
Upaya Pemerintah Inggris Untuk Mendorong Pariwisata Melalui *English Premier League* Tahun 2022

Sidni Rizal Mubarak¹⁾, Adi Putra Suwecawangsa²⁾, Ni Wayan Rainy Priadarsini³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana.

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai berbagai upaya yang dilakukan Pemerintah Inggris untuk mendorong pariwisata melalui *English Premier League* (EPL). Konsep yang dipakai dalam penelitian ini untuk menganalisis berbagai upaya Pemerintah Inggris yaitu *nation branding* dan *sport tourism*. Dengan menggunakan konsep *nation branding*, penelitian ini menganalisis adanya upaya Pemerintah Inggris untuk mendorong pariwisata melalui EPL dengan cara: a) bantuan dalam pembelian klub-klub EPL untuk pemilik non-Inggris dan b) promosi EPL ke negara lain. Sedangkan dengan konsep *sport tourism*, upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Inggris adalah perbaikan terhadap ekosistem EPL melalui regulasi dan kerjasama. Sebagai kesimpulan dari penelitian ini, Pemerintah Inggris mendorong pariwisata Inggris melalui EPL.

Kata-kunci: Liga Primer Inggris, Pariwisata Olahraga, Pencitraan Bangsa, Pemerintah Inggris.

Abstract

This research examines the various efforts made by the British Government to encourage tourism through the English Premier League (EPL). The concepts used in this study are to analyze various efforts by the British Government, namely nation branding and sport tourism. By using the concept of nation branding, this study analyzes the efforts of the British Government to encourage tourism through the English Premier League by means of: a) assistance in buying EPL clubs for non-English owners and b) promoting the EPL to other countries. Meanwhile, with the concept of sport tourism, the efforts made by the British Government are improvements to the EPL ecosystem through regulation and cooperation. In conclusion of this study, the British Government encourages UK tourism through the EPL.

Keywords: British Government, English Premier League, Nation Branding, Sport Tourism.

Kontak Penulis

E-mail : sidni.rizalmubarak@gmail.com¹⁾, adisuwecawangsa@yahoo.co.id²⁾, rainypriadarsini@unud.ac.id³⁾

PENDAHULUAN

Olahraga dalam studi hubungan internasional merupakan suatu yang tidak bisa di pandang sebelah mata. Dalam olahraga terdapat unsur politik dan budaya yang memiliki kontribusi dalam studi hubungan internasional. Lebih lanjut lagi, olahraga dapat memberikan ruang lebih bagi negara untuk mempromosikan kepentingan negaranya terhadap negara lain (Štulajer & Štulajer, 2016). Hubungan antara olahraga dan pemerintahan merupakan hubungan timbal balik sehingga mempunyai dampak politis, ekonomi, dan sosial yang tinggi bagi negara. Selain itu, olahraga dapat menjadi sebuah *soft power* bagi sebuah negara yang dapat digunakan bagi sebuah negara untuk menyebarkan suatu nilai untuk memenuhi kepentingan negara tersebut (Jarvie, *et al.*, 2018). *Soft power* menggunakan aspek-aspek non-tradisional yaitu nilai-nilai khusus dari suatu negara yang mempunyai kemampuan untuk memberikan pengaruh yang kuat (Safitri, *et al.*, 2022)

Sepakbola sebagai salah satu cabang olahraga populer tentunya dapat dibedah dalam studi hubungan internasional terutama dalam segi pariwisata. Salah satu contoh adanya dampak pariwisata dari olahraga bagi negara penyelenggara adalah adanya dampak pariwisata di Inggris melalui *English Premier League* (EPL). Selain itu, dilihat dari studi hubungan internasional terdapat unsur politis dalam hal ini timbulnya dampak pariwisata di Inggris melalui EPL dan dapat dijadikannya EPL menjadi *Soft Power* oleh Pemerintah Inggris.

EPL merupakan liga yang paling banyak ditonton di seluruh dunia. Menurut laporan dari Ernst & Young LP (2022), Liga Inggris pada tahun 2019/2020 telah disiarkan oleh 120 *broadcasters* dan ditonton sebanyak 3.2 miliar penonton dari seluruh dunia dengan

pasar utama yaitu Tiongkok, Amerika Serikat dan India. Penayangan EPL ke seluruh dunia ditambah dengan jumlah penonton sebanyak itu tentunya membawa keuntungan yang sangat besar. Dari segi *broadcasting* pertandingan saja, EPL menerima keuntungan sebesar £1.4 miliar untuk ekspor *broadcast*. Jumlah keuntungan tersebut lalu bisa ditambah lagi dengan *broadcast* lokal dan komersil sebanyak £1.5 miliar. Pada musim 2019/2020 sebanyak 528.000 kunjungan dari luar negeri untuk menonton pertandingan EPL secara langsung dengan kontribusi pemasukan sebesar £442.000 (Ernst & Young LP, 2022). Kepopuleran EPL lainnya dapat dilihat dari tingginya interaksi di berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan lain-lain. Klub-klub dan pemain-pemain sering sekali menampilkan berbagai konten di *platform* tersebut dan tidak jarang mengekspos tempat-tempat yang ada di Inggris (EPL, 2021). Hal tersebut memacu timbulnya keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut bagi para penggemar dari luar Inggris

Salah satu objek yang sering dikunjungi para penggemar adalah stadion. Tentunya, kunjungan yang tinggi ke stadion akan membangkitkan berbagai sektor ekonomi di sekitar stadion dan menaikkan pemasukan dari pariwisata. Stadion-stadion milik klub-klub besar EPL berhasil menyedot banyak kunjungan wisatawan luar negeri. Misalnya, Stadion Old Trafford milik klub Manchester United pada tahun 2019 menerima kunjungan sekitar 226.000 (EPL, 2021).

Kesuksesan EPL tidak hanya dirasakan oleh EPL saja namun juga Pemerintah Inggris. Pemerintah Inggris melalui EPL mendapat banyak keuntungan ekonomi melalui aktivitas ekonomi yang tinggi. EPL tercatat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Inggris sebesar £7.6 miliar dan

penerimaan pajak sebesar £3.6 miliar pada musim 2019/2020. Besarnya PDB dan pajak mengalami kenaikan yang pesat sejak 1998/1999 yaitu sebesar 840 persen tanpa penyesuaian inflasi atau sekitar 440 persen dengan penyesuaian inflasi. Selain itu, besarnya EPL juga telah mampu membuka lapangan kerja yang besar di Inggris. EPL telah mendukung terciptanya 94.000 lapangan kerja dengan rincian 12.000 pekerjaan langsung terdampak, 47.000 pekerjaan tidak langsung terdampak, dan 12.000 pekerjaan yang terinduksi (Ernst & Young LP, 2022).

Sebelum menjadi sebesar ini pada periode 90-an, EPL tidak sebesar ini. Terlepas dari keberhasilan klub-klub besar seperti Manchester United, Liverpool, dan Arsenal dalam prestasi di kompetisi domestik. Ada perubahan drastis yang dilakukan terhadap EPL yaitu memisahkan EPL secara komersil dari Football Association (FA) dan the Football League pada 22 Februari 1992 dan menjadi perusahaan terbatas (PT) pada 27 Mei 1992. Pemisahan ditujukan untuk memberikan EPL ruang khusus untuk melakukan komersialisasi. Hasilnya pemisahan ini membuat EPL lebih bisa bergerak bebas dalam melakukan hak-hak komersil (EPL, n.d).

Dengan potensi ekonomi yang sangat luar biasa akan sangat berpengaruh besar pada pariwisata di Inggris jika dikelola dengan baik. Pemerintah Inggris pastinya memiliki campur tangan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Inggris bersama EPL. Pemerintah Inggris menyasar beberapa negara dengan pasar yang potensial seperti Amerika Serikat, Tiongkok, Brazil, Norwegia, Swedia, dan India (*Visit Britain*, 2019). Pasar-pasar tersebut menunjukkan minat yang besar terhadap EPL dengan menitikberatkan pada kepopuleran tim-tim yang bermain di EPL yang didukung dengan prestasi klub di kompetisi domestik

maupun internasional. Selain itu, Pemerintah Inggris baik melalui Kementerian Digital, Budaya, Media dan Olahraga atau pejabat pusat lainnya dan pejabat daerah juga terlibat memaksimalkan pariwisata dengan menggunakan EPL sebagai media promosi untuk menarik wisatawan. Keterlibatan Pemerintah Inggris berupa upaya langsung dan tidak langsung untuk meningkatkan pariwisata ke Inggris melalui EPL (Tobar & Ramshaw, 2022).

Usaha yang dilakukan oleh Pemerintah Inggris dapat dikategorikan menggunakan dua konsep yaitu *nation branding* dan *sport tourism*. Dengan konsep *nation branding*, Pemerintah Inggris memberikan bantuan dalam pembelian klub-klub EPL untuk pemilik non-Inggris dan promosi EPL ke negara lain. Sedangkan upaya yang dilakukan Pemerintah Inggris dilihat dari konsep *sport tourism* adalah perbaikan terhadap ekosistem EPL melalui regulasi dan kerjasama. Dalam penelitian ini, Penulis akan meneliti bagaimana upaya Pemerintah Inggris untuk mendorong pariwisata melalui EPL tahun 2022.

Oleh karena itu, adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu menjelaskan upaya Pemerintah Inggris dalam promosi dan komersialisasi serta peningkatan ekosistem EPL untuk mendorong pariwisata di Inggris. Kemudian adapun batasan yang dipakai untuk memfokuskan pembahasan pada penelitian ini yaitu 1) adanya kerjasama antara Pemerintah Inggris dengan EPL mulai tahun 2008 dan (2) tingginya kepemilikan klub Inggris oleh warga non-Inggris dan Amerikanisasi klub-klub EPL.

Pada bagian kajian pustaka, Penulis mengkaji beberapa literatur yang memberikan berkontribusi ke dalam penelitian Penulis dan relevan dengan topik yang dibahas. Pertama adalah jurnal yang berjudul *Welcome to EPL: analyzing the development of football tourism in the*

English EPL (2022) karya Felipe Tobar & Gregory Ramshaw. Dalam jurnal tersebut dijelaskan mengenai perkembangan pariwisata Inggris yang didorong oleh hadirnya EPL. Tobar dan Ramshaw menjelaskan berbagai aspek yang berkembang sejalan dengan naiknya pariwisata di Inggris melalui EPL. Selain itu yang tidak kalah penting adalah dijelaskannya upaya Pemerintah Inggris untuk mendorong pariwisata di Inggris melalui EPL dalam bentuk kerjasama.

Kedua adalah buku milik Stefan Symanski yang berjudul *Football Economy and Policy* (2010). Di dalam referensi tersebut, dijelaskan secara terperinci mengenai hubungan antara sepakbola, ekonomi, dan kebijakan yang mengaturnya. Secara spesifik pada bab *Americanization of European Football* menemukan Amerikanisasi merupakan salah satu faktor pendorong bagaimana sepakbola menjadi salah satu daya tarik bagi banyak orang terutama pada bagian komersialisasi sepakbola yang merupakan tujuan utama dari Amerikanisasi sepakbola.

Referensi ketiga yaitu *The Routledge Companion to Media and Tourism* (2011) yang disunting oleh Maria Månsson dkk. Salah satu bab yang berkorelasi dengan tulisan penulis adalah *Football Tourism and The Sound of Televised Matches* yang ditulis oleh Graakjær dan Grøn. Dalam bab *Football Tourism and The Sound of Televised Matches*, dijelaskan hubungan penyiaran English EPL terhadap football tourism di Inggris. Penyiaran EPL ke luar Inggris membuat hadirnya rasa kepemilikan bagi masyarakat di luar Inggris atas klub kesayangan mereka dan menumbuhkan tingginya rasa dukungan fisik untuk klub kesayangan saat bertanding. Hal tersebut tentunya mendorong datangnya warga negara asing ke Inggris untuk melihat dan mendukung tim kesayangan mereka.

Pada penelitian ini, Penulis menggunakan dua konsep yaitu *nation branding* dan *sport tourism*. Konsep *nation branding* didefinisikan sebagai perpaduan multidimensi khas dari berbagai unsur sebuah bangsa yang dapat memberikan sebuah diferensiasi dan relevansi berdasarkan nilai-nilai negara ditonjolkan untuk seluruh target audiens (Dinnie, 2016). Definisi *nation branding* mengakui adanya sifat multidimensional dari sebuah bangsa yang kemudian diintegrasikan dengan identitas nasional dan kepentingan nasional. Sebagai hasil dari penggabungan berbagai hal, *nation branding* merupakan sebuah upaya sadar dari pemerintah untuk mendapat keuntungan.

Sebagai strategi komunikasi, *nation branding* dapat digunakan untuk mendapatkan perhatian dari dunia internasional menggunakan teknik pemasaran terhadap suatu nilai yang ingin diekspos. Untuk mendapatkan perhatian dari dunia internasional, pemerintah suatu negara harus menemukan cara agar upaya mereka dapat terlihat di media internasional dan di antara upaya-upaya dari negara lain dengan tujuan yang sama (Pratama et al., 2019). Lebih lanjut, *nation branding* yang intens tentang nilai yang ingin ditonjolkan seperti logo, slogan, tipografi, dan berbagai simbol yang berkaitan harus disesuaikan dengan kondisi dan gaya media internasional terkini (Aronczyk, 2013).

Konsep selanjutnya adalah *sport tourism* dapat didefinisikan sebagai sebagai mobilitas jauh dari lingkungan rumah untuk waktu yang terbatas atas dengan tujuan yang berkaitan dengan olahraga. Olahraga diakui sebagai hal yang signifikan dalam aktivitas perjalanan untuk menentukan tujuan dari dilakukannya perjalanan, apakah itu tujuan utama atau sampingan. Hal ini menentukan bagaimana perjalanan dari wisatawan itu

Sepak Bola dan EPL sebagai Ikon dan Daya Tarik Pariwisata Inggris

sendiri selama kunjungan (Higham & Hinch, 2004). Selain itu, kemampuan sebuah negara untuk menyelenggarakan kompetisi olahraga secara besar dapat meningkatkan citra negara tersebut (Mongkau *et al.*, 2019)

Peran pemerintah dalam *sport tourism* dapat berwujud banyak hal yaitu pengembang dan produser, pelindung dan penanggungjawab, regulator, distributor dan arbitator, serta pengorganisir. Peran pemerintah yang bervariasi difungsikan agar pemerintah mempunyai ruang gerak yang luas mengingat banyak faktor yang harus diintegrasikan (Cooper, 2004). Upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah menerbitkan kebijakan. Kebijakan yang diambil dalam *sport tourism* merupakan perpaduan kebijakan yang diambil bagi sektor olahraga dan pariwisata. Pengembangan kebijakan bagi olahraga dan pariwisata dapat dikonsepsikan menjadi sebuah komunitas kebijakan. Komunitas kebijakan ini terdiri dari banyak pihak termasuk pemerintah yang saling bersinergi satu sama lain untuk memaksimalkan keuntungan dari hubungan satu sama lain (Higham, 2005).

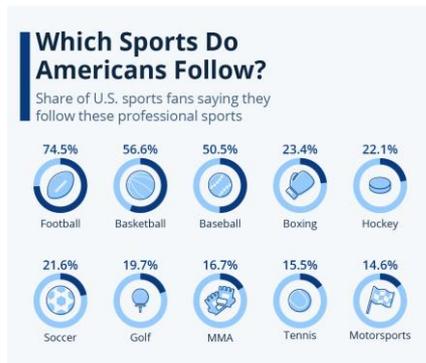
METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena atau isu yang kompleks secara mendalam. Penggunaan metode kualitatif dalam sebuah penelitian membuat penelitian tersebut mempunyai sifat yang subjektif. Kesubjektifan dalam penelitian kualitatif berpusat pada perspektif dari peneliti (Denzin & Lincoln, 2018). Artinya, perspektif penulis yang berasal dari kesubjektifan penulis dalam penelitian kualitatif menentukan proses dan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populus (2018) dalam *British Icon Index II* mengenai ikon-ikon negara Inggris yang memberikan citra positif bagi Inggris di negara-negara lain, EPL berada di posisi pertama dengan Rolls-Royce di posisi kedua dan Jaguar Land Rover di posisi ketiga. Sekitar 68% dari responden yang disurvei mengatakan bahwa EPL membuat responden mempunyai pandangan yang lebih positif terhadap Inggris. EPL sangat populer di tempat yang menggemari sepakbola paling banyak seperti Afrika, Timur Tengah dan Asia Tenggara misalnya (90%), Nigeria (87%), dan Thailand (86%).

Survey tahun 2019 dari *Visit Britain* dalam survey *International Buzzseekers Football Research* menunjukkan wisatawan yang melakukan perjalanan ke Inggris untuk menonton EPL lebih banyak daripada menonton pertandingan Liga Champions, La Liga, atau Bundesliga. Sebagai bagian dari kesuksesan pariwisata sepak bola di Inggris, *Visit Britain* mempromosikan stadion EPL dalam pemasaran pariwisata umum untuk pengunjung luar negeri (Tobar & Ramshaw, 2022). Lebih khusus lagi, EPL di Amerika Serikat mulai menaik popularitasnya. Hal ini menandakan adanya Amerikanisasi EPL untuk menyasar pasar Amerika Serikat. Meskipun bukan yang paling populer di Amerika Serikat, pencapaian tersebut termasuk luar biasa. Menurut Richter mengambil data dari Statista (2022), sepak bola berada di urutan ke 6 dengan persentase sebesar 21,6%. Jauh dibandingkan dengan olahraga-olahraga paling populer di Amerika seperti *American Football* (74,5%), *Basket* (56,6%), dan *Baseball* (50%).



Gambar 1. Popularitas Berbagai Jenis Olahraga di Amerika Serikat (Sumber: Statista, 2022)

Namun hal tersebut tidak menghalangi berkembangnya dan potensi besar pasar sepak bola di Amerika bagi EPL untuk melakukan promosi. Buktinya, NBC Sports mengeluarkan laporan perkembangan EPL di Amerika Serikat untuk musim 2022/2023 yang menunjukkan ada kenaikan total penonton EPL dari musim sebelumnya sebesar 3%, kenaikan waktu menonton video di berbagai media sosial sebesar 172% dan masih banyak lagi. Selain itu, banyak inovasi yang ditawarkan melalui kerjasama NBC Sports dengan EPL salah satunya adalah Festival Penggemar *Premier League Mornings Live* yang diadakan di Washington, D.C., New York (dua kali), Boston, Austin, Miami Beach, Los Angeles, Philadelphia, dan Orlando telah menyambut lebih dari 60.000 pendukung (NBC Sports, 2023).

Bantuan dalam Pembelian Klub-Klub EPL untuk Pemilik Non-Inggris

EPL merupakan liga yang banyak memiliki pemilik non-Inggris. Kepemilikan klub EPL oleh pemilik non-Inggris dimulai pada tahun 1997 dengan dibelinya Fulham oleh Mohamed Al-Fayed asal Mesir (sekarang Shahid Khan asal Amerika mulai 12 Juli 2013). (Osborne & Coombs, 2009). Tren kepemilikan klub EPL oleh pemilik non-Inggris terus meningkat hingga pada 2022 ada 14 dari 20 tim

di EPL yang kepemilikan mayoritasnya dimiliki oleh pemilik non-Inggris dan hampir seluruh klub memiliki pemegang saham minoritas asal Amerika Serikat (The Athletic, 2022). Hal ini juga membuktikan besarnya pengaruh Amerikanisasi di EPL sehingga membuat banyak kepemilikan mayoritas maupun minoritas klub di EPL dimiliki oleh pemilik asal Amerika Serikat.

a) Studi Kasus Kepemilikan Newcastle United oleh Konsorsium PIF Arab Saudi, PCP, dan Reuben Brothers

Pembeli Newcastle United memakan proses selama satu tahun yaitu dari April 2020 hingga Oktober 2021. Newcastle United sebelumnya dimiliki oleh Mike Ashley, pengusaha asal Inggris dibeli oleh konsorsium PIF Arab Saudi, PCP, dan Reuben Brothers. Konsorsium tersebut membeli seluruh saham kepemilikan Newcastle United. Namun proses pembelian tidak berjalan dengan lancar. (Al-Thari, 2021).

Hak siar EPL saat ini dipegang oleh beIN Sports yang merupakan salah satu perusahaan asal Qatar. Larangan penayangan EPL oleh beIN Sports mulai pada tahun 2017 karena pihak Arab Saudi beranggapan hak eksklusif penayangan EPL di Arab Saudi oleh beIN Sports merupakan tindakan memonopoli pasar. Qatar selaku pemilik dari beIN Sports menolak larangan tersebut karena pemblokiran tersebut. Kemudian Qatar dan beIN Sports menemukan fakta adanya pembajakan tayangan beIN Sports oleh beoutQ yang melibatkan Pemerintah Arab Saudi dan Arabsat. Pihak Kerajaan Arab Saudi dan Arabsat membantah keterlibatannya dalam pembajakan ini (Nicholson, 2017).

Pihak EPL juga mempertimbangkan untuk menolak proses pembelian Newcastle United oleh PIF Arab Saudi melalui mekanisme *Tests for Owners and Directors of Football Clubs*

setelah Amnesty Internasional memberikan pendapat bahwa upaya PIF Arab Saudi untuk membeli Newcastle United adalah upaya *sportwashing* (Amnesty International UK, 2020). Salah satu persyaratan yang ada di dalam *tests for owners and directors of football clubs* adalah tidak pernah terlibat tindakan kriminal dan mematuhi persyaratan *human right* yang baik (EPL, 2022). Dengan segala permasalahan yang terjadi, Newcastle United mengeluarkan pernyataan pada 9 September 2020 yang menyatakan bahwa EPL secara resmi menolak pembelian Newcastle United karena gagal memenuhi *Tests for Owners and Directors of Football Clubs* (Newcastle United, 2020).

Pemerintah Inggris menegaskan bahwa tidak ada campur tangan Pemerintah Inggris dalam proses pembelian Newcastle United. Namun fakta yang terjadi adalah Pemerintah Inggris ikut mengintervensi proses pembelian. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Inggris untuk memfasilitasi pembelian Newcastle United antara lain sebagai berikut (Crafton, 2023):

1. Pada Juni 2020 dari pejabat Kementerian Luar Negeri menyertakan draf catatan bahwa Sir Edward Lister (kepala penasihat strategis Boris Johnson) sedang mempertimbangkan juru bicara untuk menegaskan kepentingan pemerintah terhadap proses pembelian Newcastle United kepada EPL
2. Lord Gerry Grimstone, yang saat itu menjadi Menteri Investasi, terpilih menjadi negosiator dan diplomat dalam proses tersebut. Pihak-pihak yang dekat dengan diskusi tersebut mendapat kesan bahwa pemerintah dan kantor Perdana menteri mendukung pengambilalihan tersebut.
3. Neil Crompton, Duta Besar Inggris untuk Arab Saudi, bertemu dengan pejabat PIF untuk membahas pengambilalihan tersebut.

4. Menteri Kantor Luar Negeri, James Cleverly, yang sekarang menjadi Menteri Luar Negeri dan anggota kabinet, menelepon duta besar Saudi untuk Inggris untuk meminta pembaruan tentang tawaran tersebut.
5. Kementerian Luar Negeri menyiapkan catatan untuk Perdana Menteri, Boris Johnson sebelum panggilan dengan Muhammad bin Salman.



Gambar 2. Pemilik Newcastle United (Sumber: Football365.com, 2021)

Upaya Pemerintah Inggris untuk mendorong pembelian Newcastle United agar sukses adalah potensi besar pasar EPL di Arab Saudi. Dengan suksesnya pembelian Newcastle United diharapkan akan membentuk klub penggemar resmi baru. Meskipun hingga saat ini, belum ada upaya terorganisasi dan resmi dari Pemerintah Inggris untuk mempromosikan EPL di Arab Saudi. Hasil yang diinginkan ke depan oleh Pemerintah Inggris adalah peningkatan wisatawan asal Arab Saudi melalui banyaknya klub penggemar resmi dari klub-klub EPL.

b) Studi Kasus Kepemilikan Chelsea FC oleh Konsorsium Clearlake Capital, Todd Boehly, dan Hansjörg Wyss

Pembelian Chelsea FC oleh konsorsium Clearlake Capital, Todd Boehly, dan Hansjörg Wyss terbilang sangat politis dan kontroversial. Pada 10 Maret 2022, Pemerintah Inggris menjatuhkan sanksi kepada Roman Abramovich berupa larangan memasuki kawasan Inggris Raya dan pembekuan aset.

Langkah tersebut diambil karena hubungan dekat Roman Abramovich dengan Vladimir Putin. Chelsea FC yang merupakan salah satu aset Roman Abramovich di Inggris terpaksa harus membatasi aktivitas hanya dalam lingkup olahraga saja. Segala aktivitas bisnis tidak diperbolehkan mulai dari penjualan tiket hingga *merchandise* resmi (Gov.uk, 2022). Selain itu, Pemerintah Inggris juga memberikan tenggat waktu penjualan Chelsea FC ke pihak lain hingga 31 Mei 2022 sebelum proses likuidasi klub dimulai. Roman Abramovich juga tidak akan menerima pemasukan dari penjualan Chelsea FC (Panja & Smith, 2022).

Untuk menyelamatkan Chelsea FC dari likuidasi, Roman Abramovich terpaksa menjual Chelsea FC kepada pemilik lain. Roman Abramovich menyerahkan urusan penjualan klub kepada bank asal Amerika Serikat, Raine Group. Raine Group bersama dengan klub, EPL, dan Pemerintah Inggris adalah pihak-pihak yang terlibat dalam proses penjualan. Lalu terpilihlah konsorsium Clearlake Capital, Todd Boehly, dan Hansjörg Wyss menjadi pemilik baru Chelsea. Pembelian selesai pada 30 Mei 2022 dengan besar pembelian £4.25 miliar. Untuk melengkapi pembelian tersebut, Pemerintah Inggris menyelesaikan berbagai administrasi yang diperlukan (Mokbel, 2022).

Terpilihnya pemilik baru asal Amerika Serikat juga merupakan hasil campur tangan Pemerintah Inggris. Menteri Keuangan Inggris saat itu, Rishi Sunak menyatakan tidak menyarankan Chelsea FC untuk memilih penawar asal Arab Saudi yaitu Saudi Media Group. Alasan yang diberikan adalah melihat banyaknya pihak yang kontra terhadap pembelian Newcastle United oleh PIF Arab Saudi sehingga akan memerlukan waktu yang lebih lama lagi terhadap proses pembelian yang mengakibatkan resiko tidak selesainya proses pembelian dalam kurun waktu yang

ditentukan dan mengancam keselamatan klub (Holmes, 2022).



Gambar 3. Pemilik Chelsea FC (Sumber: The Telegraph, 2022)

Berpindahnya Chelsea FC secara paksa dari pemilik asal Rusia ke Amerika Serikat merupakan langkah *trade-off* yang diambil Pemerintah Inggris untuk pariwisata. Pasalnya, banyak klub EPL yang telah dimiliki oleh pemilik asal Amerika Serikat dan pasar sepak bola terutama EPL yang besar di Amerika Serikat. Selain itu, mendorong Amerikanisasi EPL jauh lebih menguntungkan dan stabil karena kedekatan politik dengan Amerika Serikat.

Promosi EPL ke Negara Lain

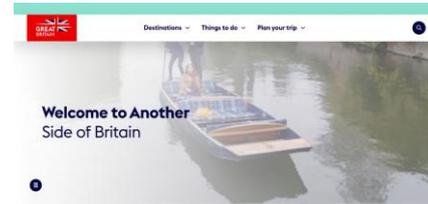
Pemerintah Inggris mempunyai kampanye untuk mempromosikan pariwisata di Inggris melalui kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland*. Kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland* telah menghasilkan lebih dari £ 4,5 miliar sejak diluncurkan pertama kali pada tahun 2011 dengan meningkatkan ekspor. Pada 9 Juni 2023, Pemerintah Inggris merevitalisasi kampanye GREAT sebagai bagian dari kesiapan Inggris untuk acara G7 dan COP 26 yang akan menjangkau orang-orang di lebih dari 145 negara di seluruh dunia serta menampilkan citra terbaik dari Inggris. Kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland* didukung dengan anggaran tahunan sebesar £ 60 juta (Gov.uk, 2021).

Pemerintah Inggris melalui Mantan Perdana Menteri David Cameron, telah aktif mendorong sepak bola Inggris mulai tahun

2008 sebelum adanya kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland*. Namun kampanye hanya bersifat lokal dari inisiasi pemerintah daerah setempat ke pemerintah pusat (Goldblatt, 2014). Kemudian secara lebih sistematis dibentuklah kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland*. Dalam laman resmi *GREAT Britain and Northern Ireland* yaitu greatcampaign.com, EPL mendapat kolom khusus yang menyatakan olahraga sebagai salah satu daya tarik berwisata di Inggris dan EPL sebagai salah satunya. EPL dideskripsikan sebagai liga global yang menghubungkan 1.66 miliar fans tiap minggunya dari 190 negara. Pemerintah Inggris juga menawarkan pengalaman baru kepada penggemar global yaitu dengan menghadirkan pengalaman hari pertandingan EPL ke New York. Penggemar yang beruntung dapat bergabung untuk menonton langsung pertandingan EPL antara Manchester United FC dan Tottenham Hotspur FC. Penggemar dapat menikmati suasana pra-pertandingan ditemani oleh pakar dari legenda EPL, Ian Wright dan Michael Carrick. Para penggemar juga memiliki kesempatan untuk berfoto dengan trofi EPL serta menikmati makanan dan dihibur oleh *freestylers* sepak bola dan kegiatan interaktif lainnya (Greatcampaign.com, 2022).

Bentuk turunan dari kampanye *GREAT Britain and Northern Ireland* adalah terciptanya nation branding Inggris yaitu *Visit Britain*. *Visit Britain* menyediakan laman khusus tentang pariwisata di Inggris. Dalam menu *Things to Do*, ada detail khusus mengenai pengalaman sepak bola yang akan didapat saat mengunjungi Inggris termasuk tur stadion dan bertemu legenda sepak bola Inggris. Sebagai tambahan, dalam laman tersebut diberikan rekomendasi kota-kota yang akan menambah pengalaman menonton EPL yaitu London, Manchester, dan Liverpool beserta objek-objek wisata lain (Visit Britain, n.d). Selain informasi

mengenai objek wisata, terdapat juga kolom perencanaan perjalanan berupa informasi yang diperlukan selama berkunjung ke Inggris mulai dari informasi akomodasi, transportasi, perencanaan keuangan, perkembangan COVID-19, dan visa serta dokumen pendukung lainnya (Visit Britain, n.d).



Gambar 4. Tampilan Laman *Visit Britain* (Sumber: Visitbritain.com, n.d)

Perbaikan terhadap Ekosistem EPL melalui Regulasi dan Kerjasama

FIFA dalam statutenya memang melarang berbagai bentuk pengaruh politik untuk ikut dalam penyelenggaraan liga agar independensi induk sepak bola dan pengelola liga masih terjaga yang dalam hal ini FA dan EPL (FIFA, 2018). Namun FIFA masih memperbolehkan negara untuk ikut terlibat selama tidak mengambil otoritas dan menghilangkan independensi dari FA dan EPL (Sportlicitors, 2019). Jadi, keterlibatan Pemerintah Inggris hanya berupa regulasi, pendanaan, dan kerjasama serta mengikuti prosedur yang berlaku dan tidak melanggar statute FIFA.

Langkah besar Pemerintah Inggris dalam meningkatkan kualitas EPL adalah mengeluarkan *Fan Led Review of Football Governance* yang diinisiasi oleh salah satu member parlemen yaitu Tracey Couch. *Fan Led Review of Football Governance* merupakan sebuah kumpulan ulasan, masukan, dan saran dari Pemerintah terhadap berbagai hal dalam ekosistem sepak bola di Inggris secara keseluruhan termasuk EPL. Dalam *Fan Led Review of Football Governance*,

Pemerintah Inggris mengulas sepuluh topik pembahasan namun sepuluh topik tersebut, ada enam topik yang berkaitan dengan upaya peningkatan ekosistem EPL untuk meningkatkan pariwisata di Inggris yaitu (Couch, 2021):



Gambar 5. Inisiator Fan Led Review of Football Governance, Tracey Couch (Sumber: traceycouch.org.uk)

a. Regulasi

Untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang dari sepak bola, Pemerintah harus membuat regulator independen baru untuk sepak bola Inggris yang ditetapkan dalam undang-undang yaitu *Independent Regulator for English Football* (IREF). Operasi dan pengambilan keputusan IREF bebas dari campur tangan pemerintah dan politik serta dari FA, operator liga, dan klub sepak bola yang akan diatur. IREF harus menggunakan model regulasi kolaboratif dan bekerja bersama klub untuk memberikan hasil yang baik demi keuntungan para penggemar. IREF bisa menjatuhkan sanksi jika diperlukan tetapi diutamakan bekerja dengan klub untuk menyelesaikan masalah bersama-sama daripada langsung menuju ke penegakan hukuman. IREF juga harus bertanggung jawab kepada penggemar, komunitas, klub, dan parlemen. Tugas IREF akan mencakup namun tidak terbatas sebagai berikut:

1. Menilai, melaporkan, dan menindaklanjuti kesehatan keuangan dalam sepak bola dan seterusnya

2. Mengawasi distribusi dan aliran dalam permainan.
3. Memperhatikan posisi sepak bola Inggris sebagai lokasi global utama
4. Memperhatikan sepak bola domestik.
5. Melakukan pekerjaannya tepat waktu.
6. Memastikan kesetaraan, keragaman dan inklusi adalah bagian penting dari pendirian klub.

IREF akan memperkenalkan persyaratan bagi klub untuk memiliki lisensi dan menciptakan mekanisme bagi IREF untuk menegakkan persyaratannya pada klub. IREF harus dapat membuat, mengubah, dan menghapus ketentuan lisensi dari waktu ke waktu setelah berkonsultasi dengan industri. Namun perlu ada mekanisme banding untuk perubahan peraturan atau keputusan seperti perubahan lisensi atau penegakan hukum.

IREF akan bertanggung jawab kepada Parlemen. Komite Terpilih Digital, Budaya, Media dan Olahraga harus bertemu dengan Ketua dan/atau Kepala Eksekutif IREF setidaknya setahun sekali untuk penilaian kinerja operasional dan transparansi keuangan. IREF harus memiliki ukuran kinerja terkuantifikasi khusus yang dapat dimintai pertanggungjawaban oleh semua pemangku kepentingan termasuk menerbitkan laporan tahunan yang menjelaskan kinerja operasional dan keuangan untuk tahun sebelumnya. (Couch, 2021).

Pembentukan IREF dinilai sebagai upaya Pemerintah Inggris untuk tetap memberikan pengaruh kepada sepak bola Inggris termasuk EPL secara tidak langsung. Hal tersebut dikarenakan apabila Pemerintah Inggris mengambil alih peran dan mengintervensi secara langsung maka akan melanggar aturan FIFA. Namun karena secara hukum IREF bukan merupakan bagian dari Pemerintah Inggris, IREF diharapkan tidak

melanggar aturan FIFA meskipun masih harus bertanggung jawab kepada parlemen. Dalam konteks penelitian ini, IREF dapat membuat dan menerapkan regulasi yang membuat klub dapat beroperasi dengan lebih baik sehingga tercipta kompetisi liga dan performa tim yang lebih menarik serta menyebabkan efek domino semakin menariknya EPL di mata penggemar.

b. *Tests for Owners and Directors of Football Clubs*

Tes pemilik dan direktur baru untuk klub harus ditetapkan oleh IREF menggantikan tes yang ada. Tes dirancang lebih komprehensif bekerjasama dengan pemangku kepentingan terkait termasuk Kementerian Dalam Negeri dan Badan Kejahatan Nasional. Tes tersebut harus mencakup cek perbankan dan memastikan individu-individu tersebut tidak memiliki kaitan dengan pencucian uang atau kriminalitas lainnya. Pemilik juga harus diminta untuk menyerahkan rencana bisnis untuk penilaian oleh IREF yang menguraikan (Couch, 2021):

1. Strategi untuk klub;
2. Cara menjalankan finansial klub secara berkelanjutan;
3. Rencana mengenai komunitas dan aset warisan yang melekat pada klub;
4. Proyeksi keuangan;
5. Struktur perusahaan yang diusulkan dari klub pasca akuisisi;
6. Struktur tata kelola perusahaan yang diusulkan dari klub pasca akuisisi;
7. Komitmen terhadap rencana aksi kesetaraan, keanekaragaman, dan inklusi (EDI);
8. Menyatakan setiap konflik kepentingan kepada IREF untuk dipertimbangkan dan dikelola.

Adanya *tests for owners and directors of football clubs* memastikan klub dimiliki dan dikelola oleh orang yang tepat agar kualitas dan performa klub baik di dalam maupun di luar lapangan tetap bagus. Berkaitan dengan pariwisata dan EPL, reservasi aset warisan yang melekat pada klub dan komitmen terhadap rencana aksi kesetaraan, keanekaragaman, dan inklusi oleh pemilik merupakan daya tarik besar bagi wisatawan asing. Selain itu, pemilik klub yang bersih dari berbagai rumor buruk dan mempunyai reputasi bisnis yang baik akan lebih mudah melakukan ekspansi ke pasar global dan mempunyai citra baik di berbagai media internasional.

c. *Corporate Governance*

Dalam olahraga, Pemerintah Inggris memiliki strategi masa depan olahraga yang mengarah pada pengenalan *the Sport England* dan kode olahraga Inggris untuk kode tata kelola olahraga. Tujuan dibentuknya kode tata kelola olahraga untuk melindungi nilai yang diterima publik dari investasi ke dalam olahraga dan untuk memaksimalkan efektivitas investasi tersebut. (Sport England & UK Sport, 2021). IREF harus mengembangkan persyaratan terperinci untuk kode sepak bola dan mencakup beberapa item tambahan yang harus berlaku untuk semua klub berlisensi (Couch, 2021).

Kualitas *corporate governance* yang baik menghasilkan pengelolaan klub yang baik. IREF memberikan standar pengelolaan kepada klub tidak terkecuali klub-klub EPL yaitu kode tata kelola sepak bola beserta tambahan-tambahan yang wajib dipenuhi agar tingkat kepercayaan klub di publik membaik. Hal ini menjadi sangat penting untuk meningkatkan interaksi positif, menjangkau spektrum penggemar yang lebih luas, dan kenyamanan

dan keamanan pengalaman pariwisata yang lebih baik.

d. Ekualitas, keberagaman, dan inklusi

Sepak bola perlu EDI di klub dengan komitmen rencana aksi EDI yang dinilai secara teratur oleh IREF. Pengenalan IREF memberikan peluang untuk menetapkan tujuan dan standar EDI yang jelas yang harus dipenuhi oleh klub sebagai bagian dari persyaratan lisensi mereka. Ditujukan untuk menyelaraskan dengan rencana aksi EDI dengan *Sport England* dan *UK sport* milik Pemerintah Inggris (Couch, 2021).

Faktor ekualitas, keberagaman, dan inklusi sangat penting bagi EPL untuk menarik penggemar dari seluruh dunia yang sangat beragam. Adanya representasi di lapangan yang menggambarkan identitas penggemar, penggemar semakin merasa terwakili dan lebih mudah secara emosional lekat dengan klub atau pemain tertentu serta tidak jarang untuk mengunjungi Inggris agar dapat lebih dekat dengan representasi identitas mereka. Oleh karena itu, baiknya EDI juga menjadi faktor naiknya angka kunjungan penggemar sepak bola di Inggris.

e. Meningkatkan keterlibatan penggemar

Penggemar adalah bagian penting dari budaya klub dan juga menghasilkan sebagian besar pendapatan yang membantu setiap klub bertahan dan berkembang sehingga keterlibatannya harus diperhatikan dengan baik. Jika IREF ingin membantu menstabilkan klub, maka IREF harus memastikan bahwa standar minimum keterlibatan penggemar terpenuhi. Ada berbagai bentuk dari keterlibatan penggemar dalam proses pengambilan keputusan klub namun pendekatan dewan bayangan adalah yang paling baik.

Dewan bayangan merupakan sejumlah perwakilan suporter yang beragam yang ditunjuk untuk mewakili menjadi dewan hukum non-formal dengan tugas membahas bisnis dan strategi klub secara lebih rinci. Dewan bayangan harus menerima laporan dan proposal dewan klub yang telah disunting dengan tepat sebelum rapat apa pun. Penting untuk menekankan dua aspek dalam dewan bayangan. Pertama, dewan bayangan harus dilihat sebagai tingkat konsultasi minimum dan klub didorong untuk mengadopsi mekanisme tambahan yang sesuai dengan masukan atau hasil keputusan dewan bayangan. Kedua, dewan bayangan tidak akan menjadi wadah bagi penggemar untuk membicarakan masalah sepak bola dengan klub misalnya formasi dan performa pemain. Rapat hanya akan difokuskan pada sisi bisnis klub.

Keterlibatan penggemar merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam konsep sport tourism. Dalam konteks ini, penggemar akan merasa lebih dekat dan memiliki perasaan menjadi bagian penting dari klub jika mempunyai posisi yang penting di mata klub. Dewan bayangan memberikan posisi yang lebih baik bagi penggemar untuk bisa ikut bagian dalam proses pengambilan keputusan di klub mereka. Hal yang paling penting dalam dewan bayangan adalah keterbukaan bagi penggemar non-Inggris untuk ikut dalam proses pengambilan klub kesayangan mereka baik untuk keputusan di dalam dan luar ruangan. Selain itu, dengan beragamnya latar belakang dewan bayangan akan membuat pengambilan keputusan yang lebih tepat dan inklusif mengingat status klub-klub EPL yang punya reputasi internasional.

f. Melindungi warisan bersejarah klub

IREF merekomendasikan penggunaan *golden share* yang akan memerlukan persetujuan

dari penggemar untuk masalah warisan bersejarah klub tertentu. Tujuan dari *golden share* adalah untuk memberikan perlindungan hukum terhadap barang-barang warisan dan memastikan penggemar dipertimbangkan dalam setiap tindakan yang berhubungan dengan warisan-warisan tersebut. Melalui *golden share*, klub perlu mendapatkan persetujuan dari badan perwakilan penggemar untuk penjualan stadion klub, relokasi di luar area lokal yang bukan merupakan bagian sementara dari pembangunan/ renovasi, bergabung dengan kompetisi baru yang tidak disetujui oleh FIFA, UEFA dan FA dan/atau meninggalkan kompetisi yang saat ini dimainkan, rencana klub, warna kandang tim utama, dan nama klub (Couch, 2021).

Warisan klub seperti logo, nama, dan warna dasar mempunyai sisi historis dan emosional bagi banyak fans. Pasalnya, warisan-warisan tersebut telah mewakili perjalanan klub tersebut dan yang menjadialasan banyak penggemar termasuk dari luar negeri yang mencintai klub tersebut. Dengan dijaganya warisan-warisan tersebut melalui mekanisme *golden share*, identitas klub akan terjaga dan menghindari klub untuk bertindak sepihak tanpa mementingkan penjagaan terhadap warisan-warisan klub (Couch, 2021).

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan yang telah dibahas dalam penelitian ini, dapat disimpulkan Pemerintah Inggris memiliki upaya yang besar untuk mendorong pariwisata Inggris melalui EPL. Konsep *nation branding* mengupas upaya Pemerintah Inggris untuk mempromosikan dan komersialisasi EPL ke negara lain yaitu bantuan dalam pembelian klub-klub EPL oleh pemilik asing dan promosi EPL ke negara lain. Sedangkan konsep *sport tourism* lebih kepada upaya Pemerintah Inggris

untuk meningkatkan kualitas ekosistem EPL sebagai daya tarik wisata berupa perbaikan terhadap ekosistem EPL melalui regulasi dan kerjasama.

Bantuan dalam pembelian klub-klub EPL untuk pemilik asing digunakan Pemerintah Inggris untuk meningkatkan sorotan internasional kepada EPL terutama dari negara asal pemilik dan sekaligus meningkatkan minat terhadap EPL. Tidak dapat dipungkiri jika kepopuleran EPL secara internasional dibantu oleh mayoritas pemilik klub EPL adalah pemilik non-Inggris. Sedangkan promosi EPL ke negara lain melalui kampanye *Great Britain and Northern Island* mengenai pariwisata di Inggris sangat membantu pengunjung untuk merencanakan kunjungan ke Inggris menjadi lebih mudah.

Upaya perbaikan terhadap ekosistem EPL melalui regulasi dan kerjasama dilakukan dengan mengeluarkan *Fan Led Review of Football Governance* dengan fokus enam hal yang berhubungan dengan kualitas EPL yaitu regulasi, *tests for owners and directors of football clubs*, *corporate governance*, ekualitas, keberagaman, dan inklusi, dan meningkatkan keterlibatan supporter, melindungi warisan bersejarah klub. Dalam upaya ini Pemerintah Inggris menggandeng pihak-pihak lain seperti FA, EPL, dan komunitas supporter untuk bekerjasama meningkatkan kualitas EPL sehingga lebih menarik dan banyak wisatawan yang berkunjung.

Adapun saran yang diberikan penulis dalam pengembangan keilmuan berikutnya adalah mengulas Peran Pemerintah Inggris dalam meningkatkan faktor-faktor pendukung pariwisata seperti misalnya akomodasi, transportasi, dan alternatif objek wisata lain yang masih berhubungan dengan EPL sebagai bagian dari pengalaman berkunjung wisatawan. Penelitian ini dapat dijadikan acuan

untuk mengulas lebih dalam *sport tourism* Inggris.

Daftar Pustaka

Buku dan Jurnal

Aronczyk, M. (2013). *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. New York: Oxford University Press

Cooper, C. (Ed). (2005). *Sport Tourism Development*. New York: Cromwell Press

Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Ed). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research 5th Edition*. London: Sage

Dinnie, K. (2016). *Nation Branding: Concepts, Issues, and Practice 2nd Edition*. New York: Routledge

EPL. (2022). *Handbook Season 2022/2023*. London; The Football Association EPL Limited

Goldblatt, D. (2014). *The Game of Our Lives: The Meaning and Making of English Football*. London: Penguin UK, 2014.

Higham, J. & Hinch, T. (2004). *Sport Tourism Development*. Oxford: Elsevier

Higham, J. (Ed). (2005). *Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities, and Analysis*. Oxford: Elsevier

Jarvie, G. et al. (2018). *Sport, Culture and Society: An Introduction 3rd Edition*. New York: Routledge

Månsson, M. (Ed). (2021). *The Routledge Companion to Media and Tourism*. New York: Routledge

Mega Pratama, A., Priadarsini, N., & Kawitri Resen, P. (2019). Upaya Nation Branding Pariwisata dalam Kepentingan Singapura melalui penyelenggaraan KTT A.S-Korea Utara tahun 2018. *DIKSHI (DISKUSI ILMIAH KOMUNITAS HUBUNGAN INTERNASIONAL)* 1(2). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/54035>

Mongkau, A., Fasisaka, I., & Prameswari, A. (2019). Strategi Afrika Selatan Melalui Piala Dunia Sepak Bola 2010 Untuk Perbaikan Citra Negara Pasca Apartheid. *DIKSHI (DISKUSI ILMIAH KOMUNITAS HUBUNGAN INTERNASIONAL)*, 1(2). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/52527>

Osborne, A. C. & Coombs, D.S. (2009). Enthusiasts, Invaders, and Custodians: Media Characterizations of Foreign Owners in Barclays EPL. *International Journal of Sport Communication*. 2(3). 297-318. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/306055272_Enthusiasts_Invaders_and_Custodians_Media_Characterizations_of_Foreign_Owners_in_Barclays_Premier_League

Safitri, N., Priadarsini, N., & Resen, P. (2022). Upaya Perbaikan Citra Negara: Filipina Sebagai Tuan Rumah Penyelenggara SEA Games Tahun 2019. *DIKSHI (DISKUSI ILMIAH KOMUNITAS HUBUNGAN INTERNASIONAL)*, 2(1), 118-132. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/86237>

Štulajter, I. & Štulajter, M. (2016). Significance of Sport in International Relations. *Journal of Modern Science*, 29(2), 381-388. Retrieved from <https://www.jomswsge.com/Significance-of-Sport-in-International-Relations,80479,0,2.html>

Symanski, S. (2010). *Football Economy and Policy*. New York: MacMillan

Tobar, F. & Ramshaw, G. (2022). 'Welcome to the EPL': analysing the development of football tourism in the English EPL. *Soccer & Society*. 23(4-5), 432-450. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14660970.2022.2059871>

Dokumen dan Publikasi

Couch, T. (2021). Fan Led Review of Football Governance. *Review*

Ernst & Young LP. (2022). EPL: Economic and Social Impact. *Research Report*

FIFA. (2022). Fifa Statutes. *Offical Document*.

Populus. (2018). British Icon Index II. *Research Report*.

Sport England & UK Sport. (2021). A Code for Sports Governance. *Offical Document*

Visit Britain. (2019). International Buzzseekers Football Research. *Research Report*. Issue: 169

Situs Laman Berita

Al-Thari, S. (2021, November 08). *Saudi PIF- Newcastle takeover about more than soft power: Riyadh,*

- Tyneside to benefit.* <https://english.alarabiya.net/views/news/middle-east/2021/11/08/Saudi-PIF-Newcastle-takeover-about-more-than-soft-power-Riyadh-Tyneside-to-benefit>. Diakses pada 29 Mei 2023
- Amnesty International UK. (2020, April 21). *UK: EPL must consider Saudi human rights situation in Newcastle United deal.* <https://www.amnesty.org.uk/press-releases/uk-premier-league-must-consider-saudi-human-rights-situation-newcastle-united-deal>. Diakses pada 02 Juni 2023
- Crafton, A. (2023, April 6). *Newcastle's Saudi takeover: The UK government's emails revealed.* <https://theathletic.com/4375454/2023/04/06/saudi-newcastle-boris-government/>. Diakses pada 30 Mei 2023
- EPL. (2021, October 21). *Football's boost to Tourism in the UK on the Rise.* <https://www.premierleague.com/news/2297798>. Diakses pada 07 September 2022
- EPL. (n.d). *Origins.* <https://www.premierleague.com/history/origins>. Diakses pada 06 September 2022.
- Gov.uk, (2021, June 9). *Refreshed GREAT campaign launched in 145 countries.* <https://www.gov.uk/government/news/refreshed-great-campaign-launched-in-145-countries>. Diakses pada 30 Juni 2023
- Great Campaign. (2022, March 12). *See Sport Differently.* <https://greatcampaign.com/campaigns/see-sport-differently/>. Diakses pada 30 Juni 2023
- Holmes, L. (2022, March 20). *Roman Abramovich scupper Chelsea sale not keen bids Britain.* <https://www.dailymail.co.uk/sport/sportsnews/article-10631709/Roman-Abramovich-scupper-Chelsea-sale-not-keen-bids-Britain.html>. Diakses pada 24 Juli 2022
- Mokbel, S. (2022, May 30). *Chelsea takeover Complete Roman Abramovich era finally-comes end Todd Boehly charge.* <https://www.dailymail.co.uk/sport/sportsnews/article-10867415/Chelsea-takeover-COMplete-Roman-Abramovich-era-finally-comes-end-Todd-Boehly-charge.html>. Diakses pada 24 Juli 2022
- NBC Sports Group. (2023, Juni 1). *NBC Sports Completes First Decade as Exclusive U.S. Home of Premier League, Highlighted by Authentic, Innovative Coverage & Record Audiences.* <https://nbcspportsgrouppressbox.com/2023/06/01/nbc-sports-completes-first-decade-as-exclusive-u-s-home-of-premier-league-highlighted-by-authentic-innovative-coverage-record-audiences/>. Diakses pada 28 Juli 2023
- Newcastle United. (2020, September 9). *Club statement.* <https://www.nufc.co.uk/news/latest-news/club-statement-1/>. Diakses pada 30 Mei 2023
- Nicholson, P. (2017, September 18). *BeIN joins with rightsholders in bid to shut down Saudi pirate channel beoutQ.* <https://www.insideworldfootball.com/2017/09/18/bein-joins-rightsholders-bid-shut-saudi-pirate-channel-beoutq/>. Diakses pada 25 Mei 2023
- Panja, T. & Smith, R. (2022, May 24). *Inside the Chelsea Sale: Deep Pockets, Private Promises and Side Deals.* <https://www.nytimes.com/2022/05/24/sports/soccer/Chelsea-sale-abramovich-boehly.html>. Diakses pada 24 Juni 2022
- Richter, F. (2022, August 22). *Which Sports Do Americans Follow?.* <https://www.statista.com/chart/28107/sports-followed-by-americans/>. Diakses pada 01 Agustus 2022
- Sportlicitors. (2019, May 5). *Sports Law for Beginners (2): FIFA's Rule On Non-Intervention Of Government In Football.* <https://sportlicitors.com/sports-law-for-beginners-2-fifas-rule-on-non-intervention-of-government-in-football/>. Diakses pada 18 Juni 2023
- The Athletic. (2022, July 25). *EPL owners: Who is in charge of your club?.* <https://theathletic.com/3441998/2022/07/25/premier-league-owners/>. Diakses pada 22 Juli 2022
- Visit Britain. (n.d). *Britain's best footballing cities.* <https://www.visitbritain.com/en/things-to-do/britains-best-footballing-cities>. Diakses pada 18 Juni 2023
- Visit Britain. (n.d). *Plan your trip.* <https://www.visitbritain.com/en/plan-your-trip>. Diakses pada 18 Juni 2023