

PELUANG POTENSI WISATA OLAH RAGA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

Yukiko Hiro Mantu

Sekolah Tinggi Pariwisata (STIPAR) Tamalatea Makassar

email : yukikohiromantu@gmail.com

Abstrak

Pembangunan kepariwisataan memerlukan keterlibatan peran serta masyarakat, dan diarahkan untuk memacu peningkatan daya saing global dan pemasukan devisa, peningkatan citra pariwisata Indonesia disertai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat merupakan payu memajukan pariwisata, antara lain melalui pengenalan dan pengembangan sports tourism berkelas Internasional seperti *Marathon*. *Marathon* merupakan salah satu *sport* yang populer, seperti New York City *Marathon*, Paris *Marathon*, Asia Tokyo *Marathon*, *Tour De France*, lomba perahu layar Bali, dll. Indonesia kaya sumber daya alam dan budaya yang berpotensi besar melahirkan even olahraga sekaligus sebagai faktor atraksi dalam produk pariwisata layak jual. Even olahraga pariwisata dengan konsep seperti ini dalam *Tour de Singkarak*, *Musi Tribootton*, setelah *Sail Indonesia* yang mengasosiasikan persepsi masyarakat dunia akan luas dan indahnya wisata bahari di Indonesia sebelumnya. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. *Sport Tourism* yang merupakan event internasional harus menjadikan masyarakat Indonesia menyadari untuk menjadi tuan rumah yang baik yaitu masyarakat sadar wisata yang dapat menerapkan unsur sapta pesona. Unsur Sapta Pesona meliputi aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan. Dalam pelaksanaan *Sport Tourism* masyarakat mempunyai kesempatan bertemu dengan atlit olahraga dunia dan mengetahui teknologi untuk penyelenggaraan *Sport Event*. *Sport tourism* menyumbang devisa bagi Indonesia, dapat pula sebagai salah satu media promosi untuk menarik wisatawan.

Kata kunci : Wisata, Wisatawan, Olahraga

Abstract

Tourism development requires the involvement of community participation, and is directed to spur increased global competitiveness and foreign exchange earnings, improving the image of Indonesian tourism along with the development of community-based tourism is a way to advance tourism, among others through the introduction and development of international-class sports tourism such as Marathon. Marathon is one of the popular sports, such as the New York City Marathon, the Paris Marathon, the Asia Tokyo Marathon, the Tour De France, the Bali sailboat race, etc. Indonesia is rich in natural and cultural resources which has great potential to produce sporting events as well as a factor of attraction in selling tourism products. Even tourism sports with a concept like this in the Tour de Singkarak, Musi Tribootton, after Sail Indonesia who associate the perception of the world community will be the breadth and beauty of marine tourism in Indonesia before. This research method uses descriptive qualitative. Sport Tourism which is an international event must make the Indonesian people aware to be a good host, that is the tourism-aware community that can apply the Sapta charm. The elements of Sapta Pesona include safe, orderly, clean, cool, beautiful, welcoming and memorable. In the implementation of Sport Tourism the public has the opportunity to meet with world sport athletes and know the technology for organizing a Sport Event. Sport tourism contributes to foreign exchange for Indonesia, it can also be as one of the promotional media to attract foreign tourists.

Keywords : Travel, Traveler, Sports

I. PENDAHULUAN

Pembangunan kepariwisataan memerlukan keterlibatan peran serta masyarakat, dan diarahkan untuk memacu peningkatan daya saing global dan pemasukan devisa, peningkatan citra pariwisata Indonesia disertai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat. Upaya memajukan pariwisata, antara lain melalui pengenalan dan pengembangan sports tourism berkelas Internasional seperti *Marathon*. *Marathon* merupakan salah satu *sport* yang populer, seperti New York City *Marathon*, Paris *Marathon*, Asia Tokyo *Marathon*, Tour De France, lomba perahu layar Bali, dll.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Sedangkan olahraga adalah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana untuk memelihara gerak (mempertahankan hidup) dan meningkatkan kemampuan gerak (meningkatkan kualitas hidup) (<http://pariwisatalumajang.blogspot.com>). Dalam realita saat ini wisata olahraga dikenal juga dengan *sporting event*.

Sporting event adalah even yang beraktifitas olahraga, maka *Sport tourism* merupakan kegiatan wisata seraya berolahraga. Olahraga dalam wisata bukan hanya bagi para profesional, tetapi untuk kalangan dapat merupakan segmen tertentu, yang meliputi komunitas professional maupun amatir. Lomba lari *Marathon* seakan telah menjadi induk wisata olahraga (*Sports Marathon*).

Indonesia kaya sumber daya alam dan budaya yang berpotensi besar melahirkan even olahraga sekaligus sebagai faktor atraksi dalam produk pariwisata layak jual. Even olahraga pariwisata dengan konsep seperti ini dalam *Tour de Singkarak*, *Musi Triboatton*, setelah *Sail Indonesia* yang mengasosiasikan persepsi masyarakat dunia akan luas dan indahnya wisata bahari di Indonesia sebelumnya.

Dalam upaya mengembangkan even olah raga *Marathon* dikota besar berarti membangun suatu wibawa sebagai destinasi bagi para peserta serta khalayak luas. Oleh karena itu kota-kota besar tercatat sukses dalam kegiatan pariwisata dan sukses yang berkelanjutan dalam menyelenggarakan lomba *Marathon*. Pada lomba yang diikuti ratusan ribu pengunjung berada di kota tersebut untuk ikut serta sebagai pelari, atau sebagai penonton. Aktivitas ekonomi masyarakat dapat meningkat karena kunjungan wisatawan yang menyaksikan lomba *Marathon*. Kegiatan *sport event Marathon* dapat mencapai tahap bisnis yang pariwisata dan diharapkan menguntungkan masyarakat bangsa dan negara.

Tujuan penelitian wisata olah raga dapat berkontribusi secara maksimal, untuk mengetahui keberhasilan *sport event Marathon* dan pengembangan sport event serta dampak berganda terhadap masyarakat.

Berkaitan dengan hal di atas, maka pengembangan *sport event* perlu diharapkan dapat berpengaruh pada dampak berganda bagi masyarakat dalam lingkungan ke-pariwisataan Indonesia

Menurut Goeldner & Ritchie (2006:5) pengertian pariwisata adalah suatu proses aktifitas dan *outcomes* dalam bentuk hubungan dan interaksi antara wisatawan, penyedia jasa, pemerintah dan lingkungan sekitarnya yang terlibat untuk mendatangkan wisatawan ke tempat wisata.

Pariwisata dan olahraga merupakan dua disiplin ilmu yang dapat di padukan sehingga memiliki kekuatan dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi di

Indonesia pada umumnya. Oleh sebab itu pariwisata dan olahraga (*Sport tourism*) saat ini mendapatkan perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademis maupun masyarakat luas. *Sport tourism* atau Pariwisata Olahraga merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia.

Pariwisata olahraga mampu menunjukkan potensinya sebagai sesuatu yang menarik, sehingga dapat menciptakan sebuah atraksi wisata yang dapat menjadikan *multicultural tourism*. Pengertian Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keaneka ragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Undang Undang No.10 tahun 2009).

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang semakin memiliki minat lebih besar untuk berkunjung ke suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW). Agar suatu daerah tujuan wisatamempunyai daya tarik maka suatu Daerah Tujuan Wisata memiliki beberapa syarat yang harus dimiliki yaitu :

- Adanya sesuatu yang dapat dilihat,
- Adanya sesuatu yang akan dilakukan,
- Adanya sesuatu yang dapat dibeli.

Hal ini menjadi sangat penting karena pengembangan Pariwisata Olahraga memerlukan sumber daya manusia yang unggul dan handal dalam mendesain berbagai macam kegiatan olahraga sehingga menjadi atraksi wisata yang layak jual karena memiliki nilai-nilai ekonomi (*economic values*) dan mendatangkan keuntungan suatu negara atau daerah.

Pengembang Pariwisata Olahraga di Indonesia saat ini merupakan suatu *demand* sehingga harus mempertimbangkan *supply* yang harus tersedia saat demand atau permintaan meningkat.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 3 tahun 2005 tentang sistem keolahragaan nasional juga

disebutkan bahwa olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran, dan kesenangan (pasal 1 ayat 12). Dalam hal ini olahraga dan pariwisata mempunyai tujuan yang sama. Kalau olahraga bertujuan untuk memberikan kesenangan maka pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan kesenangan.

Pariwisata Olahraga (*Sport tourism*) menurut Spillane (1987:30) di bagi dalam 2 kategori yaitu:

- *Big Sport Even* yaitu peristiwa olahraga besar seperti *Olympic games*, kejuaraan sky dunia, kejuaraan tinju dunia dan olahraga-olahraga lainnya yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.

- *Sporting Tourism of the Practicioners* yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, memancing, dan lain sebagainya.

Berdasarkan definisi di atas terlihat bahwa Pariwisata Olahraga itu di tujukan kepada suatu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara dalam kegiatan olahraga itu sendiri. Pariwisata itu bertujuan untuk memenuhi kepuasan untuk melakukan kegiatan olahraga yang di senangi seperti *fishing, hunting, deep sea diving, skiing, hiking, boating*, dan lain-lain.

Pariwisata olahraga kini semakin maju sehingga banyak bidang olahraga kini dijadikan objek maupun daya tarik bagi wisatawan, terutama olahraga yang memanfaatkan fasilitas yang bersifat alamiah seperti pegunungan, danau, sungai, laut maupun yang hanya menawarkan pesona keindahan alam.

Jakarta *Marathon* merupakan event lomba lari terbesar di Tanah Air yang sekaligus alat untuk mempromosikan Jakarta sebagai kota tujuan wisata. Lomba

lari tahunan yang tahun kedua, diselenggarakan pada 26 Oktober 2014 di Jakarta.

Tujuan utama penyelenggaraannya adalah untuk membangun citra Jakarta sebagai kota tujuan wisata dunia dan juga wisata domestik. Jakarta *Marathon* tahun ini diberi tajuk "Festival City Marathon" dengan titik mulai dan berakhir di silang Monas Barat Daya. Jakarta *Marathon* 2014 akan melombakan beberapa kategori, yaitu: Full *Marathon* (42km), Half *Marathon* (21km), 10km, dan *Maratoonz* untuk anak-anak dengan jarak 1,3 km. Rute lomba lari akan melewati beberapa *landmark* Ibu Kota yang paling terkenal seperti Monumen Nasional, Masjid Istiqlal, Katedral, Kota Tua, dan Hotel Indonesia.

Sejak diadakan pertama kali 2013 lalu, Jakarta *Marathon* menjadi salah satu acara untuk masyarakat dan warga Jakarta. Tahun 2014 peserta yang turut serta ditargetkan 15 ribu pelari. Jakarta *Marathon* 2014 berupaya menempatkan Jakarta sebagai tuan rumah yang siap menjamu tidak hanya kehadiran para atlet internasional, nasional dan lokal, namun juga pelancong mancanegara dan domestik. Dengan acara ini, Jakarta mensejajarkan diri dengan kota besar di dunia, yang telah rutin menggelar lomba lari internasional seperti di Paris, New York, dan London.

Dari sebanyak 15 ribu peserta yang ditargetkan, terdaftar 4 ribu orang peserta yang diantaranya terdiri dari 500 peserta dari 31 negara, seperti Jepang, Inggris, Perancis, Australia, Kenya dan Singapura. Jakarta *Marathon* 2014, berlangsung pukul 05.00-12.00 WIB. Petugas meliputi 5 ribu personil satuan polisi dan pramong praja yang akan menjaga keamanan jalur. Sosialisasi pengosongan jalan kepada warga pun akan dilaksanakan dari jauh-jauh hari.

Ini sekaligus memberitahu warga yang ingin menyaksikan Festival City *Marathon* agar tidak perlu berbondong-bondong ke Monas. Masyarakat Jakarta, dapat berkunjung ke titik-titik pertunjukkan yang terletak dekat dengan tempat tinggalnya.

Aktifitas ajang lari, Jakarta *Marathon* 2014 juga akan diawali oleh Sport Running Expo yang diselenggarakan di Jakarta Covention Center (JCC) pada 23, 24 dan 25 Oktober 2014. Pameran tersebut menyuguhkan perlengkapan olahraga lari mulai dari sepatu, kaus, topi, jam dan lainnya.

Jakarta *Marathon* diprakarsai oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan diselenggarakan oleh Inspiro sebagai promotor dan organizer. Sebagai ajang olahraga lari resmi internasional, panitia bekerja sama dengan Amaury Sport Organization (ASO). Keterangan lebih lanjut mengenai pendaftaran Jakarta *Marathon* 2014 dapat diakses melalui [website www.thejakartamarathon.com](http://www.thejakartamarathon.com). (<http://indonesia.travel>)

Potensi wisata olahraga dalam upaya pengembangan pariwisata di Indonesia mempunyai dampak berganda untuk pengembangan pariwisata daerah. Hal tersebut dapat dilihat dari penyelenggaraan salah satu even wisata olah raga di propinsi Sumatera Barat adalah *Tour De Singkarak* (TDS). Pelaksanaan tahun pertama tahun 2009, TDS diikuti oleh empat kabupaten / kota dan tahun 2013 berkembang menjadi 10 kabupaten dan 7 kota, dilaksanakan tanggal 2 sd 9 Juni 2013.

Sejarah awal penyelenggaraan *Tour De France* di Perancis dan even ini telah berusia 100 tahun. Penyelenggaraan *Tour De France*, disaksikan oleh 10-12 juta penonton, diselenggarakan pula di Italia 6,8 juta penonton, dan diselenggarakan di Sancos Tour Down dengan disaksikan 750 ribu penonton. (Ragam Pesona Februari 2013). Pelaksanaan TDS 2013 diikuti 22 team dengan anggota tim berasal dari 26 Team yang terdiri dari 16 Internasional Team dan 6 National Team. Asal Negara Peserta TDS 2013 meliputi 26 Negara yaitu: Australia, Belgium, Brunei Darussalam, Canada, Chinese, Taipei, Eritrea, Germany, Hongkong, Iran, Japan, Indonesia, Ireland, Kazakhstan, Lithuania, Luxembourg, Malaysia, Netherlands, New Zealand, Philipines, Singapore,

Spain, Thailand, United States Of Amerika, Uzbekistan dan Vietnam. Adapun media yang akan meliput TDS 70 media cetak dan elektronik. Media televisi meliputi Associated Press TV, RCTI, Kompas TV, TV3 Malaysia, Trans TV, SCTV Kontributor dan TV One. Media TDS 2013 meliputi Eurosport, Metro TV, Koran Jakarta, Jakarta Globe, Suara Pembaharuan, Investor Daily, Berita satu.Com, Press Photo, Male, Super Ball, Mens Health, Top Skor, Kompas.com, Singgalang, Padang Pos. (Dit.Pe-masaran Dalam Negeri, 2013)

Pelaksanaan TDS pada tahun 2012 meriah, dengan dihadiri 100 media, termasuk media internasional. Pemuatan berita dan artikel ditaksir ekivalen bernilai Rp. 1,4 miliar. Hal tersebut merupakan kontribusi dan peran wartawan dan media. Dalam rangka mempersiapkan even TDS, sarana jalan diperbaiki oleh pemda dan PU di Sumatera Barat. Perbaikan jalan bermanfaat bagi masyarakat untuk meningkatkan ekonomi secara luas. Jumlah hotel bertambah dan kunjungan wisatawan mulai meningkat hal tersebut termasuk dalam *tangible* (www.Kemenparekraf.go.id),

Dalam kaitan pengertian pariwisata secara *intangible* adalah wisatawan tidak menanyakan lagi Sumatera Barat pernah mengalami tsunami, gempa, melainkan sudah dimaklumi, sehingga memicu masyarakat antara lain pedagang-pedagang turut bergairah pula. Selanjutnya dalam kaitan promosi, Kemenparekraf telah membantu mempromosikan Sumatera Barat. Dampak lain dari TDS antara lain saat ini, beroperasi penerbangan yang langsung antara Padang dan Singapura dan Kuala Lumpur. Dengan adanya jalur penerbangan tersebut, maka terdapat peluang bagi propinsi Sumatera Barat untuk mempromosikan wilayahnya.

Pengembangan TDS selanjutnya, pemerintah daerah, bekerjasama dengan Industri pariwisata, Biro Perjalanan Wisata dan Hotel untuk menjual aneka paket wisata seperti paket sepeda yang

ditawarkan kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Berkaitan dengan even TDS, dilaksanakan, kecenderungan kamar hotel terisi penuh, maka dapat digunakan hotel di sekitar kota Padang. Kota Padang tidak ada kekurangan kamar tetapi ketika even diadakan di Sawah Lunto dan hotel-hotelnya penuh. Wisatawan menginap di Bukit Tinggi dan Solok. ASITA (*Association of Indonesia Tours and Travel agencies*) adalah asosiasi biro perjalanan dan pariwisata Indonesia, dibentuk tahun 1971 (Kamus Pariwisata, Univ Udayana 2003).

ASITA memasarkan paket wisata bersepeda, berkoordinasi dengan komunitas sepeda wisatawan. Paket wisata sepeda diciptakan seperti halnya paket main golf, karena wisatawan yang membawa sepeda, akan diberikan keringanan mengangkut sepeda diberikan gratis oleh pihak *airlines*, dan tidak dihitung sebagai bagasi, kemudahan ini yang dirasakan oleh wisatawan menguntungkan.

Konsep kegiatan TDS sebagai perpaduan antara promosi pariwisata dan olahraga beprestasi dalam bentuk lomba balap sepeda Internasional terbukti telah menunjukkan hasil yang baik sehingga pariwisata sumbar semakin berkembang dan memperoleh sambutan dari dalam negeri dan luar negeri. Dampak TDS lainnya adalah peningkatan jumlah Hotel di Bukit Tinggi yaitu hotel berbintang tadinya hanya berjumlah dua hotel, kini tersedia dua hotel bintang 3, ditambah hotel bintang 2, dan bintang 1.

Hotel Melati total, jumlah kamar mencapai 490 unit ditambah 1 dengan pondok wisata tumbuh berkembang setelah fenomena pelaksanaan TDS. Dalam kaitan dengan Industri kreatif, Bukit Tinggi tidak mempunyai industri besar, saat ini, bertambah ramai Usaha Kecil Menengah (UKM) berupa usaha kerajinan masyarakat semakin tumbuh dan berkembang untuk menjual seperti sarung, mukena, pakaian muslim dari kain khas Padang dan cinderamata. Cinderamata khas dari Sumatera Barat,

berupa: jam gadang, kain sarung, dll. Pemerintah Daerah dalam pelaksanaan TDS, komitmen dan mengalokasikan dukungan dari APBD. Pemerintah daerah seperti kantor dinas koperasi, berpartisipasi melaksanakan pameran hasil pembuatan kerajinan tangan seperti jam gadang. Seluruh etape lomba ditingkatkan dari 854 km, meningkat menjadi 1.000 kilometer. Kunjungan wisatawan meningkat tinggi, dampak yang cukup besar dengan adanya TDS. (Pariwisata Indonesia, Februari 2013).

Even TDS memicu kunjungan wisatawan, diantaranya wisatawan muslim karena di Sumatera Barat masyarakat mayoritas beragama Islam. Dari pengalaman pendataan yang dilakukan, pertama adalah mayoritas masyarakatnya memeluk agama islam, tersedia makanan halal.

Fasilitas yang mempermudah wisatawan muslim, seperti hotel di Sumbar menyediakan kamar hotel, dengan memberitahukan arah kiblat, jadwal dan menyediakan alat- sholat hotel yang menyediakan Alquran di kamar hotel. Upaya promosi even olahraga seperti TDS, Pengembangan beberapa even yang diselenggarakan, sebagai 'model', adalah *Tour de Singkarak*, adalah even Musi *Triboaton* di Palembang, *Tour de Ijen* di Banyuwangi, dengan 3 etape. Peserta 20 tim, 10 tim dari dalam negeri dan 10 tim dari luar negeri, sedangkan promosi dilakukan melalui media sosial, twitter dan beberapa event lainnya.

II. BAHAN DAN METODE /METODOLOGI

Metode pengelolaan even dapat disandingkan dengan menciptakan *success story*. Model tersebut akandikembangkan ke Provinsi DKI Jakarta (www.kemenparekraf.go.id) DKI Jakarta sebagai ibu kota, layak mempunyai even olahraga bergengsi kelas dunia, contoh 'even *Marathon* kota-kota dunia'. Seperti, New York *Marathon*, Tokyo *Marathon*, Sydney

hingga Honolulu *Marathon*. Even '*Marathon*'. Tersebut telah menjadi ibarat gula yang mengundang ribuan wisman berdatangan untuk ikut serta. Pada waktu yang sama menjadika ikon kota Jakarta, mempromosikan kotadestinasinya (Ragam Pesona Pariwisata, Maret 2013).

Dalam penyelenggaraan even wisata olahraga merupakan suatu momen untuk mempromosikan destinasi yang mempunyai berbagai atraksi wisata. Hal ini merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Suatu keberhasilan penyelenggaraan even melalui proses manajemen even, dan kemampuan daerah untuk berkoordinasi dengan dinas terkait dan pemerintah pusat. Pera peserta didukung oleh kesadaran masyarakat untuk mendukung even yang dilaksanakan. Untuk pengembangan melalui 3 elemen yaitu referensi, observasi dan pengalaman. Selain hal tersebut perlu juga *success story* dan *leverage* yang dibangun terus menerus dengan konsistensi sebagai kuncinya (Ragam Pesona Pariwisata, Maret 2013).

Demikian pula peranan masyarakat terlebih dahulu mengetahui sadar wisata dan sapta pesona yang meliputi suasana yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah dan menciptakan kenangan dengan menyediakan cinderamata dan wisata kuliner berupa makanan asli daerah, Hal tersebut juga diperkuat pula upaya promosi yang dilakukan bersama dari jauh hari sebelum tanggal pelaksanaan even, seperti event *Tour De Singkarak*. penyelenggaraan TDS semakin tahun, semakin professional, dilihat dari sisi peserta dan keterlibatan Negara dan dukungan daerah serta sponsor semakin meningkat. Demikian pula keberhasilan *Tour De Singkarak*, dapat merupakan model, dalam pengembangan wisata olahraga di kantong kantong di daerah satu sama lain. (Marhanani, Bulletin Terawang 2014).

Selanjutnya *International Tour de Banyuwangi Ijen* (It'dBI) 2015

dilaksanakan tanggal 6 – 9 Mei 2015 di Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Even Internasional ini memadukan lomba balap sepeda dengan pariwisata dengan gaya hidup.

Dalam kesempatan tersebut partisipasi dari sektor lain juga dapat dihimpun seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pemerintah Kabupaten Banyuwangi sebagai penyelenggara, meningkatkan kualitas Tour de Banyuwangi Ijen (ItdBI) antara lain memadukan aspek olah raga, gaya hidup berbasis budaya lokal, ekonomi dan pariwisata. Hal ini dapat terlihat dimana perpaduan antara seni tradisional Banyuwangi ikut berperan serta berada di sepanjang rute serta melibatkan komunitas seperti peserta sepatu roda, *freestyle* dan komunitas sepeda tua.

Even olah raga lain adalah Medan Air Show (MAS 2015). Diselenggarakan pada 7-10 Mei 2015 di lapangan eks Bandara Polonia. Penyelenggaraan MAS dalam rangka memeriahkan hari ulang tahun kota Medan ke-425. Penyelenggaraan inidiharapkan mampu mempromosikan kota Medan sehingga kunjungan Wisatawan Manca negara meningkat. Upaya promosi dapat pula melalui kedirgantaraan yang merupakan ajang edukasi bagi warga kota Medan, pelajar dan masyarakat pecinta dan penggemar kedirgantaraan.

Even wisata olah raga lainnya adalah perlombaan Bali Race and Rally 2015. Kegiatan ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1981 dan diadakan pada tahun 1986, 1998, 1990, 1993 dan 1997. Sejak tahun 1997 hingga 2012, tidak diselenggarakan dan mulai dilaksanakan pada tahun 2013. Kegiatan tersebut digelar untuk menarik lebih banyak kapal layar (*Yatch*) dan para pelaut internasional ke tanah air untuk mengunjungi berbagai pulau dan keragaman budaya Nusantara.

III. Hasil dan Pembahasan

Dampak langsung yang dirasakan dari kegiatan tersebut, diharapkan mendatangkan wisatawan lebih dari 500

orang ke Indonesia khususnya ke Bali. Selain itu acara ini untuk mempromosikan pariwisata bahari dan meningkatkan citra pariwisata Indonesia di dunia, serta memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Australia. Dalam hal inipelabuhan bersejarah di Australia, Freemantle akan dihubungkan dengan Bali dalam kegiatan *Wonderful Indonesia Freemantle to Bali Race and Rally 2015 (Travel Indonesia Mei 2015)*.

Selain yang tersebut di atas wisataolah raga lainnya adalah Darwin Ambon *Yatch Race* (DAYR) menggantikan *Yatch Race* yang telah diselenggarakan sejak tahun 1976. Dan DAYR 1998 dibatalkan karena situasi dan kondisi keamanan di Ambon dan Maluku saat itu (<http://www.dwnsail.com.au>). Selanjutnya didukung oleh Kementrian Pariwisata DAYR kembali di-bangkitkan mulai, Tahun ini Darwin Ambon *Yatch Race* 2015 direncanakan akan dimulai pada Sabtu, 5 September 2015 dimana *Yatch* akan dilepas dari dermaga Stokes Hill, Darwin, Australia pukul 11.00 waktu setempat degan garisakhir di Desa Amahusu, Kota Ambon Indonesia.

Acara resmi terakhir untuk program ini adalah presentasi *Race* di Ambon pada Sabtu, 12 September 2015. Gubernur Propinsi Maluku, Walikota Ambon, perwakilan dari pemerintah Northern Territory direncanakan akan hadir dalam presentasi lomba dan juga Walikota Darwin.

Upacara penyambutan di Ambon biasanya diadakan sekitar tengah hari pada hari Sabtu setelah balapan awal. Di hari Minggu, para nahkoda dan crew akan mengundang penduduk setempat berlayar di sekitar pelabuhan dengan *Yatch* mereka.

Peserta *Yatch* berjumlah 21 *Yatch* pada tahun 2014 dan pada tahun ini *Yatch* akan lebih banyak dan akan tambat di Ambon (Pariwisata Indonesia, Juni 2015). Selanjutnya Indonesia ikut berpartisipasi menjadi tuan rumah Moto GP 2017. Negara yang besaing dalam penyelenggaraan motor gp adalah negara Singapura dan Malaysia.

Indonesia mendapat Kepercayaan sebagai tuan rumah penyelenggaraan lomba balap motor dunia MotoGP 2017. Lomba balap motor paling bergengsi yang akan berlangsung di Sirkuit Sentul Bogor, Jawa Barat ini akan menjadi ajang mempromosikan *branding Wonderful Indonesia* ke seluruh dunia.

Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya mengatakan, event dunia seperti MotoGP merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan *branding pariwisata wonderful Indonesia* ke seluruh dunia karena lomba balap motor paling bergengsi tersebut disaksikan langsung ratusan juta pemirsa di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, melalui puluhan stasiun TV secara live.

Dalam hal ini permasalahannya bagaimana wisata olahraga dapat meningkatkan lamanya kunjungan wisatawan?

Selanjutnya Menpar menjelaskan, penyelenggaraan MotoGP 2017 akan membawa dampak langsung terhadap peningkatan ekonomi dalam kegiatan pariwisata (*direct economic and tourism*) terutama dari pengeluaran para peserta selama berlangsung balap motor tersebut. "Perhitungan sementara selama 4 hari berlansungnya balap Motor GP akan terjadi pengeluaran sekitar US\$ 91,73 juta atau setara Rp 1.4 triliun.

Menteri Pariwisata mengatakan, Kemenpar menerapkan strategi pemasaran pariwisata dengan BAS (*branding, advertising, dan selling*). Event MotoGP 2017 merupakan bagian dari branding untuk mempromosikan Wonderful Indonesia ke seluruh dunia

Event MotoGP mempunyai nilai media *exposure* yang tinggi karena disiarkan secara langsung (live) ke seluruh dunia melalui ratusan jaringan televisi internasional. Menurut laporan Dorna Sport, S.L, pihak penyelenggara balap MotoGP yang berkantor pusat di Madrid, Spanyol, event MotoGP tahun lalu disiarkan dan didistribusikan secara langsung oleh 64 stasiun televisi serta disaksikan sekitar 291 juta pemirsa. Event MotoGP juga diliput sekitar 4.225

jurnalis dari berbagai media cetak serta 344 pewarta radio dari seluruh dunia. Selain itu juga masuk dalam, media sosial dengan jumlah views mencapai 192 juta *page views*.

Indonesia pernah menggelar ajang MotoGP dalam dua kali berturut-turut tahun 1996 dan 1997 di Sirkuit Sentul Bogor. Sebagai juara dunia untuk kelas bergengsi 500 cc pada musim balap 1996 ketika itu adalah Mick Doohan, sedangkan pada musim balap 1997 sebagai juara dunia adalah Tadayuki Okada. Pada musim balap 1997 di Sirkuit Sentul ketika itu pembalap legendaris MotoGP. Valentino Rossi sempat merah juara di kelas 125 cc.

Kejuaraan dunia balap motor pertama kal ini diselenggarakan oleh *Federation Internationale de Motocyclisme* (FIM) tahun 1949. Pada saat itu balap motor diikuti dalam berberapa kelas yakni 50cc, 250cc, 350cc, dan 500cc untuk motor single seater. serta 350cc dan 500cc untuk motor sidecars. Dalam perkembangannya balap motor dunia hanya melombakan tiga kelas yaitu 125cc, 250cc, dan kelas 500cc. (www.kemenparekraf.go.id).

Potensi wisata olahraga di Indonesia cukup besar dan saat ini mengalami persaingan dengan negara tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Australia. Persaingan tersebut meliputi kesiapan sarana, prasarana yang dimiliki dan sumber daya manusia yang profesional. Oleh karena itu diperlukan pengembangan potensi wisata olahraga meliputi faktor fasilitas, Sumber Daya Manusia yang mempunyai karakter, kompetensi dan kolaborasi, maka pendekatan bisnis merupakan praktek operasionalisasi berkaitan dengan kebijakan dan strategi. Mengutamakan pelaksanaan manajemen kepariwisataan Indonesia. Di bidang marketing, fokus pada promosi. Dan sesuai dinamika zaman, memanfaatkan teknologi informasi yang berpengaruh kini di bidang pariwisata. Disamping itu faktor koordinasi dan bermitra antara sektor pemerintah dan swasta.

Sport tourism yang merupakan event internasional maka masyarakat Indonesia perlu menyadari untuk menjadi tuan rumah yang baik yaitu masyarakat sadar wisata yang dapat menerapkan unsur sapta pesona. Unsur Sapta Pesona meliputi aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan. Dalam pelaksanaan *Sport tourism* masyarakat mempunyai kesempatan bertemu dengan atlet olahraga dunia dan mengetahui teknologi untuk penyelenggaraan sport event. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif.

IV. Kesimpulan dan Saran

Dengan demikian event olahraga merupakan ajang promosi pariwisata Indonesia. *Sport tourism* menyumbang devisa bagi Indonesia, dapat pula sebagai salah satu media promosi untuk menarik kunjungan wisatawan manca negara ke Indonesia.

Keberadaan potensi wisata olahraga dalam pengembangan pariwisata berdampak positif terhadap lamanya kunjungan wisatawan dan jumlah wisatawan serta berpengaruh berbagai sektor, seperti ekonomi, jasa transportasi dan industri pariwisata. Oleh karena itu pemerintah dan industri pariwisata dapat saling bekerjasama menciptakan sport event yang merupakan event bisnis sehingga menarik kunjungan wisatawan manca negara dan wisatawan nusantara.

Daftar Pustaka

Buletin Terawang, juni (2014).
Universitas Udayana (2013).

Goeldner ,C.R & Ritchie, J.R.B.(2006).
Tourism: principlespractices,
Practice, philosophies.Wiley &
Sons, Inc.Canada:John.

Jurnal Kepariwisata Indonesia.Vol.3,
No.3, September 2008

Undang-Undang No: 10 tahun
(2009)tentang kepariwisataan

Undang-Undang No: 3 tahun
(2005)tentang Sistem
Keolahragaan Nasional

Pariwisata Indonesia Vo.6 No.66 Juni
(2015)

Pariwisata Indonesia Vo.6 NO.65
Mei(2015)

Travel Club, Edisi 215/ Mei 2015

Travel Club, Edisi 216/ Juni 2015

www.kemenparekraf.go.id

<http://pariwisatalumajang.blogspot.com>

<http://indonesia.travel>

www.thejakartaMarathon.com

<http://Indonesia.travel>

<http://www.dwsail.com.au>