

Peran Sports Industry Dalam Menghadapi Era Society 5.0 Pada Masa Covid-19

Fajar Awang Irawan^{a,1}, Ananda Eka Ramadhan^{a,2}, Zahra Citra Fanita^{a,3}, Maranthika Fony Zulfatma^{a,4}, Minh Nghia Le Tran^{b,5}

a ^{1,2,3,4} Universitas Negeri Semarang, Kota Semarang, Jawa Tengah

b ⁵ Ton Duc Thang University, Vietnam

*fajarawang@mail.unnes.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 2022-03-04

Revised: 2023-01-04

Accepted: 2023-01-23

Keywords

Era Society 5.0
Pandemi Covid-19
Sports Industri

Kata kunci

Era Society 5.0
Pandemi Covid-19
Industri Olahraga

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the role of the sports industry in facing the era of society 5.0 during the covid-19 pandemic. This type of research uses a qualitative descriptive with the research population comes from the Sports Industry service actors in the city of Semarang. Taking respondents with non-probability sampling is used to avoid equal opportunities for the population to be selected. There are 6 respondents and data collection using in-depth interviews, data validity using triangulation, while data analysis using SWOT analysis. The results of this study indicate that the message of the sports industry through planning, organizing, directing, and supervising the role of the sports industry in facing the era of society 5.0 during the covid-19 pandemic is in a fairly good category. However, the perpetrators of the Sports Industry service in the city of Semarang do not know carefully about future problems regarding the era of society 5.0. Thus, the problems faced by the Sports Industry service actors are related to human resources that need to be improved to be ready to face the era of society 5.0. The limitation in this study is the lack of sports players in both products and services due to the COVID-19 pandemic. It is hoped that further research can get more sports players so that they get varied research results.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran *sports industry* dalam menghadapi era *society 5.0* pada masa pandemi *covid-19*. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan populasi penelitiannya berasal dari pelaku jasa *Sports Industry* di kota Semarang. Pengambilan responden dengan *non probability sampling* digunakan untuk menghindari kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih. Untuk responden berjumlah 6 orang dan pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, keabsahan data menggunakan triangulasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sports Industry* melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan pada peran *Sports Industry* dalam menghadapi era *society 5.0* pada masa pandemi *covid-19* pada kategori cukup baik. Namun pelaku jasa *Sports Industry* di Kota Semarang belum mengetahui secara seksama mengenai permasalahan kedepan tentang era *society 5.0*. sehingga, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku jasa *Sports Industry* berkaitan dengan sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan untuk siap menghadapi era *society 5.0*. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu kurangnya pelaku olahraga baik produk maupun jasa dikarenakan pandemic *covid-19*. Kesimpulan dari penelitian ini bahwasanya penerapan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawas bagi pelaku jasa *Sports Industry* terbilang sudah cukup baik. Diharapkan penelitian selanjutnya bisa mendapatkan pelaku olahraga yang lebih banyak sehingga mendapatkan hasil penelitian yang bervariasi.

Artikel ini open akses sesuai dengan lisensi [CC-BY-SA](#)



Sports Industry merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara (Priyono, 2012). Selain menjadi perkembangan ekonomi suatu negara, *sports Industry* juga menghadapi pasar yang tersegmentasi dan volatilitas permintaan yang tinggi (Andreff, 2006). Kegiatan olahraga mempunyai pengaruh terhadap kehidupan manusia, baik itu nilai ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya (Kusumawardhana, 2017). Olahraga menjadi salah satu paling penting dari kegiatan kewirausahaan yang melibatkan sejumlah besar orang di berbagai *sports industry*, sementara di sisi lain, cabang-cabang kewirausahaan ini mengisi anggaran negara bagian dan local di beban pajak, yang sampai batas tertentu memungkinkan negara untuk memecahkan berbagai masalah sosial (Savić et al., 2018). Setiap tahun masyarakat yang minat dengan olahraga bisa dikatakan sangat baik dan terus bertambah, sehingga peluang bisnis terkait dengan olahraga juga ikut meningkat seiring berjalannya waktu. Nilai industri olahraga global pada tahun 2018 diperkirakan mencapai \$471 miliar, meningkat 45% sejak 2011 (Alam & Abdurraheem, 2021).

Era *society 5.0* sudah mulai berkembang di seluruh dunia dengan begitu Indonesia juga sudah mulai turut campur ke dalam *Society 5.0*. *Society 5.0* sebuah ide yang menjelaskan revolusi kehidupan masyarakat dengan adanya perkembangan revolusi industri 4.0 (Al Faruqi, 2019). *Society 5.0* berfokus pada penerapan teknologi dalam perkembangan konstan dan inovasi yang didorong untuk *industry 4.0* untuk memecahkan masalah umat manusia seperti penuaan populasi, bencana alam, kesenjangan sosial, keamanan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat (Pereira et al., 2020). Inovasi digital dimanfaatkan pada tahap ini untuk mendukung reaksi masyarakat terhadap covid-19 (Z. Wang & Tang, 2020). Penggunaan teknologi baru dengan *artificial intelligence* dan data yang besar akan sangat mengurangi biaya tenaga kerja, peningkatan produktivitas secara eskponensial, mengoptimalkan produk dan layanan yang ada di indsutri, dan meningkatkan kualitas dan menambahkan nilai (Lv & Song, 2020).

Pada penelitian terdahulu dengan judul “*Innovating in sport management : The Impact of COVID-19 on technological advancements in the sports industry*” yang ditulis oleh Mataruna, (2020) yang telah dipublikasikan pada tahun 2020 bahwa setiap aspek industry olahraga mulai dari persiapan pertandingan hingga penggemar telah dirusak oleh pandemi yang sedang berlangsung. *Covid-19* telah mendorong percepatan dalam pengembangan solusi inovatif untuk mengurnagi pengeluaran keseluruhan dalam industry yang tidak dapat menerima perubahan. Meskipun begitu, teknologi dalam Manajemen Olahraga (TSM) harus menjadi yang terdepan dalam inovasi saat mengantarkan area baru untuk penelitian dan pengembangan yang mempromosikan nilai bagi semua orang di masyarakat. Penelitian ini membahas dampak teknologi di bidang manajemen olahraga dari perspektif pemangku

kepentingan utama dalam rekreasi, pendidikan, identifikasi bakat, jurnalisme, pariwisata, ekonomi olahraga, analisis kinerja dan olahraga kinerja tinggi.

Berdasarkan observasi penulis di beberapa *Sports Industry* di Kota Semarang, Kemajuan *Sports Industry* yang sudah mulai memasuki era *Society 5.0* tidak selalu berjalan dengan baik. Banyak kesulitan yang dihadapi, seperti munculnya virus *covid-19* pada akhir tahun 2019 hingga tahun 2022 masih berlanjut. Tempat penyedia fasilitas olahraga beberapa ada yang menutup layanan olahraga karena kondisi yang kurang baik dalam perkembangan *Sports Industry* di masa pandemic *Covid-19*. Sementara setiap segmen industry olahraga telah terkena dampak, dalam hal luasnya sektor olahraga pemuda bisa dibilang terpengaruh secara signifikan (Sanderson & Brown, 2020). Dikarenakan *covid-19* juga tekanan tidak merata karena distribusi sumber daya dan fasilitas dan anggaran akan dipengaruhi oleh kepemilikan fasilitas, jadwal pembayaran untuk sewa atau pemeliharaan, tingkat dukungan yang tersedia dan penggunaan (Evans et al., 2020). Sektor olahraga baik dari bidang jasa, produk, maupun penyedia fasilitas terganggu, karena masyarakat juga sangat berhati-hati dengan penyebaran virus *covid-19*. Memasuki era *society 5.0 artificial intelligence* terus berkembang untuk memudahkan pekerjaan manusia. Li, (2021) menyampaikan bahwa *artificial intelligence* dapat meletakkan sumber daya manusia yang kuat untuk *sports industry*.

Berdasarkan permasalahan yang dilihat pada observasi lapangan maka peneliti tertarik untuk mengkaji Peran *Sports Industry* dalam Menghadapi Era Society 5.0 Pada Masa Pandemi Covid-19. Peneliti melihat kemajuan *Sports Industry* melalui 4 fungsi manajemen yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, dan Pengawasan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kemajuan sports industry pada era society 5.0 dalam menangani efek pandemi *covid-19* di Kota Semarang. Peneliti berharap agar hasil dalam penelitian ini bermanfaat untuk pelaku sports industry, penyedia jasa, produk, maupun fasilitas olahraga supaya dapat dijadikan sebagai referensi maupun sebagai evaluasi dalam menangani efek pandemi *covid-19*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini melibatkan 6 pelaku *Sports Industry* dalam bidang jasa, barang, sarana dan prasarana sebagai sampel dan dipilih berdasarkan teknik *non probability sampling* di Kota Semarang. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara (triangulasi) dan analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Observasi dan wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dari pelaku sport industry mengenai kesulitan maupun tantangan yang dihadapi oleh penyedia barang, jasa, maupun sarana dan prasarana untuk pelaku *Sports Industry*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif meliputi *Data Reduction*, *Data Display*, dan *Conclusion*. *Data reduction* digunakan agar memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah melakukan pengumpulan data selanjutnya. *Data display* digunakan agar mempermudah peneliti untuk disusun secara sistematis dan mudah dipahami. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT dengan tujuan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh penyedia jasa *Sport Industry*.

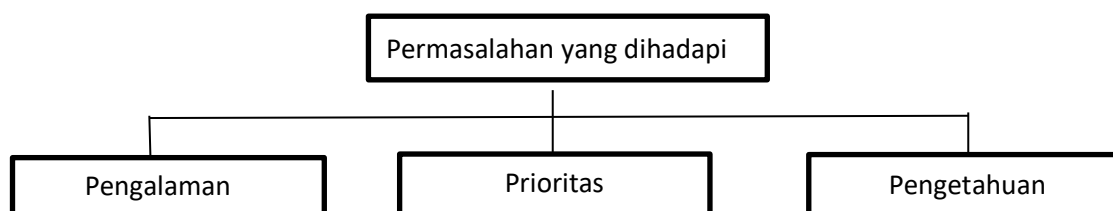
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah otonomi daerah Kota Semarang Provinsi Jawa tengah pada tanggal 1 Maret- 27 Maret 2021 dengan informan berjumlah 6 orang meliputi Penyedia Jasa, Produk, Sarana dan Prasarana.

Table 1. Data Informan Penelitian

No	Jenis <i>Sports Industry</i>	Tempat <i>Sports Industry</i>
1	Bidang Jasa	Anhesa Gym, Sebatour Eco Park, Instruktur Senam
2	Bidang Produk	Screen Production
3	Bidang Sarana dan Prasarana	Lapangan Ena Badminton, Sewa-sewa Adventure

Hasil penelitian mengenai penerapan fungsi perencanaan dalam proses manajemen *Sports Industry* untuk menghadapi *era society 5.0* dalam menangani efek pandemic *Covid-19* dapat diketahui bahwa semua informan paham akan adanya fungsi perencanaan dalam proses manajemen. Irfandi & Rahmat, (2017) menjelaskan bahwa manajemen berguna untuk tercapainya efisiensi dan efektivitas program dan manajemen salah satu cara proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

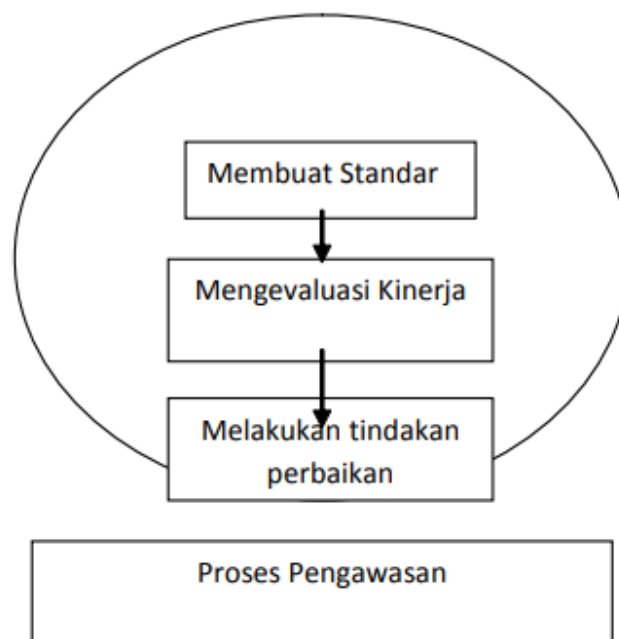


Gambar 1. Permasalahan yang dihadapi Pelaku *Sports Industry*

Namun tidak semuanya mengakui bahwa telah melaksanakan proses manajemen dengan baik. Dari perspektif manajemen, tempat olahraga dapat dikategorikan menjadi tempat olahraga umum, tempat olahraga sekolah, dan tempat olahraga komersial (Hu et al., 2016). Salah satu contohnya yaitu pengelola jasa *Sports Industry* Sebatour Eco Park di bidang wisata keluarga. Informan menyampaikan

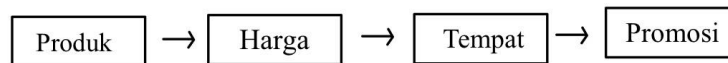
bahwa hingga saat ini proses manajemen belum dipahami dengan baik pada bidang *Sports Industry*. Informan mengungkapkan bahwa selama 1 tahun merintis usaha di bidang jasa *Sports Industry* dan pengelola tidak memprioritaskan usaha *Sports Industry* ini karena hanya sebagai usaha sampingan pengelola. Untuk informan dengan lama usaha *Sports Industry* lebih dari 1 tahun menyampaikan bahwa mereka telah menerapkan proses manajemen dengan baik.

Hasil penelitian mengenai penerapan fungsi pengawasan dalam proses manajemen *Sports Industry* untuk menghadapi era *Society 5.0* dalam mengatasi dampak Pandemi *Covid-19* dapat diketahui bahwa output ataupun tujuan diadakannya pengawasan adalah usaha akan berkembang kearah yang lebih baik.



Gambar 4. Proses Pengawasan (Rifa'i & Fadhli, 2013)

Mendapatkan hasil usaha atau omset yang meningkat melalui kinerja anggota yang baik dalam proses manajemen, dan diharapkan dapat menjadikan usaha menjadi usaha yang sehat dan tertata dalam proses manajemen. Wawancara mendalam terhadap semua informan, menyampaikan bahwa setelah proses pengawasan selesai, dilanjutkan dengan kegiatan evaluasi kinerja keseluruhan anggota. Proses evaluasi ini dilaksanakan secara rutin mingguan ataupun bulanan. Di era big data, manajemen sports industry harus bisa memanfaatkan teknologi big data untuk menganalisis informasi berharga dari data masif (X. Wang, 2020). Proses manajemen sangat penting untuk *Sports Industry* karena dapat memberikan keuntungan yang maksimal baik dari segi ekonomi maupun tenaga manusia yang digunakan.



Gambar 5. Unsur utama pemasaran

Dalam pemasaran *sports industry* unsur-unsur yang sangat perlu diperhatikan dalam management pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi (Lismadiana, 2017). pemasaran diartikan sebagai kemampuan bisa melakukan bisnis dengan cara yang jelas atau sebagai pemahaman umum tentang metode manajemen ekonomi terutama mengelola penjualan produk produsen (Ivanova, 2021). Produk yang dimiliki harus berupa barang yang dapat dilihat maupun diambil, produk tidak hanya selalu dengan barang tetapi bisa dikatakan dengan servis yang dapat memberikan kualitas yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan dalam pelanggan dan memberikan kebutuhan pelanggan. Seperti wawancara yang dilakukan kepada Screen Production memberikan produk yang dapat dilihat dari segi kualitas yang dapat dinilai sendiri oleh konsumen ataupun pelanggan. Penerapan pemasaran dalam *sports industry* untuk penetapan harga harus disesuaikan dengan standar pelanggan dan kualitas dari barang atau jasa yang diperjual belikan. Kemudian, tempat merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dengan benar karena dengan tempat yang strategis dengan target pasar yang tepat maka tempat yang digunakan akan menjadi tempat yang selalu diingat oleh pelanggan ataupun konsumen. Untuk unsur yang terakhir dengan promosi yang efektif dan efisien akan memberikan impact konsumen dalam membeli barang maupun jasa dalam tempat tersebut akan bertambah, dengan pemanfaatan teknologi yang canggih pada era society 5.0 akan memberikan manfaat pada pelaku *sports industry* maupun konsumen, karena dengan internet yang dapat diakses dimanapun promosi dapat dilakukan melalui social media seperti Instagram, Facebook, maupun E-Commerce dimana pelaku *sports industry* dapat menjual dengan tenaga yang minimum dibarengi dengan sistem management yang baik, sehingga untuk barang yang dapat dikirim pelanggan hanya menunggu dirumah, dan apabila *sports industry* mengenai jasa maupun fasilitas dapat dilakukan reservasi jarak jauh menggunakan *smarthphone*. Dalam observasi yang dilakukan peneliti, seperti yang dilakukan oleh Anhesa Gym yang memiliki akun Instragram sebagai sasalah satu promosi menggunakan sosial media di lengkapi lokasi pada halaman instragram dengan diberikannya informasi untuk jam buka dan jam tutup. Tidak hanya informasi umum terkait dengan profil Anhesa Gym tetapi pada halaman Instagram tersebut terdapat dokumentasi aktivitas pada tempat gym tersebut sehingga jika pelanggan ingin mengetahui lebih lanjut terkait tempat gym tersebut dapat melihat Instagram milik Anhesa Gym.



Gambar 6. Komponen Pemasaran (Firmansyah, 2020)

Dalam pengkomunikasian *sports industry* terdapat banyak unsur yang harus diperhatikan dalam manajemen komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merepresentasikan gabungan semua elemen dalam bauran pemasaran, yang memfasilitasi pertukaran untuk sekelompok pelanggan, posisi merek yang membedakan dengan merek pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya (Firmansyah, 2020). Pada manajemen komunikasi pemasaran banyak yang harus dipertimbangkan serta diperhatikan antara lain jenis produk, tempat, harga, serta promosi. Kualitas produk yang dimiliki dapat berupa barang yang dapat dilihat maupun disentuh, promosi juga dapat mempengaruhi harga barang terhadap keterkaitan konsumen. Wawancara yang dilakukan kepada salah satu pelaku usaha *sports industry* di bidang produk yaitu Screen Production, yang menyatakan bahwa dengan memberikan barang yang memiliki kualitas dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen serta ditunjang dengan harga yang sesuai dengan target pasar maka akan mendapatkan hasil penjualan yang meningkat. Seperti promosi yang dilakukan dalam platform e-commerce dimana pelaku usaha dapat menjual barangnya disana. Setelah mendapatkan barang konsumen akan melakukan penilaian di platform tersebut. Penilaian konsumen dapat mempengaruhi perkembangan usaha tersebut. Karena dengan kepuasan serta penilaian pelanggan yang memuaskan akan menarik lebih banyak konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Selain itu observasi yang dilakukan peneliti kepada salah satu pelaku usaha *Sports Industry* dibidang sarana dan prasarana yaitu Lapangan Ena Badminton. Melihat lokasi tempat yang strategis dengan ditengah-tengah lingkup lingkungan instansi pendidikan dan masih menjadi satu-satunya dalam hal persewaan lapangan badminton. Target utamanya adalah mahasiswa ataupun masyarakat umum, dengan harga sewa Rp 30.000/jam dan sistem nya ada booking melalui whatsapp ataupun langsung ke lokasi. adanya sokongan seperti tempat parkir, kamar mandi, mushola, dan took yang menjadikan tempat tersebut tidak pernah sepi.

KESIMPULAN

Melalui hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran *Sports Industry* dalam menghadapi era society 5.0 di masa pandemi *Covid-19* dapat disimpulkan bahwa penerapan fungsi perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan dan pengawas bagi pelaku jasa *Sports Industry* terbilang sudah cukup baik. Masing-masing jenis *Sports Industry* memiliki cara sendiri dalam hal manajemen *Sports Industry*. Pemasaran dalam *sports industry* sangat membantu dalam management itu sendiri dan mempermudah pekerjaan pelaku *sports industry* maupun konsumen yang saling membutuhkan barang, jasa ataupun fasilitas dalam *sport industry*. Keterbatasan dalam penelitian ini kurang banyaknya pelaku *Sports Industry*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti pelaku *Sports Industry* yang lebih banyak dan lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Faruqi, U. (2019). Survey Paper : Future Service in Industry 5.0. *Jurnal Sistem Cerdas*, 02(01), 67–79.
- Alam, M. M., & Abdurraheem, I. I. (2021). COVID-19 and the financial crisis in the sports sector around the world. *Sport in Society*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1979964>
- Andreff, W. (2006). The sports goods industry. *Handbook on the Economics of Sport, January 2006*, 27–39. <https://doi.org/10.4337/9781847204073.00009>
- Evans, A. B., Blackwell, J., Dolan, P., Fahlén, J., Hoekman, R., Lenneis, V., McNarry, G., Smith, M., & Wilcock, L. (2020). Sport in the face of the COVID-19 pandemic: towards an agenda for research in the sociology of sport. *European Journal for Sport and Society*, 17(2), 85–95. <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1765100>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran (Issue Ekonomi dan Bisnis)*.
- Hu, K. H., Chen, F. H., & Tzeng, G. H. (2016). Evaluating the improvement of sustainability of sports industry policy based on MADM. *Sustainability (Switzerland)*, 8(7), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su8070606>
- Irfandi, & Rahmat, Z. (2017). *Manajemen Penjas dan Olahraga* (Riana (ed.)). Yuma Pustaka.
- Ivanova, L. . (2021). Sports Marketing And Its Role In Promoting Sporting Goods And Services. *European Proceedings of Social and Behavioural Sceinces*, 68–74. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.04.02.8>
- Kusumawardhana, B. (2017). Sport Industry Untuk Menghadapi Tantangan Global. *Seminar Nasional KeIndonesiaan II Tahun 2017*, 179–186. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808341/penelitian/Proceeding+SEMNAS-Pemberdayaan+Industri+Olahraga+Dalam+Menghadapi+Pasar+Bebas.pdf>
- Li, J. (2021). Development Trend of the Integration of Artificial Intelligence and Sports Industry. *Journal of Physics: Conference Series*, 1744(3). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1744/3/032023>
- Lismadiana. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Olahraga: Vol. Vol. 148* (UNY Press (ed.)).

- Lv, Z., & Song, S. (2020). *Integration of Artificial Intelligence Plus Industry and Sports Industry: A Research on the Innovation and Development Strategy of Sports Industry*. 457(Icssp), 7–12. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200804.095>
- Mataruna, L. (2020). *The International EFA-IT BLOG*. July. <https://doi.org/10.3390/nu12061583>. Azeem
- Pereira, A. G., Lima, T. M., & Charrua-santos, F. (2020). Industry 4.0 and Society 5.0: Opportunities and Threats. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(5), 3305–3308. <https://doi.org/10.35940/ijrte.d8764.018520>
- Priyono, B. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga*, 2(2). <https://doi.org/10.15294/miki.v2i2.2651>
- Rachman, F. (2015). Manajemen Organisasi Dan Pengorganisasian Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadith. *Ulumuna : Jurnal Studi Keislaman*, 1(2), 291–323.
- Radošević, I., Gavrilović, A., Parčina, I., & Ahmić, D. (n.d.). *COACHING MANAGEMENT IN THE. Figure 1*, 1–11.
- Rifa'i, M., & Fadhli, M. (2013). Manajemen dan Organisasi. In C. Wijaya (Ed.), *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sanderson, J., & Brown, K. (2020). COVID-19 and youth sports: Psychological, Developmental, and Economic Impacts. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 313–323. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0236>
- Savić, Z., Randelović, N., Stojanović, N., Stanković, V., & Šiljak, V. (2018). the Sports Industry and Achieving Top Sports Results. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*, 15(3), 513. <https://doi.org/10.22190/fupes1703513s>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA BANDUNG.
- Wang, X. (2020). Digital Management of Sports Industry Based on Big Data Era. *Journal of Physics: Conference Series*, 1533(3). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1533/3/032061>
- Wang, Z., & Tang, K. (2020). Combating COVID-19: health equity matters. *Nature Medicine*, 26(4), 458. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0823-6>