjung membayar 58 yuan sekali datang ke desa tersebut.

Di Australia, terdapat contoh baik dalam berbagai hal tentang wisata olahraga. Misalnya, dunia sudah sangat mengenal kalender tenis dunia yang sangat prestisius, yakni *Australian Open*. Dalam perspektif wisata olahraga ini merupakan satu bentuk kemapanan dari wujud *event-based sport tourism*. Pada Bulan Januari, setiap tahun para petenis terbaik dunia hadir di Melbourne bersama ribuan penggemarnya. Pada gelaran tersebut juga hadir beberapa musisi tenar dunia yang sudah barang tentu berkonsekwensi membanjirnya *sponsorship*. Setiap Agustus, terdapat *event* wisata olahraga yang bernama *Great Barrier Reef Hamilton Island Race Week*. Balap layar di laut lepas, sebagai bentuk *active sport tourism* yang super spektakuler dan ekstrem, karena diselenggarakan di pulau karang terbesar dunia, *Great barrier reef*.

Di Inggris, salah satu hal yang istimewa adalah bagaimana nilai fenomenal Stadion *Wembley* London dikemas sebagai pusat daya tarik wisata olahraga. *Wembley* sangat populer karena disamping venue untuk olahraga, juga sering dijadikan tempat untuk konser musik berkelas dunia. Awalnya menjadi kontroversi berskala dunia, ketika stadion itu digunakan untuk konser musik. Penilaian dunia tentang *Wembley* berubah total dan menjadi empati, karena konser musik itu berhasil mengumpulkan dana kemanusiaan yang sangat besar untuk mengatasi kelaparan massal di Etiopia. *Wembley* juga menjadi bukti akan kekuatan *nostalgia sport tourism*. Inggris juga punya agenda tahunan *World Bug Snorkeling Championship*. Salah satu keunikan lomba menyelam di dalam lumpur itu menjadi pusat perhatian dunia karena diselenggarakan di sebuah kota kecil, Llanwrtyd Wells. Poinnya adalah bahwa episentrum wisata olahraga tidak harus dari kota besar.

Di Jerman, tepatnya di Berlin terdapat stadion Munich yang memiliki magnet wisata nostalgia. Pasalnya, stadion tersebut sangat bersejarah saat Berlin menjadi tuan rumah Olimpiade 1972. Para penggemar sepakbola di seluruh dunia, pasti akan menyempatkan berkunjung di Stadion Munich. Kini di sekitar kawasan stadion itu telah menjadi taman Olimpiapark yang indah dan luas. Wisatawan yang datang untuk bernostalgia mengangumi keelokan stadion itu juga dapat melakukan berbagai aktivitas olahraga yang sangat bervariasi di taman tersebut. Poinnya adalah menjadi tuan rumah Olimpiade dapat meningkatkan pamor dan daya tarik *venue*, terurutam untuk jenis *nostalgia sport tourism*.

Di Amerika Serikat, terdapat banyak contoh baik keberhasilan wisata olahraga. Amerika negara super power yang masyarakatnya juga tergolong gila olahraga. Amerika tercatat sebagai negara yang berhasil memelopori wisata olahraga melalui event marathon yang sangat kolosal, Boston Marathon. Merupakan sebuah model marathon dunia yang memadukan olahraga, ekonomi, dan propaganda penyelamatan lingkungan. Hal yang lain dan unik adalah pembangunan stadion Las Vegas sebagai stadion ikonik. Pada umumnya pamor stadion karena memiliki nilai sejarah masa lampau. *Allegiant Stadium* Las Vegas dibangun pada tahun 2020, bukan untuk dijadikan *nostalgia sport tourism*, tetapi untuk menyedot minat wisatawan karena kecanggihan teknologi. Stadion yang futuristik dan berbasis teknologi kasta tinggi. Stadion tersebut memiliki rumput alami yang bisa digulung untuk dipindah-pindah. Poinnya adalah diperlukan teknologi futuristik prasarana olahraga untuk menciptakan daya tarik wisata olahraga.

D. Dampak Ekonomi Wisata Olahraga

Wisata olahraga yang berkelanjutan merupakan “wisata hijau” yang terbentuk oleh konfigurasi sifat positif-dinamis dari (1) olahraga yang menyehatkan, mendamaikan, dan memakmurkan, (2) mengakselerasi pertumbuhan ekonomi, (3) mengusung gerakan yang ramah lingkungan dan menyisakan residu/ sampah seminimal mungkin, serta (4) variabel kompleks dari gaya hidup-sehat-aktif masyarakat modern. Keempat hal tersebut membangun esensi berkelanjutan yang bertumpu pada harmonisasi secara sosial, penyelamatan lingkungan, gaya hidup sehat-aktif dan peningkatan kemakmuran yang ditandai dengan pertumbuhan ekonomi. Wisata olahraga yang berkelanjutan dapat menekan inefisiensi anggaran untuk kesehatan dengan menekan prevalensi berbagai penyakit tidak menular, serta menyediakan sumber daya manusia yang produktif dengan kualitas hidup yang baik.

Pengaruh wisata olahraga yang berkelanjutan terhadap kesehatan perekonomian menjadi tantangan tersendiri. Pertumbuhan ekonomi kendatipun telah membaik dibanding selama masa pandemi, mengalami perlambatan dari tahun 2022 (5,32%) ke 2023 (5,05%). Terjadinya perlambatan

pertumbuhan ekonomi, juga merupakan pengaruh kebijakan menaikkan suku bunga diambil oleh sebagian besar negara-negara maju. Langkah negara maju tersebut berdampak pada negara *emerging markets* termasuk Indonesia berupa aliran modal keluar dan penguatan mata uang dollar AS terhadap rupiah. Walau rupiah melemah, perekonomian Indonesia terpantau masih tetap kuat dan stabilitas ekonomi masih tetap terjaga. Bahkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat di atas 5 persen (y-to-y) pasca krisis pandemi silam. Pada triwulan II 2024 pertumbuhan ekonomi tumbuh sebesar 5,44 persen (BPS, 2024b).

Kuat dan stabilnya perekonomian nasional tidak hanya disebabkan oleh penerapan kebijakan moneter tetapi juga oleh kebijakan fiskal. Salah satu instrumen kebijakan fiskal yaitu Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). APBN memiliki peran yang penting dan sangat strategis dalam memengaruhi perekonomian terutama dalam upaya mencapai target pembangunan nasional. Mengusung tema yang serupa tahun lalu, tema kebijakan fiskal APBN 2024 adalah "Mempercepat Transformasi Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan". Ada dua strategi yang diusulkan pada APBN 2024. Pertama, strategi jangka pendek yang fokus pada pengendalian inflasi, penghapusan kemiskinan ekstrem, penurunan prevalensi stunting, dan peningkatan investasi. Kedua, strategi jangka menengah dan panjang yang focus pada penguatan kualitas sumber daya manusia, mengakselerasi pembangunan infrastruktur, dan mendorong aktivitas ekonomi bernilai tambah tinggi, serta penguatan reformasi kelembagaan dan simplifikasi regulasi.

Setidaknya terdapat tiga aspek utama pertumbuhan ekonomi yang digerakkan oleh wisata olahraga yang berkelanjutan. *Pertama*, mengenali nilai spesifik serta potensi unik dari kegiatan wisata olahraga yang potensial untuk dijadikan prioritas pengembangan. Potensi unik tersebut berkaitan dengan nilai ekonomi yang sifatnya mikro maupun makro. Nilai yang terbangkitkan melalui aktivitas besar yang mengakomodasikan aneka kebutuhan pragmatis ekonomi dan pencapaian tujuan olahraga secara umum. *Kedua*, pertumbuhan ekonomi digerakkan oleh wisata olahraga diperkuat dengan sentuhan kebijakan sinergi untuk menggerakkan ekosistem perekonomian serta keolahragaan secara multilingkup dan multiranah. Olahraga merupakan fungsi reservoir energi penggerak. *Ketiga*, pertumbuhan ekonomi dipersyaratkan oleh pertumbuhan angka partisipasi masyarakat dalam berolahraga, baik partisipasi secara aktif maupun secara pasif yang berprinsip penguatan relasi sosial, penyelamatan lingkungan hidup, dan menekan inefisiensi pengeluaran anggaran yang tidak diperlukan.

Memperbesar dampak ekonomi wisata olahraga dilakukan dengan mengupayakan pendekatan integratif. Pesona olahraga secara terpisah tidak akan memberikan fungsi pemantik bila kurang serasi dengan pesona faktor yang lain. Wisata olahraga yang berkelanjutan membutuhkan pendekatan

integratif, di mana infrastruktur tidak hanya mendukung kenyamanan wisatawan tetapi juga mendukung konservasi alam dan pengembangan sosial ekonomi lokal. Pembangunan jalur-jalur olahraga yang menggunakan bahan ramah lingkungan, serta fasilitas publik yang mengutamakan efisiensi energi, adalah langkah penting untuk memastikan bahwa sport tourism dapat memberikan manfaat jangka panjang tanpa merusak lingkungan. Selain itu, desain yang memperhatikan alam sekitar, seperti penggunaan tanaman asli untuk penghijauan dan pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, semakin diterima sebagai standar dalam industri pariwisata olahraga.

Dalam konteks ekonomi, aktivitas olahraga dan pariwisata merupakan jenis industri baru yang saling berkaitan dan saling melengkapi. Saat ini, wisata olahraga merupakan salah satu sektor pariwisata dengan pertumbuhan tercepat. Dalam catatan UN-Tourism, wisata olahraga merupakan pilar utama yang menyumbang sekitar 10% pengeluaran dunia untuk pariwisata (UN Specialized Agency, 2024). Diperkirakan tingkat pertumbuhannya sebesar 17,5% antara tahun 2023-2030.

Indonesia perlu belajar banyak dari sejumlah negara dari Amerika Utara dan Eropa Barat. Mereka telah berhasil menjadikan industri olahraga sebagai bagian dari pilar utama ekonomi negara. Di wilayah Amerika Utara, pasar industri olahraga bernilai sekitar 71,06 miliar dolar AS atau sekitar 1.065 triliun rupiah. Angka ini diperkirakan akan meningkat menjadi 83,1 miliar pada tahun 2023 atau sekitar 1.245 triliun rupiah. Pendapatan tersebut diperoleh terutama dari tiket pertandingan, hak media, sponsorship, dan merchandising (Gough, 2024). Sementara itu, di kawasan Eropa, total pendapatan pasar industri olahraga diproyeksikan mencapai US\$268,70 juta atau sekitar Rp4.020 triliun pada tahun 2022 (Insights, 2024). Di kawasan Asia, industri wisata olahraga mengalami perkembangan pesat di Korea, Jepang, dan China. Mereka begitu agresif membangun industri wisata olahraga karena terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi makro. Di Korea, misalnya, kontribusi industri wisata olahraga hampir mencapai 4 persen terhadap GDP (Kim et al., 2020). Di China, industri pariwisata olahraga telah berkembang dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sekitar 30–40%. Pemerintah China juga telah mengeluarkan beberapa kebijakan pendukung, seperti “Guidance on the Vigorous Development of Sports Tourism” yang dengan gencar mendorong perkembangan wisata olahraga (Lu, Yang, & Li, 2024; Zhou et al., 2023).

Pariwisata olahraga mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir pasca pandemi Covid-19, terlebih dengan sosialisasi luarbiasa yang dilakukan oleh UN-WTO melalui konferensi internasional tahun 2021 di Barcelona (UN Specialized Agency, 2024). Oleh karena itu, para peneliti tertarik untuk mempelajari jenis pariwisata ini secara komprehensif, dengan tujuan untuk memahami berbagai aspek dan memberikan solusi terhadap tantangannya. Meningkatnya minat untuk berinvestasi di bidang wisata olahraga telah menyebabkan sejumlah negara bersaing untuk

mendapatkan kesempatan menjadi tuan rumah acara semacam itu. Hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan perekonomian, meningkatkan citra destinasi, membangun prestise, dan menciptakan identitas sosial dan budaya yang bermakna (Ball & Bennett, 2024; Carvache-Franco, Hassan, Orden-Mejía, Carvache-Franco, & Carvache-Franco, 2024; Müller et al., 2023).

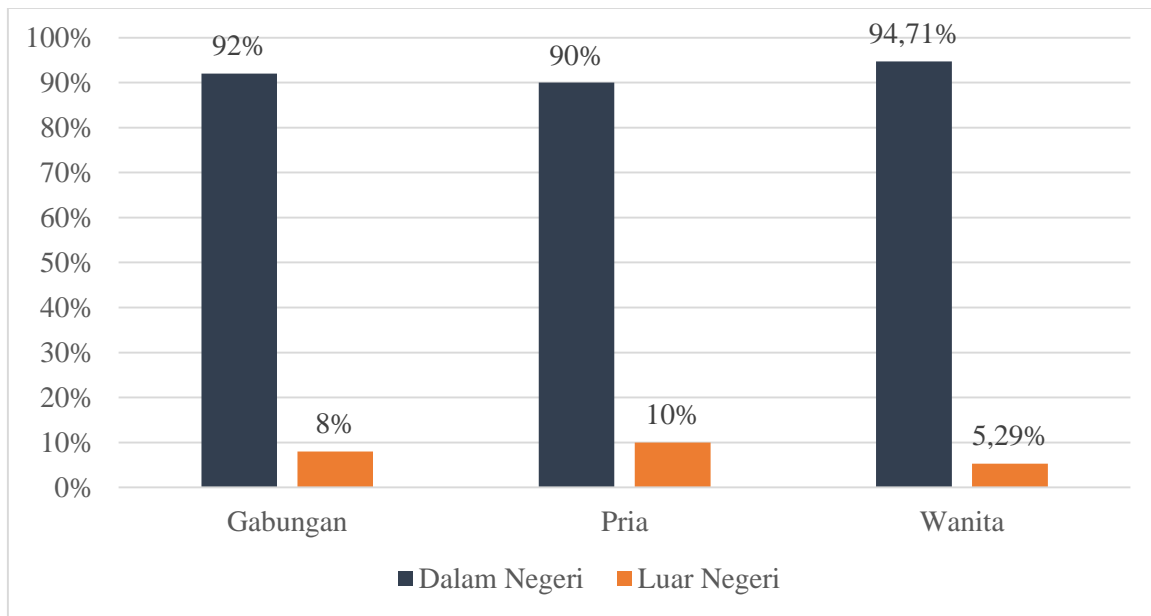
Bab IV Pola Konsumsi Masyarakat dalam Industri Olahraga

Sebagai bentuk pendalaman dari bahasan industri olahraga, laporan IPO 2024 berusaha mengungkap data terkait dengan pola konsumsi masyarakat dalam belanja barang dan jasa dalam olahraga. Seperti diketahui, tidak semua barang dan perlengkapan olahraga dapat diproduksi di dalam negeri. Terlebih dalam konteks alat olahraga untuk kepentingan kejuaraan yang memenuhi standar mutu, hampir semua alat dan perlengkapan didatangkan dari luar negeri. Untuk memproduksi alat dan perlengkapan tersebut membutuhkan bahan baku, teknologi, dan keahlian khusus yang belum tersedia di dalam negeri. Tetapi pada jenis barang olahraga yang sifatnya umum seperti sepatu dan pakaian olahraga, sudah banyak perusahaan dalam negeri, termasuk UMKM yang dapat memproduksinya.

Perlu dicatat bahwa Indonesia adalah memiliki jumlah penduduk sekitar 280 juta, terbanyak keempat setelah India, China, dan Amerika. Dengan jumlah penduduk yang besar tersebut, tentu menjadi pasar yang potensial bagi produk dalam dan luar negeri dalam rangka memasarkan barangnya. Secara sederhana, yang dimaksud dengan produk dalam negeri adalah barang atau jasa yang dihasilkan, diproduksi, dan/atau disediakan di Indonesia oleh pelaku usaha yang beroperasi dan mengikuti regulasi di Indonesia. Demi kepentingan nasional, ada keinginan kuat dari pemerintah untuk menjadikan produk dalam negeri sebagai target belanja utama bagi masyarakat. Dalam konteks belanja daerah melalui mekanisme APBD, Kementerian Dalam Negeri dan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) menyepakati minimal 40% alokasi belanja barang dan jasa harus berasal dari produk UMKM.

A. Produk dalam dan luar negeri: Mana yang lebih disukai?

Kesukaan seseorang terhadap suatu barang lazimnya didasarkan pada mutu barang tersebut, harga yang ditawarkan, dan kemudahan akses untuk mendapatkan barang tersebut. Laporan ini menyatakan bahwa berdasarkan survei yang dilakukan terhadap responden berusia 10-60 tahun di 38 provinsi di Indonesia menunjukkan bahwa secara umum, sebanyak 92% masyarakat lebih menyukai produk industri olahraga dalam negeri dan hanya 8% yang menyukai produk luar negeri. Dari perspektif jender, kelompok responden perempuan lebih menyukai produk dalam negeri dibandingkan dengan kelompok responden laki-laki. Dilihat dari kategori wilayah, masyarakat yang tinggal di perkotaan yang menyukai produk luar negeri sebanyak 9,8%. Sementara itu, masyarakat yang tinggal di perdesaan yang menyukai produk luar negeri lebih kecil, yakni 6,3%.

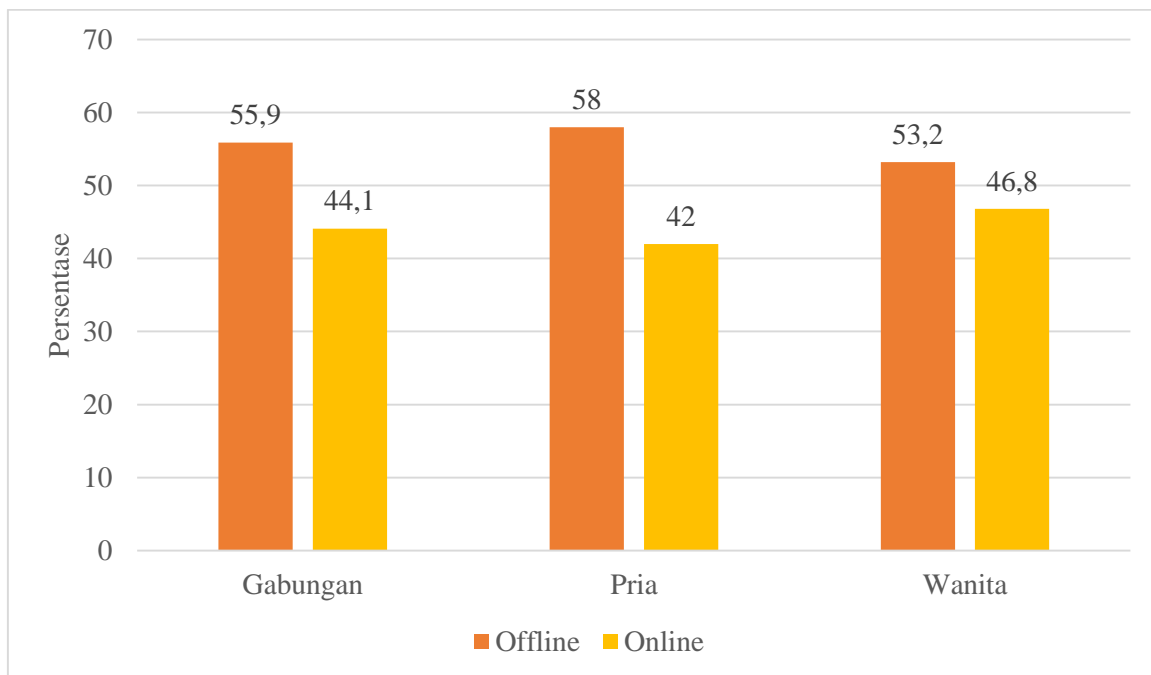


Gambar 4. 1. Pilihan Masyarakat dalam Membeli Produk Industri Olahraga

B. Cara Masyarakat Membeli Produk

Seiring perkembangan teknologi digital, termasuk di dalamnya platform media sosial, cara masyarakat untuk membeli produk menjadi semakin bervariasi. Pada kurun waktu sepuluh tahun yang lalu, pola masyarakat membeli suatu produk cenderung didominasi oleh mekanisme tradisional, yakni transaksi langsung ke pasar atau toko di mana barang tersebut dijual. Namun sekarang, terlebih setelah belajar dari kondisi pandemi Covid-19, pola pembelian barang mulai bergeser menuju platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Blibli. Selain itu, platform media sosial seperti Instagram dan TikTok juga ikut mempengaruhi pola belanja masyarakat.

Laporan ini menyatakan bahwa cara masyarakat membeli produk industri olahraga sebanyak 55,9% dilakukan melalui mekanisme offline, dalam arti datang langsung ke tempat penjualan barang. Sementara itu, masyarakat yang membeli barang industri olahraga dengan mekanisme online sebanyak 44,1%. Dilihat dari perspektif gender, kelompok responden laki-laki yang menyukai pembelian dengan mekanisme offline sebesar 58% dan sebesar 42% yang menyukai mekanisme online. Sementara itu, pada kelompok responden perempuan yang menyukai pembelian barang dengan mekanisme offline sebanyak 53,2% dan yang menyukai mekanisme online sebesar 46,8%. Dilihat dari aspek kewilayahan, penduduk yang berada di perkotaan yang menyukai belanja dengan mekanisme online sebanyak 45,2% dan pada penduduk yang tinggal di perdesaan sebesar 43%.



Gambar 4. 2. Cara Masyarakat Membeli Produk Industri Olahraga

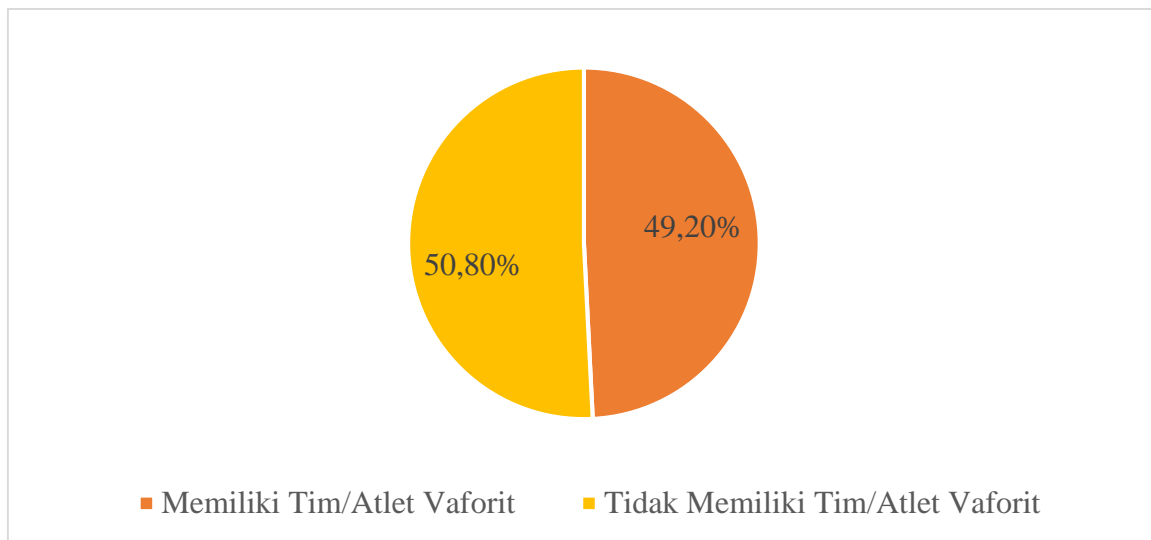
C. Kecintaan Masyarakat pada Tim atau Atlet Favorit

Dalam olahraga, kecintaan seseorang pada suatu tim atau atlet tertentu adalah hal yang biasa. Ketika seseorang menyukai tim sepakbola, misalnya, ia akan rela melakukan banyak hal termasuk mengeluarkan uangnya demi tim yang ia cintai. Dalam konteks industri olahraga, penggemar pada dasarnya adalah konsumen yang unik karena hubungan emosional dan psikologis mereka dengan tim yang mereka dukung. Oleh karena itu, penting bagi organisasi olahraga untuk memahami seberapa besar keterikatan penggemar dengan tim mereka, apa yang memotivasi mereka untuk mendukung tim, dan perilaku konsumen mereka terkait dengan tim. Hal ini memungkinkan pelaku industri olahraga membuat keputusan yang bermakna dan menyusun promosi yang sesuai dengan keinginan penggemar. Strategi tersebut penting untuk meningkatkan hubungan dan loyalitas sekaligus membentuk kemitraan yang kuat dan berkelanjutan antara penggemar dan tim olahraga atau atlet tertentu.

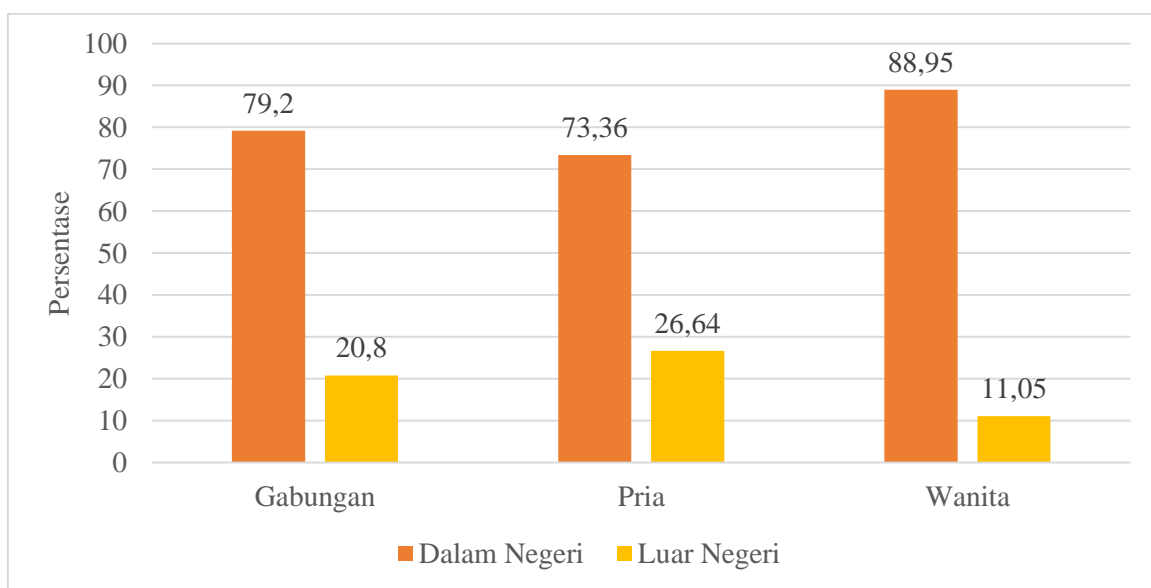
Pakar pemasaran olahraga telah lama mempelajari identifikasi tim karena pentingnya hal tersebut dalam memahami perilaku dan sikap penggemar terhadap klub dan organisasi olahraga. Bagaimana orang menjadi teridentifikasi dengan sebuah tim? Apakah ada perbedaan dalam identifikasi tim antara penggemar olahraga pria dan wanita? Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang identifikasi

tim, ada kemungkinan bahwa tim olahraga dapat membuat keputusan pemasaran dan manajerial yang akan lebih bermakna bagi konsumen mereka dan akan lebih sesuai dengan pengalaman olahraga yang dicari penggemar mereka.

Laporan ini menyatakan bahwa sebanyak 50,8% responden yang disurvei mengaku memiliki tim atau atlet favorit, suatu angka yang cukup besar dalam konteks industri olahraga. Dari sisi jender, responden laki-laki memiliki ketertarikan yang lebih besar dibandingkan dengan responden perempuan, masing-masing sebesar 60,6% dan 37,5%. Dilihat dari aspek kewilayahan, tidak ada perbedaan yang signifikan antara mereka yang tinggal diperkotaan dan perdesaan, masing-masing sebesar 49% dan 49,4%.



Gambar 4. 3. Persentase Responden yang Memiliki Tim/Atlet Favorit



Gambar 4. 4. Asal Tim/Atlet yang Menjadi Favorit Masyarakat

Dilihat dari latar belakang asal negara dari tim/atlet yang menjadi favorit, laporan ini menyebutkan bahwa responden yang memiliki tim/atlet dari dalam negeri sebanyak 79,2% dan yang berasal dari luar negeri sebanyak 20,8%. Fenomena tersebut lebih mudah digambarkan melalui supporter sepakbola, yang memang telah menjadi bagian penting dari industry olahraga di seluruh dunia. Di dalam negeri, sejumlah komunitas supporter sepakbola begitu luarbiasa seperti Bebotoh untuk pendukung Persib Bandung, The Jakmania untuk pendukung Persija Jakarta, Aremania untuk pendukung Arema Malang, Bonek untuk pendukung Persebaya Surabaya, dan Panser Biru untuk pendukung PSIS Semarang. Kebanggaan yang muncul terhadap Tim tersebut umumnya didasarkan pada primordial daerah atau etnis yang tumbuh dan berkembang sejak di Era Perserikatan.

Fanatisme semacam itu sebenarnya tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di luar negeri. Di Spanyol, misalnya, pendukung Tim Real Madrid adalah mereka yang beridentitas Spanyol tulen (etnis Castilla) dan pendukung Tim Barcelona adalah mereka yang berasal dari etnis Catalan. Rivalitas antar pendukung tim sepakbola tersebut memiliki akar historis pada masa kediktatoran Francisco Franco yang memerintah Spanyol 1939-1975 yang anti Catalan.

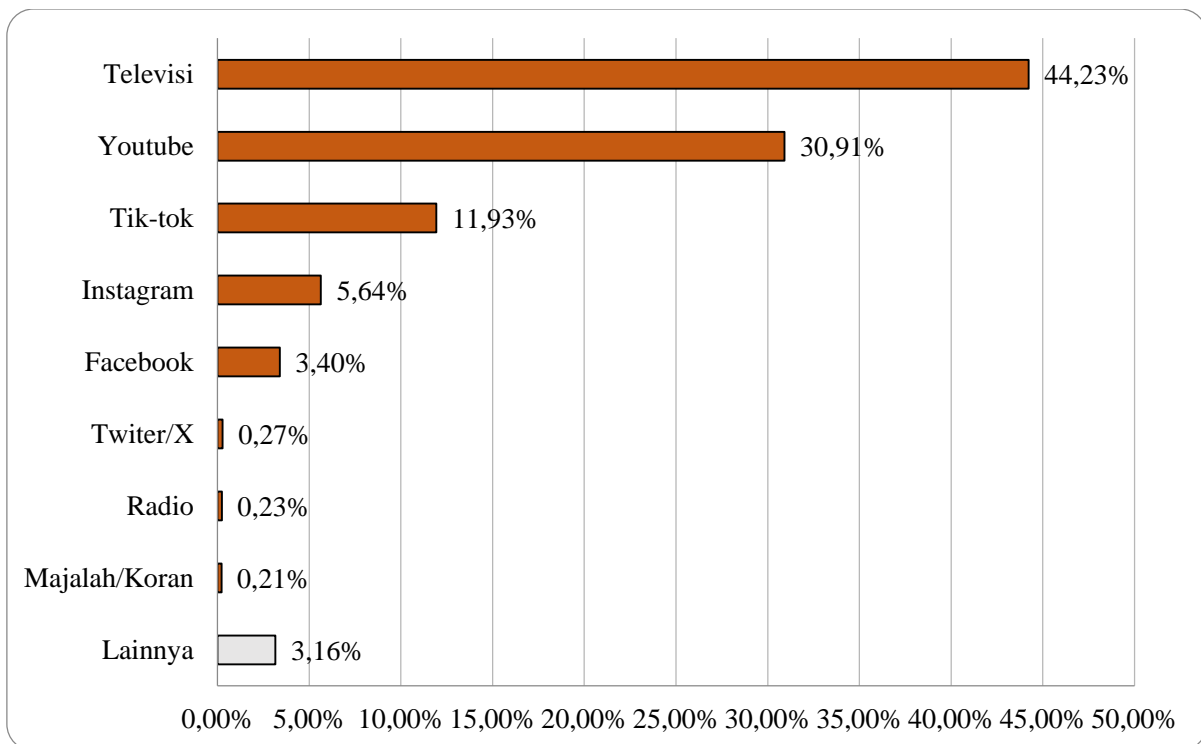
Yang menarik, laporan ini juga menyatakan bahwa terdapat sekitar 20% masyarakat Indonesia yang menyukai tim dari luar negeri. Dalam pengamatan yang sederhana, banyak ditemukan komunitas pendukung tim sepakbola luar negeri, khususnya tim dari Eropa, ada di Indonesia. Berdasarkan hasil survei, terdapat tujuh tim sepakbola luar negeri yang menjadi favorit masyarakat Indonesia. Mereka adalah Tim Barcelona dengan pendukung sebesar 9,8%, Manchester United sebesar 9,8%, Real Madrid sebesar 7,2%, Liverpool sebesar 3,3%, Arsenal sebesar 2,9%, AC Milan sebesar 2,8%, dan Chelsea sebesar 2,2% (Goodstats, 2022).

Meski prestasi sepakbola Indonesia di level internasional belum memenuhi harapan, namun penggemar sepakbola di Indonesia sangat besar, terbesar kedua setelah Nigeria. Survei yang dilakukan oleh Nielsen Sport, sebanyak 77% penduduk Indonesia memiliki ketertarikan pada sepakbola, terutama ketika Tim Indonesia berlaga (CNN Sport, 2017). Sayangnya, ketertarikan pada sepakbola tidak serta-merta dapat dianggap sebagai pelaku olahraga tersebut. Hasil survei dari lembaga yang sama, hanya 17% penduduk Indonesia yang bermain sepakbola setidaknya satu kali dalam sepekan. Data tersebut linier dengan laporan IPO tahun 2023 yang menyebutkan bahwa pelaku olahraga sepakbola di Indonesia sebesar 17,34% atau setara dengan 29 juta orang (Kemenpora, 2023).

D. Media yang digunakan untuk Menonton/mengikuti Event Olahraga

Kehadiran platform digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat pada gilirannya juga berpengaruh pada bagaimana mereka melakukan dan/atau menikmati aktivitas olahraga. Pandemi Covid-19 mempercepat penggunaan platform digital hampir dalam semua aktivitas olahraga. Harus diakui, media sosial mengubah keterlibatan penggemar secara mendasar karena mereka ingin terhubung dengan orang sungguhan, bukan merek. Tantangan baru keterlibatan penggemar bagi pemasar olahraga adalah mengubah atlet, staf, dan penggemar berat mereka menjadi influencer. Sulit untuk tidak menyadari bahwa media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, memengaruhi industri olahraga secara mendalam. Di sana, mereka bercanda dan membahas topik olahraga favorit mereka, terutama saat mereka tidak dapat menghadiri pertandingan atau acara secara langsung.

Laporan ini menyatakan bahwa sebanyak 44,23% atau setara dengan 90 juta orang masih menggunakan media televisi sebagai cara untuk menikmati tontonan olahraga baru kemudian diikuti dengan media Youtube sebanyak 30,91% atau setara dengan 63 juta orang. Media Tik-Tok digunakan oleh 11,93% atau setara dengan 24 juta orang dan Instagram digunakan oleh 5,64% atau setara dengan 11 juta orang.



Gambar 4. 5. Media yang diminati Masyarakat untuk Menikmati Event Olahraga

Data tersebut memberikan bukti bahwa menonton kejuaraan olahraga yang dulu hanya dapat dinikmati melalui siaran TV atau radio, kini alternatifnya menjadi semakin banyak, termasuk di dalamnya Youtube. Media sosial menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan organisasi

olahraga bersaing mendapatkan perhatian penggemar. Tim atau liga yang dapat memberikan lebih banyak konten melalui saluran digital akan menjadi pemenang hak media baru. Acara olahraga yang sebelumnya hanya ditayangkan di stadion dan siaran langsung TV kini tersedia untuk ditonton selama 24 jam x 7 hari. Konsumen tidak lagi hanya sekadar penonton, tetapi juga berperan aktif dalam industri olahraga dan promosi pemasaran olahraga. Konsumentenlah yang telah mengubah tampilan pemasaran olahraga dengan memberikan keterlibatan dan uang mereka kepada atlet dari berbagai latar belakang olahraga. Beragamnya atlet ini telah memicu kebangkitan pemasaran olahraga global dan memberi mereka cara untuk memperluas jangkauan mereka terutama kepada penggemar baru.

Di samping itu, digitalisasi dan teknologi memainkan peran penting dalam memperluas cakupan pemasaran olahraga. Platform media sosial, layanan streaming, dan aplikasi mobile telah mengubah cara orang mengonsumsi olahraga. Tren ini menawarkan peluang besar bagi negara-negara berkembang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Misalnya, siaran langsung pertandingan atau acara olahraga melalui platform digital dapat menarik penonton dari berbagai belahan dunia, memperluas basis penggemar, dan membuka peluang pemasukan dari iklan dan hak siar. Oleh karena itu, integrasi teknologi dalam pemasaran olahraga menjadi elemen krusial untuk bersaing di pasar global.

Bab V Peta Jalan Industri Olahraga

A. Rencana Pengembangan dan Peta Jalan

Dari perspektif historis, era industri olahraga dimulai ketika event olahraga seperti Olimpiade Los Angeles 1984 dikelola secara bisnis atas ide seorang pebisnis Peter Ueberth. Penyelenggaraan olimpiade Los Angeles yang meraup laba sebesar 227,7 juta dolar berkat keterlibatan berbagai sponsor, termasuk Nike, telah menjadi tonggak tumbuhnya industrialisasi bidang keolahragaan (Dyreson & Llewellyn, 2008). Sejak itu, peristiwa mega event olahraga Olimpiade dikelola secara bisnis sehingga mendatangkan nilai tambah baik ekonomi maupun non-ekonomi bagi negara penyelenggara. Ini juga menunjukkan bagaimana pengelolaan event yang baik dapat menghasilkan keuntungan finansial yang signifikan, yang selanjutnya dapat diinvestasikan kembali ke dalam program olahraga dan fasilitas. Industrialisasi olahraga ternyata telah merangsang munculnya bakat, keahlian, kreativitas, dan inovasi dalam dunia keolahragaan, sehingga memunculkan industri wisata olahraga, industri E-sports, dan industri kreatif olahraga yang memfokus pada produk barang dan jasa. Inovasi ini berkontribusi pada diversifikasi industri olahraga dan menciptakan peluang baru bagi berbagai pihak. Contoh produk seperti periklanan, fotografi, merchandise, dan media digital yang berkaitan dengan olahraga, sportainment (music, TV dan radio, film, animasi, video), aplikasi dan pengembangan permainan digital, arsitektur, kuliner, dan fashion olahraga dapat menciptakan daya saing baik dalam skala industri olahraga lokal maupun global. Pendekatan kolaboratif antara berbagai sektor ini dapat memperkuat posisi industri olahraga di tingkat internasional. Lebih lanjut, kemajuan industri olahraga ke depan menuntut adanya kerjasama antara industri olahraga kecil-menengah, industri olahraga besar yang melibatkan para pemangku kepentingan: institusi pemerintah, masyarakat, perguruan tinggi, dan media massa untuk menciptakan ekosistem yang berkelanjutan dalam industri olahraga.

Industri olahraga merujuk pada segala kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa yang berhubungan dengan olahraga. Ini mencakup berbagai aspek seperti penyelenggaraan event olahraga, produksi dan distribusi peralatan olahraga, media olahraga, pendidikan dan pelatihan olahraga, serta layanan kesehatan olahraga (González-Serrano, Crespo-Hervás, Pérez-Campos, & Calabuig, 2021). Saat ini, industri olahraga juga meliputi perkembangan sektor-sektor baru seperti digitalisasi dalam olahraga dan pemasaran berbasis teknologi. Dewasa ini, jenis produk industri olahraga telah berkembang meliputi jual beli atlet dan sewa-menyewa pelatih/tenaga ahli (lazim dalam olahraga profesional) yang merupakan praktik umum

dalam olahraga profesional. Selain itu, terdapat juga tempat olahraga, pengembangan ide atau gagasan kreatif (industri kreatif olahraga), industri wisata olahraga dan industri olahraga digital atau E-sport.

Industri olahraga pada dasarnya bertujuan untuk mengembangkan ekonomi dengan menciptakan peluang pekerjaan dan meningkatkan kontribusi sektor olahraga terhadap PDB, mengembangkan potensi pariwisata olahraga melalui penyelenggaraan event, dan meningkatkan kesehatan masyarakat dengan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan olahraga untuk meningkatkan kesehatan fisik dan mental masyarakat. Dalam upaya mencapai tujuan di atas dan agar pembangunan industri olahraga dapat berjalan efisien, efektif, dan berkelanjutan, maka perlu disusun peta jalan industri olahraga Indonesia 2025-2045. Peta jalan tersebut secara khusus memiliki kriteria sebagai berikut.

- 1 Terpadu, yakni mengintegrasikan berbagai program dan inisiatif olahraga dalam satu kerangka kerja yang komprehensif dengan melibatkan berbagai institusi (Pentahelix);
- 2 Efisien, yakni memastikan alokasi sumber daya yang optimal untuk pengembangan sektor olahraga;
- 3 Kolaboratif, yakni membangun jejaring koordinasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam pembangunan industri olahraga;
- 4 Terukur, yakni memastikan bahwa proses dan capaian yang dilakukan bersifat kuantitatif serta memudahkan dilakukan monitoring dan evaluasi;
- 5 Adaptif, yakni memastikan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dan perkembangan global di sektor olahraga.

Peta jalan pembangunan industri olahraga adalah dokumen strategis yang memuat rencana jangka panjang, menengah, dan pendek untuk mengembangkan sektor industri olahraga. Dengan peta jalan yang jelas sesuai kriteria ideal yang digambarkan di atas diharapkan pembangunan industri olahraga di Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara optimal. Dengan demikian, pada gilirannya diharapkan industri olahraga mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan sosial dan perkembangan ekonomi menuju 2045. Peta jalan tersebut semakin relevan karena Indonesia memiliki sumber daya yang memadai untuk menjadi negara maju, baik dari sisi jumlah penduduk maupun PDB.

Peta jalan harus dimulai dengan visi dan misi yang jelas, menggambarkan tujuan jangka panjang dan nilai-nilai yang ingin dicapai dalam pengembangan industri olahraga. Untuk sampai pada maksud tersebut, perlu dilakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memahami kondisi saat ini, termasuk potensi dan tantangan yang ada terkait industri olahraga. Atas dasar analisis tersebut kemudian ditetapkan tujuan jangka panjang dan sasaran jangka pendek yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu. Kegiatan dilanjutkan dengan

mengidentifikasi strategi utama dan program spesifik yang akan diimplementasikan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Menguraikan kebutuhan sumber daya, termasuk pendanaan, tenaga kerja, dan infrastruktur, serta rencana alokasi anggaran untuk mendukung program-program yang direncanakan. Menyusun struktur tata kelola dan mekanisme koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat, termasuk pemerintah, sektor swasta, organisasi olahraga, dan masyarakat. *The last but not least*, menetapkan indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators*) dan mekanisme monitoring serta evaluasi untuk memastikan bahwa implementasi peta jalan berjalan sesuai rencana dan dapat diperbaiki bila diperlukan.

Perkembangan sosial ekonomi yang pesat memiliki dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk industri olahraga. Dalam konteks global, studi menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya mendorong peningkatan daya beli masyarakat, tetapi juga memperluas partisipasi dalam kegiatan olahraga serta konsumsi produk dan layanan terkait olahraga. Hasil penelitian membuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi, jenis-jenis industri olahraga, tingkat integrasi antara industri olahraga dan pembangunan ekonomi, serta waktu dan skala industri olahraga, merupakan faktor kunci yang mempengaruhi perkembangan industri olahraga (Li, M., Shi & Peng, 2022). Faktor-faktor ini dipandang mampu mendorong kontribusi yang signifikan dari industri olahraga terhadap ekonomi nasional, dengan peningkatan rata-rata sebesar 10-20% dalam beberapa sektor.

Pada skala yang lebih besar, perkembangan sosial ekonomi tidak hanya mengubah perilaku konsumen dalam olahraga, tetapi juga mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan. Misalnya, adanya pergeseran fokus ekonomi dari industri manufaktur ke sektor jasa, termasuk olahraga, menunjukkan bahwa industri olahraga dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi di negara-negara yang mengalami perubahan struktur ekonomi. Di Tiongkok, misalnya, pengembangan industri olahraga melalui peningkatan partisipasi publik dan penyelenggaraan acara olahraga telah berhasil meningkatkan PDB di berbagai wilayah.

Dalam konteks Indonesia, potensi ini dapat dilihat dari tren positif yang terus berkembang dalam partisipasi masyarakat di kegiatan olahraga, meningkatnya acara olahraga skala besar, dan minat yang tinggi terhadap produk dan layanan terkait olahraga. Namun, optimalisasi industri olahraga Indonesia belum tercapai sepenuhnya. Salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya integrasi antara kebijakan olahraga nasional dan strategi pembangunan ekonomi yang lebih luas, sebagaimana diidentifikasi oleh hasil riset bahwa kurangnya analisis data yang tepat dalam perkembangan industri olahraga seringkali menghambat pengembangan strategi ekonomi yang akurat (Li, M., Shi & Peng, 2022).

B. Kerangka Regulasi dan Arah Kebijakan

Kebijakan umum terkait pengembangan Industri Olahraga sejatinya telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan. Dalam regulasi tersebut diuraikan kerangka hukum dan regulasi untuk pembinaan dan pengembangan keolahragaan secara nasional, khususnya tentang industri olahraga (Pasal 1 butir nomor 17, Pasal 17, Pasa 91 dan 92). Dengan demikian, sangat diharapkan bahwa upaya untuk melindungi, mengelola, dan mengembangkan keolahragaan nasional termasuk industri olahraga dapat berjalan secara sistematis, terpadu dan berkelanjutan sehingga hasil pembangunan olahraga akan lebih efisien, efektif, transparan dan akuntabel.

Menurut UU tersebut, setiap orang berhak atas olahraga, dan pemerintah wajib menyediakan layanan yang memungkinkan setiap warga negara menikmati hak tersebut. Artinya, pembinaan olahraga tidak harus terbatas pada kelompok atau elit tertentu, yang biasanya dianggap sebagai olahraga prestasi. Dalam konteks "olahraga untuk semua," yang berkontribusi pada kesehatan, kebugaran, dan pemulihan, warga negara secara keseluruhan juga harus mendapat perhatian. Ini demi kepentingan publik. Selain itu, UU tersebut mencakup lingkup pembangunan olahraga yang mencakup olahraga prestasi, olahraga masyarakat, dan olahraga pendidikan. Meskipun masing-masing lingkup memiliki tujuan tertentu, ketiganya bekerja sama untuk membantu satu sama lain, ketiganya harus diperhatikan untuk tumbuh-kembangnya ekosistem pembinaan dan pengembangan. Selain itu, olahraga disabilitas dipertimbangkan secara proporsional dengan memberikan hak yang setara kepada kontingen yang dilatih dan dikirim untuk berpartisipasi dalam kompetisi domestik dan internasional. Lebih lanjut, industri olahraga yang menjadi darah pembinaan dan pengembangan keolahragaan nasional perlu terus ditumbuh-kembangkan secara sistematis, dan integratif. Ke depan diharapkan agar industri olahraga dapat diberdayakan sehingga berkontribusi secara signifikan terhadap kemajuan ekonomi nasional dan sekaligus menjadi sumber pendanaan alternatif untuk membiayai pembinaan dan pengembangan olahraga secara mandiri.

Perpres No. 86 Tahun 2021 tentang Desain besar Olahraga Nasional (DBON) sebagai dokumen rencana induk yang berisikan arah kebijakan pembinaan dan pengembangan keolahragaan nasional jangka panjang yang di dalamnya memuat tiga sasaran: pembudayaan olahraga, peningkatan prestasi, dan pengembangan ekonomi melalui olahraga (industri olahraga), patut diapresiasi. Apalagi jika memperhatikan komitmen presiden, termasuk proses sosialisasinya oleh Kemenpora yang resonansinya terasa begitu kuat. DBON juga telah disebut dalam UU No. 11/2022 Pasal 12 ayat 2 yang mengikat semua pihak, termasuk mengantisipasi perubahan politik kekuasaan ke depan. DBON

memberikan arah kebijakan pembinaan dan pengembangan olahraga jangka Panjang, termasuk serta sebagai dasar pijakan pembangunan industri olahraga. DBON perlu terus digelorakan dan ditindaklanjuti dengan program-program aksi yang didukung pendanaan yang memadai agar tujuan dan target-target sasaran dapat direalisasikan.

Dokumen lain yang bisa diacu adalah Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035. Dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional istilah industri olahraga tidak disebutkan secara eksplisit, namun diantara produk industri utama, yaitu industri sepatu dan alat olahraga mendapat perhatian cukup besar karena disamping sebagai industri padat karya, juga penyumbang devisa negara yang cukup besar dari ekspor. Terkait dengan hal tersebut, terdapat beberapa kebijakan yang diharapkan mendorong tumbuhkembangnya industri di dalam negeri, yaitu: a) industri ini termasuk salah satu klasifikasi lapangan usaha industri yang diberikan fasilitas investasi yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 9 tahun 2016. Industri ini juga mendapat perhatian khusus dalam Peraturan Presiden No. 54 tahun 2010 yang beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden No. 4 tahun 2015 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Pada Bab VII Penggunaan barang/jasa produksi dalam negeri Pasal 96 ayat 4 huruf c, dalam hal sebagian bahan untuk menghasilkan barang/jasa produksi dalam negeri berasal dari impor, dipilih Barang/Jasa yang memiliki komponen dalam negeri paling besar. Pada Bab yang sama dan pasal yang sama huruf d. “dalam mempersiapkan Pengadaan Barang/Jasa, sedapat mungkin digunakan standar nasional dan memperhatikan kemampuan atau potensi nasional”. c) Sudah adanya Standar Nasional Indonesia (SNI) di Sepatu Olah raga dan Alat Olah Raga sebanyak 74 judul SNI dan Rancangan Standar Nasional Indonesia (RSNI) yang sudah disiapkan oleh BSN untuk bidang keolahragaan sebanyak 25 judul RSNI.

Pada Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, istilah wisata olahraga muncul pada bagian penjelasan Pasal 14 ayat (1) yang mengatur tentang pembangunan daya tarik wisata yang meliputi: (a) daya tarik wisata alam, (b) wisata budaya, dan (c) wisata hasil buatan manusia. Wisata Olahraga termasuk dalam kelompok wisata hasil buatan manusia, yaitu Wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya. fasilitas rekreasi dan olahraga, contoh: kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga merupakan beberapa contoh objek wisata olahraga (*sport tourism*) yang dapat dikembangkan.

Dalam Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 juga diatur tentang pembinaan dan pengembangan industri olahraga nasional. Permen tersebut menjelaskan

tentang bentuk industri olahraga dan strategi pengembangannya, kerjasama dan peran serta masyarakat dalam rangka pembinaan dan pengembangan industri olahraga, pengembangan wisata olahraga, serta pemantauan dan evaluasi (Kemenkumham, 2023). Permen tersebut merupakan penyempurnaan dari Permen serupa sebelumnya dan sekaligus sebagai upaya penyesuaian dengan UU Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan. Perlu dicatat bahwa program dan kegiatan yang secara khusus ditujukan untuk pengembangan Industri Olahraga Nasional selama ini dilakukan oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga sebagai bagian dari Program Pengembangan Olahraga Prestasi dan juga ke deputian yang lain. Kini, dengan terbitnya Perpres No. 187 Tahun 2024 Tentang Kementerian Pemuda dan Olahraga, maka program dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan industri olahraga menjadi lebih fokus, karena sudah memiliki ke deputian sendiri.

Dalam Perpres tersebut diatur struktur kelembagaan Kemenpora dan Deputi Pengembangan Industri Olahraga menjadi ke deputian yang mandiri, sejajar dengan tiga ke deputian yang lain, yakni Deputi Bidang Pelayanan Kepemudaan, Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga, dan Deputi Bidang Peningkatan Prestasi Olahraga (Kemensekneg, 2024a). Dalam Perpres tersebut dijelaskan bahwa ruang lingkup pengembangan industri olahraga meliputi (1) pengelolaan jasa kegiatan cabang olahraga dan (2) pengelolaan sarana dan prasarana olahraga.

Pembinaan dan pengembangan industri olahraga merupakan salah satu program prioritas Kementerian Pemuda dan Olahraga yang tertuang sejak dalam Renstra Kementerian Pemuda dan Olahraga tahun 2010-2014, Renstra Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2015-2019, dan Renstra Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2020-2024. Pembinaan dan Pengembangan Industri Olahraga meliputi dua aspek utama, yaitu: (a) pengembangan produksi, jual beli, atau penyewaan prasarana dan sarana olahraga, serta jasa penjualan kegiatan olahraga secara profesional, dalam rangka pengembangan industri olahraga; serta (b) peningkatan fasilitasi dan kemitraan masyarakat dalam melakukan usaha jasa industri olahraga dengan membentuk badan usaha serta memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga nasional. Pengembangan Produk Industri Olahraga merupakan salah satu kegiatan prioritas yang dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran program Pengembangan Olahraga Prestasi. Yang dilaksanakan antara lain melalui: (1) fasilitasi peningkatan kapasitas teknis produksi pada pelaku industri olahraga; (2) fasilitasi penyelenggaraan kejuaraan olahraga dirgantara, bahari, dan lintas alam; (3) koordinasi pengembangan produk industri olahraga; (4) perumusan naskah kebijakan pengembangan produk industri olahraga; (5) pemantauan dan evaluasi pengembangan produk industri olahraga. Ke depan, diperlukan adanya penyusunan Renstra Kemenpora baru yang disesuaikan dengan tuntutan perkembangan baru sebagai akibat adanya perubahan UU tentang Keolahragaan.

Berikut ini adalah butir-butir terkait dengan arah kebijakan pembangunan industri olahraga sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan. Dalam Pasal 90 disebutkan bahwa: Setiap pelaksanaan industri olahraga yang dilakukan oleh Pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat wajib memperhatikan tujuan keolahragaan nasional serta prinsip kegiatan olahraga. Ini mencakup pemenuhan terhadap nilai-nilai Olimpiade yang seharusnya menjadi panduan dalam pengembangan olahraga Selanjutnya ditegaskan bahwa Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat (Pasal 91 ayat 1), Industri olahraga selain berbentuk prasarana dan sarana (Pasal 91 Ayat 1), Industri Olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional meliputi (Pasal 91 Ayat 2):

- a. Kejuaraan nasional dan internasional;
- b. Pekan Olahraga daerah, nasional, & internasional;
- c. Promosi, eksibisi, dan festival Olahraga;
- d. Pendidikan dan pelatihan;
- e. Layanan profesi;
- f. Keagenan, layanan informasi, dan konsultansi Keolahragaan;
- g. Aktivitas alam terbuka;
- h. Pengelolaan Suporter; atau
- i. Kegiatan olahraga lain yg dapat mendukung Industri Olahraga

Lebih lanjut ditegaskan bahwa Industri Olahraga dapat berbentuk jasa penjualan kegiatan cabor sebagai produk utama tersebut (Pasal 91 Ayat 2) diarahkan untuk pengembangan wisata olahraga (Ayat 3). Disebutkan bahwa Industri Olahraga bertujuan untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Dalam Pasal 91 dijabarkan bahwa pembinaan dan pengembangan Industri Olahraga dilaksanakan dengan cara-cara sebagai berikut.

- (1) Bekerja sama dengan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Organisasi Olahraga, dan/atau organisasi lain (dalam negeri dan luar negeri) (Ayat 5)
- (2) Masyarakat membentuk badan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Ayat 6);

- (3) Masyarakat yang melakukan usaha Industri Olahraga memperhatikan kesejahteraan Pelaku Olahraga dan Kemajuan olahraga. (Ayat 7)

Kebijakan pembangunan industri olahraga, berdasarkan Pasal 92 UU Keolahragaan diarahkan untuk:

- (1) Pembinaan dan pengembangan Industri Olahraga dilaksanakan melalui kerja sama yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan Olahraga yang mandiri dan profesional (Ayat 1)
- (2) Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah memberikan kemudahan pembentukan sentra Binbang Industri Olahraga (Ayat 2);
- (3) Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah memfasilitasi perwujudan kerjasama antara pelaku industri olahraga, perguruan tinggi, komunitas olahraga, media massa. dan pemangku kepentingan lainnya/ olahraga (Ayat 3).

Pada pasal sebelumnya, yaitu Pasal 77 huruf g disebutkan tentang “hasil usaha Industri Olahraga” sebagai salah satu sumber pendanaan untuk pembinaan dan pengembangan olahraga. Ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan industri olahraga harus dijaga melalui model bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Hal ini dikandung maksud agar olahraga pada saatnya dapat membiayai diri sendiri atau paling tidak meringankan beban anggaran yang selama ini sebagian besar menjadi tanggung jawab Pemerintah, dan pemerintah daerah.

Mengingat pentingnya industri olahraga dalam membangun bangsa, dan dalam rangka mewujudkan visi Indonesia Emas 2045, maka diperlukan arah kebijakan yang komprehensif untuk memajukan industri olahraga. Visi ini bertujuan menjadikan Indonesia sebagai negara dengan industri olahraga yang maju dan berdaya saing global. Kebijakan Pembangunan industri olahraga ini mencakup berbagai aspek penting, termasuk pengembangan infrastruktur, peningkatan partisipasi masyarakat, pembinaan atlet, penguatan ekonomi olahraga, dan tata kelola yang baik.

Visi, misi, tujuan dan sasaran Pembangunan Industri Olahraga Indonesia di tahun 2045 digambarkan sebagai berikut.

Visi: Menjadi negara Indonesia dengan industri olahraga yang maju, berdaya saing global, dan memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakat pada tahun 2045.

Misi:

- (1) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga.
- (2) Membangun infrastruktur olahraga yang memadai dan berstandar internasional.

- (3) Mengembangkan sektor wisata olahraga sebagai salah satu pilar pariwisata nasional.
- (4) Mendorong pertumbuhan dan profesionalisasi industri e-sport.
- (5) Meningkatkan partisipasi dan prestasi dalam bidang olahraga, baik tradisional maupun elektronik.
- (6) Mewujudkan tata kelola industri olahraga yang transparan, akuntabel, dan berkelanjutan.
- (7) Mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor olahraga.
- (8) Mengembangkan ekosistem kreatif di bidang olahraga yang mendukung inovasi dan kreativitas.
- (9) Mendorong kolaborasi antara sektor olahraga dan industri kreatif serta pariwisata.
- (10) Meningkatkan kontribusi industri olahraga termasuk wisata olahraga, E-sport, dan industri kreatif bidang olahraga terhadap PDB nasional.

Tujuan dan Sasaran Strategis

Tujuan:

- (1) Menjadikan industri olahraga salah satu kekuatan utama di bidang olahraga di Asia.
- (2) Mewujudkan industri olahraga secara profesional termasuk industri wisata olahraga, industri kreatif olahraga, dan industri E-sports.
- (3) Meningkatkan kontribusi industri olahraga terhadap PDB nasional.
- (4) Memfasilitasi atlet-atlet berprestasi yang mampu bersaing di kancah internasional.

Sasaran:

- (1) Peningkatan partisipasi olahraga masyarakat hingga 50% pada tahun 2045.
- (2) Pengembangan 10 pusat industri olahraga yang dikaitkan dengan destinasi wisata dan industri kreatif olahraga.
- (3) Peningkatan jumlah event olahraga internasional yang diselenggarakan di Indonesia.
- (4) Peningkatan jumlah unit usaha bisnis dan jasa dalam lingkup industri, termasuk industri wisata olahraga, industri kreatif olahraga, dan industri E-sport, dengan target penambahan 20% setiap tahunnya hingga 2045.

Analisis Situasi Berdasar SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode untuk menganalisis suatu permasalahan yang didasarkan atas logika hubungan atau interaksi antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan factor eksternal (peluang dan ancaman). Metode ini berupaya mengidentifikasi berbagai faktor internal dan

eksternal secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi dan arah kebijakan untuk mencapai visi dan misi. Analisis ini juga membantu dalam mengevaluasi posisi kompetitif suatu industri secara keseluruhan. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh oleh Albert Humphrey ketika memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Dalam kaitannya dengan upaya pengembangan industri olahraga nasional, dapat dilakukan analisis SWOT sebagai berikut.

Tabel 5. 1. Analisis SWOT Industri Olahraga

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> ■ Jumlah penduduk Indonesia menurut proyeksi pada tahun 2045 sekitar 324 juta jiwa (pangsa pasar domestik besar). ■ Potensi kekayaan dan sumber daya alam Indonesia yang luas, indah dan menarik, serta budaya, lingkungan yang beragam. ■ Mulai berkembangnya Industri Olahraga Nasional. ■ Meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi dalam segala bidang termasuk olahraga. ■ Adanya payung hukum bagi pengembangan keolahragaan. ■ Kerjasama dengan perusahaan yang memiliki kompetensi yang berhubungan dengan produk dan jasa industri olahraga ■ Adanya program Pendidikan keolahragaan di berbagai perguruan tinggi ■ Tumbuh-kembangnya klub dan sanggar olahraga di Masyarakat ■ Tumbuh-kembangnya perusahaan termasuk UMKM di bidang produk dan jasa yang berhubungan dengan industri olahraga termasuk sarana prasarana olahraga ■ Semangat otonomi daerah dlm pengembangan olahraga sesuai dengan potensi dan karakter daerah. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rendahnya kualitas SDM Olahraga khususnya terkait industri olahraga. ■ Terbatasnya sarana dan prasarana untuk laboratorium penelitian dan pengkajian IPTEK olahraga terkait industry olahraga. ■ Belum optimalnya keterlibatan pemangku kepentingan termasuk PT dalam pembinaan dan pengembangan Industri Olahraga ■ Sistem kompetisi yang tidak berkesinambungan dan terbatas penyelenggaraan event-event olahraga. ■ Kurangnya sistem informasi keolahragaan yang mutakhir dan dikelola secara profesional. ■ Masih rendah dalam pengelolaan dan manajemen keolahragaan. ■ Adanya kecenderungan sikap yang kurang peduli terhadap pentingnya pemeliharaan sarana dan prasarana olahraga. ■ Lemahnya koordinasi dan sinkronisasi program antar Lembaga di tingkat pusat dan daerah. ■ Belum terbangunnya sistem tata kelola industri olahraga yang profesional. transparan dan akuntabel.
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> ■ Olahraga sebagai satu kekuatan pembangunan yang penting bagi peningkatan produktivitas, daya saing dan kinerja ekonomi Indonesia di era globalisasi dan era pasar bebas. ■ Olahraga sebagai salah satu komoditas unggulan ekonomi Indonesia. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sistem manajemen olahraga yang cenderung kurang integratif dan kolaboratif ■ Globalisasi mendorong terbukanya pasar barang dan jasa, tenaga kerja asing baik regional maupun global yang masuk ke Indonesia

<ul style="list-style-type: none"> ■ Pariwisata sebagai komoditas unggulan Indonesia pada abad 21, memacu industri wisata olahraga dan industri kreatif olahraga serta industri E-sport ■ Potensi kolaborasi olahraga dan budaya yang sangat beragam ■ Adanya reputasi cabor olahraga tertentu yang mendunia 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Industri olahraga negara-negara tetangga yang sudah maju, Thailand, Malaysia, Korea dan Jepang ■ Kemajuan IPTEK yang begitu pesat, sementara literasi teknologi khususnya digital masih relatif rendah
---	---

Strategi dan Program Pembangunan

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, maka dikembangkan beberapa alternatif strategi yang berorientasi pada: (1) strategi agresif dalam upaya pertumbuhan berkelanjutan karena didukung adanya berbagai peluang dan kekuatan yang dimiliki), (2) strategi defensif dalam upaya menghadapi kondisi adanya peluang besar, tetapi menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal, (3) strategi balik arah (*turn around*) untuk menghadapi kondisi yang kurang menguntungkan karena mengalami berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal, dan (4) strategi diversifikasi produk/pasar untuk menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan. Berikut ini adalah rangkuman strategi dan program yang dapat dilaksanakan untuk pengembangan industri olahraga ke depan.

Tabel 5. 2. Strategi dan Program Industri Olahraga

No	Strategi	Program
1	Penguatan regulasi dan kebijakan industri olahraga	Penyusunan peraturan perundang-undangan turunan di bawah UU terkait industri olahraga termasuk NSPK
2	Pengembangan SDM dalam bidang terkait industri olahraga	Program beasiswa, pendidikan lanjut, pelatihan intensif, program magan
3	Pengembangan infrastruktur olahraga	Pembangunan stadion, pusat pelatihan, dan fasilitas olahraga lainnya.
4	Pengelolaan dan pemanfaatan sarana prasarana dan sarana olahraga berbasis Iptek Olahraga termasuk E-sport.	Optimalisasi perawatan dan penyewaan prasana dan sarana olahraga untuk latihan, event pertandingan olahraga nasional dan internasional
5	Pengembangan klub olahraga, sanggar olahraga serta UMKM terkait bidang produk dan jasa olahraga.	Fasilitasi klub olahraga, sanggar olahraga dan UMKM bidang produk dan jasa untuk mendorong tumbuh-kembangnya industri olahraga

6	Peningkatan ekosistem untuk mendukung inovasi dalam industri olahraga.	Pengembangan kapasitas membangun institusi pengelola industri olahraga termasuk perguruan tinggi dan inovasi dalam rangka profesionalisasi industri olahraga berbasis teknologi
7	Pengembangan wisata olahraga	Promosi wisata olahraga, pengembangan destinasi wisata olahraga, pengembangan event wisata olahraga
8	Pengembangan industri kreatif olahraga dan E-sports	Pengembangan desain produk olahraga, media dan hiburan olahraga, pemasaran, serta teknologi olahraga termasuk merchandise olahraga, fashion olahraga, digital games (E sport)
9	Peningkatan partisipasi masyarakat	Kampanye olahraga nasional, pembangunan fasilitas olahraga di komunitas, dan memperbanyak event olahraga lokal
10	Pengembangan kerjasama lintas sektor, antar pemerintah dan swasta serta jejaring antar pelaku industri olahraga dalam negeri dan luar negeri	Harmonisasi kebijakan, integrasi dan kolaborasi antar pelaku industri olahraga melalui peraturan perundang-undangan dan nota kesepahaman serta jejaring kerja
11	Peningkatan tata kelola dan regulasi industri olahraga.	Peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan penguatan regulasi.

C. Tahapan Pembangunan

Tahapan Pembangunan industri olahraga dilustrasikan secara infografis minimalis yang ditampilkan menggambarkan tahapan pembangunan industri olahraga di Indonesia dari tahun 2025 hingga 2045, dengan menggunakan desain sederhana yang memfokuskan pada arah panah untuk menunjukkan progresi setiap tahap. Pembangunan industri olahraga di Indonesia mencakup berbagai sektor, termasuk industri wisata olahraga, industri kreatif bidang olahraga (*creative sport industry*), dan e-sport. Untuk mencapai visi dan misi menjadi negara dengan industri olahraga yang maju dan berdaya saing global pada tahun 2045, diperlukan tahapan pembangunan yang komprehensif dan terstruktur. Tahap-tahap pembangunan tersebut hendaknya diartikan sebagai penekanan atau fokus yang berisi program-program kegiatan yang perlu dilaksanakan.

Secara makro tahapan pembangunan industri olahraga dapat dibagi dalam periode sebagai berikut.

1. Tahap I Tahun 2025-2030

Pada tahap 1 ini merupakan periode awal pembangunan industri olahraga di mana diharapkan dalam waktu yang singkat dapat membangun fondasi yang kokoh dalam mengembangkan industri olahraga nasional periode selanjutnya serta mampu mengatasi persoalan faktual yang dihadapi pelaku industri olahraga nasional dewasa ini. Pemilihan kegiatan-kegiatan pada tahap ini menjadi sangat krusial, karena harus mampu menjawab langsung permasalahan dan kepentingan pelaku industri olahraga nasional sebagai titik awal pengembangan industri olahraga nasional. Untuk itu, kriteria pemilihan program kegiatan ini adalah sebagai berikut: (1) Merupakan program pengembangan industri olahraga yang menjadi peran Kementerian Pemuda dan Olahraga sesuai peran, tugas, dan fungsi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan, (2) Memberikan dampak perubahan yang signifikan untuk pengembangan industri olahraga pada tahap-tahap berikutnya, dan (3) Memberikan manfaat nyata dan dapat dirasakan secepatnya oleh pelaku industri olahraga nasional.

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah sebagai berikut.

- (1) Identifikasi dan pengembangan potensi industri olahraga melalui riset pengembangan. Dalam industri wisata olahraga perlu dilakukan penelitian pasar, analisis tren wisata olahraga global dan lokal, identifikasi potensi destinasi wisata olahraga di Indonesia. Dalam konteks industri kreatif bidang olahraga pada tahap ini perlu dilakukan riset dan pengembangan untuk mengidentifikasi talenta kreatif, pengembangan kurikulum pendidikan kreatif olahraga, dan inkubasi startup untuk menumbuhkembangkan kesadaran untuk melakukan industri kreatif di lingkungan pendidikan dan kalangan masyarakat luas.
- (2) Penataan dan Pengembangan Kebijakan dan Program Pembangunan Industri Olahraga Nasional. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan kebijakan dan program yang telah dikeluarkan Pemerintah terkait industri olahraga (a) yang masih terbatas dan bersifat kebijakan umum, agar dapat diimplementasikan dan dirasakan manfaatnya oleh pelaku dan stakeholders industri olahraga lainnya; (b) yang bersifat egosektoral dan belum terkait dengan sektor lain seperti sektor industri pariwisata, industri kreatif, dan industri E-sport, agar terintegrasi dalam bentuk kebijakan industri olahraga nasional terpadu. Beberapa kegiatan dalam rangka penataan dan pengembangan kebijakan industri olahraga nasional adalah sebagai berikut:
 - a. Penyusunan Naskah Akademis Penataan dan Harmonisasi Peraturan Perundang-undangan terkait Rencana Induk Pengembangan Industri Olahraga Nasional;

- b. Penerbitan Peraturan Pemerintah dan peraturan turunan lainnya tentang Pelaksanaan Kebijakan Pembangunan Industri Olahraga Nasional sebagaimana tertuang dalam UU Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan;
- c. Penyusunan Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Pembangunan Industri Olahraga Nasional;
- d. Penyusunan dan pemantapan serta pengesahan rencana induk pengembangan industri olahraga nasional;
- e. Sosialisasi rencana induk pembangunan industri olahraga;
- f. Pendidikan dan pelatihan (diklat) UMKM Industri Olahraga;
- g. Bimbingan teknis penyusunan rencana strategis penembangan Industri Olahraga di daerah provinsi dan kabupaten/kota;
- h. Fasilitasi pembentukan dan dukungan operasional sentra-sentra industri olahraga bekerjasama dengan masyarakat dan dunia usaha dan industri (DUDI); dan
- i. Penguatan regulasi dan harmonisasi kebijakan Pembangunan industri olahraga guna memberikan landasan dan kepastian hukum yang jelas berbagai peraturan perundang-undangan hingga penyusunan norma, standar (NSPK) perlu dilakukan. Secara khusus, dalam kaitan industri olahraga E-sport, pengakuan E-sport sebagai cabang olahraga resmi, penyusunan regulasi dan standar kompetensi agar memenuhi UU Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan turunannya.

(3) Penataan dan Pengembangan Organisasi dan Sumberdaya Manusia (SDM) Industri Olahraga Nasional. Organisasi dan SDM industri olahraga meliputi organisasi dan SDM lembaga pembina dan pengembangan industri olahraga, organisasi dan SDM pelaku industri olahraga, dan jasa layanan pendukung lainnya yang terkait dengan industri olahraga. Pelaku Industri Olahraga adalah sumber daya manusia yang melaksanakan industri olahraga yang terdiri dari Pelaku Profesi Keolahragaan dan Pelaku Bisnis (usaha) Olahraga. Pelaku usaha industri olahraga adalah pelaku usaha yang terlibat secara langsung dalam kegiatan industri keolahragaan. Kegiatan-kegiatan yang dapat dikembangkan dalam rangka Penataan dan Pengembangan Organisasi dan Sumberdaya Manusia (SDM) Industri Olahraga Nasional adalah sebagai berikut:

- a. Pendataan, standardisasi, dan legalisasi klub-klub olahraga, sekolah olahraga, serta organisasi/lembaga pendidikan dan pelatihan profesi keolahragaan, organisasi supporter olahraga, dan jasa impresariat dalam rangka profesionalisasi manajemen.

- b. Pengembangan SDM keolahragaan terkait bidang manajemen dan industri olahraga dengan cara pemberian beasiswa untuk magang (*internship*) atau studi lanjut bagi personil yang dipersiapkan untuk pengembangan industri olahraga sentra industri olahraga dan perguruan tinggi yang mengembangkan Prodi manajemen dan industri olahraga termasuk industri wisata olahraga, industri kreatif olahraga, dan industri E-sport.
- c. Pendidikan dan pelatihan dalam rangka *capacity-building* manajemen klub dan kompetisi, penyelenggaraan event olahraga secara profesional.
- d. Pendidikan dan pelatihan desain produk peralatan olahraga, manajemen industri olahraga, pemasaran industri olahraga.
- e. Peningkatan kapasitas usaha masyarakat pengelola destinasi wisata olahraga dan rekreasi.
- f. Pelatihan dan sosialisasi *safety management* bagi masyarakat terkait pengembangan destinasi wisata olahraga dan rekreasi.
- g. Fasilitasi kerja sama lembaga-lembaga industri olahraga dengan industri media, manufaktur, pariwisata, transportasi, dan sebagainya.
- h. Fasilitasi pembinaan dan dukungan operasional *Task Force* Layanan Terpadu Industri Olahraga sebagai kolaborasi lintas stakeholders' yang memberikan layanan informasi, perijinan, advokasi, dan data base Industri Olahraga Nasional.
- i. Fasilitasi pembentukan dan dukungan operasional sentra industri olahraga bekerjasama dengan masyarakat dan dunia usaha dan industri (DUDI),
- j. Komunikasi, informasi dan edukasi untuk meningkatkan kegiatan sadar wisata pada destinasi wisata olahraga dan rekreasi.
- k. Penyusunan NSPK pengelolaan event olahraga dalam rangka untuk mengontrol kualitas dan teknologi usaha industri olahraga sesuai dengan prinsip standardisasi dan legalisasi.

2. Tahap II Tahun 2031-2035

Program kegiatan pada tahap ini diarahkan pada pengembangan infrastruktur berkualitas yang dilengkapi dengan fasilitas serta teknologi yang memadai. Program kegiatan pada tahap ini diarahkan pada pengembangan infrastruktur berkualitas yang dilengkapi dengan fasilitas serta teknologi yang memadai. Kegiatan-kegiatan yang perlu dilaksanakan meliputi:

- (1) Pengembangan sarana dan prasarana olahraga
 - a. Pengembangan sarana dan prasarana olahraga untuk industri yang sesuai dengan standar termasuk kebersihan, kesehatan, keamanan, dan standar teknis cabang olahraga;

- b. Sosialisasi dan diseminasi NSPK sarana, prasarana dan manajemen pengelolaan sarana/prasarana industri olahraga kepada stakeholders terkait,
- c. Fasilitasi pembangunan dan peningkatan kuantitas dan kualitas sarana prasarana olahraga, serta pemerataan ketersediaan sarana dan prasarana olahraga di daerah sesuai dengan potensi dan karakteristik daerah,
- d. Penerapan sistem akreditasi dan sertifikasi sarana dan prasarana industri olahraga nasional,
- e. Bimbingan teknis dan pendampingan penerapan NSPK terkait fasilitas, sarana/prasana, manajemen pengelolaan, dll. untuk kegiatan industri tersebut memenuhi syarat keamanan bagi konsumen dan sesuai dengan standar dari masing-masing induk cabang olahraga,
- f. Monitoring dan evaluasi penerapan NSPK terkait fasilitas, sarana/prasana, manajemen pengelolaan, sarana dan prasarana industri olahraga;
- g. Pengembangan dan revitalisasi sport area/stadium/training centers/arena olahraga pada destinasi wisata prioritas untuk sport tourism;
- h. Pengembangan dan peningkatan kapasitas dan kualitas amenities pendukung (akomodasi, rumah makan, dsb) di destinasi wisata olah raga;
- i. Peningkatan standar layanan fasilitas pendukung wisata di destinasi wisata olah raga.

(2) Pengembangan Event dan Pertunjukan Olahraga meliputi:

- a. Pemetaan event dan pertunjukan olahraga potensial berbasis sumberdaya alam, budaya, dan potensi daerah;
- b. Dukungan fasilitasi penyelenggaraan event-event olahraga pendidikan, olahraga prestasi, dan olahraga rekreasi yang diselenggarakan oleh Pemerintah, pemerintah daerah, induk cabang olahraga, dan komunitas masyarakat;
- c. Dukungan pengembangan destinasi wisata olahraga (sport tourism) berbasis potensi sumberdaya alam di berbagai daerah;
- d. Peningkatan akses (jaringan dan moda) menuju destinasi wisata olahraga dan rekreasi; dan
- e. Pengembangan infrastruktur wilayah, sarana dan prasarana (jaringan telekomunikasi, kelistrikan, air bersih, dsb) pada simpul dan koridor destinasi wisata olahraga

(3) Pengembangan dan penerapan Iptek olahraga di pusat pendidikan dan latihan dalam rangka mendukung percepatan peningkatan kapasitas membangun dalam industri olahraga sehingga berdaya saing tinggi. Pengembangan sarana dan prasarana olahraga termasuk *venues* yang dibangun untuk penyelenggaraan event olahraga, dan wisata olahraga, serta arena E-sport untuk kompetisi atau penyelenggaraan event olahraga yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang memadai perlu terus dikembangkan. Pada tahap ini pembangunan fasilitas olahraga kelas dunia dengan dukungan teknologi mutakhir, pengembangan akomodasi dan transportasi yang memadai di beberapa kota pada wilayah-wilayah tertentu terutama yang ditetapkan sebagai destinasi kawasan wisata olahraga.

3. Tahap III Tahun 2036-2040

Pada tahap ini termasuk pengembangan program (1) pengembangan produk, (2) promosi serta pemasaran, dan (3) pemanfaatan Iptek keolahragaan untuk pengembangan industri olahraga nasional.

(1) Program pengembangan produk industri olahraga adalah sebagai berikut.

- a. Fasilitasi pengurusan hak kekayaan intelektual (HAKI) design produk peralatan dan perlengkapan olahraga yang dihasilkan di dalam negeri;
- b. Fasilitasi kerjasama industri alat dan perlengkapan olahraga dengan perguruan tinggi untuk mengembangkan research and development dibidang desain dan pemasaran produk;
- c. Pembuatan standar produk alat dan perlengkapan olahraga dalam bentuk Standar Nasional Indonesia (SNI);
- d. Promosi produk-produk unggulan nasional dalam rangka memperkuat brand produk industri olahraga indonesia di pasar internasional;
- e. Fasilitasi pembentukan pusat-pusat industri olahraga berbasis UMKM melalui penguatan kelembagaan dan teknologi;
- f. Pendidikan dan Pelatihan manajemen produksi, desain produk, dan pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Kewirausahaan (UMKM Wirausaha) Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM Industri olahraga

(2) Program Pengembangan Promosi, Penyiaran, dan Jasa Keolahragaan (*Sport Service Industry*) Industri Olahraga Nasional meliputi kegiatan sebagai berikut.

- a. Pembuatan dan penerapan aturan Standarisasi dan peningkatan manajemen, pemasaran dan iklan yang perlu dibakukan dan disahkan. Untuk menghadapi persaingan dari perusahaan asing, hanya dengan standarisasi dan legalisasi kita dapat mengintegrasikan pasar internasional dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.
- b. Pembuatan dan Penerapan aturan tentang standar manajemen dan kualitas jasa olahraga sebagai sebuah industri olahraga yang berorientasi pasar, memiliki batas yang jelas antara hak mendapatkan keuntungan dan tanggung jawab dalam memberikan kualitas, kenyamanan, dan keamanan kepada para pelanggan.
- c. Promosi dan pemasaran produk Industri olahraga nasional ke pasar internasional melalui pameran, misi dagang, melalui media elektronik, dan lain-lain.
- d. Meningkatkan promosi industri alat danperlengkapan olahraga secara eksklusif pada forum resmi nasional dan internasional untuk memunculkan industri kelas dunia;
- e. Membangun loyalitas konsumen terhadap produk dalam negeri.
- f. Pengembangan dan penguatan citra/branding destinasi wisata olahraga melalui Brand campaign di media digital dan media non digital, pengembangan dan penguatan advertising (*online* dan *offline*), pengembangan dan penguatan selling ke sumber pasar utama & sekunder destinasi wisata olahraga.
- g. Penguatan kerjasama promosi lintas K/L, media, komunitas dan para pelaku wisata olahraga baik di dalam maupun di luar negeri.

(3) Program Pemanfaatan Ilmu Keolahragaan serta Penelitian dan Pengembangan Industri Olahraga Nasional meliputi kegiatan-kegiatan:

- a. Fasilitasi kerjasama dan kemitraan antara perguruan tinggi ilmu keolahragaan dengan dunia usaha dalam pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi produk;
- b. Fasilitasi kerjasama penelitian dan pengembangan promosi dan pemasaran industri olahraga nasional;
- c. Pembangunan “Indonesia Digital Sport Industry” sebagai *market place* produk industri olahraga nasional;
- d. Kolaborasi dan Kerjasama dalam dan luar negeri dalam rangka kampanye pemasaran global, kerjasama dengan agen perjalanan, promosi melalui media sosial dan event internasional yang perlu dilakukan secara sistematis khususnya untuk

- memajukan industri wisata olahraga dan penyelenggaraan event olahraga bertaraf internasional termasuk E-sport; dan
- e. Promosi produk industri kreatif olahraga, kolaborasi dengan industri kreatif lain, kerjasama dengan brand internasional, partisipasi dalam event global, pengembangan platform *e-commerce*, dan distribusi global untuk terus dikembangkan guna memajukan industri kreatif bidang olahraga agar memiliki merek (*brand*) pada tingkat dunia.
 - f.

4. Tahap IV Tahun 2041-2045

Pada tahap pematapan ini diharapkan industri olahraga telah berkembang secara mantap dan telah menjadi sektor penting yang berfungsi mendatangkan devisa negara, mengatasi pengangguran, mengurangi kemiskinan, yang pada akhirnya memberikan kontribusi positif pada kesejahteraan masyarakat. Program-program yang perlu diperhatikan meliputi hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pematapan Kerjasama dan jejaring internasional, mencakup kegiatan-kegiatan:
 - a. Ekstensifikasi program kerjasama dengan berbagai institusi dalam bidang industri olahraga termasuk industri wisata olahraga, industri kreatif olahraga, dan E-sports;
 - b. Meluaskan jejaring kerja internasional dengan meningkatkan kualitas dan tata kelola Indonesia Digital Sport Industry” sebagai *market place* produk industri olahraga nasional yang diinisiasi tahap sebelumnya;
 - c. Promosi olahraga dan event-event khas Indonesia di kancah internasional;
 - d. Penyelenggaraan event-event olahraga berskala internasional dikaitkan dengan pariwisata yang diintegrasikan budaya dan hiburan;
 - e. Mengintegrasikan kegiatan industri olahraga sesuai kebutuhan masyarakat (nasional dan global) meliputi industry wisata olahraga, industri kreatif olahraga, dan/atau E-sports;
 - f. Penyelenggaraan event-event yang telah menjadi agenda tetap global bekerjasama dengan organisasi olahraga tingkat internasional;
- (2) Perluasan pasar dengan menerapkan digital marketing, diversifikasi produk, dan pengembangan destinasi wisata yang diintegrasikan dengan penyelenggaraan event olahraga;
- (3) Pelaksanaan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap proses dan hasil (*output* dan *outcome*) industri olahraga. Evaluasi ini ditujukan untuk menilai dampak ekonomi, kepuasan wisatawan, dan hasil evaluasi yang dimanfaatkan untuk perbaikan berkelanjutan berdasarkan umpan balik (*feedback*) yang diperoleh dari analisis tersebut. Dalam konteks ini, evaluasi

ditujukan untuk menilai industri olahraga dilihat dari dampak ekonomi, kepuasan wisatawan, dan hasil evaluasi yang dimanfaatkan perbaikan berkelanjutan berdasarkan umpan balik (*feedback*) yang diperoleh dari evaluasi dampak ekonomi dan analisis kepuasan wisatawan.

Pada tahap ini seluruh program dan kegiatan diarahkan untuk memantapkan pengembangan industri olahraga nasional dengan semangat peningkatan berkelanjutan (*continuing improvement*), melanjutkan program-program yang telah dilaksanakan pada tahap-tahap sebelumnya, seperti (1) penguatan fundasi, (2) Penguatan infrastruktur dan teknologi dalam rangka penguatan inovasi dan peningkatan kualitas produk industri olahraga (3) Promosi dan pemasaran dalam rangka meningkatkan minat dan daya beli serta memperluas pasar.

D. Kerangka Kelembagaan

Kerangka Kelembagaan Pembangunan industri olahraga yang terintegratif, efisien dan efektif perlu disusun guna menjamin terwujudnya tata kelola pembinaan dan pengembangan industri olahraga yang profesional, transparan, dan akuntabel sesuai visi dan misi yang diharapkan. Kerangka kelembagaan pembinaan dan pengembangan industri olahraga di Indonesia melibatkan berbagai Kementerian/lembaga, dan organisasi olahraga di tingkat nasional (pusat), provinsi, dan kabupaten/kota. Perlu menjadi pelajaran bahwa pelibatan berbagai kementerian/lembaga dalam jumlah banyak, belum tentu mendukung keterlaksanaan dan keberhasilan pembinaan dan pengembangan keolahragaan termasuk industri olahraga secara efektif. Hal ini antara lain disebabkan hal-hal sebagai berikut.

- (1) Banyaknya Kementerian/Lembaga yang terlibat dalam pengelolaan suatu program akan menimbulkan kesulitan dalam koordinasi dan pengawasan, sebagai akibat luasnya *span of control*.
- (2) Pelibatan banyak pihak dalam suatu kegiatan pada akhirnya hanya akan memperlemah tanggung jawab dari pemangku utama, karena merasa ada pihak lain yang juga ikut bertanggung jawab.
- (3) Kecenderungan terjadinya disharmoni terjadi karena ego sektoral, saling kukuh pada kepentingannya masing-masing sehingga kinerja organisasi tidak optimal yang pada akhirnya berujung pada kegagalan.

Sebagai gambaran, perjalanan Perpres 86/2021 tentang DBON yang hingga sudah tiga tahun berjalan, proses implementasi khususnya terkait dengan koordinasi dengan daerah-daerah belum

berjalan efektif seperti yang diharapkan. Dalam Pasal 8 dokumen tersebut dinyatakan bahwa Tim Koordinasi Pusat DBON diketuai oleh Wakil Presiden, Wakil Ketua adalah Menko PMK, dan Ketua Pelaksana adalah Menpora. Sementara itu, sebagai anggota disebutkan ada 12 kementerian, yakni Mendagri, Menkumham, Menag, Menkeu, Mendikbudristek, Menkes, Mensos, Memperin, Menteri PUPR, Menteri PPN/Bappenas, Menteri BUMN, dan Menparekraf (Mutohir & Maksum, 2023). Di dalam lampiran, yang merupakan bagian tak terpisahkan dari Perpres 86/2021, muncul lagi 6 kementerian dan 2 lembaga yang tidak disebut di dalam Pasal 8. yakni: Kemendag, Kemenkop UKM, Kemenpan RB, Kemenkominfo, Kemenlu, Kemenaker, BPS, dan BRIN. program-program DBON sudah tiga tahun berjalan, hingga dewasa ini belum dirasakan sepenuhnya efektif sampai ke daerah-daerah. Sebagian besar daerah provinsi dan kabupaten kota memiliki dokumen turunan berupa Desain Olahraga Daerah (DOD) sebagaimana diamanatkan oleh UU Nomor 11 Tahun 2022 tentang DOD. Keterlambatan ini antara lain, karena Permenpora Nomor 15 tahun 2023 tentang Tata Cara Penyusunan Desain Olahraga Daerah sebagai pedoman penyusunan DOD baru saja diterbitkan dan diundangkan pemberlakuannya tanggal 13 Oktober 2023. Disamping itu, dalam DBON itu terkesan kuat bahwa peran Pemerintah begitu dominan, sedangkan peran Masyarakat termasuk KONI dan Induk Organisasi Cabang Olahraga (IOCO) yang menjadi tulang punggung pembinaan prestasi olahraga selama ini terkesampingkan dan tidak dimasukkan dalam konstruksi DBON (Kemenpora, 2022).

Demikian pula, proses perjalanan Inpres No. 1 Tahun 2017 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) yang melibatkan 15 Kementerian, tampaknya belum berjalan efektif. Meski sudah 7 tahun berjalan, resonansinya dan dampaknya nyaris belum dirasakan secara nyata. Salah satu tujuan utama dari Germas adalah meningkatkan aktivitas fisik masyarakat, tetapi tujuan tersebut sampai sekarang masih jauh dari harapan. Tingkat partisipasi berolahraga masyarakat tetap saja rendah, demikian juga kebugarannya (Kemenpora, 2022, 2023). Gambaran di atas memberikan pelajaran bahwa kita harus berhati-hati untuk melibatkan sejumlah besar Kementerian/Lembaga di pusat atau SKPD/Lembaga terkait di daerah dalam rangka pembinaan dan pengembangan industri olahraga. Disamping itu, pimpinan yang kuat serta komitmen untuk melaksanakan tugas secara integratif dan kolaboratif serta konsistensi untuk melaksanakan kebijakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan merupakan faktor yang perlu diperhatikan untuk kesuksesan pembinaan dan pengembangan industri olahraga baik di pusat maupun daerah.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2022, tentang Keolahragaan Pasal 33 mengamanatkan pengelolaan keolahragaan termasuk industri olahraga merupakan tanggung jawab menteri. Menteri yang dimaksud di sini adalah menteri yang mengurus urusan pemerintahan bidang olahraga, yang

dalam kabinet sekarang disebut Kementerian Pemuda dan Olahraga. Nomenklatur olahraga tidak ada di portofolio kementerian lain. Ini berarti bahwa Kemenpora sebagai pemangku utama bidang olahraga, Kementerian lain sifatnya hanya *supporting system*, seperti Kemendikdasmen terkait pendidikan jasmani di satuan pendidikan yang menginduk pada rezim UU No. 20 Tahun 2003 dan Kemendagri terkait dengan olahraga rekreasi yang mengikuti rezim UU No. 23 Tahun 2014. Berdasarkan hal itu, maka dalam rangka keterlaksanaan kebijakan dan program khususnya pembinaan dan pengembangan industri olahraga, maka perlu dilakukan langkah-langkah strategis sebagai berikut.

- (1) Melakukan transformasi kelembagaan yang harusnya dimulai dari internal Kemenpora sendiri. Transformasi dimulai dengan merekrut dan menempatkan orang-orang yang punya kapasitas dan integritas dalam birokrasi.
- (2) Melakukan transformasi tata kelola dengan menerapkan prinsip-prinsip *good governance* dan digitalisasi birokrasi.

Transformasi organisasi dan tata kelola di tubuh Kemenpora tersebut merupakan keniscayaan yang harus dilakukan, khususnya dalam mengantisipasi perubahan kabinet setelah pelantikan Presiden Prabowo Subianto di bulan Oktober 2024. Tanpa itu, tidak banyak yang bisa dilakukan dalam rangka mengakselerasi pembinaan dan pengembangan keolahragaan nasional, khususnya bidang industri olahraga. Bahkan jika kedua hal tersebut tidak dilakukan, tambahan anggaran berapa pun besarnya tidak akan efektif dan justru berpotensi untuk disalahgunakan (Kemenpora, 2022). Deskripsi kerangka kelembagaan sebagai entitas di tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota dapat digambarkan sebagai berikut.

Tingkat Nasional

Kementerian Pemuda dan Olahraga

Dalam hal ini, Kemenpora berdasarkan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 memiliki fungsi merumuskan dan melaksanakan kebijakan di bidang pemuda dan olahraga, khususnya di bidang industri olahraga. Kemenpora sebagai pemerintah pusat mempunyai tugas (a) menetapkan dan melaksanakan kebijakan keolahragaan secara nasional, dan (b) mengoordinasikan, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan keolahragaan secara nasional (Pasal 12). Hasil usaha industri olahraga dapat menjadi sumber pendanaan alternatif untuk pembinaan dan pengembangan keolahragaan (Pasal 77 ayat 3g).

Secara kelembagaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional,

pembinaan dan pengembangan industri olahraga menjadi tanggung jawab Kementerian Pemuda dan Olahraga. Secara historis, struktur kelembagaan yang menangani industri olahraga di Kemenpora telah mengalami beberapa kali perubahan seiring dengan perubahan kabinet dan kebijakan nasional. Semenjak Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan, pada Tahun 2005 s.d. 2009, Kebijakan Pembinaan dan Pengembangan Industri Olahraga dilaksanakan oleh Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga dan pelaksanaan program dan kegiatannya oleh Asisten Deputi Pengembangan Produk Industri Olahraga. Struktur ini telah mengalami perubahan beberapa kali, terakhir dengan Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia Nomor 1516 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja (OTK) Kementerian Pemuda dan Olahraga, dimana Pembinaan dan Pengembangan Industri Olahraga dilaksanakan oleh Asisten Deputi Industri dan Promosi Olahraga pada Deputi Bidang Peningkatan Prestasi Olahraga.

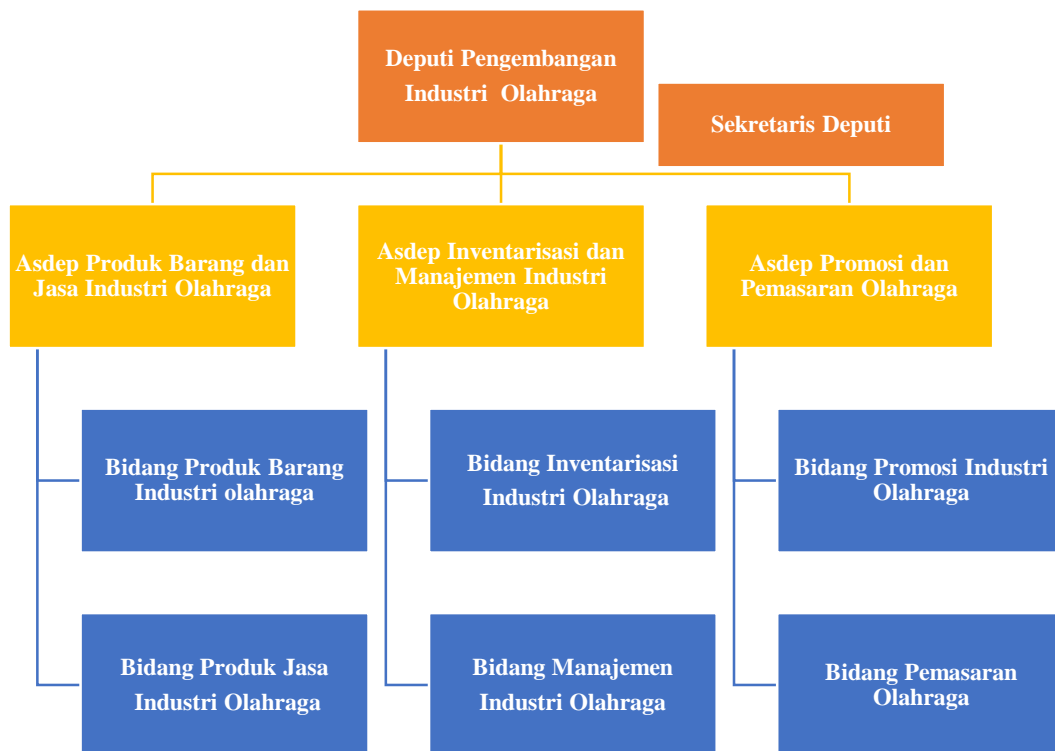
Status sekarang ini, dengan Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2022 Tentang Organisasi dan Tata Kerja (OTK) Kementerian Pemuda dan Olahraga, tidak ada unit lembaga yang secara eksplisit menangani industri olahraga. Sungguh ironi, pengembangan ekonomi melalui olahraga menjadi salah satu tujuan DBON, namun program kegiatan industri olahraga tidak jelas organisasi kelembagaan yang menangani. Ke depan, pembinaan dan pengembangan industri olahraga seharusnya ditangani oleh seorang Deputi yang dapat berdiri sendiri, yaitu Deputi Pengembangan Industri Olahraga dalam naungan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Untuk akselerasi pengembangan industri olahraga sebagaimana diarahkan dalam Desain Besar Olahraga Nasional (Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2021), maka seharusnya Deputi Pengembangan Industri Olahraga diadakan dalam susunan OTK Kementerian Pemuda dan Olahraga 2024.

Deputi Pengembangan Industri Olahraga seperti yang ada sebelumnya (digabung dengan Kewirausahaan Pemuda) pada periode 2005-2009, dapat dimunculkan kembali dengan adaptasi. Deputi Pengembangan Industri Olahraga yang baru tersebut mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan kebijakan serta koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan industri olahraga. Dalam melaksanakan tugas tersebut, Deputi Pengembang Industri Olahraga menyelenggarakan fungsi:

- Perumusan kebijakan di bidang pengembangan industri olahraga.
- Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan industri olahraga.
- Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pengembangan industri olahraga.

- Pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengembangan industri olahraga.
- Pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengembangan industri olahraga.
- Pelaksanaan administrasi Deputy Bidang Pengembangan Industri Olahraga.
- Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri Pemuda dan Olahraga.

Unit Kerja Deputy Pengembangan Industri Olahraga terdiri atas tiga bidang yang masing-masing dibantu oleh tiga sub bidang. Struktur Organisasi Deputy Pengembangan Industri Olahraga disajikan dengan asumsi sebagai Deputy baru dalam OTK Kemenpora Kabinet Merah Putih. Ada dua opsi yang ditawarkan dalam laporan ini. Opsi I mengasumsikan bahwa kelembagaan Deputy Pengembangan Industri Olahraga dibagi dalam tiga ranah utama, yakni Asdep Barang dan Jasa Industri Olahraga, Asdep Inventarisasi dan Manajemen, dan Asdep Promosi dan Pemasaran. Struktur opsi I memberikan penguatan pada promosi dan pemasaran yang memang menjadi persoalan serius dalam industri olahraga.

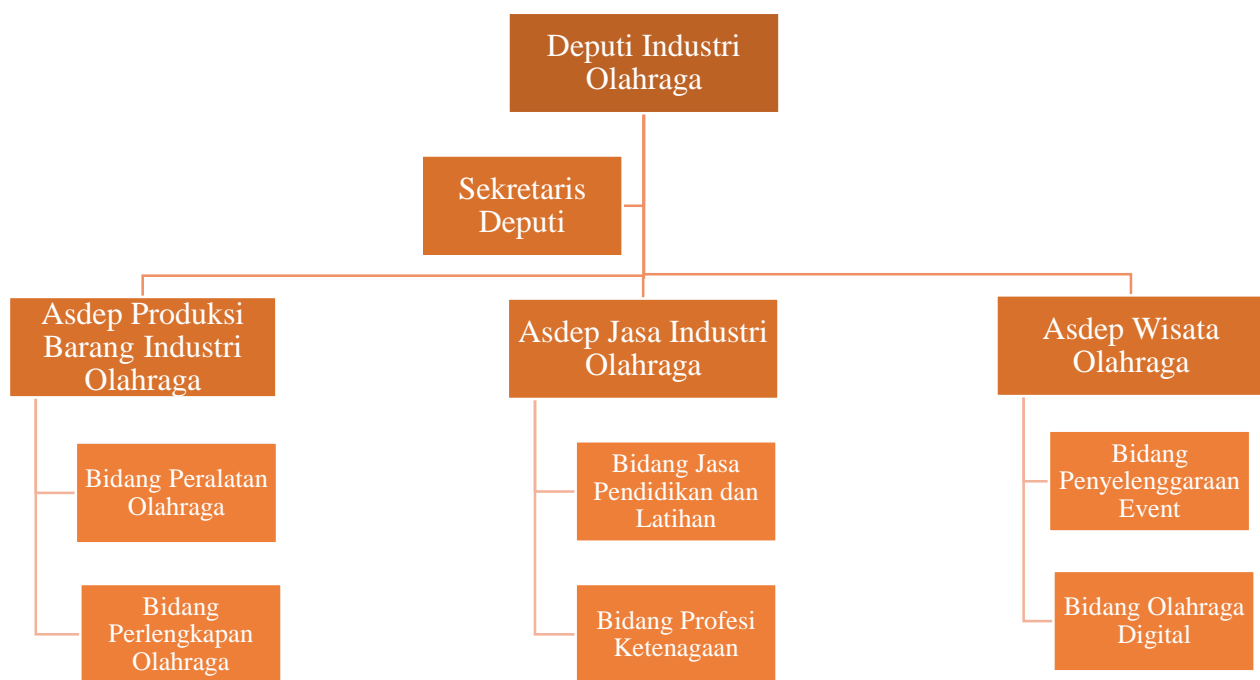


Gambar 5. 1. Opsi I Struktur Organisasi Deputy Pengembangan Industri Olahraga

Pemasaran dan operasi bisnis merupakan tulang punggung bagi keberhasilan dan daya saing industri olahraga, terutama di negara-negara dengan ekonomi yang sedang berkembang. Pemasaran

olahraga di negara berkembang menghadapi tantangan besar dalam hal membangun merek dan menarik sponsor, terutama di pasar yang semakin global dan kompetitif (González-Serrano et al., 2021; Kumar & Bhalla, 2021). Pemasaran yang efektif memungkinkan industri olahraga tidak hanya mempertahankan penggemar lokal, tetapi juga menarik audiens internasional, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan reputasi negara tersebut di panggung dunia.

Di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, tantangan utama terletak pada bagaimana memasarkan olahraga sebagai produk komersial yang menarik bagi sponsor dan investor. Salah satu pendekatan yang efektif adalah penggunaan branding dan sponsorship yang kuat, di mana asosiasi olahraga, klub, dan tim dapat bekerja sama dengan merek-merek besar untuk menciptakan citra yang positif dan berkesinambungan. Sebagai contoh, liga-liga olahraga di Eropa dan Amerika Serikat telah berhasil menarik minat sponsor global melalui penciptaan merek yang kuat, acara olahraga internasional, dan keterlibatan penggemar yang tinggi.



Gambar 5. 2. Opsi II Struktur Organisasi Deputi Pengembangan Industri Olahraga

Opsi II mengasumsikan bahwa kelembagaan Deputi Pengembangan Industri Olahraga dibagi dalam tiga ranah utama, dengan memisahkan antara bidang garapan barang industri olahraga, jasa olahraga, dan wisata olahraga. Ketiga bidang tersebut pada dasarnya merupakan substansi pokok dalam industri olahraga. Sementara itu, fungsi promosi dan pemasaran melekat kepada masing-masing substansi tersebut.

Pengelolaan operasi bisnis dalam industri olahraga membutuhkan profesionalisme tinggi dan kemampuan manajerial yang kuat. Operasi bisnis dalam industri olahraga juga membutuhkan perhatian khusus. Pengelolaan sumber daya yang efisien, termasuk keuangan, infrastruktur, dan tenaga kerja, adalah kunci untuk menciptakan industri olahraga yang kompetitif. Misalnya, pengelolaan sumber daya manusia dalam hal perekrutan dan pelatihan staf manajerial yang memiliki keterampilan tinggi dapat membantu meningkatkan kualitas layanan olahraga dan acara olahraga. Kapasitas manajemen profesional di negara berkembang sering kali menjadi hambatan utama dalam memaksimalkan potensi ekonomi olahraga, terutama dalam pengelolaan acara besar dan kompleks (Kumar & Bhalla, 2021; Zhang, Kim, Marstromartino, Qian, & Nauright, 2018). Lebih jauh lagi, Zhang et al. juga menunjukkan bahwa dukungan dari sektor publik, terutama pemerintah, sangat penting dalam mengembangkan industri olahraga yang tangguh di negara berkembang (Zhang et al., 2018). Pemerintah dapat membantu dengan menciptakan kebijakan yang mendukung, seperti pengurangan pajak bagi sponsor olahraga atau insentif untuk perusahaan yang berinvestasi di sektor olahraga. Langkah-langkah ini akan memperkuat ekosistem olahraga dan meningkatkan daya tariknya bagi investor.

Kementerian Terkait

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memiliki fungsi untuk mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif, termasuk *sport tourism* dan industri kreatif olahraga. Mengintegrasikan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pengembangan industri olahraga. Kemeparekraf memiliki fokus pada pengembangan industri kreatif, termasuk olahraga. Sedangkan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2019 tentang Pembangunan Ekonomi Kreatif, mempunyai fungsi untuk mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, termasuk olahraga khususnya industri kreatif bidang olahraga.

Forum Koordinasi Olahraga Nasional merupakan keniscayaan yang harus ada dalam pembinaan dan pengembangan industri olahraga. Koordinasi dan integrasi merupakan hal yang mudah diucapkan, namun pada kenyataannya sulit diterapkan. Justru, dalam kaitan dengan organisasi kelembagaan pembinaan dan pengembangan olahraga termasuk industri olahraga masalah koordinasi dan integrasi menjadi faktor kendala yang sering muncul. Platform koordinasi antar Kementerian/lembaga, dan organisasi olahraga yang menangani semua lingkup olahraga prestasi, olahraga masyarakat (rekreasi) dan olahraga pendidikan perlu ditata-kelola dan diberdayakan dalam upaya menumbuhkan

ekosistem yang kondusif untuk tumbuh-kembangnya industri olahraga (González-Serrano et al., 2021).

Asosiasi olahraga Nasional termasuk induk organisasi cabang olahraga yang tergabung di KONI & KOI, organisasi olahraga Masyarakat yang tergabung di FORMI, organisasi olahraga yang tergabung BAPOPI & BAPOMI, organisasi olahraga penyandang difabel (NPCI, SOINA & FORTURIN), organisasi olahraga militer (KORMI) dan organisasi olahraga kepolisian tergabung dalam Komite Olahraga POLRI atau KOP) bertugas memayungi berbagai cabang olahraga untuk memastikan standardisasi dan regulasi. Lembaga pendidikan olahraga termasuk perguruan tinggi yang mengelola dan mengembangkan tenaga keolahragaan memiliki tugas untuk mengadakan dan mengembangkan tingkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia di sektor olahraga termasuk industri olahraga.

Tingkat Provinsi

Undang Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, dan Peraturan Daerah tentang Pembinaan dan Pengembangan Olahraga di setiap provinsi menyatakan bahwa: Implementasi kebijakan pembinaan dan pengembangan olahraga wajib dilaksanakan di tingkat provinsi. Dinas terkait tugas pemerintahan di bidang perindustrian, pariwisata, PUPR, dan dinas terkait lain di provinsi dapat dilibatkan dalam pengembangan industri olahraga. Berdasarkan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, dan Keputusan Gubernur tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja KONI Provinsi menyatakan bahwa tugas KONI Tingkat Provinsi adalah membina dan mengembangkan olahraga prestasi di tingkat provinsi. KORMI Provinsi sebagai wadah pembinaan olahraga masyarakat (rekreasi), dan organisasi Komite Paralimpiade Nasional Indonesia atau National Paralympic of Indonesia (NPC) Indonesia yang ada di provinsi dapat dilibatkan dalam pengembangan industri olahraga di tingkat provinsi.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah mengamanatkan agar penyelenggaraan pemerintahan daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, dan kekhasan suatu daerah. Di samping itu, dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemerintahan daerah, aspek-aspek hubungan antara Pemerintah Pusat dengan daerah, dan antardaerah, potensi dan keanekaragaman daerah, serta peluang dan tantangan persaingan global dalam kesatuan sistem penyelenggaraan negara perlu diperhatikan. Dalam kaitan ini, urusan pemerintahan terkait dengan keolahragaan sewajarnya dilakukan secara kolaboratif dan terintegratif

antar pemerintahan baik secara vertikal maupun horizontal dengan melibatkan peran serta masyarakat dalam pembinaan dan pengembangan keolahragaan termasuk Industri Olahraga.

Tingkat Kabupaten/Kota

Undang Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, dan Peraturan Daerah tentang Pembinaan dan Pengembangan Olahraga di setiap kabupaten/kota menegaskan bahwa tugas untuk mengimplementasikan kebijakan olahraga di tingkat kabupaten/kota adalah Dinas yang terkait dengan urusan pemerintahan bidang olahraga. Dinas terkait tugas pemerintahan di bidang perindustrian, pariwisata, PUPR, dan dinas terkait lain di setiap kabupaten/kota dapat dilibatkan dalam pengembangan industri olahraga. Undang Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, dan Keputusan Bupati/Walikota tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja KONI Kabupaten/Kota setempat menegaskan bahwa tugas KONI Kabupaten/kota adalah membina dan mengembangkan olahraga prestasi di tingkat kabupaten/kota. KORMI Provinsi sebagai wadah pembinaan olahraga masyarakat (rekreasi) dan organisasi Komite Paralimpiade Nasional Indonesia atau NPC Indonesia yang ada di kabupaten/kota dapat dilibatkan dalam pengembangan industri olahraga di tingkat kabupaten kota.

Didasari Undang-Undang No. 32 Tahun 2014 tentang Pemerintahan, kerjasama antara pemerintah, swasta, dan komunitas (*public-private partnership*) di tingkat pusat dan daerah (provinsi dan kabupaten) untuk pengembangan fasilitas dan penyelenggaraan event olahraga perlu terus dikembangkan dalam upaya menumbuh-kembangkan potensi dan sumber daya terkait industri olahraga secara optimal (Kim et al., 2020). Di bagian terdahulu telah disebutkan bahwa kemitraan dengan model pentahelix yang meliputi pemerintah, swasta, akademisi, wartawan, dan komunitas (masyarakat) memberikan iklim yang kondusif dan kolaboratif untuk terbinanya industri olahraga efisien, efektif dan akuntabel. Dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan industri olahraga secara efisien dan efektif, maka pengelolaan data dan informasi yang terintegrasi (Sistem Informasi Olahraga Terpadu) untuk mendukung pengambilan keputusan perlu terus dimantapkan (Parkhurst, 2017).

Dalam praktik, kerangka kelembagaan pembinaan dan pengembangan industri olahraga di Indonesia melibatkan berbagai entitas di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/kota yang seharusnya bekerja secara integratif dan koordinatif. Dengan dukungan regulasi yang komprehensif dan mekanisme kolaborasi yang efektif, Indonesia dapat mencapai visi dan misi menjadi negara dengan industri olahraga yang maju dan berdaya saing global pada tahun 2045. Peraturan perundang-

undangan dan dokumen resmi pada gilirannya dapat memberikan kepastian hukum setiap entitas beroperasi dalam kerangka yang terstruktur, transparan, dan akuntabel.

Secara umum dapat dirangkum bahwa kerangka kelembagaan yang terintegratif, efisien, dan efektif merupakan kunci untuk mencapai tata kelola pembinaan dan pengembangan industri olahraga yang profesional, transparan, dan akuntabel. Melalui kolaborasi antar lembaga, penggunaan teknologi, dan penerapan standar operasional yang jelas, Indonesia dapat mengembangkan industri olahraga yang maju dan berdaya saing global sesuai dengan visi dan misi 2045. Kerangka kelembagaan tersebut didukung dengan implementasi regulasi yang komprehensif dan evaluasi berkala akan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan akuntabilitas dalam semua aspek industri olahraga.

Bab VI Kesimpulan dan Rekomendasi

Penyajian data dan informasi keolahragaan nasional, terutama yang bertalian dengan sembilan dimensi dalam IPO telah dipaparkan dalam laporan ini. Data dan informasi tersebut dihasilkan dari proses pengumpulan data di 38 provinsi di Indonesia, yang kemudian dianalisis secara mendalam dan dikaitkan dengan bukti-bukti empirik lain yang relevan sehingga diperoleh pengetahuan yang akuntabel dan kredibel. Pada bagian ini akan dipaparkan sejumlah poin penting untuk mendapatkan perhatian dan komitmen, termasuk sejumlah rekomendasi untuk dielaborasi lebih jauh dalam bentuk rumusan kebijakan. Seiring dengan laporan yang mengangkat tema industri olahraga, maka elaborasi kesimpulan dan rekomendasi banyak dilakukan berkaitan dengan tema tersebut.

A. Kesimpulan

1. Indeks Pembangunan Olahraga tahun 2024 sebesar 0,334 dari skala 0-1. Capaian tersebut meningkat 0,007 poin dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yang sebesar 0,327. Peningkatan terjadi pada dimensi literasi fisik, ruang terbuka, partisipasi, kebugaran jasmani, perkembangan personal, dan kesehatan.
2. Indeks partisipasi masyarakat dalam berolahraga pada tahun 2024 sebesar 0,263, meningkat 0,009 poin dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,254. Secara linier, peningkatan partisipasi masyarakat dalam berolahraga diikuti dengan peningkatan kebugaran jasmani. Indeks kebugaran jasmani masyarakat tahun 2024 sebesar 0,196, meningkat 0,017 poin dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,179.
3. Indeks performa tahun 2024 sebesar 0,161, menurun sebesar 0,011 dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 0,172. Penurunan indeks performa pada dasarnya mencerminkan kesenjangan yang semakin lebar antara provinsi yang satu dengan yang lain, terutama antara provinsi di pulau Jawa dan di luar Jawa. Masuknya empat provinsi baru di Papua pada pengukuran tahun ini, yang *notabene* memiliki performa yang rendah pada akhirnya mempertinggi kesenjangan tersebut.
4. Nilai agregat ekonomi olahraga tahun 2024 sebesar Rp39,45 triliun atau setara dengan 0,19% terhadap PDB. Ada peningkatan sebesar Rp2,17 triliun dibandingkan dengan data tahun 2023 yang sebesar 37,28 triliun. Lima kontributor terbesar dalam industri olahraga secara berturut-turut adalah produk sepatu sebesar 41,75%, pakaian olahraga sebesar 28,61%, tiket pertandingan sebesar 25,96%, biaya perjalanan sebesar 20,59%, dan sewa tempat latihan sebesar 18,69%.

5. Pilihan produk sepatu olahraga yang dibeli masyarakat, sebanyak 23,78% memilih Nike, sebanyak 17,63% memilih Adidas, dan sebanyak 12,67% memilih tanpa merk. Pada produk pakaian olahraga, sebanyak 18,57% memilih Nike, sebanyak 17,95% memilih tanpa merk, dan sebanyak 17,60% memilih Adidas.
6. Terkait dengan produk industri olahraga, sebanyak 92% masyarakat lebih menyukai produk dalam negeri dan hanya 8% yang menyukai produk luar negeri. Cara masyarakat membeli produk industri olahraga sebanyak 55,9% dilakukan melalui mekanisme offline dan sebesar 44,1% dengan mekanisme online. Ada sebanyak 50,8% responden mengaku memiliki tim atau atlet favorit dan dari jumlah tersebut sebanyak 79,2% mengagumi tim/atlet dari dalam negeri dan sebanyak 20,8% yang mengagumi tim/atlet dari luar negeri.
7. Media yang digunakan masyarakat untuk menonton dan/atau menikmati acara olahraga, sebagian besar atau 44,23% menggunakan Televisi, Youtube sebesar 30,91%, Tik-Tok sebesar 11,93%, Instagram sebesar 5,64%, Facebook sebesar 3,4%, dan Twiter/X sebesar 0,3%.

B. Rekomendasi

1. Peningkatan Indeks Pembangunan Olahraga tahun 2024 patut disyukuri mengingat dalam dua tahun sebelumnya mengalami penurunan. Meski demikian, masih diperlukan upaya yang lebih serius, terencana, terarah, dan berkelanjutan dalam rangka mendapatkan peningkatan indeks yang lebih signifikan.
2. Ada relasi positif yang cukup kuat antara dimensi literasi fisik, partisipasi, kebugaran jasmani, dan ukuran ekonomi olahraga. Upaya yang lebih fokus pada peningkatan literasi fisik dan partisipasi pada gilirannya akan menimbulkan efek kupu-kupu (*butterfly effect*) pada kebugaran jasmani dan dampak turunannya yang meliputi kesehatan dan perkembangan personal serta peningkatan pada ukuran ekonomi olahraga yang mencakup produk barang dan jasa olahraga.
3. Rendahnya indeks performa akibat kesenjangan yang lebar di antara provinsi, terutama antara Jawa dan luar Jawa. Variabel ekonomi dan ketersediaan sumber daya manusia lebih banyak bisa menjelaskan tentang masalah ini. Karena itu, perlu ada upaya yang lebih struktural dan sistematis untuk mengatasi masalah ini. Tidak terbatas pada aspek pembinaan olahraganya, tetapi, dan ini yang lebih penting, menatakelola ekonomi dan modal manusia pada wilayah yang tertinggal.

4. Ukuran ekonomi olahraga Rp39,45 triliun atau setara dengan 0,19% terhadap PDB sebenarnya masih terlalu kecil bagi Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 280 juta. Ukuran ekonomi olahraga dapat diperbesar dengan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berolahraga dan memperbanyak event olahraga berskala besar.
5. Kesukaan masyarakat terhadap produk industri olahraga dalam negeri hingga 92% memberikan peluang besar bagi tumbuhnya industri olahraga, termasuk UMKM. Kuatnya penetrasi produk luar negeri seperti Nike dan Adidas dalam pasar industri olahraga di Indonesia pada gilirannya dapat menggerus kesukaan masyarakat menggunakan produk dalam negeri. Karena itu, perlu ada desain besar dan peta jalan bagaimana industri olahraga Indonesia ditumbuh-kembangkan.
6. Sejalan dengan semakin bervariasinya masyarakat menonton dan/atau menikmati acara olahraga, termasuk penggunaan platform digital, maka perlu diupayakan cara-cara promosi dan pemasaran terhadap barang dan jasa olahraga yang lebih kreatif dan inovatif. Digitalisasi dan teknologi pada akhirnya memainkan peran penting dalam memperluas cakupan pemasaran olahraga.
7. Ada harapan besar bahwa Indeks Pembangunan Olahraga dapat memberikan manfaat lebih, selain dapat mengungkap peta pembangunan olahraga secara nasional, juga dapat menggambarkan kondisi keolahragaan daerah dengan lebih detail. Karena itu, sebagai instrumen kebijakan, penyusunan Indeks Pembangunan Olahraga perlu diimplementasikan tidak saja di tingkat nasional, tetapi juga tingkat daerah (provinsi/kabupaten/kota) secara sinergis dan berkelanjutan. Dengan demikian provinsi dan kabupaten/kota dapat mengetahui perkembangan pembangunan olahraga dan sekaligus mengidentifikasi berbagai masalah atau kesenjangan yang terjadi untuk kemudian merumuskan intervensi kebijakan dan program yang sesuai kebutuhan.

Daftar Pustaka

- Acquah-Sam, E. (2021). Developing Sports for Economic Growth and Development in Developing Countries. *European Scientific Journal ESJ*, 17(15), 172–216. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n15p172>
- Adair, D., & Ritchie, B. W. (2004). *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts, and Issues*. Channel View Publications.
- Ball, J., & Bennett, G. (2024). Bridging the gap: Connecting sport marketing theory and practice via an experiential sponsorship activation learning assignment. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 34, 100475. <https://doi.org/10.1016/J.JHLSTE.2023.100475>
- Bidzan-Bluma, I., & Lipowska, M. (2018). Physical activity and cognitive functioning of children: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/ijerph15040800>
- BPS. (2010). *Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik No. 37 Tahun 2010 Tentang Klasifikasi Perkotaan dan Perdesaan di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2024a). Angka Harapan Hidup Menurut Provinsi dan Jenis Kelamin, 2022-2023. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTAxIzI=/angka-harapan-hidup--ahh--menurut-provinsi-dan-jenis-kelamin.html>
- BPS. (2024b). *Laporan perekonomian Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2024c). Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia menurut Pengeluaran, 2019-2023. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/04/30/9385278595f148282c3d1051/produk-domestik-regional-bruto-provinsi-provinsi-di-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>
- Carvache-Franco, M., Hassan, T., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2024). Motivations and satisfaction of sports tourists during the FIFA world cup in Qatar 2022. *Heliyon*, 10(5), e26682. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2024.E26682>
- ChenChen Wu. (2024). The Impact of Sports Industry Output on Economic Growth: Evidence from China. *Journal of the Knowledge Economy*. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02218-y>
- CNN Sport. (2017). Indonesia Negara Penggila Sepak Bola Nomor Dua di Dunia. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20171219204103-142-263606/indonesia-negara-penggila-sepak-bola-nomor-dua-di-dunia>
- Cochrane, J. H. (1991). The response of consumption to income: A Cross-Country investigation: by J.Y. Campbell and N.G. Mankiw why test the permanent income hypothesis? *European Economic Review*, 35(4), 757–764. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(91\)90034-G](https://doi.org/10.1016/0014-2921(91)90034-G)
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. T. (2003). Development of a new Resilience scale: The Connor-Davidson Resilience scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*. <https://doi.org/10.1002/da.10113>

- Degenne, A. (2004). Social capital: a theory of social structure and action. *Tempo Social*.
<https://doi.org/10.1590/s0103-20702004000200014>
- Donnelly, J. E., Hillman, C. H., Castelli, D., Etnier, J. L., Lee, S., Tomporowski, P., ... Szabo-Reed, A. N. (2016). Physical activity, fitness, cognitive function, and academic achievement in children: A systematic review. *Medicine and Science in Sports and Exercise*.
<https://doi.org/10.1249/MSS.0000000000000901>
- Dyreson, M., & Llewellyn, M. (2008). Los Angeles is the Olympic City: Legacies of the 1932 and 1984 Olympic Games. *The International Journal of the History of Sport*.
<https://doi.org/10.1080/09523360802439007>
- European Commission. (2012). *Study on the contribution of sport to economic growth and employment in the EU*. Directorate-General of Education and Culture.
- Forrest, R., & Kearns, A. (2001). Social cohesion, social capital and the neighbourhood. *Urban Studies*. <https://doi.org/10.1080/00420980120087081>
- Gibson, H. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76.
- Giulianotti, R. (2021). Greening sport for development and peace: A socio-ecological approach. *Journal Frontier Sports Active Living*, 3.
- Giulianotti, Richard. (2012). The Sport for Development and Peace Sector: An Analysis of its Emergence, Key Institutions, and Social Possibilities. *Brown Journal of World Affairs*.
- González-Serrano, M. H., Crespo-Hervás, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig, F. (2021). Entrepreneurial ecosystems for developing the sports industry in European Union countries. *Journal of Business Research*, 136, 667–677. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.07.060>
- Goodstats. (2022). 7 Klub Internasional Paling Disukai Masyarakat Indonesia 2022. Retrieved from <https://goodstats.id/article/7-klub-internasional-paling-disukai-masyarakat-indonesia-2022-HSjgX>
- Gough, C. (2024). North America sports market size from 2009 to 2023. Retrieved March 7, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/214960/revenue-of-the-north-american-sports-market/>
- Ha, J.-P., Lee, K., & Ok, G. (2015). From development of sport to development through sport: A paradigm shift for sport development in South Korea. *The International Journal of the History of Sport*, 32(10), 1–17. <https://doi.org/10.1080/09523367.2015.1062756>
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport Tourism Development* (Third). Channel View Publications.
- IMF. (2024). World economic outlook. Retrieved November 20, 2024, from <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/04/16/world-economic-outlook-april-2024#Gdp>
- Insights, S. M. (2024). Sports - Europe. Retrieved March 7, 2024, from <https://www.statista.com/outlook/dmo/app/sports/europe>

- Kearney. (2014). Sport market. Retrieved November 20, 2024, from <http://www. Kearney.com>
- Kemendes. (2018). *Riset kesehatan dasar*. Agency of Health Research and Development. Retrieved from <https://www.litbang.kemkes.go.id/laporan-riset-kesehatan-dasar-risikesdas/>
- Kemendikham. (2023). *Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia No. 3 Tahun 2023 Tentang Pembinaan dan Pengembangan Industri Olahraga*. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.
- Kemendikpora. (2021). *Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2021: Olahraga untuk investasi modal manusia*. (Ali Maksum, Ed.). Jakarta: Ministry of Youth and Sport of Indonesia.
- Kemendikpora. (2022). *Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2022: Olahraga, daya saing, dan kebijakan berbasis data*. (Ali Maksum, Ed.). Jakarta: Ministry of Youth and Sport of Indonesia.
- Kemendikpora. (2023). *Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2023: Kebugaran jasmani dan Indonesia Emas 2045*. (Ali Maksum, Ed.). Jakarta: Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.
- Kemendikpora. (2009a). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Kemendikpora. (2009b). *Undang-Undang Republik Indonesia NO. 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Kemendikpora. (2022). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 Tentang Keolahragaan*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Kemendikpora. (2024a). *Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 187 Tahun 2024 Tentang Kementerian Pemuda dan Olahraga*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Kemendikpora. (2024b). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2024 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2025-2045*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Kim, O. ju, Choi, Y. dong, & Ok, G. (2020). The development of sports industry in South Korea, 2009–2016. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 2009–2016. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1840799>
- Kumar, M., & Bhalla, S. (2021). Global sports market today: An overview. *International Journal of Physical Education, Sports and Health*, 8(4), 223–225. Retrieved from <https://www.es. Kearney.com/communications-media->
- Léger, L. A., Mercier, D., Gadoury, C., & Lambert, J. (1988). The multistage 20 metre shuttle run test for aerobic fitness. *Journal of Sports Sciences*. <https://doi.org/10.1080/02640418808729800>
- Li, M., Shi, Y., & Peng, B. (2022). The analysis and research on the influence of sports industry development on economic development. *Journal of Environmental and Public Health*, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2022/3329174>

- Lu, L., Yang, S., & Li, Q. (2024). The interaction of digital economy, artificial intelligence and sports industry development --based on China PVAR analysis of provincial panel data. *Heliyon*, 10(4), e25688. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2024.E25688>
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2003.11.007>
- Maksum, A. (2022). Sports, Welfare, and Public Policy: An Evidence from Indonesia. In F. Hong & I. Henry (Eds.), *Conference Program & Book of Abstract The 5th ICSDP - Sports Policy and Development in Asia*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Müller, M., Gogishvili, D., Wolfe, S. D., Gaffney, C., Hug, M., & Leick, A. (2023). Peak event: the rise, crisis and potential decline of the Olympic Games and the World Cup. *Tourism Management*, 95(September 2022), 104657. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104657>
- Mutohir, T. C., Lutan, R., Maksum, A., Kristiyanto, A., & Akbar, R. (2020). *Instrument construction of Sport Development Index*. (Ali Maksum, Ed.). Jakarta: Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.
- OECD. (2023). *PISA 2022 results: The state of learning and equity in education*. Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/53f23881-en>
- Olipra, J. (2024). Does Engel's law work in central and Eastern European countries? The role of aspirations in determining food expenditures. *Structural Change and Economic Dynamics*, 71, 26–34. <https://doi.org/10.1016/J.STRUECO.2024.06.005>
- Parkhurst, J. (2017). *The politics of evidence: From evidence-based policy to the good governance of evidence*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Pitts, B. G., & Zhang, J. J. (2022). *Sport Business in the United States: Contemporary Perspectives*. Routledge.
- Sapkota, J. B., & Neupane, P. (2020). Sport for Development and Peace (SDP) Organisations and the Sustainable Development Goals (SDGs) of Nepal. *Global Social Welfare*. <https://doi.org/10.1007/s40609-018-0129-5>
- Smith, A., & Westerbeek, H. (2023). *Sustainability in sport tourism: Policies and Practices*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Sport England. (2013). Economic Value of Sport in England. *Sport England*.
- Sudarmanto, E., Raharjo, B. B., Kristiyanto, A., Sulaiman, S., Setyawati, H., Priyono, B., ... Surakarta, U. M. (2025). A systematic review for the development of sustainable tourism destinations based on sports tourism, 2041, 646–654.
- UN Specialized Agency. (2024). Sports Tourism. Retrieved March 6, 2024, from [https://www.unwto.org/sport-tourism#:~:text=What it is%3A Sports tourism,activities of a competitive nature](https://www.unwto.org/sport-tourism#:~:text=What%20it%3A%20Sports%20tourism,activities%20of%20a%20competitive%20nature).
- Walsh, E. I., Smith, L., Northey, J., Rattray, B., & Cherbuin, N. (2020). Towards an understanding

of the physical activity-BDNF-cognition triumvirate: A review of associations and dosage. *Ageing Research Reviews*, 60, 101044. <https://doi.org/10.1016/J.ARR.2020.101044>

Weston, T. (2024). Contribution of sport to society and the economy. Retrieved from <https://lordslibrary.parliament.uk/contribution-of-sport-to-society-and-the-economy/#fn-18>

World Bank. (2020). *The Human Capital Index 2020 Update*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1552-2>

Zhang, J. J., Kim, E., Marstromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: Critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2), 110–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2018-0023>

Zhou, L., Ke, Z., & Waqas, M. (2023). Beyond the Arena: How sports economics is advancing China's sustainable development goals. *Heliyon*, 9(7), e18074. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2023.E18074>

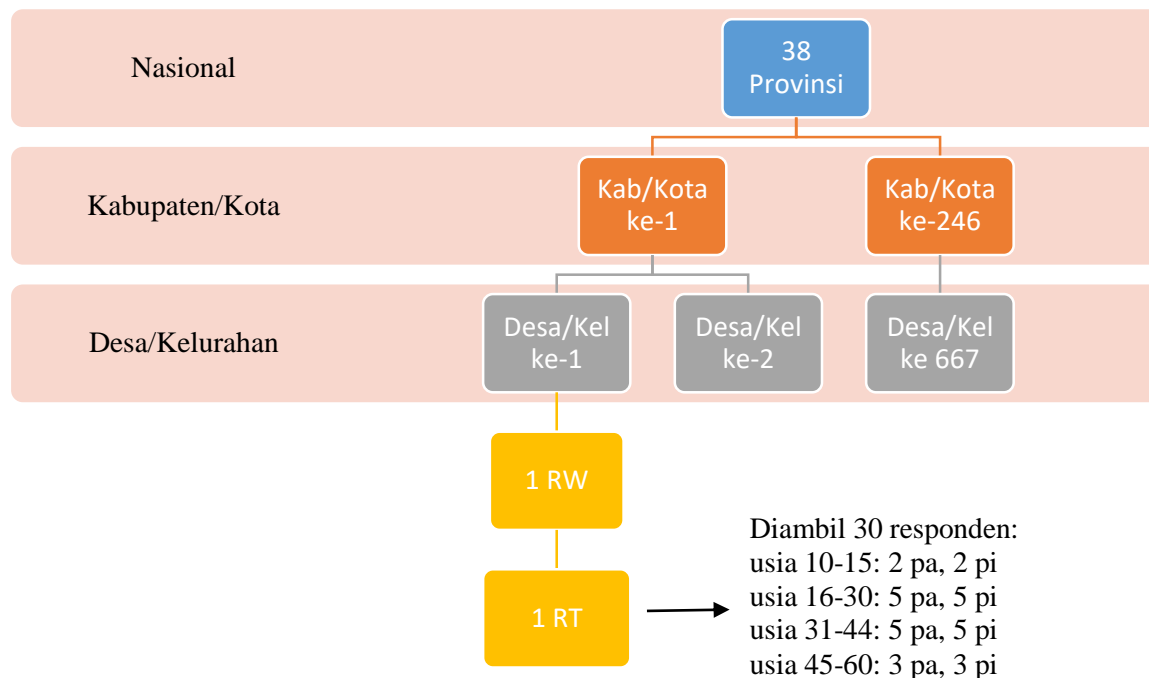
Lampiran

1. Metode Pengukuran Indeks Pembangunan Olahraga

Populasi dan Sampel

Berdasarkan data BPS jumlah penduduk Indonesia tahun 2024 diperkirakan sebanyak 280 juta jiwa yang tersebar di 38 Provinsi, 514 Kabupaten/Kota, dan 82.820 Desa/Kelurahan. Target IPO adalah penduduk usia 10-60 tahun. Jumlah penduduk pada kategori usia tersebut sekitar 73% dari total penduduk Indonesia. Perlu dijelaskan di sini bahwa usia tersebut selanjutnya dibagi ke dalam 4 kategori, yakni usia 10-15 tahun dengan proporsi 11,8%, usia 16-30 tahun dengan proporsi 33,6%, usia 31-44 tahun dengan proporsi 30,9%, dan usia 45-60 tahun dengan proporsi 23,6%. Persentase tersebut akan menentukan proporsi dalam pengambilan sampel.

Pengumpulan data IPO tidak dilakukan melalui sensus, melainkan diambil secara sampling dengan teknik *multistage random sampling*. Teknik ini pada dasarnya adalah gabungan antara *stratified random sampling* dengan *cluster sampling*. Stratifikasi diperlukan untuk menjawab kondisi daerah dan/atau masyarakat Indonesia yang memang sangat heterogen. Dengan menggunakan metode ilmiah dan parameter statistik, diharapkan dapat menjamin bahwa sampel yang diambil representatif untuk menggambarkan kondisi masyarakat dan karakteristik wilayah yang ada di Indonesia. Adapun *cluster sampling* digunakan untuk mengurangi biaya akibat tingkat penyebaran sampel yang meluas. Komponen *cluster* yang dijadikan dasar untuk melakukan random adalah kabupaten/kota dan desa/kelurahan.



Strategi Pengambilan Sampel IPO 2024

Dengan menggunakan *margin of error* <0,05, maka ditetapkan 246 kabupaten/kota dan 667 desa/kelurahan yang menjadi target pengumpulan data. Penentuan nama kabupaten/kota dan desa/kelurahan yang menjadi sampel dilakukan secara random oleh Tim IPO nasional. Dari setiap desa/kelurahan terpilih diambil 1 RW secara random, dan dari RW terpilih tersebut diambil 1 RT secara random. Penentuan RW dan RT terpilih dilakukan secara random oleh Tim IPO Kabupaten/Kota bersama tenaga pengumpul data setempat. Pada RT yang terpilih secara random tersebut diambil 30 responden, dengan kategori usia 10-15 tahun sebanyak 4 orang yang mencakup 2 laki-laki dan 2 perempuan, usia 16-30 tahun sebanyak 10 orang yang mencakup 5 laki-laki dan 5 perempuan, usia 31-44 tahun sebanyak 10 orang yang mencakup 5 laki-laki dan 5 perempuan, dan usia 45-60 tahun sebanyak 6 orang yang mencakup 3 laki-laki dan 3 perempuan.

Pengukuran Indikator

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa IPO baru terdiri dari sembilan dimensi. Dari sembilan dimensi tersebut, tiga dimensi diukur dengan basis wilayah (yakni: SDM olahraga, ruang terbuka, dan performa) dan enam dimensi diukur dengan basis individual (yakni: literasi fisik, partisipasi, kebugaran, kesejahteraan psikis, kesehatan, perkembangan pribadi, dan ekonomi). Penjelasan dari setiap dimensi dapat diuraikan sebagai berikut.

1. SDM olahraga merujuk pada pelatih, guru pendidikan jasmani, instruktur, dan relawan olahraga yang merupakan komponen utama dalam sistem pembinaan dan pengembangan olahraga. Indikator SDM Olahraga di suatu wilayah adalah rasio jumlah pelatih, guru pendidikan jasmani, instruktur, dan relawan olahraga dengan jumlah penduduk usia 5 tahun ke atas di wilayah tersebut.
2. Ruang terbuka olahraga adalah suatu tempat yang digunakan untuk melakukan aktivitas olahraga, baik *indoor* maupun *outdoor*. Ruang terbuka merupakan tempat yang menjadi kebutuhan dasar bagi siapa pun untuk melakukan aktivitas olahraga. Ruang terbuka yang memadai menjadi syarat terbentuknya partisipasi dalam aktivitas olahraga. Indikator ruang terbuka di suatu wilayah adalah rasio antara ketersediaan ruang terbuka dengan jumlah penduduk usia 5 tahun ke atas di wilayah tersebut.
3. Literasi fisik adalah serangkaian pengetahuan, keterampilan, keterlibatan, dan tanggung jawab seseorang dalam melakukan aktivitas fisik untuk hidup yang berkualitas sepanjang hayat. Indikator utama dari literasi fisik adalah pengetahuan, sikap, dan kompetensi fisik dari individu. Individu yang memiliki literasi fisik yang bagus akan melibatkan diri dalam aktivitas fisik secara lebih intens dan berkelanjutan.
4. Partisipasi adalah keterlibatan individu dalam olahraga/aktivitas fisik dalam satu minggu terakhir. Indikator partisipasi aktif merujuk pada angka partisipasi anggota masyarakat berusia 10 - 60 tahun yang melakukan aktivitas olahraga minimal tiga kali per minggu.
5. Kebugaran didefinisikan sebagai kesanggupan tubuh untuk melakukan aktivitas tanpa mengalami kelelahan yang berarti. Indikator kebugaran adalah angka kebugaran yang ditunjukkan dengan V_{O2max} , yakni berupa derajat kapasitas konsumsi aerobik maksimum. Semakin tinggi V_{O2max} , menunjukkan semakin tinggi tingkat kebugaran seseorang.
6. Kesehatan mencakup sehat secara fisik dan psikis yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif. Seseorang dinyatakan sehat secara fisik jika terbebas dari penyakit dan

mampu bekerja secara produktif. Sementara itu, sehat secara psikis mengacu pada kesejahteraan psikis, yakni suatu kondisi di mana individu dapat bertindak secara otonom, dapat menerima kelebihan dan kekurangan dirinya, dan memiliki tujuan hidup yang jelas.

7. Perkembangan personal adalah aspek-aspek kepribadian yang dibutuhkan seseorang untuk menjalani kehidupan yang konstruktif, baik sebagai pribadi maupun anggota masyarakat. Ada dua aspek yang diukur dalam perkembangan personal, yakni resilien dan modal sosial. Resilien adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan dan ketangguhan dalam menghadapi kesulitan (Connor & Davidson, 2003; Luthans et al., 2004). Sementara itu, modal sosial adalah perasaan bersama sebagai warga bangsa yang memungkinkan mereka percaya satu sama lain (Degenne, 2004; Forrest & Kearns, 2001).
8. Ekonomi adalah pengeluaran individu terkait aktivitas olahraga, baik dalam bentuk barang maupun jasa, dalam satu tahun. Belanja barang dapat berupa peralatan dan perlengkapan olahraga. Peralatan olahraga dapat berupa raket, *stick* atau pemukul, *glove*, dan bola. Sedangkan perlengkapan olahraga dapat berupa pakaian olahraga dan sepatu. Sementara itu, jasa olahraga bisa berupa pembayaran tiket, konsultan, dan/atau jasa pelatihan. Kemampuan membayar terhadap barang atau jasa merupakan indikator penting dari ekonomi seseorang dalam kurun waktu satu tahun terakhir.
9. Performa adalah capaian olahragawan atau sekelompok olahragawan termasuk penyandang disabilitas sebagai hasil dari pembinaan olahraga prestasi prioritas DBON pada suatu wilayah. Performa dalam konteks ini diukur dengan dua hal, yakni perolehan medali dalam suatu kejuaraan dan populasi atlet elit di suatu daerah.

Instrumen Pengumpul Data

Ada tiga model instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data IPO, yakni metode tes performa, format isian terbuka, dan skala/angket. Metode tes performa digunakan untuk mengumpulkan data kebugaran. Instrumen yang digunakan adalah MFT (*Multistage Fitness Test*), sebuah tes lapangan untuk menaksir kapasitas aerobik maksimal (vo_{2max}) seseorang, baik pada usia anak, remaja, maupun dewasa, termasuk pada atlet (Léger, Mercier, Gadoury, & Lambert, 1988). Untuk mengumpulkan data SDM olahraga, ruang terbuka, dan performa digunakan format isian terbuka. Sementara untuk mengumpulkan data 5 dimensi yang lain, yakni literasi fisik, partisipasi, perkembangan pribadi, kesehatan, dan ekonomi digunakan skala/angket. Keseluruhan instrumen tersebut sudah diuji validitas, reliabilitas, dan aplikabilitasnya melalui serangkaian ujicoba di lapangan (Mutohir, Lutan, Maksum, Kristiyanto, & Akbar, 2020).

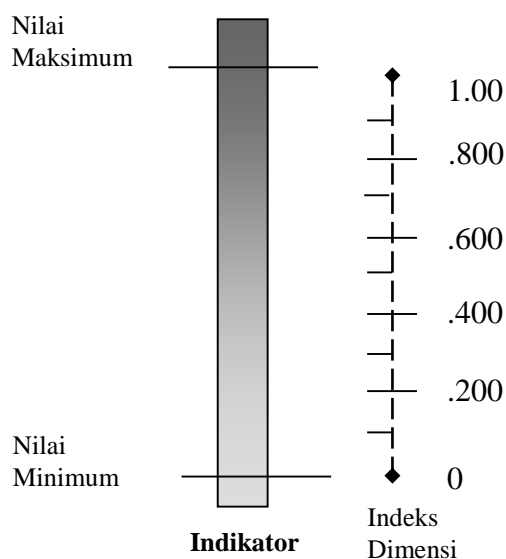
Prosedur Pengumpulan data

Data IPO dikumpulkan secara berjenjang mulai dari satuan wilayah terkecil di tingkat desa/kelurahan sampai dengan tingkat nasional. Pengumpulan data di tingkat desa/kelurahan dikoordinasikan oleh Tim IPO Kabupaten/Kota dan dibantu oleh tenaga pengumpul data yang berasal dari desa/kelurahan setempat. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Responden sebanyak 30 orang yang sudah terpilih dikumpulkan dalam suatu tempat, bisa aula atau ruang terbuka. Mereka diberikan penjelasan terkait dengan tujuan dan apa yang harus dilakukan dalam proses pengumpulan data.
2. Responden diukur berat badan dan tinggi badannya.
3. Responden mengisi angket yang berbasis aplikasi atau dalam bentuk cetak bagi yang tidak memiliki *handphone*. Pengisian angket diperkirakan sekitar 15-20 menit. Khusus pada item kebugaran diisi setelah yang bersangkutan melakukan MFT.
4. Responden melakukan tes kebugaran (MFT) yang dipandu oleh tenaga pengumpul data. Pelaksanaan MFT dilakukan secara berkelompok, 4-6 orang, tergantung pada karakteristik peserta dan kesiapan tenaga pengumpul data. Durasi MFT untuk setiap sesi tergantung dari kesanggupan responden berlari sesuai protokol tes yang telah ditentukan.
5. Responden melengkapi isian angket dan memastikan semua item sudah terisi dengan benar untuk kemudian di kirim (tugas responden sudah selesai sampai pada tahap ini).
6. Langkah berikutnya, Tim IPO Kabupaten/Kota bersama tenaga pengumpul data mengumpulkan data ruang terbuka, SDM olahraga, dan performa. Perlu dijelaskan di sini bahwa data ruang terbuka berbasis pada desa/kelurahan. Artinya, tenaga pengumpul data menghimpun data ruang terbuka pada desa/kelurahan setempat. Data SDM olahraga dikumpulkan dengan basis Kecamatan dan data performa dikumpulkan dengan basis kabupaten/kota dan provinsi.
7. Tim IPO Kabupaten/Kota mengisi format data isian sebagaimana yang telah disediakan melalui aplikasi. Pengumpulan data pada tahap ini diperkirakan selesai dalam dua hari kerja.

Penentuan Indeks

Penentuan indeks untuk masing-masing dimensi dilakukan dengan menggunakan skala sebagaimana tampak pada gambar berikut.



Model Skala Penentuan Indeks

Untuk menentukan skala tersebut di atas memerlukan beberapa besaran (yaitu: nilai aktual, nilai maksimum, dan nilai minimum) untuk kemudian dikonversi ke dalam indeks dimensi. Besarnya koefisien yang mencerminkan indeks dimensi berkisar antara 0 dan 1 yang dihasilkan dari formula sebagai berikut:

$$\text{Indeks dimensi} = \frac{\text{nilai aktual} - \text{nilai minimum}}{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}$$

Nilai aktual adalah skor nyata yang diperoleh berdasarkan patokan yang telah ditetapkan. Misalnya, patokan angka partisipasi menggunakan nilai minimum nol dan maksimum 100, patokan angka ruang terbuka menggunakan nilai minimum nol dan nilai maksimum 3,5, dan patokan angka kebugaran menggunakan nilai minimum 20,1 dan nilai maksimum 52,1. Setelah semua indeks dimensi ditemukan, maka proses penghitungan dilanjutkan untuk menghasilkan IPO dengan cara menghitung rata-rata indeks gabungan dari setiap dimensi. Dengan demikian, penghitungan IPO dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Indeks IPO} = \frac{\text{Indeks (D1 + D2 + D3 + D4 + D5 + D6 + D7 + D8 + D9)}}{9}$$

Keterangan: D1= Dimensi IPO pertama, D2= Dimensi IPO kedua, dst

Adapun norma yang dipakai untuk mengkategorisasikan indeks IPO adalah sebagai berikut.

- 0,800 – 1 = Kategori tinggi
- 0,500 – 0,799 = Kategori menengah
- 0 – 0,499 = Kategori rendah

2. Indeks Pembangunan Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi

No	PROVINSI	DIMENSI									IPO
		SDM	RT	LT	PAR	KEB	KES	PP	EKO	PERF	
1	Aceh	0,074	1,000	0,637	0,382	0,183	0,433	0,559	0,574	0,332	0,464
2	Bali	0,077	0,130	0,560	0,313	0,203	0,410	0,514	0,533	0,214	0,328
3	Banten	0,022	0,119	0,607	0,190	0,154	0,433	0,543	0,503	0,127	0,300
4	Bengkulu	0,014	0,785	0,591	0,273	0,094	0,427	0,543	0,660	0,003	0,377
5	DI Yogyakarta	0,114	0,513	0,562	0,270	0,127	0,423	0,523	0,474	0,184	0,355
6	DKI Jakarta	0,031	0,053	0,582	0,233	0,137	0,424	0,533	0,543	0,920	0,384
7	Gorontalo	0,071	0,638	0,591	0,258	0,280	0,447	0,610	0,583	0,019	0,389
8	Jambi	0,107	0,844	0,634	0,389	0,201	0,444	0,597	0,637	0,066	0,436
9	Jawa Barat	0,042	0,190	0,580	0,208	0,200	0,423	0,543	0,491	1,000	0,409
10	Jawa Tengah	0,066	0,533	0,563	0,250	0,184	0,423	0,541	0,482	0,420	0,385
11	Jawa Timur	0,054	0,400	0,571	0,276	0,197	0,418	0,531	0,491	0,778	0,413
12	Kalimantan Barat	0,077	0,530	0,579	0,292	0,190	0,423	0,541	0,672	0,035	0,371
13	Kalimantan Selatan	0,066	0,845	0,636	0,417	0,277	0,420	0,543	0,683	0,088	0,442
14	Kalimantan Tengah	0,101	0,305	0,562	0,283	0,242	0,419	0,517	0,411	0,020	0,318
15	Kalimantan Timur	0,069	0,061	0,610	0,348	0,173	0,425	0,527	0,643	0,229	0,343
16	Kalimantan Utara	0,149	0,463	0,672	0,433	0,261	0,420	0,585	0,733	0,013	0,414
17	Kep Bangka Belitung	0,063	1,000	0,609	0,450	0,241	0,419	0,545	0,775	0,015	0,457
18	Kep Riau	0,043	0,194	0,625	0,407	0,191	0,434	0,542	0,713	0,030	0,353
19	Lampung	0,083	0,626	0,592	0,240	0,249	0,421	0,551	0,516	0,113	0,377
20	Maluku	0,039	0,168	0,573	0,320	0,262	0,438	0,536	0,533	0,015	0,320
21	Maluku Utara	0,015	0,948	0,579	0,242	0,298	0,434	0,559	0,467	0,000	0,393
22	Nusa Tenggara Barat	0,076	0,234	0,577	0,256	0,262	0,423	0,554	0,631	0,091	0,345
23	Nusa Tenggara Timur	0,069	0,581	0,570	0,354	0,249	0,440	0,572	0,513	0,054	0,378
24	Papua	0,044	0,712	0,653	0,356	0,362	0,441	0,569	0,956	0,118	0,468
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	0,166	1,000	0,485	0,056	0,268	0,450	0,551	0,056	0,019	0,339
28	Papua Selatan	0,055	0,048	0,642	0,300	0,326	0,413	0,527	0,511	0,004	0,314
29	Papua Tengah	0,025	0,001	0,490	0,044	0,277	0,427	0,558	0,344	0,024	0,243
30	Riau	0,069	0,375	0,605	0,356	0,194	0,410	0,530	0,654	0,125	0,369
31	Sulawesi Barat	0,068	0,300	0,614	0,333	0,145	0,421	0,522	0,692	0,002	0,344
32	Sulawesi Selatan	0,076	0,348	0,571	0,230	0,169	0,420	0,539	0,661	0,083	0,344
33	Sulawesi Tengah	0,038	0,792	0,608	0,276	0,179	0,421	0,535	0,776	0,048	0,408
34	Sulawesi Tenggara	0,037	1,000	0,648	0,422	0,227	0,429	0,561	0,583	0,016	0,436
35	Sulawesi Utara	0,090	0,731	0,614	0,362	0,162	0,420	0,567	0,724	0,066	0,415
36	Sumatera Barat	0,090	0,526	0,603	0,225	0,142	0,425	0,541	0,575	0,058	0,354
37	Sumatera Selatan	0,035	0,090	0,601	0,252	0,207	0,418	0,572	0,510	0,063	0,305
38	Sumatera Utara	0,025	0,266	0,578	0,236	0,197	0,431	0,555	0,452	0,417	0,351
NASIONAL		0,049	0,258	0,584	0,263	0,196	0,424	0,544	0,531	0,161	0,334

3. Indeks SDM Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi

No	PROVINSI	SDM		NILAI AKTUAL	INDEKS
		PENDUDUK >5 TAHUN	JUMLAH SDM		
1	Aceh	236.693	87	0,000368	0,074
2	Bali	805.646	312	0,000387	0,077
3	Banten	3.978.346	428	0,000108	0,022
4	Bengkulu	169.899	12	0,000071	0,014
5	DI Yogyakarta	343.677	196	0,000570	0,114
6	DKI Jakarta	4.620.765	725	0,000157	0,031
7	Gorontalo	78.651	28	0,000356	0,071
8	Jambi	301.789	162	0,000537	0,107
9	Jawa Barat	7.803.214	1658	0,000212	0,042
10	Jawa Tengah	4.651.967	1528	0,000328	0,066
11	Jawa Timur	5.172.194	1404	0,000271	0,054
12	Kalimantan Barat	502.286	193	0,000384	0,077
13	Kalimantan Selatan	416.960	138	0,000331	0,066
14	Kalimantan Tengah	98.877	50	0,000506	0,101
15	Kalimantan Timur	444.885	154	0,000346	0,069
16	Kalimantan Utara	90.987	68	0,000747	0,149
17	Kep Bangka Belitung	155.685	49	0,000315	0,063
18	Kep Riau	115.431	25	0,000217	0,043
19	Lampung	513.649	212	0,000413	0,083
20	Maluku	118.457	23	0,000194	0,039
21	Maluku Utara	108.531	8	0,000074	0,015
22	Nusa Tenggara Barat	375.414	143	0,000381	0,076
23	Nusa Tenggara Timur	309.988	107	0,000345	0,069
24	Papua	154.086	34	0,000221	0,044
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	7.221	6	0,000831	0,166
28	Papua Selatan	25.480	7	0,000275	0,055
29	Papua Tengah	196.946	25	0,000127	0,025
30	Riau	526.322	182	0,000346	0,069
31	Sulawesi Barat	91.208	31	0,000340	0,068
32	Sulawesi Selatan	843.636	321	0,000380	0,076
33	Sulawesi Tengah	187.636	36	0,000192	0,038
34	Sulawesi Tenggara	80.853	15	0,000186	0,037
35	Sulawesi Utara	126.620	57	0,000450	0,090
36	Sumatera Barat	432.673	195	0,000451	0,090
37	Sumatera Selatan	882.962	154	0,000174	0,035
38	Sumatera Utara	1.028.074	127	0,000124	0,025
NASIONAL		35.997.709	8900	0,000247	0,049

4. Indeks Ruang Terbuka Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi

No	PROVINSI	RUANG TERBUKA		NILAI AKTUAL	INDEKS
		PEND >5 Thn	LUAS (m ²)		
1	Aceh	11.580	65.560	5,662	1,000
2	Bali	65.829	30.064	0,457	0,130
3	Banten	286.468	119.442	0,417	0,119
4	Bengkulu	14.481	39.806	2,749	0,785
5	DI Yogyakarta	54.464	97.806	1,796	0,513
6	DKI Jakarta	1.161.102	216.766	0,187	0,053
7	Gorontalo	8.555	19.099	2,233	0,638
8	Jambi	29.061	85.888	2,955	0,844
9	Jawa Barat	1.191.211	791.439	0,664	0,190
10	Jawa Tengah	355.872	664.341	1,867	0,533
11	Jawa Timur	585.674	820.949	1,402	0,400
12	Kalimantan Barat	79.227	146.835	1,853	0,530
13	Kalimantan Selatan	26.711	78.960	2,956	0,845
14	Kalimantan Tengah	15.855	16.912	1,067	0,305
15	Kalimantan Timur	105.240	22.570	0,214	0,061
16	Kalimantan Utara	14.640	23.706	1,619	0,463
17	Kep Bangka Belitung	19.215	101.359	5,275	1,000
18	Kep Riau	23.179	15.766	0,680	0,194
19	Lampung	63.378	138.896	2,192	0,626
20	Maluku	7.570	4.462	0,589	0,168
21	Maluku Utara	7.179	23.810	3,316	0,948
22	Nusa Tenggara Barat	47.886	39.280	0,820	0,234
23	Nusa Tenggara Timur	29.954	60.930	2,034	0,581
24	Papua	28.511	71.052	2,492	0,712
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	2.161	9.184	4,250	1,000
28	Papua Selatan	2.633	442	0,168	0,048
29	Papua Tengah	36.977	105	0,003	0,001
30	Riau	88.272	116.003	1,314	0,375
31	Sulawesi Barat	6.494	6.811	1,049	0,300
32	Sulawesi Selatan	80.186	97.614	1,217	0,348
33	Sulawesi Tengah	19.073	52.851	2,771	0,792
34	Sulawesi Tenggara	8.191	40.585	4,955	1,000
35	Sulawesi Utara	15.486	39.645	2,560	0,731
36	Sumatera Barat	46.888	86.319	1,841	0,526
37	Sumatera Selatan	83.839	26.529	0,316	0,090
38	Sumatera Utara	102.026	94.827	0,929	0,266
NASIONAL		4.725.067	4.266.613	0,903	0,258

5. Indeks Literasi Fisik Tahun 2024 Menurut Provinsi

No	PROVINSI	SOAL BENAR			RATA-RATA			NILAI AKTUAL	INDEKS
		Frek	Dur	Intens	Peng	Sikap	Perilaku		
1	Aceh	25,1%	53,8%	62,6%	2,887	3,801	3,801	3,547	0,637
2	Bali	22,0%	52,0%	45,3%	2,591	3,508	3,508	3,240	0,560
3	Banten	23,6%	51,4%	73,3%	2,977	3,567	3,567	3,427	0,607
4	Bengkulu	18,0%	54,7%	55,3%	2,707	3,620	3,620	3,364	0,591
5	DI Yogyakarta	14,8%	43,3%	53,7%	2,491	3,550	3,550	3,250	0,562
6	DKI Jakarta	20,0%	51,1%	54,0%	2,667	3,625	3,625	3,328	0,582
7	Gorontalo	22,5%	42,5%	48,3%	2,511	3,804	3,804	3,364	0,591
8	Jambi	29,3%	60,0%	66,7%	3,079	3,737	3,737	3,537	0,634
9	Jawa Barat	17,8%	51,4%	58,2%	2,699	3,557	3,557	3,322	0,580
10	Jawa Tengah	18,4%	47,3%	53,5%	2,590	3,504	3,504	3,253	0,563
11	Jawa Timur	19,3%	48,1%	53,4%	2,611	3,535	3,535	3,283	0,571
12	Kalimantan Barat	17,2%	47,2%	56,9%	2,617	3,588	3,588	3,315	0,579
13	Kalimantan Selatan	30,3%	44,0%	69,7%	2,920	3,815	3,815	3,543	0,636
14	Kalimantan Tengah	21,1%	42,2%	56,7%	2,600	3,503	3,503	3,247	0,562
15	Kalimantan Timur	25,7%	48,1%	60,0%	2,784	3,679	3,679	3,441	0,610
16	Kalimantan Utara	33,3%	65,6%	63,3%	3,163	3,833	3,833	3,687	0,672
17	Kep Bangka Belitung	37,5%	42,5%	50,8%	2,744	3,696	3,696	3,437	0,609
18	Kep Riau	28,0%	55,3%	60,0%	2,911	3,667	3,667	3,498	0,625
19	Lampung	16,8%	51,4%	59,3%	2,701	3,694	3,694	3,367	0,592
20	Maluku	20,7%	36,0%	51,3%	2,440	3,750	3,750	3,292	0,573
21	Maluku Utara	12,5%	53,3%	60,0%	2,678	3,658	3,658	3,315	0,579
22	Nusa Tenggara Barat	16,9%	53,6%	51,8%	2,631	3,627	3,627	3,307	0,577
23	Nusa Tenggara Timur	19,5%	43,1%	39,5%	2,361	3,797	3,797	3,282	0,570
24	Papua	33,3%	46,7%	53,3%	2,778	4,067	4,067	3,611	0,653
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	2,2%	54,4%	56,7%	2,511	3,117	3,117	2,938	0,485
28	Papua Selatan	24,4%	64,4%	60,0%	2,985	3,728	3,728	3,567	0,642
29	Papua Tengah	5,6%	45,6%	31,1%	2,096	3,183	3,183	2,960	0,490
30	Riau	26,0%	52,3%	57,7%	2,814	3,625	3,625	3,421	0,605
31	Sulawesi Barat	15,0%	47,5%	63,3%	2,678	3,817	3,817	3,457	0,614
32	Sulawesi Selatan	15,9%	36,5%	51,4%	2,384	3,760	3,760	3,283	0,571
33	Sulawesi Tengah	19,0%	53,8%	59,5%	2,765	3,762	3,762	3,433	0,608
34	Sulawesi Tenggara	25,0%	53,9%	68,9%	2,970	3,886	3,886	3,590	0,648
35	Sulawesi Utara	22,9%	44,3%	60,0%	2,695	3,795	3,795	3,455	0,614
36	Sumatera Barat	18,1%	50,0%	61,7%	2,730	3,718	3,718	3,411	0,603
37	Sumatera Selatan	21,7%	49,5%	62,2%	2,780	3,710	3,710	3,405	0,601
38	Sumatera Utara	18,6%	51,6%	56,3%	2,686	3,606	3,606	3,312	0,578
NASIONAL		19,8%	49,3%	56,7%	2,676	3,606	4,050	3,334	0,584

6. Indeks Partisipasi Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	RESP	AKTIVITAS >2 KALI PER MINGGU				NILAI AKTUAL	INDEKS
			10-15	16-30	30-44	45-60		
1	Aceh	390	0,491	0,451	0,279	0,350	149	0,382
2	Bali	300	0,371	0,337	0,222	0,340	94	0,313
3	Banten	870	0,172	0,225	0,188	0,149	165	0,190
4	Bengkulu	150	0,300	0,204	0,294	0,333	41	0,273
5	DI Yogyakarta	270	0,263	0,295	0,250	0,267	73	0,270
6	DKI Jakarta	810	0,304	0,301	0,200	0,128	189	0,233
7	Gorontalo	120	0,100	0,341	0,300	0,192	31	0,258
8	Jambi	270	0,385	0,512	0,411	0,164	105	0,389
9	Jawa Barat	3450	0,288	0,228	0,184	0,162	719	0,208
10	Jawa Tengah	2700	0,285	0,272	0,229	0,221	674	0,250
11	Jawa Timur	3000	0,322	0,321	0,247	0,210	827	0,276
12	Kalimantan Barat	390	0,385	0,366	0,244	0,182	114	0,292
13	Kalimantan Selatan	300	0,548	0,534	0,352	0,157	125	0,417
14	Kalimantan Tengah	180	0,156	0,339	0,230	0,419	51	0,283
15	Kalimantan Timur	210	0,429	0,380	0,324	0,275	73	0,348
16	Kalimantan Utara	90	0,333	0,433	0,533	0,333	39	0,433
17	Kep Bangka Belitung	120	0,375	0,564	0,488	0,250	54	0,450
18	Kep Riau	150	0,619	0,531	0,260	0,300	61	0,407
19	Lampung	570	0,122	0,341	0,210	0,178	137	0,240
20	Maluku	150	0,364	0,458	0,216	0,241	48	0,320
21	Maluku Utara	120	0,455	0,295	0,211	0,111	29	0,242
22	Nusa Tenggara Barat	390	0,222	0,308	0,283	0,152	100	0,256
23	Nusa Tenggara Timur	390	0,358	0,328	0,412	0,310	138	0,354
24	Papua	90	0,583	0,406	0,333	0,158	32	0,356
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	90	0,120	0,059	0,000	0,000	5	0,056
28	Papua Selatan	90	0,333	0,333	0,161	0,471	27	0,300
29	Papua Tengah	90	0,000	0,100	0,033	0,000	4	0,044
30	Riau	480	0,299	0,475	0,317	0,266	171	0,356
31	Sulawesi Barat	120	0,375	0,400	0,289	0,269	40	0,333
32	Sulawesi Selatan	660	0,239	0,260	0,225	0,180	152	0,230
33	Sulawesi Tengah	210	0,167	0,362	0,288	0,182	58	0,276
34	Sulawesi Tenggara	180	0,385	0,463	0,509	0,235	76	0,422
35	Sulawesi Utara	210	0,414	0,423	0,300	0,325	76	0,362
36	Sumatera Barat	360	0,250	0,248	0,225	0,169	81	0,225
37	Sumatera Selatan	630	0,224	0,293	0,255	0,198	159	0,252
38	Sumatera Utara	1050	0,283	0,321	0,201	0,124	248	0,236
NASIONAL		19.650	0,200	0,200	0,200	0,200	5.165	0,263

7. Indeks Kebugaran Jasmani Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	VO2MAX KELOMPOK USIA			NILAI AKTUAL	INDEKS
		10-19	20-44	45-60		
1	Aceh	28,647	25,916	23,368	25,961	0,183
2	Bali	29,374	26,707	23,583	26,593	0,203
3	Banten	26,918	25,270	22,688	25,036	0,154
4	Bengkulu	24,493	22,830	22,230	23,096	0,094
5	DI Yogyakarta	26,488	23,921	22,333	24,166	0,127
6	DKI Jakarta	27,017	24,357	22,150	24,470	0,137
7	Gorontalo	32,502	30,334	23,096	29,067	0,280
8	Jambi	28,576	26,616	24,324	26,533	0,201
9	Jawa Barat	29,128	26,414	23,984	26,485	0,200
10	Jawa Tengah	27,635	26,174	24,001	25,996	0,184
11	Jawa Timur	28,691	26,459	23,946	26,389	0,197
12	Kalimantan Barat	27,468	26,608	24,029	26,178	0,190
13	Kalimantan Selatan	31,451	29,723	24,982	28,970	0,277
14	Kalimantan Tengah	28,436	28,098	26,687	27,830	0,242
15	Kalimantan Timur	29,383	24,969	23,248	25,642	0,173
16	Kalimantan Utara	30,048	28,971	25,767	28,439	0,261
17	Kep Bangka Belitung	30,297	27,995	24,929	27,804	0,241
18	Kep Riau	31,165	25,893	21,850	26,200	0,191
19	Lampung	30,257	28,447	25,107	28,064	0,249
20	Maluku	31,784	27,954	26,303	28,499	0,262
21	Maluku Utara	33,736	30,887	23,022	29,633	0,298
22	Nusa Tenggara Barat	31,419	29,030	24,404	28,470	0,262
23	Nusa Tenggara Timur	31,312	27,888	25,233	28,080	0,249
24	Papua	36,078	31,667	27,295	31,677	0,362
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	34,860	28,466	22,858	28,662	0,268
28	Papua Selatan	32,071	31,536	26,929	30,518	0,326
29	Papua Tengah	29,236	30,312	26,056	28,979	0,277
30	Riau	29,711	25,850	23,764	26,294	0,194
31	Sulawesi Barat	27,003	24,238	23,477	24,739	0,145
32	Sulawesi Selatan	27,973	25,324	23,347	25,492	0,169
33	Sulawesi Tengah	27,731	26,255	23,059	25,825	0,179
34	Sulawesi Tenggara	29,788	27,892	23,924	27,374	0,227
35	Sulawesi Utara	29,788	24,729	21,948	25,298	0,162
36	Sumatera Barat	26,961	24,372	22,845	24,638	0,142
37	Sumatera Selatan	28,869	26,821	24,427	26,735	0,207
38	Sumatera Utara	29,976	26,065	23,537	26,411	0,197
NASIONAL		28,903	26,409	23,829	26,387	0,196

8. Indeks Kesehatan Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	KESEHATAN		NILAI AKTUAL	INDEKS
		FISIK	PSIKIS		
1	Aceh	2,751	2,715	2,733	0,433
2	Bali	2,658	2,624	2,641	0,410
3	Banten	2,731	2,732	2,732	0,433
4	Bengkulu	2,749	2,667	2,708	0,427
5	DI Yogyakarta	2,721	2,662	2,691	0,423
6	DKI Jakarta	2,713	2,680	2,696	0,424
7	Gorontalo	2,733	2,842	2,788	0,447
8	Jambi	2,715	2,835	2,775	0,444
9	Jawa Barat	2,699	2,687	2,693	0,423
10	Jawa Tengah	2,713	2,668	2,690	0,423
11	Jawa Timur	2,667	2,680	2,674	0,418
12	Kalimantan Barat	2,680	2,707	2,694	0,423
13	Kalimantan Selatan	2,670	2,689	2,679	0,420
14	Kalimantan Tengah	2,789	2,567	2,678	0,419
15	Kalimantan Timur	2,748	2,649	2,698	0,425
16	Kalimantan Utara	2,693	2,667	2,680	0,420
17	Kep Bangka Belitung	2,708	2,642	2,675	0,419
18	Kep Riau	2,724	2,747	2,736	0,434
19	Lampung	2,682	2,685	2,684	0,421
20	Maluku	2,811	2,691	2,751	0,438
21	Maluku Utara	2,614	2,856	2,735	0,434
22	Nusa Tenggara Barat	2,703	2,678	2,691	0,423
23	Nusa Tenggara Timur	2,801	2,723	2,762	0,440
24	Papua	2,830	2,696	2,763	0,441
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	2,726	2,874	2,800	0,450
28	Papua Selatan	2,744	2,559	2,652	0,413
29	Papua Tengah	2,726	2,689	2,707	0,427
30	Riau	2,674	2,606	2,640	0,410
31	Sulawesi Barat	2,733	2,636	2,685	0,421
32	Sulawesi Selatan	2,755	2,607	2,681	0,420
33	Sulawesi Tengah	2,732	2,637	2,684	0,421
34	Sulawesi Tenggara	2,744	2,687	2,716	0,429
35	Sulawesi Utara	2,737	2,625	2,681	0,420
36	Sumatera Barat	2,736	2,668	2,702	0,425
37	Sumatera Selatan	2,671	2,674	2,672	0,418
38	Sumatera Utara	2,707	2,738	2,722	0,431
	NASIONAL	2,706	2,684	2,695	0,424

9. Indeks Perkembangan Personal Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	PERKEMBANGAN PERSONAL		NILAI AKTUAL	INDEKS
		RESILIEN	SOSIAL		
1	Aceh	3,356	3,115	3,356	3,115
2	Bali	3,253	2,857	3,253	2,857
3	Banten	3,288	3,052	3,288	3,052
4	Bengkulu	3,411	2,933	3,411	2,933
5	DI Yogyakarta	3,321	2,867	3,321	2,867
6	DKI Jakarta	3,323	2,945	3,323	2,945
7	Gorontalo	3,464	3,417	3,464	3,417
8	Jambi	3,475	3,302	3,475	3,302
9	Jawa Barat	3,351	2,993	3,351	2,993
10	Jawa Tengah	3,372	2,958	3,372	2,958
11	Jawa Timur	3,343	2,908	3,343	2,908
12	Kalimantan Barat	3,393	2,935	3,393	2,935
13	Kalimantan Selatan	3,349	2,997	3,349	2,997
14	Kalimantan Tengah	3,309	2,828	3,309	2,828
15	Kalimantan Timur	3,408	2,806	3,408	2,806
16	Kalimantan Utara	3,448	3,233	3,448	3,233
17	Kep Bangka Belitung	3,367	2,994	3,367	2,994
18	Kep Riau	3,267	3,071	3,267	3,071
19	Lampung	3,347	3,058	3,347	3,058
20	Maluku	3,413	2,871	3,413	2,871
21	Maluku Utara	3,500	2,975	3,500	2,975
22	Nusa Tenggara Barat	3,305	3,130	3,305	3,130
23	Nusa Tenggara Timur	3,457	3,121	3,457	3,121
24	Papua	3,515	3,041	3,515	3,041
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	3,152	3,259	3,152	3,259
28	Papua Selatan	3,356	2,859	3,356	2,859
29	Papua Tengah	3,359	3,104	3,359	3,104
30	Riau	3,366	2,876	3,366	2,876
31	Sulawesi Barat	3,314	2,858	3,314	2,858
32	Sulawesi Selatan	3,331	2,981	3,331	2,981
33	Sulawesi Tengah	3,389	2,894	3,389	2,894
34	Sulawesi Tenggara	3,420	3,067	3,420	3,067
35	Sulawesi Utara	3,435	3,105	3,435	3,105
36	Sumatera Barat	3,317	3,012	3,317	3,012
37	Sumatera Selatan	3,430	3,146	3,430	3,146
38	Sumatera Utara	3,386	3,057	3,386	3,057
NASIONAL		3,358	2,991	3,175	0,544

10. Indeks Performa Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	PEROLEHAN MEDALI			NILAI AKTUAL	INDEKS
		EMAS	PERAK	PERUNGGU		
1	Aceh	65	48	79	548	0,332
2	Bali	36	38	60	354	0,214
3	Banten	21	24	33	210	0,127
4	Bengkulu	0	0	7	7	0,003
5	DI Yogyakarta	29	36	52	305	0,184
6	DKI Jakarta	184	150	145	1515	0,920
7	Gorontalo	3	4	6	33	0,019
8	Jambi	6	18	27	111	0,066
9	Jawa Barat	195	163	182	1646	1,000
10	Jawa Tengah	71	74	115	692	0,420
11	Jawa Timur	146	136	143	1281	0,778
12	Kalimantan Barat	4	7	19	60	0,035
13	Kalimantan Selatan	15	15	26	146	0,088
14	Kalimantan Tengah	1	9	3	35	0,020
15	Kalimantan Timur	29	55	69	379	0,229
16	Kalimantan Utara	3	1	5	23	0,013
17	Kep Bangka Belitung	3	2	6	27	0,015
18	Kep Riau	5	6	8	51	0,030
19	Lampung	22	16	30	188	0,113
20	Maluku	2	3	8	27	0,015
21	Maluku Utara	0	0	2	2	0,000
22	Nusa Tenggara Barat	16	17	21	152	0,091
23	Nusa Tenggara Timur	7	13	16	90	0,054
24	Papua	19	26	23	196	0,118
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	6	0	3	33	0,019
28	Papua Selatan	0	2	2	8	0,004
29	Papua Tengah	4	5	7	42	0,024
30	Riau	21	22	37	208	0,125
31	Sulawesi Barat	0	2	0	6	0,002
32	Sulawesi Selatan	10	19	32	139	0,083
33	Sulawesi Tengah	8	7	20	81	0,048
34	Sulawesi Tenggara	1	5	8	28	0,016
35	Sulawesi Utara	10	14	18	110	0,066
36	Sumatera Barat	5	14	30	97	0,058
37	Sumatera Selatan	6	15	30	105	0,063
38	Sumatera Utara	79	59	116	688	0,417
NASIONAL		1.032	1.025	1.388	9.623	0,161

11. Indeks Ekonomi Olahraga Tahun 2024 Menurut Provinsi

NO	PROVINSI	KELOMPOK USIA				NILAI AKTUAL	INDEKS
		10-15	16-30	30-44	45-60		
1	Aceh	67,3%	60,9%	49,2%	57,5%	57,436	0,574
2	Bali	46,8%	52,9%	61,7%	49,1%	53,333	0,533
3	Banten	39,8%	58,5%	54,2%	39,2%	50,345	0,503
4	Bengkulu	70,0%	77,6%	72,5%	33,3%	66,000	0,660
5	DI Yogyakarta	42,1%	52,3%	46,4%	45,0%	47,407	0,474
6	DKI Jakarta	58,9%	58,4%	52,5%	47,6%	54,321	0,543
7	Gorontalo	60,0%	59,1%	83,3%	26,9%	58,333	0,583
8	Jambi	53,8%	64,0%	75,6%	50,9%	63,704	0,637
9	Jawa Barat	45,8%	54,2%	51,7%	39,2%	49,130	0,491
10	Jawa Tengah	50,4%	49,1%	48,2%	45,2%	48,185	0,482
11	Jawa Timur	50,0%	52,2%	48,9%	43,1%	49,067	0,491
12	Kalimantan Barat	67,3%	63,4%	73,2%	63,6%	67,179	0,672
13	Kalimantan Selatan	76,2%	74,1%	67,0%	51,0%	68,333	0,683
14	Kalimantan Tengah	28,1%	39,3%	49,2%	41,9%	41,111	0,411
15	Kalimantan Timur	75,0%	60,6%	64,8%	62,5%	64,286	0,643
16	Kalimantan Utara	33,3%	76,7%	90,0%	66,7%	73,333	0,733
17	Kep Bangka Belitung	93,8%	71,8%	78,0%	75,0%	77,500	0,775
18	Kep Riau	61,9%	81,6%	72,0%	60,0%	71,333	0,713
19	Lampung	47,6%	55,9%	50,0%	48,5%	51,579	0,516
20	Maluku	59,1%	58,3%	52,9%	41,4%	53,333	0,533
21	Maluku Utara	36,4%	65,9%	36,8%	33,3%	46,667	0,467
22	Nusa Tenggara Barat	63,0%	72,3%	59,1%	54,4%	63,077	0,631
23	Nusa Tenggara Timur	47,2%	50,0%	58,8%	45,2%	51,282	0,513
24	Papua	83,3%	96,9%	96,3%	100,0%	95,556	0,956
25	Papua Barat	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26	Papua Barat Daya	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
27	Papua Pegunungan	8,0%	8,8%	0,0%	0,0%	5,556	0,056
28	Papua Selatan	33,3%	46,7%	58,1%	58,8%	51,111	0,511
29	Papua Tengah	0,0%	46,7%	40,0%	27,8%	34,444	0,344
30	Riau	61,2%	69,6%	65,8%	60,6%	65,417	0,654
31	Sulawesi Barat	56,3%	70,0%	76,3%	65,4%	69,167	0,692
32	Sulawesi Selatan	67,4%	67,8%	68,5%	57,8%	66,061	0,661
33	Sulawesi Tengah	75,0%	75,4%	83,6%	72,7%	77,619	0,776
34	Sulawesi Tenggara	42,3%	65,7%	67,9%	41,2%	58,333	0,583
35	Sulawesi Utara	65,5%	77,5%	71,4%	70,0%	72,381	0,724
36	Sumatera Barat	50,0%	70,2%	56,7%	42,3%	57,500	0,575
37	Sumatera Selatan	51,8%	52,9%	49,5%	49,6%	50,952	0,510
38	Sumatera Utara	39,0%	51,8%	42,0%	44,5%	45,238	0,452
NASIONAL		0,151	0,151	0,151	0,151	53,135	0,531