

**Merek rokok dalam sejarah perjalanan sponsor**

**liga sepak bola Indonesia (1994 – 2012)**

## Nanda Pramudya Fadli Illahi.Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang 65145 , Jawa Timur Indonesia, nanda.pramudya.1907326@students.um.ac.id.

***Abstract***

*The cigarette industry has an important role in the development of sports in Indonesia, especially football. Since before 1994 when at that time the competition was still divided into two, namely the United (Amateurs) and Galatama (non-Amateurs), the cigarette industry has become part of the league sponsorship. This continued in the 1994-1995 season, when the first league in Indonesia was merged into one, namely Ligina which stands for Liga Indonesia. In history, several cigarette brands that had become the main sponsors of the Indonesian football league starting in 1994 until 2012 are Dunhill, Kansas and Djarum.*

***Keywords***

*Sponsor, Cigarettes, Indonesian Football League*

**Abstrak**

Industri rokok mempunyai peranan penting dalam perkembangan dunia olahraga di Indonesia, khususnya sepak bola. Sejak sebelum tahun 1994 dimana saat itu kompetisi masih terbagi menjadi dua yaitu Perserikatan (Amatir) dan Galatama (non-Amatir), industri rokok telah menjadi bagian dari sponsor liga. Hal ini berlanjut pada musim 1994-1995, ketika pertama kalinya liga di Indonesia digabung menjadi satu yaitu Ligina yang merupakan singkatan dari Liga Indonesia. Dalam sejarah, beberapa merek rokok yang sempat menjadi sponsor utama liga sepakbola Indonesia mulai tahun 1994 sampai tahun 2012 adalah Dunhill, Kansas, dan Djarum.

**Kata kunci**

Sponsor, Rokok, Liga Sepakbola Indonesia

***\*Published: 10 th April 2021***

**Pendahuluan**

Sepak bola merupakan salah satu bidang olahraga yang populer di dunia. Setiap hari selalu ada berita baru yang diperbincangkan dari bidang olahraga ini baik itu prediksi, jalannya pertandingan, hasil, maupun kontroversi dari tiap pertandingan yang telah terjadi. Hal ini terjadi karena sepak bola mempunyai banyak penggemar atau bisa kita sebut fans yang mempunyai kebanggaan tersendiri pada klub yang didukungnya. Maka dari itu bidang olahraga ini tiap hari hampir selalu tidak lepas diperbincangkan dan menarik perhatian. Termasuk juga di Indonesia yang mempunyai liga sepak bola sendiri serta penggemarnya yang banyak. Banyaknya penggemar sepakbola di tanah air menjadi salah satu cara perusahaan untuk memasarkan produknya (Pasaribu, 2018 : 6). Salah satu perusahaan yang berusaha untuk memasarkan produknya di bidang olahraga ini adalah perusahaan rokok.

 Sepanjang sejarah sponsorship di kompetisi sepakbola Indonesia terdapat beberapa merek rokok seperti Dunhill, Kansas, dan Djarum (Pasaribu, 2018 : 6). Sejak Liga Indonesia musim 1994/1995 sampai tahun 2011 tercatat sudah ada tiga merek rokok yang menjadi sponsor utama liga Indonesia. Tetapi ternyata sebelum ketiga merek tersebut, sudah ada merek rokok lain yang lebih dulu menjadi sponsor utama liga Indonesia. Ini terjadi tepatnya pada kompetisi Galatama ke-9 pada tahun 1988/1989. Kompetisi ini juga disebut Kompetisi Bentoel Galatama IX, hal ini disebabkan kompetisi yang disponsori oleh perusahaan rokok PT. Bentoel (Destiawan, 2010 : 73).

 Meski liga sepak bola Indonesia telah menggunakan sponsor rokok sejak 1988/1999 tetapi era dari kejayaan sponsor rokok dalam liga sepak bola Indonesia dapat dikatakan dimulai pada musim 1994/1995. Karena dimusim ini terjadi terobosan baru dalam sepak bola Indonesia, yaitu karena PSSI mengeluarkan kebijakan untuk menyatukan dua kompetisi yang sebelumnya berjalan sendiri-sendiri yakni Galatama (Liga Sepakbola Utama) yang merupakan liga semi profesional dan Perserikatan yang merupakan liga yang masih bersifat amatir, menjadi satu wadah kompetisi bernama Liga Dunhill (Kurniawan, et. al, 2017 : 3). Sejak musim ini berlangsung sudah tidak terdapat lagi Perserikatan maupun Galatama, yang ada hanya satu yaitu Ligina atau Liga Indonesia dengan sponsor utama berupa merek rokok yaitu Dunhill. Merek rokok kemudian semakin sering menjadi sponsor di liga Indonesia. Selain menjadi sponsor utama, merek rokok tersebut juga digunakan menjadi nama liga itu sendiri. Seperti ketika tahun 1994-1996 Dunhill menjadi sponsor utama sekaligus nama liga itu sendiri. Kemudian tahun 1996-1997 Kansas menyusul Dunhill menjadi sponsor dan nama liga. Dan yang terakhir adalah Djarum mulai tahun 2005-2011 (Pasaribu, 2018 : 6).

 Artikel ini membahas tentang perjalanan liga sepak bola Indonesia ketika merek rokok menjadi sponsor utamanya. Merek rokok terakhir yang menjadi sponsor utama di liga sepak bola Indonesia adalah Djarum pada musim 2010-2011. Dapat dipastikan setelah tahun 2011 tidak ada lagi merek rokok yang menjadi sponsor utama di liga Indonesia. Maka atas dasar itu, perlu diangkat permasalahan antara lain: (1) Bagaimana awal mula Liga Sepakbola Indonesia menggunakan merek rokok sebagai sponsor pada tahun 1994 ? (2) Merek rokok apa saja yang pernah menjadi sponsor utama liga Indonesia sejak 1994-2012? (3) dan Mengapa merek rokok tidak lagi menjadi sponsor utama di liga sepakbola Indonesia sejak tahun 2012 ?

**Metode**

Dalam penulisan artikel ini saya menggunakan metode sejarah, dimana metode sejarah tersebut terdiri dari 5 proses, diantaranya : (1) Penentuan Topik, dalam hal ini penetuan topik untuk artikel yang saya pilih adalah tentang sponsor rokok dalam sejarah liga sepakbola Indonesia. Didasari oleh karena dalam liga sepakbola Indonesia pernah terdapat masa dimana industri rokok menjadi sponsor utama liga dan sekarang sudah tidak terdapat lagi. Kemudian (2) proses heuristik atau pengumpulan sumber. Dalam proses ini saya lebih cenderung untuk memanfaatkan media-media online dalam membantu proses heuristik.

Seperti dengan menggunakan Skripsi-skripsi mahasiswa yang membahas tentang seluk beluk Liga Sepakbola Indonesia diantaranya Skripsi dari Pilemon Pasaribu mahasiswa FEB Universitas Diponegoro dan skripsi Teguh Limas Sarendra dari FIB UI. Selain itu saya juga menggunakan rujukan berupa artikel-artikel jurnal online diantaranya dari Jurnal Unnes. Lalu juga artikel dari platform olahraga online seperti bola.com, kumparan, bolasport.com, dan artikel online lainnya. Selain itu saya juga menggunakan sumber lisan yakni dengan cara mewawancarai saksi hidup dari periode sejarah yang saya tulis ini. Tentu saja orang tersebut merupakan orang yang pernah berkecimpung dalam dunia sepakbola Indonesia selaku pemain era 80-an dan juga sebagai kepala Stadion Gajayana, Malang yang bernama Pak Edi Widodo.

 (3) Proses kritik sumber, proses ini terdiri dari dua yaitu kritik internal dan juga eksternal. Kritik eksternal merupakan proses dimana saya menganalisis kembali asal sumber yang saya dapatkan apakah sumber tersebut termasuk sumber primer ataupun sumber sekunder dan turunannya. Kemudian juga kritik internal, yaitu saya menganalisis kembali keotentikan dari sumber-sumber yang saya peroleh dengan tujuan untuk mengetahui keaslian dari aspek materi sumber tersebut. (4) Interpretasi, adalah proses ketika saya menafsirkan fakta-fakta sejarah yang terdapat dalam setiap sumber yang saya gunakan sebagai rujukan dalam penulisan artikel ini. Fakta-fakta tersebut tentunya berdasarkan sumber yang telah melalui proses kritik sebelumnya baik sumber lisan maupun tertulis. (5) Historiografi, merupakan proses penulisan sejarah dimana fakta-fakta sejarah yang telah melalui berbagai proses tadi digunakan dalam menulis artikel ilmiah ini dan juga menjawab rumusan masalah.

**Hasil** **dan** **Pembahasan**

**Awal Mula Merek Rokok Digunakan Sebagai Sponsor Utama Liga Sepakbola Indonesia Pada Tahun 1994**

Tahun 1994 merupakan tahun yang penting bagi dunia persepak bolaan Indonesia, dimana pada tahun itu untuk pertama kalinya liga sepak bola di Indonesia digabung menjadi satu liga saja yakni Liga Indonesia atau disingkat Ligina. Karena sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian pendahuluan bahwa sebelum tahun 1994, liga sepak bola di Indonesia masih terbagi menjadi dua Perserikatan (Amatir) dan Galatama (Profesional). Penjelasan tentang kedua kompetisi ini agaknya dapat terjawab oleh keterangan dari Bapak Edi Widodo yang merupakan mantan pemain Persema Malang di tahun 80-an yang merupakan tahun-tahun dimana kompetisi yang berjalan masih Perserikatan dan Galatama. Keterangan dari beliau antara lain dapat dirangkum sebagai berikut :

“Perserikatan itu terdiri dari bond-bond atau persatuan-persatuan sepak bola di daerah seperti Persebaya, Persema, Persida, dll. Nah kalau Galatama, itu kompetisi yang semi-profesional intinya kualitasnya diatas dari perserikatan. Tim-tim Galatama itu Seperti Warna Agung, Arseto, dll. Mereka (Galatama) itu ngambil pemain dari anak-anak daerah (Perserikatan) untuk diorbitkan menjadi pemain profesional dan puncaknya ya untuk masuk Tim Nasional. ” (Wawancara Dengan Pak Edi Widodo pada 28 November 2020).

Jika meruntut dari keterangan beliau dapat dikatakan bahwa model kompetisi di liga Indonesia sebelum tahun 1994 itu bertahap mulai dari daerah masing-masing yang mana terdapat kompetisi Perserikatan (kompetisi antar tim daerah) maka dari itu disebut sebagai kompetisi tim amatir. Kompetisi ini difokuskan untuk mengorbitkan pemain ke tingkat profesional dalam hal ini didukung dengan adanya kompetisi utama tempat bertanding para pemain profesional yaitu Galatama. Sedangkan Galatama memang difokuskan untuk tempat berkompetisi para pemain profesional yang kemudian diharapkan dapat mengorbitkan pemain kearah pembentukan tim nasional Indonesia yang profesional.

Tiap kompetisi ini (Perserikatan dan Galatama) mempunyai keunggulan dan kekurangannya masing-masing. Diantaranya kompetisi Perserikatan meraup banyak keuntungan karena merupakan tim daerah dan banyak pemain asli dari daerah tempatnya berasal bermain disana. Sehingga dengan adanya hal ini, banyak menyedot animo penonton di daerah. Sementara kondisi berbeda terjadi pada kompetisi Galatama, animo penonton di kompetisi ini sangat minim jika dibandingkan dengan Perserikatan. Karena tim-tim galatama bukan merupakan tim daerah. Akhirnya yang terdampak adalah keuangan terutama karena minimnya pemasukan dari penonton. Melihat hal tersebut, PSSI akhirnya mempunyai suatu keinginan untuk berbenah kompetisi. Terutama dari segi pemasukan liga, hal ini seperti yang terdapat pada kutipan dari majalah gatra yang berisi ucapan dari wakil liga Indonesia saat itu bernama Ismet D. Tahrir pada 26 November 1994 yang dikutip oleh Genta Dika Bramastia dkk dalam artikelnya yang berjudul “Dinamika Sepakbola Indonesia” :

“Kompetisi perserikatan sukses meraup penonton, tapi dari segi mutu tidak tercapai. Sebaliknya Galatama, sepi dari kemeriahan dan penonton. Tapi dari mutu lebih baik.” (Gatra, 2 November 1994)

Keinginan itu akhirnya diwujudkan pada saat PSSI berada di bawah kepemimpinan dari Azwar Anas. Menurut laman resmi milik PSSI, dirinya menjabat sebagai Ketua Umum PSSI selama 8 tahun mulai 1991-1999. Ia menginisiasi berdirinya suatu kompetisi baru dengan menyatukan Perserikatan dan Galatama menjadi satu kompetisi liga. Musim 1994-1995 menjadi musim permulaan kompetisi tersebut yang bernama Ligina (Liga Indonesia). Salah satu faktor dalam mendukung kompetisi yang baik adalah tersedianya dana yang cukup. Maka dari itu PSSI membuka peluang bagi kalangan swasta untuk menjadi sponsor dari kompetisi yang baru ini. Dunhill sebagai salah satu perusahaan rokok yang cukup besar pada saat itu menyanggupi untuk mendanai atau mensponsori Liga Indonesia selama tiga musim (Bramaskia, et. al, 2019 : 7). Kala itu, dengan dana 4,5 miliar per musim, perusahaan rokok Dunhill menjadi sponsor utama Liga Indonesia, hingga mengubah nama kompetisi menjadi Liga Dunhill (Indosport, 26 Februari 2020). Sejak itulah untuk pertama kalinya dalam sejarah Liga Indonesia yang sudah bergabung menjadi satu dengan sponsor utamanya berupa merek rokok asal Amerika yaitu Dunhill. Dunhill menjadi sponsor utama di liga Indonesia selama 2 musim yakni musim 1994-1995, 1995-1996 (Pasaribu, 2018 : 6). Ini menjadi semacam jalan pembuka bagi merek rokok yang lain untuk menjadi sponsor utama dari liga Indonesia musim-musim selanjutnya.

**Merek-Merek Rokok Yang Menjadi Sponsor Utama Liga Indonesia Sejak 1994-2011**

Sejak disatukan pada tahun 1994, liga Indonesia pernah disponsori oleh beberapa sponsor rokok, diantaranya :

1. Dunhill

 Dunhill merupakan merek rokok yang diproduksi oleh Brittish America Tobacco atau biasa disingkat BAT. Merek rokok ini merupakan merek rokok pertama yang menjadi sponsor utama dari liga Indonesia yakni pada tahun 1994. Selama dua musim yaitu mulai musim 1994 sampai 1996. Dunhill menjadi sponsor utama liga Indonesia dengan nilai yang dibayarkan pada PSSI sebesar 4,5 Miliar per musim. Nilai tersebut masih bisa bertambah sesuai dengan permintaan PSSI untuk menunjang hal lainnya seperti peningkatan mutu kepelatihan dan perwasitan. Dengan itu, logo dunhil akan dipasang pada kaos seluruh pemain di bagian depan. Kesepakatan dengan sponsor lain masih boleh tetap dipasang tetapi dibagian kaos yang lain dengan kesepakatan bukan perusahaan rokok lain (Bramaskia, et.al, 2019 : 7). Liga Dunhill musim 1994-1995 berakhir dengan Persib Bandung keluar sebagai juara dan Peri Sandria sebagai topskorer dengan torehan 34 gol. Sedangkan pada Liga Dunhill musim 1995-1996 Bandung Raya keluar sebagai juara dan Dejan Gluscevic menjadi topskorer dengan 30 gol (Goal.com, 13 Mei 2020).

2. Kansas

 Merek rokok Kansas merupakan rokok yang diproduksi oleh perusahaan Faroka asal Belgia, yang mendapat lisensi untuk memproduksi rokok di Indonesia tepatnya di Kota Malang. Faroka dimiliki oleh perusahaan rokok besar di Belgia bernama NV Tobacifina SA. Namun, karena makin kalah bersaing dengan rokok kretek, perusahaan ini dijual pada Rothman of Pall Indonesia (komunitas kretek.or.id, 20 Agustus 2020). Seperti dilansir oleh majalah tempo pada 3 Oktober 1987 berikut :

 “Untuk mempertahankan eksistensi sigaret putih cap Kansas disini, Faroka, perusahaan rokok yang didirikan orang Belgia lebih setengah abad lalu, rela menanggalkan semua atribut di pabriknya di Malang. Sebagai gantinya awal bulan lalu, dikerek bendera Rothman of Pall Mall Indonesia”. (Tempo, 3 Oktober 1987)

 Pada musim 1996-1997, merek rokok Kansas mengantikan Dunhill yang sebelumnya telah menjadi sponsor utama liga Indonesia sejak 1994. Persebaya Surabaya keluar sebagai juara dan Jackson F Thiago sebagai topskorer dengan 26 gol. Kansas hanya semusim menjadi sponsor utama liga Indonesia dikarenakan sepakbola Indonesia sempat vakum atau terhenti selama musim 1997-1998. Hal ini karena memang pada tahun-tahun tersebut Indonesia sedang terdampak Krisis Moneter yang melanda Asia. Sehingga ini membuat Kansas yang seharusnya menjadi sponsor utama pada musim itu mengundurkan diri dengan kerjasama sponsorship dengan PSSI. Seperti pernyataan yang disampaikan oleh Jeanete Sudjunadi selaku konsultan bisnis PSSI saat itu yang dikutip dari bola.com tanggal 16 Oktober 2020 :

“Kami tak lagi disupport pihak Dunhill dan Kansas, dan kami kesulitan mendapatkan sponsor baru” (Bola.com, 16 Oktober 2020).

Sehingga pada musim itu, liga Indonesia harus vakum. Selain karena mundurnya pihak sponsor juga dikarenakan masalah keamanan di Indonesia pada tahun 1997-1998 yang belum kondusif sebagai syarat untuk menyelenggarakan kompetisi.

3. Djarum

 Merek rokok Djarum adalah merek rokok asli Indonesia yang diproduksi di Kudus, Jawa Tengah. Merek rokok ini menjadi sponsor utama dari liga Indonesia sejak 2005 sampai tahun 2012. Sama seperti sebelum-sebelumnya bahwa sponsor utama berhak menjadi nama liga dan juga mencantumkan nama pada bagian depan kaos tim-tim liga. Djarum sebagai merek rokok terakhir yang menjadi sponsor Liga Indonesia juga melakukan hal yang sama. Hal ini seperti terdapat pada nama liga Indonesia musim 2005-2006, 2006-2007, dan 2007-2008 yang menggunakan nama “Liga Djarum”. Kemudian pada musim 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012 menggunakan nama “Djarum Indonesia Super League”. Sejak tahun 2008 nama kompetisi berubah menjadi Djarum Indonesia Super League atau biasa disingkat ISL. Sebelumnya kasta tertinggi di liga Indonesia adalah Divisi Utama. Sejak mengganti format dan menjadi ISL, Divisi Utama hanya menjadi kasta kedua (Superball.id, 30 Maret 2019).

 Total 7 musim sudah merek rokok Djarum menjadi sponsor utama liga Indonesia. Djarum menggantikan sponsor sebelumnya yang mana bukan merupakan merek rokok melainkan Bank, yaitu Bank Mandiri. Sepanjang menjadi sponsor utama liga selama 7 musim, tim-tim yang berhasil menjuarai liga beserta topskorernya antara lain sebagai berikut : Musim (1) 2005-2006, Persipura Jayapura keluar sebagai juara dan Christian Gonzales sebagai topskorer dengan 25 gol; (2) 2006-2007, Persik Kediri keluar sebagai juara dan Christian Gonzales sebagai topskorer dengan 29 gol; (3) 2007-2008, Sriwijaya FC sebagai juara dan Christian Gonzales sebagai topskorer dengan 32 gol; (4) 2008-2009, Persipura sebagai juara dan topskor dibagi dua antara Christian Gonzales dan Boaz Solossa dengan masing-masing 28 gol; (5) 2009-2010, Arema keluar sebagai juara dan Aldo Bareto sebagai topskorer dengan 19 gol; (6) 2010-2011, Persipura sebagai juara dan Boaz Solossa sebagai topskorer dengan 26 gol; dan terakhir musim (7) 2011-2012, Sriwijaya FC keluar sebagai juara dan Aberto Goncalves sebagai topskorer dengan 25 gol (Goal.com, 13 Mei 2020).

**Merek Rokok Tidak Lagi Menjadi Sponsor Utama Liga sepak bola Indonesia Sejak Tahun 2012**

Setelah cukup sekian lama era rokok di Liga Sepakbola Indonesia, akhirnya sejak tahun 2012 merek rokok tidak boleh lagi digunakan dalam liga. Secara umum, memang semenjak musim Djarum Indonesia Super League atau ISL berakhir pada 2012 tidak ada lagi merek rokok yang menjadi sponsor utama Liga Indonesia. Berkurangnya partisipasi industri rokok di sepakbola Indonesia dipengaruhi oleh regulasi pemerintah melalui PP No. 19 tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan, yang kemudian mengurangi aktivitas produsen rokok di bidang olahraga

(Pasaribu, 2018 : 7). Sebagaimana yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2012 tepatnya pada pasal 36 ayat 1 dan 2 yang berbunyi :

(1) “Setiap orang yang memproduksi dan/atau mengimpor Produk Tembakau yang mensponsori suatu kegiatan lembaga dan/atau perorangan hanya dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Tidak menggunakan nama merek dagang dan logo produk Tembakau termasuk brand image Produk Tembakau; dan

b. Tidak bertujuan untuk memromosikan Produk Tembakau.

(2) Sponsor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk kegiatan lembaga dan/atau perorangan diliput media.”

(peraturan.bpk.go.id)

 Dari sini dapat kita tarik pernyataan bahwa sejak ditetapkannya PP No.19 Tahun 2012 ini pada tanggal 24 Desember tahun 2012, mau tidak mau PSSI juga harus ikut mentaatinya. PSSI yang sebelumnya bermitra dengan sponsor merek rokok harus menghentikan kerjasamanya. Hal ini tidak lain karena dalam PP tersebut diatur untuk tidak boleh menggunakan nama merek dagang, logo tembakau dengan tujuan sponsor serta juga dilarang untuk diliput oleh media. Maka sejak itulah rokok berhenti menjadi sponsor utama liga Indonesia, dimulai dari Dunhill pada tahun 1994 dan diakhiri oleh Djarum pada tahun 2012.

**Kesimpulan**

Merek rokok pertama kali digunakan sebagai sponsor utama Liga sepak bola Indonesia pada tahun 1994 pada saat kompetisi sepak bola di Indonesia untuk pertama kalinya digabung dari sebelumnya Perserikatan dan Galatama menjadi satu yaitu Liga Indonesia atau biasa disingkat Ligina. Merek rokok yang pertamakali menjadi sponsor liga adalah Dunhill. Selama dua musim (1994-1995 & 1995-1996) Dunhill menjadi sponsor utama liga sepakbola Indonesia dan mengganti nama liga dengan nama “Liga Dunhill”. Kemudian disusul oleh merek rokok Kansas yang menjadi penerus dari Dunhill dalam hal merek rokok sebagai sponsor utama liga. Tepatnya pada musim 1996-1997 nama liga berubah dari “Liga Dunhill” menjadi “Liga Kansas”. Namun Kansas hanya satu musim saja menjadi sponsor liga karena ditahun 1997-1998 Indonesia dilanda krisis moneter. Sehingga mempengaruhi bidang perekonomian tak terkecuali industri sepakbola Indonesia. maka atas dasar itu Kansas mengundurkan diri sebagai sponsor utama liga Indonesia musim 1997-1998.

 Pasca tahun 1998, liga Indonesia kembali bergulir tetapi dengan sponsor baru. Sponsor baru tersebut bukan merupakan merek rokok tetapi bank. Bank Mandiri adalah sponsor bagi liga Indonesia mulai tahun 1999 hingga 2004. Sebelum pada akhirnya sponsor liga sepak bola Indonesia kembali pada merek rokok pada tahun 2005 yaitu Djarum. Djarum menjadi sponsor liga selama 7 musim terhitung mulai tahun 2005-2012. Tahun 2012 adalah tahun terakhir dimana liga sepakbola Indonesia menggunakan sponsor utama berupa merek rokok. Hal ini merupakan dampak dari ditetapkannya PP No. 19 Tahun 2012 tentang pengamanan Tembakau sebagai bahan yang mengandung zat adiktif.

**Daftar Rujukan**

Adiyaksa, Muhammad. (2020). Kisah 4 kali matinya kompetisi di Indonesia, Bagaimana nasib Shopee Liga 1 2020 ?. Dari <https://www.bola.com/indonesia/read/4383561/kisah-4-kali-matinya-> kompetisi-di-indonesia-bagaimana-nasib-shopee-liga-1-2020, diakses 17 Desember 2020.

Destiawan, Erik. (2010). Perkembangan sepakbola non amatir di Indonesia. (Skripsi Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret). Tidak diterbitkan.

Firdausy, Farabi. (2020). Daftar juara Liga Indonesia (1994-2019), <https://www.goal.com/id/berita/daftar-juara-liga-indonesia-1994-> 2019/1rksapqtnk63g1je2lyg0250n6, diakses pada 17 Desember 2020.

Fitra, Aidina. (2019). Daftar sponsor besar yang pernah mendukung Liga Indonesia, <https://superball.bolasport.com/read/331682532/daftar-sponsor-besar-yang-pernah-> mendukung-liga-indonesia), diakses pada 17 Desember 2020.

Kurniawan, Andre; et. al. (2017). Dinamika Persatuan Sepakbola Indonesia Kudus (Persiku) 1993-2005. Journal of Indonesian History, Vol.6, No.1 Tahun 2017.Dari : <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/view/20024>

Pasaribu, Pilemon. (2018). Gojek dan studi fenomenologi *sponsorship* di Liga Indonesia. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro). Tidak diterbitkan.

Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. JDIH BPK RI (online), (https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5324/pp-no-109-tahun-2012) , diakses pada 18 Desember 2020.

Purnomo, Aditia. (2020). Sejarah rokok kansas, rokok ikonik generasi 90an, <https://komunitaskretek.or.id/ragam/2020/08/sejarah-rokok-kansas-rokok-ikonik-generasi-> 90an/, diakses 17 Desember 2020.

Tempo. 3 Oktober 1987. Ekonomi dan Bisnis : Kansas Berganti Tuan.

Tirtana, Arief. (2020). Kisah jaya Liga Indonesia dengan sponsor yang kini diharamkan PT LIB, <https://www.indosport.com/sepakbola/20200226/kisah-jaya-liga-indonesia-dengan-sponsor-> yang-kini-diharamkan-pt-lib, diakses pada 17 Desember 2020.