

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Uang dari hasil penjualan minyak yang dimiliki negara-negara Timur Tengah memang terbilang banyak, karena sumber daya minyak yang dimiliki negara-negara Timur Tengah membuat negara-negara di kawasan tersebut menjadi kaya. Arab Saudi, Qatar, Uni Emirat Arab, dan Kuwait adalah sebagian negara di kawasan tersebut yang sukses menjadi kaya melalui sumber daya minyak yang dimilikinya.

Walaupun saat ini negara-negara tersebut sudah menjadi kaya, khususnya Qatar pada tahun 1920-an mengalami masa yang dimana sumber pencaharian penduduknya yaitu mutiara runtuh dan akhirnya membuat kelangkaan mata pencaharian dan kemiskinan merajalela, masyarakatnya kekurangan gizi, dan berbagai penyakit menjangkiti negara itu. Sekitar tahun 1922, Inggris yang saat itu menjajah Qatar, mulai melihat potensi sumber daya alam yang menjanjikan, khususnya minyak. Pada tahun 1933, APOC mengirimkan dua ahli geologi, P.T Cox dan E.W Shaw ke Qatar. Setelah melakukan observasi selama kurang lebih 3 bulan, mereka menemukan potensi minyak yang menjanjikan di kota Dukhan. Persis seperti yang terjadi di Bahrain (Ajeng Wirachmi, 2022).

Pada tahun 1938, setelah APOC (*Anglo-Persian Oil Company*) mengirimkan para ahlinya untuk meneliti kemungkinan keberadaan minyak di Qatar dan melakukan negosiasi penggalan dengan pemerintah Qatar, Norval E. Baker, T.F. Williamson, dan R. Pomeyrol, serta dibantu dengan Mansour bin Khalil, menelusuri batuan gamping Eosen sejauh 80 km dengan penutupan struktural 90 meter yang akhirnya mereka mulai merekomendasikan sumur pertama, sekaligus membuka asa Qatar dalam mengelola minyak dan gas alam secara independen (Ajeng Wirachmi, 2022).

Gambar 1. Kehidupan Masyarakat Qatar Sebelum Ditemukan Minyak



Sumber : National Geographic Indonesia

Maka dari itu, Sejak tahun 1940, minyak Qatar mulai dieksplorasi dan diproduksi secara ekstensif. Dalam sehari, negara tersebut mampu memproduksi 4.000 barel minyak dan mencatatkan 900 triliun kubik gas alam, ladang gas tunggal terbesar di bawah kerak bumi. Dari hasil penemuan tersebut juga, Qatar menjadi salah satu negara terkaya di Timur Tengah bahkan dunia. Bahkan hari ini, pendapatan dari minyak dan gas membuat pendapatan per kapita rata-rata di Qatar mencapai lebih dari US\$.98,800, jauh melampaui Amerika Serikat atau Inggris, masyarakat Qatar pun mulai memperoleh keuntungan dan efeknya, anak-anak di Qatar mulai mendapat pendidikan dengan kualitas baik dan sejahtera (Galih Pranata, 2021).

Namun, Qatar menyadari bahwa sumber daya alam ini tidak akan bertahan selamanya. Oleh karena itu, pada tahun 1990-an, Qatar mulai berinvestasi di berbagai bidang, seperti pariwisata, teknologi, dan pendidikan. Pemikiran ini semakin diperkuat setelah terjadinya krisis keuangan global pada tahun 2008. Krisis ini menyebabkan harga minyak dan gas alam dunia anjlok yang berdampak signifikan pada perekonomian Qatar, akibatnya PDB Qatar menurun dari 55% menjadi 39%. Maka dari itu, Qatar meluncurkan *Qatar National Vision 2030* pada tahun 2010. Visi ini bertujuan untuk menjadikan Qatar sebagai negara maju dan makmur pada tahun 2030, dengan fokus utama pada diversifikasi ekonomi (Jad Kabbani , 2022).

Salah satu opsi investasi yang menjadi fokus deversifikasi ekonomi Qatar adalah bidang olahraga khususnya pada olahraga sepakbola, karena di zaman modern ini sepakbola bukan hanya dinikmati untuk ditonton saja, melainkan dapat dikomersialisasi dan dapat dijadikan brand. Dalam hal ini sepakbola Eropa telah menjadi magnet dan target dalam tujuan deversifikasi ekonomi Qatar tersebut (Subhan Wirawan, 2023).

Jika melihat negara Qatar dalam kebijakan investasinya sejak tahun 2007, lembaga yang membidangi investasi, *Qatar Investment Authority* (QIA) telah mengeluarkan lebih dari \$65 miliar ke kawasan Eropa terkhusus ke bidang olahraga sepakbola. Karena popularitas klub sepakbola Eropa sekarang ini semakin menarik banyak pihak untuk berinvestasi khususnya dari negara di Timur Tengah. Maka dari itu selain Qatar, negara-negara teluk lain yang berinvestasi di klub-klub top Eropa diantaranya:

- 1) Manchester City – UAE/Sheik Mansour/2008
- 2) Everton – Arab Saudi/Farhad Moshiri/2016
- 3) Sheffield United – Arab Saudi/Abdullah bin Mosaad bin Abdul Al Saud/2013
- 4) Hull City – Mesir/Assem Allam/2010
- 5) Aston Villa – Mesir/Nasser Sawiris & Wes Edens/2016

- 6) Malaga – Qatar/Abdullah bin Nasser Al Thani/2010
- 7) Almeria – Arab Saudi/Turki Al-Sheikh
- 8) TSV 1860 Munich – Yordania/Hasan Abdullah Ismaik/2011
- 9) Newcastle United – Arab Saudi/Mohammed bin Salman/2021

Dilihat dari data di atas, pembelian klub-klub Eropa oleh Negara-Negara Timur Tengah mayoritas berada di Liga Inggris, karena Liga Inggris merupakan liga terbaik di Eropa dan bahkan liga terbaik di dunia. Aspek pemain bintang, kekuatan klub yang merata, keseruan di tiap laganya, bahkan ketenaran Liga Inggris melalui klub-klubnya, merupakan alasan mengapa klub-klub Liga Inggris lebih menarik di pasaran investasi negara-negara Timur Tengah.

Tabel 1. Perkiraan Distribusi Dana Premier League 2016-19 (Domestik & Luar Negeri)

Estimated Distribution of Premier League Funds 2016-19 (Domestic & Overseas)									
TV Money	£ mins	Equal Share	Facility Fees	Merit Payment	Overseas TV	Commercial Revenue	2016-19 Payment	2013-16 Payment	2016-19 Growth
Estimated Growth		67%	67%	67%	30%	30%			
1	Liverpool	36.1	36.5	39.2	34.2	5.6	151.6	97.5	54.0
2	Manchester City	36.1	32.8	41.3	34.2	5.6	150.0	96.6	53.4
3	Chelsea	36.1	32.8	37.2	34.2	5.6	145.8	94.1	51.7
4	Arsenal	36.1	32.8	35.1	34.2	5.6	143.8	92.9	50.9
5	Tottenham	36.1	31.6	31.0	34.2	5.6	138.4	89.7	48.8
6	Manchester United	36.1	32.8	28.9	34.2	5.6	137.6	89.2	48.4
7	Everton	36.1	21.8	33.0	34.2	5.6	130.7	85.0	45.7
8	Newcastle United	36.1	19.3	22.7	34.2	5.6	117.9	77.4	40.5
9	Southampton	36.1	14.4	26.8	34.2	5.6	117.1	76.9	40.2
10	Stoke City	36.1	14.4	24.8	34.2	5.6	115.1	75.7	39.4
11	Swansea	36.1	18.1	18.6	34.2	5.6	112.6	74.2	38.4
12	West Ham	36.1	19.3	16.5	34.2	5.6	111.7	73.7	38.0
13	Crystal Palace	36.1	14.4	20.6	34.2	5.6	110.9	73.2	37.7
14	Aston Villa	36.1	21.8	12.4	34.2	5.6	110.0	72.7	37.4
15	Sunderland	36.1	18.1	14.4	34.2	5.6	108.4	71.7	36.7
16	Hull City	36.1	14.4	10.3	34.2	5.6	100.6	67.0	33.6
17	WBA	36.1	14.4	8.3	34.2	5.6	98.6	65.8	32.8
18	Norwich City	36.1	14.4	6.2	34.2	5.6	96.5	64.6	31.9
19	Fulham	36.1	14.4	4.1	34.2	5.6	94.4	63.3	31.1
20	Cardiff City	36.1	14.4	2.1	34.2	5.6	92.4	62.1	30.3
Premier League		722.5	433.5	433.5	683.7	111.0	2,384.2	1,563.1	821.0

Prepared by @SwissRamble

Sumber : Okezone.com

Maka dari itu, karena reputasi dan *branding* Liga Inggris yang sudah mengglobal dan menjadi salah satu yang tertinggi di dunia. Pertandingan Liga Inggris sudah ditayangkan di 188 negara dari 193 negara yang terdaftar di PBB. Liga Inggris juga termasuk liga yang mampu menawarkan persaingan yang lebih ketat dibandingkan liga-liga negara lain, yang mana ia diisi oleh banyak klub-klub besar yang dikenal dengan istilah dengan "The Big-Six" seperti Arsenal, Liverpool, Chelsea, Manchester United, Manchester City, dan Tottenham Hotspurs. Keenam klub tersebut juga punya basis fans cukup besar di seantero dunia. Belum lagi adanya klub non-unggulan atau *underdog* yang seringkali menghadirkan kejutan dalam perburuan gelar juara Liga Inggris, membuat Liga Inggris selalu menarik untuk ditonton (Christanta, 2022).

Namun, ketika banyak Sultan Timur Tengah berinvestasi di klub-klub Liga Inggris, Qatar melalui QSI (*Qatar Sport Investments*) yang merupakan perusahaan independen yang

dimana memiliki hubungan erat dengan pemerintah Qatar dan memainkan peran penting dalam strategi pembangunan negara tersebut berinvestasi di Liga Prancis untuk membeli klub Paris Saint-Germain pada 2011 seharga 80 juta euro.

Qatar dalam hal ini memiliki pandangan lain mengenai investasi di klub sepakbola Eropa yang dimana Qatar memilih PSG dan Liga Prancis sebagai pilihan investasinya, padahal liga lain selain liga Prancis memiliki kualitas yang lebih baik dan dihuni klub-klub yang lebih mentereng daripada PSG. Seperti di Liga Italia ada AC Milan dan Inter Milan yang di tahun tersebut sedang mengalami krisis keuangan klub sehingga prestasinya menurun, uang dari investasi Qatar inilah yang dapat membantu kedua klub tersebut untuk keluar dari belenggu tersebut. Kemudian di Liga Spanyol ada beberapa klub yang sudah terkenal dan bagus sejarahnya dalam menyaingi dua raksasa klub Spanyol yaitu Barcelona dan Real Madrid, klub-klub tersebut diantaranya Atletico Madrid, Sevilla, Valencia dll. Dan yang terakhir di Liga Jerman ada Borussia Dortmund yang menjadi pesaing Bayern Munchen di Liga Jerman, Qatar dapat berinvestasi di klub tersebut untuk menaikkan levelnya agar bisa lebih bersaing lagi dengan Bayern Munchen bahkan bersaing di tingkat Eropa. (Subhan Wirawan, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang di atas, maka penulis menentukan rumusan masalahnya yaitu “Mengapa Qatar membeli klub Paris Saint-Germain sebagai pilihan investasinya?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui dan memahami alasan Qatar menggunakan Diplomasi Olahraganya untuk berinvestasi membeli klub Paris Saint-Germain.

1.4 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini menggunakan salah satu teori *soft diplomacy* yaitu diplomasi olahraga yang mana diplomasi ini mengacu pada penggunaan olahraga sebagai alat untuk diplomasi guna mempromosikan negara, memperkuat hubungan dengan negara lain, dan bahkan memperbaiki citra negara. Diplomasi olahraga erat kaitannya dengan peran para pelaku olahraga seperti para atlet, penyelenggara acara olahraga internasional, dan organisasi internasional yang menaungi cabang olahraga (Thierry Come & Michel Raspaud, 2018).

Menurut J.S. Nye Jr, Diplomasi olahraga adalah penggunaan olahraga untuk mempromosikan kepentingan nasional, seperti perdamaian, keamanan, dan pemahaman

budaya. Nye berpendapat bahwa diplomasi olahraga dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan hubungan antar negara. Olahraga dapat menjadi sarana untuk membangun kepercayaan dan saling pengertian, serta mempromosikan nilai-nilai positif seperti kerja sama dan *fair play*. Nye juga berpendapat bahwa diplomasi olahraga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan perdamaian dan keamanan. Olahraga dapat menjadi cara untuk mempromosikan dialog dan kerja sama antar negara yang berseteru. Misalnya, Olimpiade Musim Panas 1992 di Barcelona, Spanyol, merupakan ajang yang mempertemukan atlet dari negara-negara yang saat itu baru terpecah-pecah dari Uni Soviet. Ajang ini membantu untuk mempromosikan perdamaian dan rekonsiliasi di wilayah tersebut (Thierry Come & Michel Raspaud, 2018).

Selain itu, Nye juga berpendapat bahwa diplomasi olahraga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan pemahaman budaya. Olahraga dapat menjadi cara untuk memperkenalkan budaya suatu negara kepada negara lain. Sepak bola sendiri merupakan olahraga yang sangat populer di dunia dan merupakan salah satu diplomasi olahraga, karena menurut (Bubalo, 2013), diplomasi sepak bola dalam tingkat yang paling sederhana, adalah penggunaan kepentingan bersama dalam sepak bola untuk menciptakan sebuah jaringan. Dengan adanya jaringan ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan lain negara, termasuk melakukan diplomasi, menjalin hubungan politik dan bisnis, mempromosikan produk, pariwisata, pengembangan, dan pendidikan (Bubalo, 2013). Maka dari itu, ajang-ajang sepak bola internasional, seperti Piala Dunia dan Euro, merupakan kesempatan bagi negara-negara peserta untuk menampilkan budaya mereka kepada dunia.

Qatar membeli PSG adalah contoh bagaimana negara menggunakan investasi dalam olahraga untuk berdiplomasi. Dalam hal ini, Qatar dapat menggunakan kepemilikan klub sepak bola seperti PSG untuk menumbuhkan kepercayaan dunia internasional terhadap Qatar. PSG dapat digunakan Qatar untuk menarik perhatian media internasional, meningkatkan visibilitas Qatar, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat internasional terhadap negaranya.

1.5 Metodologi

Penulisan penelitian ini menggunakan metode kualitatif naratif deskriptif, yang dimana pendekatan tersebut menjadi instrument utama untuk pengumpulan data dan pengolahan atau analisis data. Dengan menggunakan metode kualitatif, Teknik Pengumpulan data penelitian ini dapat dilakukan melalui studi literatur yang dimana sumber datanya berupa jurnal, artikel berita, buku, website, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6 Hipotesis

Diplomacy Olahraga yang dilakukan oleh Qatar melalui investasi sepakbola Eropa, terutama dalam kasus pembelian klub Paris Saint-Germain, dikarenakan Qatar ingin mendapatkan kepercayaan publik guna memperbaiki citra Qatar di dunia internasional, mendapatkan keuntungan kerja sama bilateral dengan Perancis, dan bahkan mendapatkan keuntungan ekonomi untuk negaranya, dengan melalui diplomasi dan investasinya di klub sepakbola Paris Saint-Germain.

1.7 Jangkauan Penelitian

Penelitian skripsi ini mencakup beberapa aspek yang terkait dengan diplomasi Qatar dalam investasi sepak bola Eropa, dengan penekanan khusus pada pembelian PSG. Studi ini akan mempelajari ide-ide dan teori tentang diplomasi olahraga, serta peranannya dalam hubungan internasional. Penelitian ini akan mempelajari motivasi di balik pembelian Qatar terhadap klub sepakbola PSG, serta konsekuensi politik dan diplomasi yang terkait dengan kepemilikan klub tersebut. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji dampak kepemilikan klub sepakbola Eropa terhadap hubungan diplomatik dan menumbuhkan kepercayaan Qatar di dunia internasional.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang yang akan di teliti, serta memaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metodologi, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang Qatar membuat kebijakan "*Qatar National Vision 2030*" dan apa saja detail dari "*Qatar National Vision 2030*" ini.

BAB III

Di bab ini, penulis akan menjelaskan dampak investasi Qatar pada klub sepakbola Paris Saint-Germain hingga Qatar dipercaya oleh dunia Internasional dan memperbaiki citra negaranya.

BAB IV

Di bab terakhir ini, penulis akan menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.