

JAWA POS

RADAR MADIUN

RADAR MAGETAN

Kamis, 2 Juni 2022

--Bupati Menulis--



Oleh: Suprawoto
(Bupati Magetan)

Sponsor Mario

OLAHRAGA paling populer di negeri ini tentu tidak ada yang membantah, sepak bola. Jangan heran kalau lebih mudah mencari sponsor di cabang olahraga ini. Begitu populernya, waktu saya remaja, fasilitas olahraga ini tersedia di mana-mana. Bisa bermain di lapangan desa, halaman rumah, juga sekolah. Tak heran, sedari kecil semua pasti akrab dengan olahraga satu ini.

Keterbatasan tidak mengurangi kegandrungan akan olahraga ini. Jika sulit membeli bola, buah jeruk pun bisa dijadikan bola. Banyak cerita bintang sepakbola dari tanah air. Waktu itu, Indonesia memang termasuk kekuatan sepak bola di Asia. Bahkan disebut sebagai Macan Asia di bidang sepakbola.

Sambungan dari Hal.16

Ketika kedua anak saya kuliah mengambil program magister di Belanda, atmosfer sepak bola pun menjangar sampai di kampus. Bahkan, mahasiswa Indonesia sering berkelakar, kalau ujian bertepatan dengan jadwal pertandingan sepak bola, pasti ujiannya akan dipercepat.

Kalau kita punya teman akrab atau bahkan menantu dari negara-negara tersebut, sepak bola selalu menjadi tema menarik untuk didiskusikan. Kebetulan saya punya menantu dari negara yang mengagamakan sepak bola. Selalu antusias bila diajak bicara soal sepak bola. Dan jangan sekali-kali lupa mengucapkan selamat bila negaranya menang atau lolos di piala Eropa atau dunia. Mereka akan senang sekali.

Di Eropa, sepak bola telah menjadi industri yang sangat menjanjikan. Transfer pemain yang berharga jutaan dollar selalu terjadi di setiap jendela

Itu dulu. Sekitar tahun 1950-1970-an. Ketika gairah sepak bola sangat luar biasa. Setelah itu, sepak bola Indonesia sulit berbicara di tingkat Asia. Salah satunya karena semakin hilangnya ruang terbuka untuk bermain. Bahkan di tingkat ASEAN saja kita sulit berjaya. Terakhir kita harus puas mendapat peringkat tiga di ajang SEA Games baru-baru ini. Mengalahkan Malaysia, itu pun dengan adu penalti.

Kiblat sepak bola di dunia ini selalu Amerika Latin dan Eropa. Di Amerika Latin ada Brasil dan Argentina yang dominan. Sedangkan di Eropa lebih banyak. Seperti Spanyol, Inggris, Jerman, Belanda, atau Perancis.

transfer. Pemain top dari berbagai negara didatangkan. Para konglomerat banyak menanamkan uangnya di industri ini.

Jutaan orang selalu menyaksikan setiap pertandingan liga. Tak heran bila sponsor berdatangan dari berbagai belahan dunia. Tak terkecuali Indonesia. Berbagai perusahaan mulai dari bank dan maskapai penerbangan menjadi sponsor klub sepak bola. Bahkan ada pengusaha Indonesia yang membeli klub sepak bola di Eropa.

Kehebatan sepak bola telah menyihir begitu banyak masyarakat lintas negara. Jutaan masyarakat menonton dan mendukung klub-klub Eropa. Bahkan antar pendukung klub saling serang di dunia maya. Caci maki pun sering terlontar. Mungkin itulah alasan mengapa perusahaan Indonesia ikut menjadi sponsor, walau sepak bola Indonesia belum kembali berjaya.

Berbanding terbalik dengan Mario Suryo Aji. Anak muda

harapan kita ini masuk Moto3. Tapi begitu sulit mencari sponsor. Untung pemerintah membangun Sirkuit Mandalika. Salah satu sirkuit terbaik dunia yang berada di tempat wisata nan indah. Kemudian terpilih menjadi salah satu seri di MotoGP. Dan langsung melejit namanya. Mario ikut berlaga.

Gubernur Jawa Timur sebagai ibu sekaligus pimpinan daerah berusaha mencari sponsor untuk Mario. Terutama untuk keluarga, biar sesekali bisa mendampingi saat balapan. Mengingat usia Mario yang masih sangat belia. Tentu perlu didampingi keluarga.

Beberapa kali bertemu pimpinan negeri ini, sponsor atau bantuan selalu diajukan. Namun tidak mudah. Tidak seperti mencari sponsor sepak bola. Bahkan tanpa campur tangan siapa pun, perusahaan di Indonesia dengan senang hati mensponsori sepak bola.

Berkat kegigihan ibu gubernur yang melobi Menko Perekono-

Di negara-negara kiblat sepak bola itu, ibaratnya seseorang makan, hidup, dan bernapas sepak bola. Frasa ini bisa dimaknai betapa sepak bola menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakatnya. Orang bahkan berani menyebut sepak bola sebagai agama. Loyalitas dan iman terhadap sebuah klub dipupuk sejak usia dini. Seorang anak didoktrin menyukai suatu klub. Pasti mereka tersinggung kalau kita merendahkan klub yang mereka dukung.

Yang konyol, jika ternyata suatu saat si anak memiliki klub favorit berbeda dengan orangtuanya. Itu dianggap sebagai kegagalan orang tua dalam mendidik anak. Bepindah kesetiaan ke klub lain bisa diibaratkan seperti berpindah agama.

Dukungan kepada klub tampak sekali ketika kita lihat siaran langsung liga di Eropa maupun Amerika Latin. Atmosfernya semakin terasa bila berada di stadion ■ **Baca Sponsor... Hal.19**

mian, akhirnya BRI tahun ini bersedia menjadi sponsor Mario. Karena sudah ada kontrak yang berjalan, tentu ada pembatasan sponsor. Yang masih mungkin, logo BRI diletakkan di helm Mario.

Tentu kesediaan BRI ini melegakkan. Bukankah Mario juga ikut mengharumkan nama negeri ini. Bukankah Mario bisa menjadi *role model* muda Indonesia, sekaligus membuka cakrawala bahwa ada sebuah profesi baru yang cukup menjanjikan.

Seminggu yang lalu saya mendapat pesan *WhatsApp* dari keluarga Mario. Mulai di Moto3 Italia kemarin, logo BRI sudah resmi bertenger di helm Mario. Terima kasih Ibu Gubernur Jawa Timur yang tak kenal lelah mencari sponsor. Terima kasih Menko Perekonomian dan BRI. Semoga BRI menjadi pembuka pintu sponsor bagi anak negeri berprestasi di cabang olahraga yang tidak sepopuler sepak bola. (*/*naz)