

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, MENYONSONG INDUSTRI OLAHRAGA

Pujiratno*

Abstrak: Industri olahraga sebagai puncak pencapaian puncak kegiatan olahraga. Pencapaian ini akan dapat dilalui hanya dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Perlunya peningkatan partisipasi masyarakat pada pengembangan olahraga melalui suatu pemberdayaan (empowerment) yang terstruktur dan teratur. Kenyataan bahwa partisipasi masyarakat Indonesia terhadap olahraga ditunjukkan dengan tingginya minat masyarakat dalam berolahraga dan beraktivitas jasmani. Partisipasi aktif dan teratur itu terbentuk berdasarkan kecintaan terhadap olahraga yang kemudian melekat sebagai bagian dari cara hidup dan budaya. Memberdayakan masyarakat dalam pengembangan industri olahraga bukan merupakan hal mudah, tetapi hal ini dapat dilakukan dengan melihat kebutuhan dan keadaan lingkungan dimana industri olahraga akan dikembangkan. Kekuatan (power), sumber daya (Resources), dan kolaborasi (collaboration) merupakan tiga kunci keberhasilan dalam pemberdayaan. Partisipasi aktif masyarakat dalam olahraga merupakan kekuatan yang dapat memacu peningkatan sumber daya sehingga dibutuhkan kolaborasi dari seluruh elemen masyarakat untuk pengembangan olahraga sebagai sebuah industri. Tercapainya industri olahraga yang dikelola dari, oleh, dan untuk masyarakat.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Masyarakat, Industrialisasi, Olahraga

PENDAHULUAN

Perkembangan olahraga Indonesia saat ini memang belum mampu menghasilkan suatu perubahan pada masyarakat. Selain prestasi olahraga Indonesia yang kian menurun sebagai dampak dari adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan, olahraga seakan-akan tidak mendapat perhatian secara serius dari pemerintah dan apalagi masyarakat. Pemerintah dengan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) bersama-sama telah menyepakati Undang-Undang Republik

* Penulis adalah Staf Edukatif di Fakultas Ilmu Keolahragaan Unimed

Indonesia tentang Sistem Keolahragaan Nasional. Petikan perundang-undangan keolahragaan itu mengamanatkan bahwa masyarakat harus ikut serta dalam mengembangkan olahraga nasional, terutama industri olahraga. Dewasa ini perkembangan *sport entertaint* menunjukkan akselerasi luar biasa, sehingga bila diamati adakalanya bermunculan hal-hal yang sulit diterima akal sehat, namun menjadi nyata di dunia olahraga. Yang paling mutakhir dan fenomenal adalah *beckhamology*. *Beckhamology* adalah bidang kajian baru dalam industri olahraga yang mempelajari bagaimana seorang Beckham sejak usia dini telah diformat hingga menjadi sebuah ikon dalam dunia olahraga, industri, dan hiburan. Setiap jengkal dari bagian tubuhnya, gaya, dan gerakannya mampu mendatangkan uang (Tandiyo Rahayu dan Jonni Siahaan, 2003).

Membentuk seorang dari bukan siapa-siapa hingga menjadi seorang yang luar biasa tentu harus dengan pendekatan teknologi canggih. Karena itu, dibutuhkan dana dan investasi yang tidak kecil. Parkhouse dalam buku *Sport Management* menyatakan olahraga adalah bisnis besar dan industri olahraga sudah menjadi fenomena di Amerika Serikat. Semua kebutuhan mulai dari alat-alat/perlengkapan, keperluan atlet, sampai penyiaran acara dikelola dalam format industri. Pendapat ini memberikan pengertian bahwa olahraga telah dikelola selayaknya sebuah industri yang berorientasi profit. Karena itu, diperlukan manajer yang memiliki pemahaman dan kemampuan profesional dalam bidang keolahragaan (Tandiyo Rahayu dan Jonni Siahaan, 2003).

Sumber utama yang sering menjadi penghalang pembinaan prestasi adalah ketidakmampuan organisasi dalam memperoleh dana pembinaan yang tidak kecil jumlahnya. Mungkin sudah saatnya kita bercermin pada negara-negara lain yang telah mampu mengelola olahraga sebagai sebuah industri. Salah satu kunci keberhasilan adalah kemampuan mengemas olahraga menjadi tontonan menarik dan layak jual. Atau, menjadikan olahraga sebagai suatu kebutuhan yang senantiasa dicari. Hal ini dikarenakan bahwa keberhasilan olahraga tidak bisa diukur dari berhasil tidaknya meraih medali, tetapi lebih kepada kemampuan untuk menggerakkan olahraga itu menjadi tontonan yang menghibur, menggembirakan, dan yang paling puncak adalah menjadi industri olahraga.

Semboyan yang dikumandangkan setiap 9 September "memasyarakatkan olahraga dan mengolahragakan masyarakat" sangat baik bila maknanya dapat diamalkan semua pihak. Bilamana olahraga benar-benar memasyarakat dan masyarakat telah membutuhkan olahraga, institusi olahraga dapat berharap akan memperoleh dana dari masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat tampaknya menjadi kata kunci keberhasilan pengelolaan olahraga secara mandiri. Karena itu, masyarakat inilah yang harus digarap terlebih dulu (Tandiyo Rahayu dan Jonni Siahaan, 2003).

Olahraga sebagai sebuah Industri

Undang-undang Sistem keolahragaan Nasional mengisyaratkan bahwa industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi, diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat. Industri olahraga dapat berbentuk jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional, seperti; kejuaraan nasional dan internasional; pekan olahraga daerah, wilayah, nasional, dan internasional; promosi, eksibisi, dan festival olahraga; atau keagenan, layanan informasi, dan konsultasi olahraga (UU Sistem Keolahragaan Nasional tahun 2005, pasal 79 ayat 2). Berdasarkan hal tersebut diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa industri olahraga merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan dengan segala sesuatu mengenai olahraga.

Dae-Hwan Ok dari Korea mendefinisikan Industri olahraga sebagai sebuah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan peralatan dan layanan (Direktorat Jenderal Olahraga, 2003). Lebih lanjut dijelaskan bahwa yang dimaksud olahraga dan olahraga yang berkaitan dengan barang dan jasa adalah peralatan/perlengkapan olahraga yang dibutuhkan dalam aktivitas olahraga, kompetisi olahraga, pelatihan, pesta olahraga, dan lain-lain baik produk nyata maupun yang tidak nyata. Batas-batas industri olahraga dapat diamati, tercermin dalam karakteristik penyediaan barang dan jasa, sebagaimana halnya aktivitas bisnis ekonomi, dan semakin jelas pula, bila diidentifikasi segmen-segmennya.

Industri olahraga merupakan industri multi-jutaan dolar dengan suatu jaringan kompleks pada individu-individu dan klub-klub kaya, hak media, merchandise, kesepakatan-kesepakatan sponsorship, dan kontrak pemain yang menguntungkan (Tyehimba, 2005). Dalam strategi industri olahraga dan rekreasi nasional Australia disebutkan bahwa industri olahraga telah memberikan kontribusi pada perbaikan ekonomi dan social secara signifikan (Australian Government, 2001). Lebih lanjut diterangkan juga bahwa industri olahraga meliputi sektor-sektor berikut; 1) *Professional services* yang terdiri atas operasi pusat kebugaran, pelatih dan atlit profesional, dan kedokteran olahraga; 2) *Venues and Events* yang terdiri atas perencanaan, konstruksi, dan manajemen; 3) *Goods and Equipment* yang terdiri atas penyediaan, pembuatan, dan pemasaran; 4) *Media* yang terdiri atas cetak, televisi, kable, satelit, dan internet (Australian Government, 2001).

Pemerintah daerah Victoria di Australia mengindikasikan bahwa industri olahraga dan rekreasi itu meliputi 5 sektor, yaitu; 1) *Sport* – ketersediaan fasilitas dan pelayanan kepada orang yang berjuang di kompetisi dalam struktur lembaga dan usaha dan keterampilan jasmani yang dibutuhkan; 2) *Outdoor Recreation* – ketersediaan peluang menyelenggarakan rekreasi yang berhubungan dengan lingkungan alam; 3) *Fitness* – ketersediaan pelayanan-

pelayanan yang memberikan sumbangan pada kebugaran jasmani; 4) *Community Recreation* – ketersediaan pelayanan daerah sekitar, termasuk pendidikan masyarakat, rekreasi untuk orang yang berkebutuhan khusus, olahraga tidak terstruktur, dan festival-festival; 5) *Racing and Gambling* – aktivitas yang menyangkut dengan industri balap dan pelayanan perjudian lainnya (seperti kasino) (Sport and Recreation Victoria, 1997). Il Hong Choi, President SOSFO, mengemukakan tiga aspek strategi pengembangan industri olahraga yaitu: 1) *Penggalakan pemasaran olahraga*, dalam rangka meningkatkan efisiensi industri olahraga, dan efektivitas organisasi, upaya pemasaran yang sistematis harus dikembangkan guna mengembangkan produk olahraga yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, pengembangan teknik pemasaran olahraga harus disesuaikan dengan lingkungan dalam negeri dengan cara menetapkan standar teknik pemasaran yang lebih maju, contohnya, pemancara olahrag, lisensi, sponshorship; 2) *Diversifikasi industri olahraga*, lingkup dan batas industri olahraga harus diperluas menjangkau jauh di luar para peserta olahraga; 3) *Diversifikasi sumber daya olahraga*, hal ini dimaksudkan dalam rangka bagaimana menggiring penggemar olahraga ke dalam wilayah industri olahraga (Direktorat Jenderal Olahraga, 2003).

Perkembangan industri olahraga menempuh waktu dan pentahapan, seperti yang ditunjukkan oleh Jepang. Tahap perkembangan industri olahraga di Jepang dimulai dengan tahap permulaan yang berlangsung seiring dengan pengenalan olahraga modern ke Jepang. Tahap pengembangan ditandai dengan pembangunan fasilitas olahraga dalam skala luas. Tahap pengembangan lebih maju ditandai dengan tumbuhnya konsep olahraga waktu luang. Tahap kematangan ditandai dengan tumbuhnya orientasi baru, yaitu partisipasi dalam golf dan ski semakin meningkat. Tahap peralihan (transisi) ditandai dengan maraknya pertumbuhan klub-klub kesehatan dan tempat peristirahatan. Tahap kebangkitan kedua ditandai dengan kesenderungan profesionalisme dan komersialisasi dalam olahraga. Tahap-tahap ini dilalui Jepang dalam kurun waktu 1980-2000 (Direktorat Jenderal Olahraga, 2003).

Olahraga dan rekreasi telah menjadi salah satu dari 10 industri terbaik untuk pertumbuhan pekerjaan di Australia dan Amerika Serikat. Bahkan di Amerika total besar industri olahraga dua kali lebih besar dari pada industri mobil dan hampir 7 kali perusahaan industri film. Sebagai contoh, di Industri olahraga dan rekreasi Victoria, pekerjaan tumbuh kira-kira 6 % per tahun, yang terdiri atas lebih dari 1900 bisnis olahraga, dengan jumlah pekerja kira-kira 26.000 orang, para sukarelawan menyediakan 20 juta jam waktunya untuk industri.

Partisipasi Masyarakat dalam olahraga

Seperti yang telah dituliskan di atas bahwa untuk mencapai industri dalam olahraga diperlukan strategi pengembangan yang sesuai dengan keadaan dan situasi lingkungan. Peningkatan partisipasi masyarakat adalah hal mutak apabila Indonesia menginginkan olahraga dijadikan sebagai industri. Bentuk

partisipasi masyarakat dalam mengembangkan olahraga bermacam-macam. Partisipasi aktif dan teratur itu terbentuk berdasarkan kecintaan terhadap olahraga yang kemudian melekat sebagai bagian dari cara hidup dan budaya. Hal ini diperoleh, tidak dengan sendirinya, melainkan melalui proses belajar atau proses pembudayaan. Dalam kaitan itu, penyelenggaraan pendidikan jasmani dan olahraga di sekolah menempati kedudukan yang amat strategis. Oleh karenanya, status pendidikan jasmani dan olahraga di sekolah harus diangkat dan disejajarkan dengan kegiatan akademik lainnya. Selain itu, kegiatan olahraga masyarakat (termasuk olahraga rekreasi) ikut serta menja bagian terpadu dalam kesisteman, dan dalam perkembangannya juga akan mempengaruhi subsistem lainnya, termasuk olahraga kompetitif.

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berkaitan. Faktor tersebut terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam lingkungan masyarakat, sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar lingkungan masyarakat. Badan Pusat Statistik dalam penelitiannya menemukan bahwa struktur demografis masyarakat, pengetahuan masyarakat tentang manfaat olahraga, selera atau preferensi, ketersediaan fasilitas olahraga dan lingkungan tempat tinggal merupakan faktor-faktor internal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam olahraga. Prestasi atlet terutama pada event internasional, motivasi guru/pelatih, dan intervensi pemerintah juga diyakini banyak orang sebagai faktor eksternal yang dapat merangsang tumbuhnya partisipasi masyarakat untuk berolahraga (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004).

Penelitian lainnya memperlihatkan bahwa ketersediaan prasarana mempengaruhi motivasi mereka melakukan olahraga. hal ini sekaligus menunjukkan bahwa partisipasi aktif olahraga tidak cukup hanya menyerahkan sepenuhnya kepada kemauan orang per orang, tetapi perlu didorong dengan menciptakan situasi yang memungkinkan masyarakat melakukan olahraga, misalnya dengan memberikan sarana dan prasarana yang cukup (Dirjen Olahraga, 2004).

Pembangunan olahraga pada dasarnya adalah upaya yang diarahakan dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga. sejalan dengan itu, pembangunan olahraga seyogyanya harus dilakukan sesuai dengan kondisi serta karakteristik masyarakat dan lingkungan masyarakat yang akan menjadi sasaran atau target pembangunan. Partisipasi masyarakat dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu: tingkat dan pola partisipasi masyarakat dalam berolahraga, tujuan dan motivasi berolahraga, dan karakteristik kegiatan olahraga masyarakat yang meliputi jenis olahraga, jalur olahraga yang digunakan dan frekuensi serta intensitas berolahraga (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 1994-2000 terjadi penurunan tingkat partisipasi olahraga masyarakat. Angka partisipasi olahraga penduduk dari sebesar 35,3 % pada tahun 1994 berkurang menjadi hanya sebesar 22,6 % pada tahun 2000. Pada periode 2000-2003 terjadi gejala peningkatan partisipasi olahraga penduduk secara perlahan, yaitu dari sebesar 22,6 % menjadi sebesar 25,4 %. Angka partisipasi olahraga penduduk perkotaan mencapai 32,1 %, sedangkan untuk daerah pedesaan sebesar 20,4 %. Secara nasional juga ditunjukkan bahwa partisipasi olahraga penduduk laki-laki (30,9 %) lebih tinggi dari penduduk perempuan (20,0 %) (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004). Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Maksun (2004) dalam *Sport Development Index* (SDI) Nasional tahun 2004 menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap olahraga sangat tinggi, yaitu 85 %. Dari 85 % masyarakat yang berminat terhadap aktivitas olahraga tersebut, hanya 32 % yang berpartisipasi aktif dalam olahraga. 23 % responden masih melakukan olahraga secara sporadis, kadang melakukan kadang tidak (Dirjen Olahraga, 2004).

Jenis olahraga yang diminati mayoritas penduduk adalah senam. Pada tahun 2003 penduduk yang melakukan olahraga mencapai 43,7 % dari penduduk yang melakukan olahraga. sementara olahraga paling populer di kalangan masyarakat yaitu sepak bola hanya dilakukan oleh sekitar 14,6 % dari total penduduk yang berolahraga. Olahraga lain yang diminati oleh penduduk Indonesia adalah Bola Voli yang dilakukan oleh sekitar 14,9 % penduduk yang berolahraga, atletik yang dilakukan oleh 15,5 % penduduk yang berolahraga, Bulutangkis hanya dilakukan oleh 2,7 % penduduk yang berolahraga, serta olahraga yang lainnya sekitar 8,6 %. Para periode 1994-2003, minat penduduk terhadap olahraga sepak bola, bola voli dan atletik semakin meningkat. Sebaliknya, minat penduduk untuk jenis olahraga lainnya seperti senam dan tenis meja cenderung semakin menurun (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004). Partisipasi masyarakat dalam olahraga didasari oleh motivasi dan tujuan tertentu, misalnya untuk menjaga kesehatan, prestasi, rekreasi/hiburan dan lainnya. Pada tahun 2003 dari keseluruhan penduduk yang berolahraga sebanyak 65,2 % melakukannya untuk menjaga kesehatan, kemudian sebesar 7,8 % berolahraga untuk meningkatkan prestasi, dan 27,0 % lainnya melakukan olahraga untuk tujuan lainnya, seperti hiburan dan rekreasi (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004).

Hasil penelitian Maksun (2004) juga menunjukkan bahwa dari seluruh anggota masyarakat yang melakukan olahraga, hanya 20 % yang bertujuan untuk mencapai prestasi, sementara 72 % lainnya melakukan olahraga dengan alasan kesehatan. Hal ini berimplikasi pada perhatian pemerintah yang tidak seharusnya terfokus pada olahraga prestasi semata, tetapi olahraga masyarakat yang secara umum bertujuan menjaga dan meningkatkan kesehatan harus mendapat perhatian yang serius. Tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga secara umum mencerminkan minat dan apresiasi masyarakat yang

bersangkutan terhadap kegiatan olahraga (Dirjen Olahraga, 2004). Jalur olahraga merupakan cara atau mekanisme yang digunakan oleh penduduk, untuk dapat melakukan kegiatan olahraga yang diminatinya. Jalur olahraga yang paling banyak dimanfaatkan penduduk untuk melakukan olahraga selama tahun 2003 berturut turut adalah sekolah (54,1 %), sendiri (30,6 %), perkumpulan (16,5 %), dan tempat bekerja (6,6 %) (Dirjen Olahraga dan BPS, 2004). Pemanfaatan sekolah sebagai jalur olahraga sangat beralasan selain karena adanya mata pelajaran pendidikan jasmani yang merupakan salah satu mata rantai penciptaan rasa cinta masyarakat terhadap aktivitas jasmani dan olahraga, juga pemanfaatan alat dan fasilitasnya yang lebih aman dan terpelihara walaupun tidak selengkap yang diinginkan.

Pelaksanaan program intrakurikuler maupun ekstrakurikuler berpengaruh pada pemanfaatan sekolah sebagai jalur melakukan olahraga oleh masyarakat. Secara umum frekuensi kegiatan olahraga yang dilakukan penduduk pada umumnya masih rendah. Pada tahun 2003 dari seluruh penduduk yang melakukan kegiatan olahraga sebanyak 80,3 % diantaranya melakukan kegiatan olahraga hanya selama 1-2 hari dalam seminggu, sebanyak 13,1 % melakukan olahraga selama 3-5 hari seminggu dan sebanyak 6,6 % lainnya melakukan olahraga selama 6-7 hari dalam seminggu. Sedangkan intensitas kegiatan olahraga penduduk pada tahun 2003 tercatat sebanyak 46,7 % melakukan kegiatan olahraga dengan waktu 31-60 menit, sebanyak 35,4 % melakukan olahraga selama 30 menit atau kurang, dan mereka yang melakukan olahraga dalam waktu lebih dari satu jam tercatat hanya sebesar 17,9 %.

Pemberdayaan Masyarakat menuju Industri Olahraga

Peningkatan partisipasi masyarakat dalam aktivitas jasmani dan olahraga merupakan tujuan pertama dari pengembangan industri olahraga. Ada 5 tahap proses pengenalan menuju olahraga dan aktivitas jasmani seseorang menurut Andersen dalam bukunya *A Marketing Social Change* (1995), yaitu; 1) tahap awal perenungan (tidak ada pemikiran mengenai aktivitas jasmani); 2) tahap perenungan (berpikir tentang melakukan aktivitas jasmani); 3) tahap persiapan (mengambil keputusan untuk melakukan aktivitas jasmani); 4) tahap tindakan (melakukan aktivitas jasmani untuk pertama kali); 5) tahap penegasan (melakukan aktivitas jasmani) (A Joint DCMS/Strategy Unit Report, 2002). Penjelasan dan pemaknaan kembali olahraga merupakan hal yang perlu untuk dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat. Konsep olahraga secara definitif harus sama di seuruh wilayah Indonesia.

Persamaan persepsi pada olahraga melalui penyederhanaan pengertian dan makna akan memberikan kemudahan pada masyarakat dalam ikut berpartisipasi aktif untuk mengembangkan olahraga. Pemaknaan yang sederhana tetapi cukup luas adalah berawal dari pentingnya aktivitas jasmani bagi kehidupan. Seperti yang dilakukan oleh pemerintah daerah wilayah

Tenggara Inggris yang secara definitive mengartikan olahraga (*sport*) “*Sport means all forms of physical activity which, through casual or organised participation, aim at expressing or improving physical fitness and mental well-being, forming social relationships or obtaining results in competition at all levels*” (Sport England, 2004). Mereka mengartikan olahraga sebagai semua bentuk dari aktivitas jasmani yang di organisasi maupun tidak, dengan tujuan untuk meningkatkan kebugaran jasmani dan mental yang baik, dalam bentuk hubungan sosial maupun memperoleh hasil dalam kompetisi di semua tingkat.

Seperti yang telah disinggung di atas bahwa olahraga diartikan sebagai semua bentuk dari aktivitas jasmani. Pemaknaan yang cukup sederhana tetapi sangat luas. Aktivitas jasmani dan kesehatan merupakan unsur penting dalam peningkatan kualitas hidup manusia dimana hal tersebut dapat tercapai melalui olahraga (*sport*) dan hidup aktif (*active living*). Gaya hidup aktif merupakan kebutuhan untuk mencapai aktivitas jasmani dan kesehatan yang baik. Pekerjaan rumah, berkebun, dan berbagai kegiatan yang menggunakan tenaga manusia dilakukan dengan penuh semangat. Gaya hidup aktif juga diperlihatkan dengan penggunaan transportasi yang mengaktifkan tubuh kita.

PENUTUP

Berdasarkan pemaknaannya pengembangan olahraga dan aktivitas jasmani dapat dilakukan yang meliputi 5 tema pengembangan yang terdiri atas; 1) *Enhancing The Sporting Infrastructure*, program yang bertujuan untuk mengembangkan sistem olahraga yang bertaraf dunia, mempersatu jaringan organisasi-organisasi dan kesempatan orang untuk memulai, tinggal dan berhasil dalam olahraga; 2) *Developing education and skill*, program ini bertujuan untuk pemanfaatan olahraga dan aktivitas jasmani dalam ruang lingkup pembelajaran dan tempat bekerja untuk meningkatkan pembelajaran sepanjang hayat (*lifelong learning*) dan partisipasi dalam olahraga untuk keuntungan pribadi dan ekonomi; 3) *Improving Health And Well Being*, program ini bertujuan untuk pemanfaatan olahraga dan aktivitas jasmani dalam meningkatkan kesehatan jasmani, sosial, dan mental dan masyarakat yang sehat berpusat terutama pada dua area tersebut dengan kebutuhan kesehatan yang besar dan ketidaksamaan; 4) *Benefiting The Economy*, program ini bertujuan untuk pemanfaatan olahraga dan aktivitas jasmani dalam memberikan sumbangan pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan daya tarik dan keterampilan orang tersebut, pengembangan daya tarik olahraga dan aktivitas jasmani untuk masuk dalam investasi, pemanfaatan olahraga untuk memberikan kesan positif; 5) *Creating Stronger And Safer Communities*, program ini bertujuan untuk pemanfaatan olahraga dan aktivitas jasmani dalam mempersatukan masyarakat, membuka keterampilan sekitar, membantu orang dari resiko untuk mengambil gaya hidup yang positive. Menurut Lawson (2005) ada tiga kunci dari pemberdayaan adalah kekuasaan (*power*), sumber daya (*resource*), dan kerja sama (*collaboration*) baik dalam tataran teori maupun

praktik. Pemberdayaan merupakan penyaluran baru kekuasaan. Ketika kekuasaan itu terbatas maka pemberdayaan tidak akan tersalurkan, dan ketika kekuasaan itu tidak terbatas maka pemberdayaan akan membaginya. Disinilah letak pemberdayaan yang sesungguhnya, bahwa kekuasaan yang dimiliki akan dapat tersalurkan dan terbagi melalui pemberdayaan. Sumber daya merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kekuasaan (*power*). Sumber daya ini termasuk uang, yang tidak berhubungan uang, bantuan jaringan kerja, dan masyarakat lainnya terutama yang mempunyai kekuasaan dan berwibawa.

Daftar Pustaka

- Sport and Recreation Victoria. 1997. *The Business of Sport: An examination of the dimensions of the Sport and Recreation Industry in Victoria*. Victoria: Australia.
- Australian Government. 2001. *Game Plan 2006: Sport and Leisure Industry Strategic National Plan*. Canberra City, Australia. The Sport and Tourism Division, Departement of Industry, Science and Resources.
- Ditjen Olahraga. 2003. *olahraga, kebijakan dan polotik: sebuah analisis*. Jakarta.
- Ditjen olahraga. 2004. *Sport Development Index (SDI) Nasional tahun 2004*. Jakarta.
- Ditjen olahraga dan BPS. 2004. *Sport Development Index (SDI) Nasional tahun 2004*. Jakarta. Direktorat jenderal olahraga Departemen Pendidikan Nasional.
- Tyehimba, Ras. 2005. *Sports As Social Empowerment*. available online at www.rastaspeaks.com/tyehimba/2005/0208.html
- Tandiyo Rahayu dan Jonni Siahaan. 2003. *Kembangkan Olahraga Tanpa Bapak Angkat*. *Suara merdeka*. Edisi Selasa, 9 September 2003.
- Undang-undang Republik Indonesia nomor: 3 tahun 2005 tentang *Sistem Keolahragaan Nasional*. Kementrian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.
- A Joint DCMS/Strategy Unit Report. 2002. *Game plan: a Strategy for Delivering Government's Sport and Physical Activity Objectives*. London, UK. Cabinet office.

Sport England. 2004. North West on The Move: *The North West Plan For Sport And Physical Activity 2004 – 2008*. Executive Summary. Sport England in the North West, Astley House, Quay St, Manchester M3 4AE, Tel: 0161 834 0338 Fax: 0161 835 3678, www.sportengland.org.

Lawson. 2005. Empowering People, *Facilitating Community Development, and Contributing to Sustainable Development: the Social Work of Sport, Exercise, and Physical Education Programs*. Sport, Education and Society. Vol.10, No.1,

March 2005, pp. 135-160. Taylor & Francis Ltd.