Amorti: Jurnal Studi Islam Interdisipliner
Vol. 5, No. 1, Januari 2026, pp. 1085-1094
http://journal.amorfati.id/index.php/amorti | | ISSN 2962-9209

Interdisciplinary Scope of Contemporary Islamic Studies • Interdisciplinary Islamic Education • Interdisciplinary Islamic Law, Ethics, and Fatwa Studies • Interdisciplinary Islamic Economics, Finance, and Philanthropy • Islam, Society, and Culture • Islam, Politics, Governance, and Public Policy • Islam, Gender, Family, and Human Rights • Islam, Media, Communication, and Digital Da'wah • Islam, Health, Environment, and Sustainable Development • Islam, Science, Technology, Artificial Intelligence, and Digital Transformation

Industrialisasi Olahraga Dan Perannya Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Serta Profesionalisme Manajemen Olahraga Di Indonesia

Ahmad Sofyansari [a,1,*], Iik Hajarudin [b,2], Dede Muhammad Salim [c,3], Ipan Muhamad Haerul [d,4] Paridudin [e,5]

[*a,b,c,d] Universitas Kartamulia Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia
[1] asofyansari@gmail.com, [2] iikhajarudin.ih@gmail.com, [3] dedemuhammadsalim28@gmail.com,
*Correspondent Author; asofyansari@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history
Received:
15-11-2025
Revised:
29-12-2025
Accepted:
07-01-2026

Keywords
industrialisasi olahraga; ekonomi kreatif; pariwisata olahraga; kewirausahaan olahraga; manajemen olahraga

ABSTRACT

Industrialisasi olahraga merupakan fenomena yang menunjukkan transformasi olahraga dari aktivitas fisik dan kompetitif menjadi sektor produktif yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang signifikan. Di Indonesia, kajian mengenai keterkaitan antara industrialisasi olahraga dan ekonomi kreatif masih relatif terbatas, padahal sektor ini memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran industrialisasi olahraga sebagai penggerak ekonomi kreatif melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Data diperoleh melalui penelusuran artikel ilmiah pada basis data Google Scholar, Scopus, dan jurnal nasional terakreditasi dengan rentang publikasi tahun 2015–2025. Proses seleksi literatur mengikuti pedoman PRISMA sehingga diperoleh 20 artikel yang memenuhi kriteria inklusi. Hasil kajian menunjukkan bahwa industrialisasi olahraga berkembang melalui integrasi berbagai subsektor, seperti olahraga profesional, industri kebugaran, penyelenggaraan event olahraga, media dan penyiaran, serta pariwisata olahraga. Integrasi tersebut menghasilkan efek pengganda terhadap ekonomi kreatif melalui penciptaan lapangan kerja, peluang kewirausahaan, dan penguatan industri pendukung. Dengan demikian, industrialisasi olahraga dapat diposisikan sebagai katalisator pembangunan ekonomi berbasis kreativitas dan pengalaman yang memerlukan dukungan kebijakan, investasi infrastruktur, dan kolaborasi lintas sektor agar potensinya dapat dimanfaatkan secara optimal di Indonesia.

This is an open-access article under the CC–BY-SA license.

Introduction

Perkembangan olahraga modern menunjukkan bahwa olahraga tidak lagi dipahami semata sebagai aktivitas fisik dan rekreasi, tetapi telah berkembang menjadi sektor industri yang memiliki nilai ekonomi signifikan. Industrialisasi olahraga ditandai oleh keterlibatan berbagai aktivitas ekonomi berbasis olahraga, seperti penyelenggaraan kompetisi dan event olahraga, pemasaran dan komunikasi olahraga, media dan penyiaran olahraga, serta pengelolaan organisasi olahraga profesional. Binathara (2020) menjelaskan bahwa olahraga modern telah bertransformasi menjadi industri hiburan global yang menghasilkan nilai ekonomi melalui mekanisme pasar. Selain itu, Pompayo (2024) menegaskan bahwa proses profesionalisasi dan komersialisasi olahraga menjadikan olahraga sebagai entitas ekonomi yang melibatkan berbagai aktor, seperti atlet, klub, sponsor, dan media, sehingga mampu memberikan kontribusi ekonomi melalui penciptaan pendapatan dan aktivitas industri pendukung.

Kajian sebelumnya juga menyoroti pentingnya melihat industrialisasi olahraga sebagai suatu sistem yang melibatkan berbagai elemen secara terpadu. Runesi et al. (2025) menekankan bahwa perkembangan industrialisasi olahraga harus dipahami melalui pendekatan business ecosystem, di mana berbagai subsektor dan pemangku kepentingan berinteraksi secara sinergis untuk menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Pendekatan ini menggabungkan hubungan lintas sektor, inovasi teknologi, serta kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas, sehingga membentuk suatu ekosistem industrialisasi olahraga yang komprehensif.

Namun demikian, berbagai penelitian sebelumnya cenderung mengkaji industrialisasi olahraga secara parsial, terutama dari perspektif komersialisasi olahraga atau kontribusi olahraga terhadap perekonomian secara umum. Kajian yang mengintegrasikan industrialisasi olahraga dengan pengembangan subsektor ekonomi kreatif, seperti penyelenggaraan event olahraga, media olahraga, merchandise olahraga, serta industri digital berbasis olahraga, masih relatif terbatas. Padahal, pemahaman yang lebih holistik terhadap industrialisasi olahraga sebagai suatu ekosistem berpotensi memperluas wawasan teoritis sekaligus memberikan arah kebijakan yang lebih efektif dalam membangun sektor ekonomi kreatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki unsur kebaruan dengan mengkaji industrialisasi olahraga sebagai suatu ekosistem penggerak ekonomi kreatif yang melibatkan subsektor industri kreatif, dukungan kebijakan pemerintah, serta pemanfaatan inovasi teknologi dalam konteks pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian industrialisasi olahraga, sekaligus kontribusi praktis dalam perumusan strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis olahraga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran industrialisasi olahraga dalam mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia dalam lingkup ekosistem industrialisasi olahraga yang terintegrasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji industrialisasi olahraga secara parsial, penelitian ini menempatkan industrialisasi olahraga sebagai ekosistem terintegrasi yang menghubungkan subsektor olahraga profesional, event, media, jasa kebugaran, dan sport tourism dalam kerangka ekonomi kreatif nasional Indonesia.

Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan memperkuat kajian industrialisasi olahraga dalam konteks negara berkembang, khususnya Indonesia, yang masih relatif terbatas dibandingkan kajian di negara maju. Studi ini tidak hanya memandang olahraga sebagai aktivitas kompetitif, tetapi sebagai suatu ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan berbagai subsektor seperti penyelenggaraan event, industri kebugaran, pariwisata olahraga, media, serta usaha mikro dan menengah. Dengan menggunakan pendekatan kajian literatur sistematis, penelitian ini menyusun kerangka konseptual yang mengintegrasikan perspektif sport industry dan ekonomi kreatif, sehingga memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana olahraga dapat berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi,

penciptaan lapangan kerja, serta penguatan daya saing daerah. Kontribusi lainnya adalah penyusunan model hubungan antara industrialisasi olahraga dan pengembangan ekonomi kreatif yang dapat dijadikan rujukan bagi akademisi, praktisi olahraga, maupun pembuat kebijakan dalam merancang strategi pengembangan industri olahraga nasional.

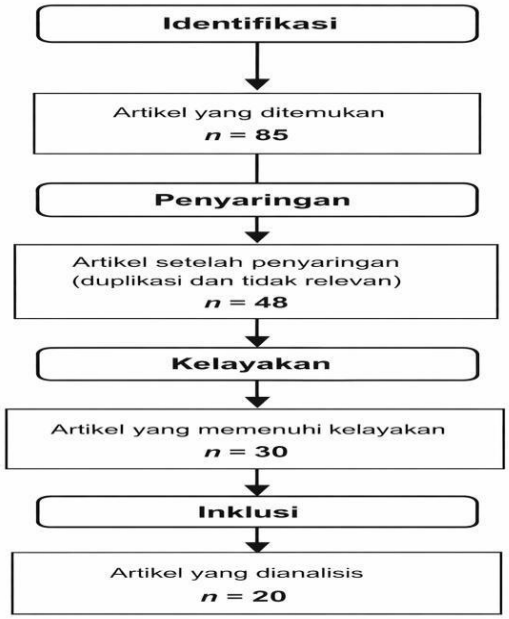
Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk menganalisis peran industrialisasi olahraga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Metode SLR dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menyusun sintesis pengetahuan secara sistematis, transparan, dan objektif melalui tahapan identifikasi, seleksi, evaluasi, serta analisis literatur ilmiah yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada beberapa basis data ilmiah, yaitu Google Scholar, ScienceDirect, dan jurnal nasional terakreditasi. Penelusuran literatur menggunakan kata kunci sports industry, sports industrialization, creative economy, sport tourism, dan sports entrepreneurship. Literatur yang digunakan dibatasi pada publikasi ilmiah yang terbit dalam rentang tahun 2015–2025, dengan tetap mempertimbangkan beberapa literatur klasik yang memiliki kontribusi teoretis kuat dalam kajian industrialisasi olahraga.

Proses seleksi literatur mengacu pada pedoman Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) yang meliputi empat tahapan, yaitu identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi artikel. Pada tahap identifikasi diperoleh sebanyak 85 artikel dari berbagai basis data ilmiah. Selanjutnya, pada tahap penyaringan dilakukan penghapusan artikel duplikasi serta artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian sehingga diperoleh 48 artikel. Tahap kelayakan dilakukan melalui telaah abstrak dan isi artikel secara menyeluruh, sehingga tersisa 30 artikel yang memenuhi kriteria metodologis. Pada tahap akhir, sebanyak 20 artikel dipilih sebagai sumber utama analisis karena memiliki tingkat relevansi yang tinggi dengan tema industrialisasi olahraga dan ekonomi kreatif.

Diagram alur seleksi artikel berdasarkan pedoman PRISMA disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Seleksi Artikel Berdasarkan Pedoman PRISMA

Berdasarkan diagram PRISMA pada Gambar 1, proses identifikasi awal menghasilkan 85 artikel dari berbagai basis data ilmiah. Setelah dilakukan penyaringan dengan menghapus duplikasi dan menyeleksi relevansi judul serta abstrak, diperoleh 48 artikel. Selanjutnya

dilakukan penilaian kelayakan melalui telaah penuh terhadap isi artikel sehingga tersisa 30 artikel yang memenuhi kriteria metodologis. Pada tahap akhir, sebanyak 20 artikel dinyatakan memenuhi kriteria inklusi dan digunakan sebagai sumber utama dalam sintesis penelitian.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi:

1. Artikel yang membahas industrialisasi olahraga atau ekonomi kreatif berbasis olahraga.
2. Artikel yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah bereputasi atau prosiding ilmiah.
3. Artikel yang memiliki relevansi dengan pengembangan industrialisasi olahraga dan ekonomi kreatif.

Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi:

1. Artikel yang tidak melalui proses peer-review.
2. Artikel yang hanya membahas olahraga rekreasi tanpa mengaitkannya dengan aspek industrialisasi olahraga.
3. Artikel yang memiliki keterbatasan metodologis atau akses data penelitian yang tidak memadai.

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis tematik. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, pengelompokan dan kategorisasi tema, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses kategorisasi tema dilakukan dengan mengelompokkan temuan literatur berdasarkan sub-sektor industrialisasi olahraga, kontribusinya terhadap ekonomi kreatif, serta peran pemangku kepentingan dalam pengembangan industrialisasi olahraga.

Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan berbagai temuan penelitian, teori, serta dokumen kebijakan yang relevan. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan objektif mengenai peran industrialisasi olahraga sebagai penggerak ekonomi kreatif di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan proses *Systematic Literature Review* terhadap 20 artikel terpilih, ditemukan bahwa industrialisasi olahraga berkembang sebagai suatu ekosistem multidimensional yang tidak hanya berfokus pada aktivitas kompetitif, tetapi juga mencakup berbagai subsektor ekonomi yang saling terintegrasi. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa olahraga modern telah mengalami transformasi dari aktivitas berbasis partisipasi menjadi sektor produktif yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan kultural yang signifikan.

Tabel 1. Sintesis Literatur Industrialisasi Olahraga dan Ekonomi Kreatif

No	Penulis & Tahun	Fokus Kajian	Metode	Temuan Utama	Implikasi terhadap Industrialisasi Olahraga
1	Binathara (2020)	Industri sepak bola global	Studi literatur	Olahraga menjadi industri hiburan bernilai ekonomi tinggi	Dasar komersialisasi olahraga
2	Pompayo (2024)	Historis industri olahraga	Kajian konseptual	Profesionalisasi membentuk olahraga sebagai entitas ekonomi	Legitimasi industrialisasi olahraga

3	Runesi et al. (2025)	Model bisnis industri olahraga	Literature review	Ekosistem olahraga melibatkan multi-aktor	Pendekatan business ecosystem
4	Sinlaeloe et al. (2020)	Industri mikro olahraga	Studi deskriptif	Usaha jasa olahraga menciptakan peluang kerja	Basis kewirausahaan olahraga
5	Budiman & Wibowo (2023)	Kewirausahaan olahraga	Studi eksploratif	Mahasiswa olahraga berpotensi menjadi pelaku industri	Penguatan SDM industri olahraga
6	Agustian et al. (2024)	Dampak sport mega-event	Studi kasus	Event olahraga meningkatkan bisnis lokal	Efek ekonomi langsung
7	Julianti et al. (2023)	Hambatan sport tourism	Analisis industri	Sport tourism mendorong kewirausahaan lokal	Penguatan ekonomi daerah
8	Pakaya et al. (2025)	Sport tourism berbasis lokal	Studi pengembangan	Wisata olahraga meningkatkan daya tarik wilayah	Integrasi olahraga–pariwisata
9	Irfan et al. (2024)	Industri olahraga untuk edukasi	Studi konferensi	Olahraga tradisional sebagai wisata edukatif	Diversifikasi industri olahraga
10	Permata et al. (2024)	Strategi sport marketing	Studi pemasaran	Branding olahraga meningkatkan minat publik	Nilai ekonomi melalui pemasaran
11	Pradiza & Fatoni (2023)	Pemasaran digital produk olahraga	Studi kuantitatif	Media sosial meningkatkan keputusan pembelian	Monetisasi digital olahraga
12	Utomo et al. (2025)	Digital marketing industri olahraga	Analisis strategi	Teknologi digital meningkatkan nilai ekonomi industri	Transformasi digital sport industry
13	Widya & Syadzwina (2024)	Komunikasi olahraga	Kajian media	Media memperluas komersialisasi olahraga	Peran media dalam industrialisasi
14	Juliansyah (2021)	Teknologi VAR dalam olahraga	Kajian aksiologi	Teknologi bagian dari modernisasi industri olahraga	Integrasi inovasi teknologi

15	Duglio & Beltramo (2017)	Dampak ekonomi sport tourism event	Analisis ekonomi	Event olahraga berdampak signifikan bagi daerah	Multiplier effect ekonomi
16	Raso & Cherubini (2024)	Sport tourism & pembangunan wilayah	Systematic review	Sport tourism mempercepat pertumbuhan regional	Penguatan ekonomi kreatif
17	Widodo & Prasetyo (2019)	Manajemen event olahraga	Studi manajemen	Event olahraga meningkatkan nilai ekonomi daerah	Profesionalisasi penyelenggaraan event
18	Hidayat & Nugroho (2022)	Industri kebugaran	Studi industri	Fitness industry berkembang sebagai sektor ekonomi	Diversifikasi industri olahraga
19	Santoso et al. (2021)	Sponsorship olahraga	Studi pemasaran	Sponsorship meningkatkan pendapatan organisasi olahraga	Model pembiayaan industri olahraga
20	Lestari & Ramadhan (2023)	Ekonomi kreatif berbasis olahraga	Studi konseptual	Olahraga sebagai bagian ekosistem ekonomi kreatif	Integrasi olahraga dalam ekonomi kreatif

Temuan penelitian mengidentifikasi bahwa industrialisasi olahraga terbentuk melalui keterlibatan beberapa subsektor utama, yaitu olahraga profesional, industri kebugaran (*fitness industry*), penyelenggaraan event olahraga, media dan penyiaran olahraga, serta pariwisata olahraga (*sport tourism*). Keterkaitan antar subsektor ini menunjukkan adanya pola hubungan yang bersifat saling menguatkan (*mutual reinforcement*), di mana pertumbuhan satu sektor akan mendorong perkembangan sektor lainnya. Misalnya, peningkatan popularitas event olahraga tidak hanya berdampak pada prestasi atlet, tetapi juga mendorong aktivitas ekonomi seperti sponsorship, penyiaran, penjualan merchandise, hingga pertumbuhan usaha mikro di sekitar lokasi kegiatan.

Tabel 2. **Sub-Sektor Industrialisasi Olahraga**

No	**Sub-Sektor Industrialisasi Olahraga**	**Bentuk Aktivitas Utama**	**Kontribusi Ekonomi**
1	Olahraga Profesional	Liga dan kompetisi, klub profesional, atlet, sponsorship	Penjualan tiket, hak siar, pendapatan sponsorship
2	Jasa Kebugaran	Fitness center, personal trainer, komunitas olahraga	Penciptaan lapangan kerja, pengembangan UMKM

3	Event Olahraga	Turnamen, kejuaraan, sport festival	Peningkatan pariwisata dan ekonomi lokal
4	Media dan Pemasaran Olahraga	Siaran pertandingan, konten digital, sport marketing	Pendapatan iklan dan industri kreatif
5	Pariwisata Olahraga (*Sport Tourism*)	Wisata berbasis olahraga dan olahraga tradisional	Pendapatan daerah dan promosi destinasi wisata

Selain itu, literatur menunjukkan bahwa industrialisasi olahraga memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap ekonomi kreatif. Olahraga menjadi ruang produksi berbagai bentuk kreativitas, mulai dari desain apparel olahraga, konten digital, manajemen event, hingga pengembangan destinasi wisata berbasis aktivitas fisik. Dalam konteks ini, olahraga tidak lagi dipahami sebagai sektor tersendiri, melainkan sebagai bagian dari rantai nilai ekonomi kreatif yang melibatkan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, komunitas olahraga, dan pelaku usaha lokal.

Tabel 3. Dampak *Sport Tourism* terhadap Aktivitas Ekonomi Lokal

Sektor	Dampak Langsung	Dampak Turunan
Pariwisata	Peningkatan jumlah kunjungan wisata	Promosi destinasi wisata
Perhotelan	Peningkatan tingkat hunian hotel	Investasi dan pengembangan akomodasi
UMKM	Peningkatan penjualan produk lokal	Perluasan dan keberlanjutan usaha masyarakat
Transportasi	Peningkatan mobilitas wisatawan	Pengembangan layanan transportasi lokal

Hasil kajian juga menegaskan bahwa di negara berkembang seperti Indonesia, industrialisasi olahraga masih berada pada tahap berkembang namun menunjukkan potensi besar sebagai penggerak ekonomi daerah. Beberapa studi menyoroti bahwa penyelenggaraan kegiatan olahraga mampu meningkatkan kunjungan wisata, memperluas kesempatan kerja temporer maupun permanen, serta memperkuat identitas lokal melalui *sport-based branding*. Hal ini memperlihatkan bahwa olahraga dapat berfungsi sebagai instrumen pembangunan wilayah (*regional development tool*).

Dari perspektif manajemen olahraga, industrialisasi menuntut perubahan paradigma dalam pengelolaan organisasi olahraga, yaitu dari pendekatan amatir menuju pendekatan profesional berbasis tata kelola industri. Penguatan aspek manajemen, pemasaran olahraga, inovasi layanan kebugaran, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri olahraga nasional. Transformasi ini sejalan dengan perkembangan global yang menempatkan olahraga sebagai bagian dari industri hiburan dan gaya hidup (*sport as lifestyle industry*).

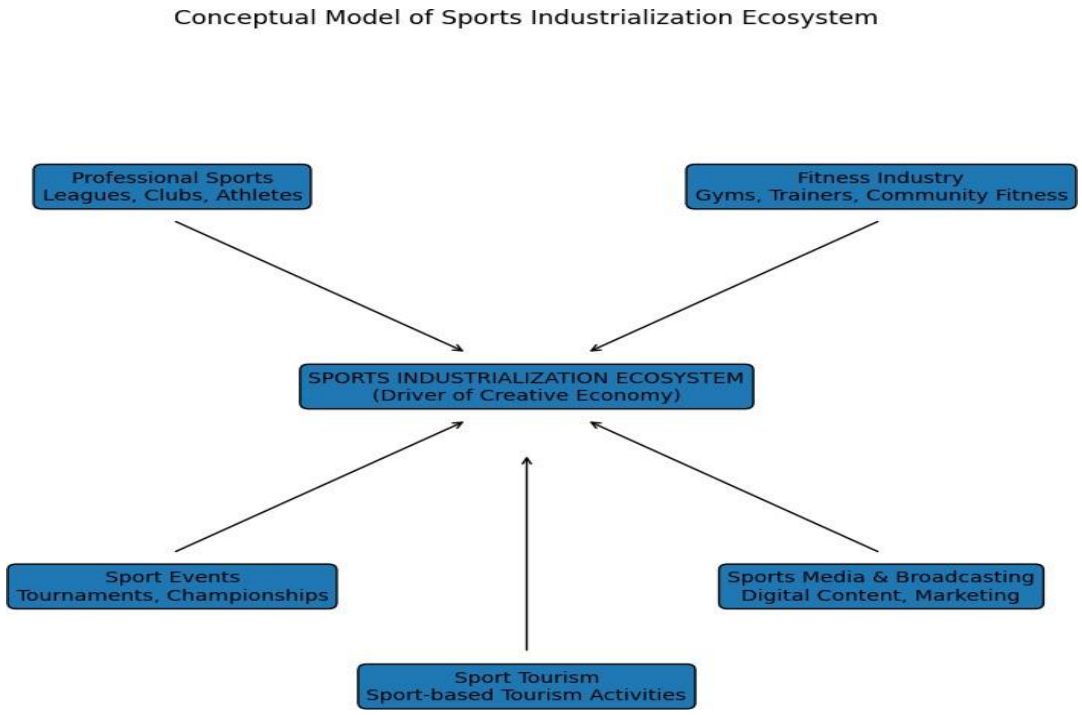
Tabel 4. Peran Pemangku Kepentingan

Pemangku Kepentingan	Peran Utama
Pemerintah	Penyusunan regulasi, penyediaan infrastruktur olahraga, fasilitasi kebijakan

Sektor Swasta	Investasi, sponsorship, dan pengelolaan industrialisasi olahraga profesional
Akademisi	Pengembangan sumber daya manusia olahraga dan penelitian industrialisasi olahraga
Komunitas Olahraga	Basis partisipasi masyarakat dan pengembangan pasar olahraga

Sintesis tematik yang dilakukan terhadap artikel-artikel terpilih kemudian menghasilkan suatu kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara industrialisasi olahraga dan pengembangan ekonomi kreatif. Model konseptual ini menunjukkan bahwa industrialisasi olahraga berperan sebagai penghubung antara aktivitas fisik, inovasi kreatif, dan pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan nilai tambah pada berbagai subsektor yang terlibat. Dengan demikian, olahraga dapat diposisikan sebagai katalisator pembangunan ekonomi berbasis kreativitas dan pengalaman (*experience-based economy*).

Hubungan antar komponen dalam ekosistem industrialisasi olahraga tersebut dirumuskan dalam model konseptual pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Konseptual Ekosistem Industrialisasi Olahraga sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif

Secara keseluruhan, hasil kajian ini memperlihatkan bahwa industrialisasi olahraga memiliki kontribusi strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan aktivitas kewirausahaan, penguatan industri pendukung, serta pengembangan destinasi berbasis olahraga. Oleh karena itu, pengembangan industri olahraga memerlukan dukungan kebijakan yang terintegrasi, investasi infrastruktur, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta kolaborasi lintas sektor agar potensi ekonomi olahraga dapat dimanfaatkan secara optimal di Indonesia.

Industrialisasi olahraga tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi, tetapi juga mendorong transformasi dalam manajemen olahraga modern. Proses industrialisasi menuntut organisasi olahraga

dikelola secara profesional melalui penerapan tata kelola organisasi, strategi pemasaran olahraga, manajemen event, serta pengembangan layanan kebugaran berbasis kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, industrialisasi olahraga berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas praktik keolahragaan, profesionalisme pengelola olahraga, serta perluasan akses masyarakat terhadap layanan aktivitas fisik yang terstruktur.

Conclusion

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, industrialisasi olahraga di Indonesia menunjukkan peran strategis sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi kreatif melalui keterlibatan berbagai subsektor, meliputi olahraga profesional, jasa kebugaran, penyelenggaraan event olahraga, media dan pemasaran olahraga, serta pariwisata olahraga. Integrasi antar subsektor tersebut tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan kewirausahaan olahraga, dan penguatan industri pendukung, tetapi juga mendorong peningkatan kualitas praktik keolahragaan. Industrialisasi olahraga berkontribusi terhadap profesionalisme pengelolaan organisasi olahraga, peningkatan kualitas layanan kebugaran masyarakat, serta efektivitas penyelenggaraan event olahraga sebagai bagian dari sistem pembinaan dan partisipasi olahraga masyarakat. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan industrialisasi olahraga di Indonesia masih menghadapi tantangan struktural berupa keterbatasan infrastruktur, belum optimalnya dukungan regulasi, rendahnya profesionalisme pengelolaan, serta belum kuatnya sinergi lintas sektor.

Oleh karena itu, diperlukan penguatan kebijakan dan regulasi yang terintegrasi antara sektor olahraga, ekonomi kreatif, dan pariwisata, disertai peningkatan investasi infrastruktur serta pengembangan sumber daya manusia olahraga yang memiliki kompetensi manajerial, kewirausahaan, dan literasi digital. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas olahraga perlu ditingkatkan untuk mendorong pertumbuhan industri olahraga yang berkelanjutan sekaligus memperkuat tata kelola organisasi olahraga dan kualitas layanan aktivitas fisik masyarakat. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan studi empiris berbasis data lapangan agar diperoleh model pengembangan industrialisasi olahraga yang lebih aplikatif, berbasis bukti, serta relevan dengan kebutuhan pengembangan sistem keolahragaan nasional di Indonesia.

References

Agustian, W. R., Sudijandoko, A., Pramono, M., & Nugraha, A. B. (2024). The influence of sports mega-events on local business growth: A study of PON 2024 aquatic venue. *Global Insights in Management and Economic Research, 1*(2), 1–15.

Binathara, M. B. (2020). *Perkembangan industri sepak bola sebagai industri hiburan global*. Pati: Universitas Safin Pati.

Budiman, D., & Wibowo, R. (2023). Eksplorasi peluang bisnis di industri olahraga melalui program JAPRI pada mahasiswa olahraga. *Jurnal Keolahragaan, 1*(1), 47–53.

Duglio, S., & Beltramo, R. (2017). Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: The case of the World Junior Alpine Ski Championships. *Sustainability, 9*(3), 343. doi:10.3390/su9030343

Irfan, M., Hariadi, H., Hasibuan, M. N., & Usman, K. (2024). Analysis of the sport industry for educational tourism based on traditional sports. In *Proceedings of the International Conference on Innovation in Education, Science, and Culture* (pp. 230–238).

Juliansyah, M. A. (2021). Aksiologi penggunaan VAR dalam industri olahraga. *Jurnal Ilmu Keolahragaan, 8*(2), 106–113.

Julianti, P. E., Yusmawati, Widyaningsih, H., Mulyana, & Halim, A. (2023). Identification of barriers to entry in the sport tourism industry: A challenge for local sports entrepreneurs. *Journal Sport Area, 8*(2), 230–238. doi:10.25299/sportarea.2023.8.2.12345

Pakaya, R., Datau, S., Tumaloto, E. H., Kadir, S. S., & Aliriad, H. (2025). Developing sports tourism based on local wisdom in Gorontalo: Potentials, challenges, and strategic directions. *Journal Sport Area, 10*(3), 504–517. doi:10.25299/sportarea.2025.10.3.14567

Permata, G. S., Fithroni, H., Khuddus, L. A., & Wismanadi, H. (2024). Sports marketing strategies: Membangun awareness dan public interest terhadap olahraga baru fullball. *Jurnal Porkes, 7*(2), 966–979. doi:10.29408/porkes.v7i2.10123

Pompayo, S. (2024). Aspek historis industri olahraga. *Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga, 2*(1), 1–9.

Pradiza, R. A., & Fatoni, M. (2023). Strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan pakaian olahraga. *Jurnal Porkes, 6*(2), 343–354. doi:10.29408/porkes.v6i2.7890

Raso, G., & Cherubini, D. (2024). Sport tourism and regional economic development: A systematic review. *Scientific Journal of Sport and Performance, 3*(1), 108–121. doi:10.55860/JKWX7277

Runesi, S., Louk, M. J. H., Utomo, A. W. B., Saputra, S. Y., & Puriana, R. H. (2025). Business models in the sports industry: A literature review as a theoretical approach. *Journal of Sport and Exercise Science, 8*(1), 25–33. doi:10.26740/joses.v8n1.p25-33

Sinlaeloe, A., Nafie, A. J., Nope, F., & Selan, M. (2020). Penjajakan peluang industri mikro olahraga pada program studi pendidikan jasmani kesehatan dan rekreasi. *Jurnal Pendidikan Jasmani, 5*(2), 91–96.

Utomo, A. W. B., Pujiati, A., Asyhari, A. T. C., Saputra, S. Y., Runesi, S. Y., & Puriana, R. H. (2025). Digital marketing strategies and increasing the economic value of the sports industry. *Jurnal Porkes, 8*(2), 908–918. doi:10.29408/porkes.v8i2.11234

Widya, A., & Syadzwina, W. (2024). Komunikasi olahraga: Promosi dan pemasaran olahraga di era digital. *Jurnal Komunikasi Olahraga, 5*(1), 1–12.