

ISBN : 978-602-0960-55-5

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL KEINDONESIAAN II

**Strategi Kebudayaan Dan Tantangan
Ketahanan Nasional Kontemporer**

20 April 2017

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU
PENGETAHUAN SOSIAL DAN
KEOLAHRAGAAN
(FPIPSKR)
Universitas PGRI Semarang



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL KEINDONESIAAN II
TAHUN 2017

*“Strategi Kebudayaan dan Tantangan Ketahanan Nasional
Kontemporer”*

Gedung Pusat Lt.7 Universitas PGRI Semarang
20 April 2017

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

SUSUNAN PANITIA

Pelindung	: Rektor Universitas PGRI Semarang
Penanggung Jawab	: Dekan FPIPSKR Universitas PGRI Semarang
Pengarah	: Wakil Dekan I FPIPSKR Universitas PGRI Semarang Wakil Dekan II FPIPSKR Universitas PGRI Semarang
Ketua	: Donny Anhar Fahmi, S.Si., M.Pd
Sekretaris	: Antono Herry P.A., SE, M.Si
Bendahara	: Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.
Sidang Acara	: Endang Wuryandini, S.Pd., M.Pd. Dra. Sri Suneki, M.Si Tubagus Herlambang, S.Pd, M.Pd
Sie Publikasi	: Agus Wiyanto, S.Pd, M.Pd Ibnu Fathu Royana, S.Pd, M.Pd Fajar Ari Widiyatmoko, S.Pd, M.Pd
Sie Konsumsi	: Novika Wahyuastuti, SE, M.Si Utvi Hinda Zhannisa, S.Pd, M.Or Maftukhin Hudah, S.Pd, M.Pd
Sie Perlengkapan	: Suyadi, SE Lalu Ardhany, SE
Sertifikat	: Nor Rochman, S.Pd, M.Pd Nur Khoiriyah, S.Pd
Sie Penerima Tamu	: Osa Maliki, M.Pd Galih Dwi Pradipta, M.Or

KATA PENGANTAR

Ketahanan nasional (tannas) Indonesia adalah kondisi dinamik bangsa Indonesia yang meliputi segenap aspek kehidupan nasional yang terintegrasi berisi keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional, dalam menghadapi dan mengatasi segala tantangan, ancaman, hambatan dan gangguan, baik yang datang dari dalam maupun luar untuk menjamin identitas, integritas, kelangsungan hidup bangsa dan Negara, serta perjuangan mencapai tujuan nasional.

Ketahanan nasional adalah kondisi kehidupan nasional yang harus diwujudkan, dibina terus menerus dan sinergis, mulai dari pribadi, keluarga, lingkungan, daerah dan nasional bermodalkan keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional. Proses berkelanjutan untuk mewujudkan kondisi tersebut dilakukan berdasarkan pemikiran geostrategic yang dirancang dengan memerhatikan kondisi bangsa dan konstelasi geografi Indonesia.

Konsepsi ketahanan nasional Indonesia adalah konsepsi pengembangan kekuatan nasional melalui pengaturan dan penyelenggaraan kesejahteraan dan keamanan yang seimbang, serasi dan selaras dalam seluruh aspek kehidupan secara utuh dan menyeluruh serta terpadu berlandaskan Pancasila, UUD 1945 dan wawasan nusantara. Konsepsi ini merupakan pedoman untuk meningkatkan keuletan dan ketangguhan bangsa yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional dengan pendekatan kesejahteraan dan keamanan.

Indonesia beberapa kali pernah menelurkan gagasan-gagasan besar sebagai jawaban atas tantangan globalisasi. Indonesia merupakan negara pertama yang memproklamasikan kemerdekaannya setelah Perang Dunia kedua berakhir dan merupakan penggagas berdirinya Gerakan Non Blok pada masa perang dingin. Indonesia juga merupakan penggagas sistem bagi hasil dalam industri minyak dan gas sebagai alternatif terhadap sistem konsesi yang dianggap sebagai bentuk kolonialisme baru. Kelemahan-kelemahan yang terjadi dalam implementasi gagasan-gagasan besar tersebut seharusnya dapat menjadi pemacu semangat dalam melakukan perencanaan strategi dan konsolidasi yang lebih baik dalam peningkatan kemampuan untuk menghadapi tantangan globalisasi.

Dengan kata lain konsepsi ketahanan nasional merupakan pedoman untuk meningkatkan keuletan dan ketangguhan bangsa yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional dengan pendekatan kesejahteraan dan keamanan. Kesejahteraan dapat digambarkan sebagai kemampuan bangsa dalam menumbuhkan dan mengembangkan nilai-nilai nasionalnya demi sebesar-besarnya kemakmuran yang adil dan merata, rohaniah dan jasmaniah. Sedangkan

keamanan adalah kemampuan bangsa melindungi nilai-nilai nasional terhadap ancaman dari luar maupun dari dalam.

Dengan latar belakang tersebut di atas maka Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan memandang penting tentang strategi dan tantangan terhadap ketahanan nasional keIndonesiaan saat ini untuk diangkat dalam sebuah seminar nasional. Melalui seminar ini diharapkan muncul pemikiran-pemikiran, pandangan-pandangan dari seluruh peserta menjadi salah satu upaya untuk menguatkan langkah bangsa dan negara Indonesia ini menghadapi arus jaman dengan segala dinamikanya.

Semarang, 20 April 2017

Dr. Titik Haryati, M.Si
Dekan

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SUSUNAN PANITIA	ii
KATA PENGANTAR	iii

Makalah Panelis

CATATAN MENGENAI STRATEGI KEBUDAYAAN DAN TANTANGAN KETAHANAN NASIONAL KONTEMPORER	2
Prof. Dr. Franz Magnis-Suseno	
STRATEGI KEBUDAYAAN DAN NILAI KEINDONESIAAN DALAM BINGKAI KETAHANAN NASIONAL.....	7
Prof. Dr. Armaidly Armawi	
LINI STRATEGIS KEOLAHRAHAAN UNTUK PENGUATAN KETAHANAN DAN DAYA SAING BANGSA (Formula <i>Intangible Asset</i> Berbasis Budaya)	19
Prof. Dr. Agus Kristiyanto, M.Pd	
PANCASILA PARADIGMA BUDAYA HUKUM INDONESIA	33
Dr. Maryanto, M.Si.	

Makalah Subtema Ekonomi dan Ketahanan Nasional

BUDAYA KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA PADA PERTUMBUHAN EKONOMI DAERAH	42
Aryan Eka Prastya Nugraha	
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS PANCA MARGA PROBOLINGO	48
Agung Yatiningrum	
ALOKASI WAKTU KERJA PEREMPUAN STUDI EMPIRIS PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA BORDIR DI JAWA TENGAH	57
Efriyani Sumastuti, Hawik Ervina Indiworo, Ika Indriasari	
PENDIDIKAN NILAI GOTONG-ROYONG SEBAGAI STRATEGI KETAHANAN NASIONAL	71
Agustinus Wisnu Dewantara	

IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 6 TAHUN 2014 TENTANG DESA DALAM RANGKA MEWUJUDKAN KETAHANAN NASIONAL	83
Rosalina Ginting	
ANALISA PRODUK HUKUM SURAT KEPUTUSAN GUBERNUR JAWA TENGAH NOMOR 660.1/4 TAHUN 2017 TENTANG IZIN LINGKUNGAN KEGIATAN PENAMBANGAN WILAYAH PEGUNUNGAN KENDENG, DALAM KAITANNYA DENGAN KETAHANAN WILAYAH	92
Agus Suprijanto	
URGENSI KETAHANAN NASIONAL UNTUK MENJAMIN KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA	108
Pebriyenni	
KETAHANAN NASIONAL DALAM TANTANGAN GLOBAL MENYONGSONG GENERASI EMAS TAHUN 2045	119
Suyahman	
STRUKTUR KONFLIK DAN FORMULASI KETAHANAN SOSIAL BUDAYA DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERAGAMAN INDONESIA	138
Sri Suneki	
SISHANKAMRATA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KETAHANAN NASIONAL INDONESIA	148
Anton Suwito	
PENINGKATAN PEMBANGUNAN MANUSIA MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK MEWUJUDKAN KETAHANAN NASIONAL YANG TANGGUH	161
Suwarno Widodo	
REVITALISASI KEDUDUKAN PANCASILA SEBAGAI ASAS HUKUM DALAM RANGKA MEMPERKUAT KETAHANAN NASIONAL INDONESIA	170
Reno Wikandaru	
UPAYA MENINGKATKAN INDUSTRI OLAHRAGA	191
Danang Aji Setyawan	
<i>SPORT INDUSTRY</i> UNTUK MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL	199
Buyung Kusumawardhana	
TUJUAN PEMBELAJARAN MENGELOLA KOPERASI	207
David Firna	

Makalah Subtema Ideologi Pancasila, Nasionalisme Seni dan Budaya

POLITIK BAHASA "EMPAT PILAR BERBANGSA DAN BERNEGARA MPR RI": SUATU KAJIAN KRITIS FILSAFAT KENEGARAAN DAN FILSAFAT BAHASA	218
Hastangka	
PLURALITAS HUKUM INDONESIA BERBASISKAN NILAI PANCASILA DALAM PANDANGAN TEORI TIGA DUNIA KARL KOPPER	239
Toebagus Galang Windi Pratama	
INTEGRASI NILAI-NILAI KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM MEMBANGUN PENDIDIKAN KARAKTER PESERTA DIDIK	255
Putut Sulasmono	
KONSEP MANUSIA PANCASILA SEBAGAI LANDASAN STRATEGI KEBUDAYAAN	268
Agus Sutono	
<i>PIIL PESENGGIRI</i> SEBAGAI LANDASAN HIDUP ORANG LAMPUNG RELEVANSINYA DENGAN PENGEMBANGAN KARAKTER BANGSA INDONESIA	274
Shely Cathrin	
IDENTITAS DAN HARGA DIRI SEBAGAI BANGSA DI ERA GLOBAL	296
Winarno	
IRINGAN TARI JABANG PUTRI: REPRESENTASI KETAHANAN SENI KERAKYATAN DALAM DINAMIKA SENI PERTUNJUKAN INDONESIA DI ERA GLOBALISASI	306
Anon Suneko	
SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN (SIK) SEBAGAI KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM KEPASTIAN HUKUM TERHADAP STATUS PRIVASI WARGA NEGARA INDONESIA	315
Eko Wahyono	
REPRESENTASI NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL DALAM KEBERAGAMAN HIDUP BERBANGSA DAN BERNEGARA	302
Syahyunan Pora	
LEGONG KERATON: FLEKSIBILITAS TRADISI DALAM MODERNISASI	339

Ni Nyoman Sudewi

EKSISTENSI KATA ONOMATOPE BAHASA JAWA DALAM
PENGIKONAN GERAKAN ANGGOTA TUBUH MANUSIA
(KAJIAN BENTUK DAN MAKNA) 351

Sunarya

RELEVANSI FILSAFAT ORGANISME A.N. WHITEHEAD
BAGI PENGEMBANGAN PENDIDIKAN NILAI 367

Supriyono Purwosaputro

MEMBANGUN BUDAYA MUTU SEKOLAH MELALUI
PENERAPAN SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL 387

Ardiani Mustikasari

MODEL PEMBELAJARAN BERBASIS MULTIKULTURAL
SEBAGAI WACANA PENGEMBANGAN *SOFT-SKILLS*
PESERTA DIDIK 397

Noor Miryono

EFEKTIVITAS MODEL CIRC TERHADAP KOMPETENSI
PEMECAHAN MASALAH MATEMATIKA SISWA KELAS V
SD NEGERI 1 MOROREJO KABUPATEN KENDAL 408

Suci Dwi Mulyani

PENGEMBANGAN PENDIDIKAN KARAKTER MELALUI
PENERAPAN KURIKULUM 2013 PADA SEKOLAH
TINGKAT SATUAN PENDIDIKAN MENEGAH ATAS 417

Senin Sulastono

STRATEGI PENINGKATAN MUTU DALAM
MENINGKATKAN LAYANAN PENDIDIKAN 425

Nani Rosdijati

PENDIDIKAN KARAKTER SEBAGAI STRATEGI
PENGUATAN WAWASAN BANGSA MAHASISWA 434

Listiyono Santoso, & Moses Glorino Rumambo Pandin

KEEFEKTIFAN MEDIA TURBUM TERHADAP HASIL
BELAJAR MATERI STRUKTUR BUMI SISWA KELAS V SDN
02 CEPIRING 445

Nurika Lisiani

ANALISIS KEGIATAN KURIKULER SEBAGAI STRATEGI
IMPLEMENTASI PENDIDIKAN KARAKTER DI
PERGURUAN TINGGI 457

Titik Haryati

Makalah Subtema Pendidikan dan Olahraga

REVIEW MENGAJARKAN SIKAP BERTANGGUNG JAWAB MELALUI AKTIVITAS FISIK	472
Fajar Ari Widiyatmoko	
PELESTARIAN KEBUDAYAAN NASIONAL MELALUI PERMAINAN TRADISIONAL DALAM PENDIDIKAN JASMANI	483
Ibnu Fatkhu Royana	
MODEL PERMAINAN UNTUK MENGEMBANGKAN KARAKTER DAN KERJASAMA	494
Setiyawan	
KONTRIBUSI PSIKOLOGI OLAHRAGA TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI OLAHRAGA	512
Nur Aziz Rohmansyah	
SOSIALITA DAN OLAHRAGA DI ERA GLOBALISASI	524
Bertika Kusuma Prastiwi	
MENINGKATKAN KESEGERAN JASMANI MELALUI PENDEKATAN BERMAIN DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN JASMANI	532
Osa Maliki	
ANALISIS ANTARA KECEMASAN DAN AGRESIVITAS TERHADAP PRESTASI OLAHRAGA BULUTANGKIS PUTERA	538
Pandu Kresnapati	
MODEL <i>SPORT EDUCATION</i> DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN JASMANI DI SEKOLAH	551
Husnul Hadi	
DAMPAK AGRESIVITAS PADA PENURUNAN PRESTASI ATLET	560
Galih Dwi Pradipta	
KEEFEKTIFAN MODEL <i>COOPERATIVE LEARNING TYPE TEA PARTY</i> BERBANTU MEDIA CAPER TERHADAP HASIL BELAJAR PKN KELAS V SDN 01 MOROREJO KENDAL	569
Priscillia Putri Aringgit, Khusnul Fajriyah, Intan Rahmawati	
PENDIDIKAN INKLUSI BAGI SEKOLAH DASAR DI PEDESAAN	577

Donny Anhar Fahmi

KEEFEKTIFAN MODEL PEMBELAJARAN TIPE <i>MAKE A MATCH</i> TERHADAP HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN IPA KELAS III SD NEGERI KROMPAKAN KABUPATEN KENDAL	584
Muhammad Azza Ulinnuha, Suyitno, Singgih Adhi Prasetyo	
SPORT TOURISM SEBAGAI STRATEGI DAN TANTANGAN PERKEMBANGAN SOCIAL OLAHRAGA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT	598
Maftukin Hudah	
<i>JOYFUL LEARNING</i> DENGAN SIMULASI LAGU DAN GERAK DALAM PEMBELAJARAN IPS DI ERA KONTEMPORER	620
Ferani Mulianingsing	
NILAI-NILAI SOSIO KULTURAL PADA PENDIDIKAN BERBASIS KELUARGA	627
Iin Purnamasari	
INGATAN (<i>MEMORY</i>) DALAM PROSES PEMBELAJARAN GERAK (APLIKASI DALAM OLAHRAGA FUTSAL)	637
Yadi Imansyah	
KEEFEKTIFAN MODEL STAD TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA KELAS IV MI NYATNYONO 02 KECAMATAN UNGARN BARAT	653
Roma Chusnul Qotimah; Soegeng Ysh,	
OLAHRAGA PENCAK SILAT SEBAGAI PENDIDIKAN KARAKTER DALAM MENGHADAPI STRATEGI KETAHANAN NASIONAL	665
Agus Wiyanto	
REFITALISASI OLAHRAGA TRADISIONAL UNTUK MEMBENTUK KARAKTER ANAK BANGSA SEBAGAI SALAH SATU UPAYA PENINGKATAN KETAHANAN NASIONAL	674
Masri Kamiruddin	
PENGEMBANGAN PERMAINAN TRADISIONAL PASARAN DALAM PEMBELAJARAN IPS KELAS III SEKOLAH DASAR.....	669
Ratih Anjarwani, Ikha Listyarini	
PENGARUH SOSIAL BUDAYA DALAM PEMBERDAYAAN DAN PERKEMBANGAN OLAHRAGA	685

Utv Hinda Zhannisa

OLAHRAGA TRADISIONAL SEBAGAI IDENTITAS

BUDAYA INDONESIA 691

Tubagus Herlambang

**MAKALAH
PANELIS**

SPORT TOURISM SEBAGAI STRATEGI DAN TANTANGAN PERKEMBANGAN SOCIAL OLAHRAGA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT

Maftukin Hudah

Universitas PGRI Semarang
Maftukinhudah10@gmail.com

Abstrak

Pelaku di bidang sport tourism masih sangat terbatas dan kurang bisa berkembang dengan maksimal dikarenakan untuk mempersiapkan SDM perlu kompetensi sebidang dan Dinas yang terkait, karena dampak positif dari sport tourism yang mempunyai keunikan dan ciri khas pengembangan potensi daerah masing-masing. Dengan hal ini di harapkan pada tujuan wisata olah raga dapat berkontribusi secara maksimal. Berkaitan dengan hal di atas, maka pengembangan sport tourism perlu diharapkan dapat berpengaruh pada dampak berganda bagi masyarakat dalam lingkungan ke-pariwisata olahraga Indonesia. Tujuan penelitian ini mengembangkan wisata olahraga berkelas Internasional seperti marathon. Marathon merupakan salah satu sport yang populer, seperti Run Fun colour di setiap daerah, fishing, hunting, deep sea diving, skiing, hiking, boating, sail komodo, sail bunaken, sail karimunjawa, lomba kapal layar Bali, lomba memancing, traking merapi. Traking rinjani. Sport tourism menjadi tantangan dan ajang penggali potensi di daerah dimana beberapa aspek di bidang ekonomi, budaya dan social akan berdampak positif.

kata kunci: *olahraga wisata, perkembangan ekonomi olahraga wisata*

PENDAHULUAN

Olahraga dan pariwisata merupakan satu kesatuan, Dalam olahraga kita mengenal istilah Olahraga Rekreasi. Olahraga Rekreasi diarahkan untuk memasalkan olahraga sebagai upaya mengembangkan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan kesehatan, kebugaran, kegembiraan dan hubungan social. Dalam Grand Design Pembangunan Olahraga Nasional Tahun 2010 – 2024 bidang olahraga rekreasi sangat jelas bahwa olahraga rekreasi memiliki kaitan erat dengan industri olahraga baik dalam misi, tujuan dan sasaran. Salah satu misi yang terkait adalah “Menumbuh kembangkan sanggar – sanggar dan mengaktifkan perkumpulan olahraga masyarakat serta menyelenggarakan event festival olahraga rekreasi yang berjenjang dan berkelanjutan pada tingkat daerah, nasioanal dan internasional “. Dalam Grand Design Pembangunan Olahraga Nasional Tahun 2010 – 2014 bidang Olahraga Rekreasi, Tujuan Olahraga Rekreasi tiga diantaranya sangat erat kaitanya dengan industry olahraga; 1.Meningkatkan sarana dan prasarana untuk mendukung pembinaan olahraga rekreasi. 2.Meningkatkan pola kemitraan dan industry olahraga rekreasi. 3.Mengembangkan sistem penghargaan dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

Sementara dalam sasaran point ke-3 dalam Grand Design Pembangunan Olahraga Nasional Tahun 2010 – 2014 bidang Olahraga Rekreasi sangat jelas kaitannya dengan industry olahraga yaitu 'Meningkatkan pola kemitraan dan industry olahraga rekreasi, mengembangkan sistem penghargaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatnya kesehatan dan kebugaran jasmani, membudayakan olahraga. Dengan melihat itu semua sebenarnya sangat tergambar dengan jelas bahwa dalam olahraga rekreasi akan selalu berdampingan dengan industry olahraga. Event olahraga rekreasi merupakan salah satu bagian dari ruang lingkup industry olahraga. Indonesia dengan memiliki sumber daya alam yang sungguh tiada duanya merupakan potensi yang sangat baik untuk menjadi tuan rumah even – event internasional olahraga rekreasi. Industri Olahraga Rekreasi memang belum maksimal digarap oleh Indonesia, hal ini dikarenakan beberapa faktor, diantaranya : 1.Lemahnya koordinasi dalam semua lini, baik dalam penanganan industry olahraga dan pembinaan olahraga baik tingkat pusat maupun daerah.2.Sumber Daya Manusia pelaku olahraga rekreasi masih belum professional, karena pemahaman dan implementasi UU No 3 Tahun 2005 tentang SKN beserta PP nya belum optimal. Hal lain yang berhubungan dengan SDM adalah kualitas dan kuantitas tenaga keolahragaan belum memadai dan penyebarannya yang tidak merata. 3.Budaya olahraga di masyarakat masih lemah. 4.Gaya Hidup perkotaan yang mengurangi kecukupan gerak. 5.Belum adanya kebijakan tata ruang yang mengakomodasi prasarana dan sarana olahraga. 6.Kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang keolahragaan di masyarakat menyebabkan pemahaman masyarakat yang masih cenderung menganggap bahwa olahraga adalah perolehan medali, bukan kebugaran jasmani. 7.Hubungan dan kemitraan antar lembaga belum terjalin secara optimal 8.Belum adanya sinergi program dengan dan antar lembaga terkait.

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*.

Ada banyak wisata olahraga yang dilakukan wisatawan, mulai dari paralayang sampai surfing. Awalnya, wisata olahraga menjadi satu kegiatan yang dilakukan wisatawan. Namun sekarang, bermunculan banyak kompetisi olahraga yang pada akhirnya menjadi event sport tourism yang mendatangkan banyak wisatawan ke suatu destinasi. Sekitar satu dekade lalu, wisata olah raga yang

populer di dunia adalah sepeda. Berbagai kompetisi balap sepeda memiliki banyak penggemar dan mereka rela traveling ke berbagai lokasi digelarnya balap sepeda supaya bisa menonton keseruannya. Sekarang, yang sedang naik daun di dunia adalah wisata olahraga lari. Berbagai acara lari 10 km sampai marathon bermunculan di berbagai negara. Beberapa event bahkan sudah terkencal di dunia dan ditunggu-tunggu wisatawan. Dari kacamata pariwisata, wisata lari sudah jelas mendorong meningkatnya kegiatan pariwisata. Traveler tidak hanya datang untuk menonton lomba lari, namun juga mereka harus menginap di hotel dan juga butuh makan alias berwisata kuliner, sebelum pulang ke tempat asal mungkin juga mereka belanja oleh-oleh terlebih dahulu. Itu sebabnya wisata lari memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan pariwisata di suatu destinasi. Ribuan wisatawan bisa datang dari berbagai negara hanya untuk menonton lomba lari, sebagian bahkan sengaja datang untuk berpartisipasi.

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 untuk olahraga (*Sport tourism*) menurut Spillane (1987:30) dapat dibagi dalam dua kategori yaitu:

- **Big sport events** yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympic games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia dan olahraga lainnya yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri tetapi juga ribuan penonton atau pengemarnya.
- **Sporting tourism of the practitioners** yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahragar naik kuda, berburu, memancing dan lain sebagainya.

Berdasarkan definisi di atas terlihat bahwa pariwisata olahraga itu ditujukan kepada suatu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan olahraga itu sendiri. Pariwisata ini bertujuan untuk

memenuhi kepuasan untuk melakukan kegiatan olahraga yang disenangi seperti *fishing, hunting, deep sea diving, skiing, hiking, boating, dll*.

Perkembangan *Water and Adventure Sport Area* sangat mendapat respon yang baik dan mendapat dukungan penuh dengan maraknya olah raga ini sebagai wadah untuk olah raga hiburan atau pertandingan yang diselenggarakan untuk memberikan hiburan atau tontonan kepada masyarakat. *Water and Adventure Sport Area*, merupakan objek wisata alam yang dipadukan dengan wisata buatan (rekreasi) dengan pengelolaan yang profesional.

Dalam kenyataan, pelaku di bidang *sport tourism* masih sangat terbatas dan kurang bisa berkembang dengan maksimal dikarenakan untuk mempersiapkan SDM perlu kompetensi sebidang dan Dinas yang terkait, karena dampak positif dari *sport tourism* yang mempunyai keunikan dan ciri khas pengembangan potensi daerah masing-masing. Dengan hal ini di harapkan dari tujuan wisata olah raga dapat berkontribusi secara maksimal, untuk mengetahui ke-berhasilan *sport even* dan pengembangan *sport even* serta dampak berganda terhadap masyarakat. Berkaitan dengan hal di atas, maka pengembangan *sport tourism* perlu diharapkan dapat berpengaruh pada dampak berganda bagi masyarakat dalam lingkungan ke-pariwisata olahraga Indonesia.

PEMBAHASAN

Pengertian Umum Manajemen Objek Daya Tarik Wisata Olahraga & Rekreasi

Pengertian Olahraga

Olahraga merupakan kebutuhan hidup yang sifatnya *periodic*, artinya olahraga sebagai alat untuk memelihara dan membina kesehatan, tidak dapat ditinggalkan. Olahraga merupakan alat untuk merangsang pertumbuhan dan perkembangan jasmani, rohani dan sosial.

1. Olahraga adalah suatu bentuk kegiatan jasmani yang terdapat di dalam permainan, perlombaan dan kegiatan intensif dalam rangka memperoleh relevansi kemenangan dan prestasi optimal.
2. Olahraga mencakup segala kegiatan manusia yang ditujukan untuk melaksanakan misi hidupnya dan cita-cita hidupnya, cita-cita nasional politik, sosial, ekonomi, kultural dan sebagainya. (Menpora Maladi)
3. Olahraga adalah aktivitas gerak manusia menurut teknik tertentu dalam pelaksanaannya ada unsur bermain: Ada rasa senang, Dilakukan waktu luang, Aktivitas dipilih (sukarela), Kepuasan dalam proses, Jika tidak dilaksanakan

ada sanksi dan Nilai positif.

4. Menurut Cholik Mutohir olahraga adalah proses sistematis yang berupa segala kegiatan atau usaha yang dapat mendorong mengembangkan, dan membina potensi-potensi jasmaniah dan rohaniah seseorang sebagai perorangan atau anggota masyarakat dalam bentuk permainan, perlombaan/pertandingan, dan kegiatan jasmani yang intensif untuk memperoleh rekreasi, kemenangan, dan prestasi puncak dalam rangka pembentukan manusia Indonesia seutuhnya yang berkualitas berdasarkan Pancasila.
5. Olahraga adalah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana untuk memelihara gerak (mempertahankan hidup) dan meningkatkan kemampuan gerak (meningkatkan kualitas hidup). Seperti halnya makan, Olahraga merupakan kebutuhan hidup yang sifatnya periodik; artinya Olahraga sebagai alat untuk memelihara dan membina kesehatan, tidak dapat ditinggalkan.
6. Olahraga merupakan alat untuk merangsang pertumbuhan dan perkembangan jasmani, rohani dan sosial. (Renstrom & Roux 1988, dalam A.S.Watson : Children in Sport dalam Bloomfield,J, Fricker P.A. and Fitch,K.D., 1992).
7. Makna olahraga menurut ensiklopedia Indonesia adalah gerak badan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih yang merupakan regu atau rombongan.
8. Webster's New Collegiate Dictionary (19 80) yaitu ikut serta dalam aktivitas fisik untuk mendapatkan kesenangan, dan aktivitas khusus seperti berburu atau dalam olahraga pertandingan (athletic games di Amerika Serikat)
9. Menurut Edward (1973) olahraga harus bergerak dari konsep bermain, games, dan sport.

Ruang Lingkup Manajemen Objek Daya Tarik Wisata

Olahraga dan pariwisata merupakan dua disiplin ilmu yang dapat dipadukan sehingga memiliki kekuatan dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada umumnya. Oleh sebab itu olahraga pariwisata saat ini mendapat perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademisi maupun masyarakat luas. *Sport Tourism* atau Pariwisata untuk 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*. Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di suatu daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang semakin memiliki minat yang lebih besar untuk berkunjung ke suatu DTW. Agar suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik maka suatu DTW juga harus mempunyai beberapa syarat yang harus dimiliki yaitu:

- Adanya sesuatu yang dapat dilihat
- Adanya suatu aktifitas yang akan dilakukan
- Adanya sesuatu yang dapat dibeli

Hal ini menjadi sangat penting karena pengembangan olahraga pariwisata 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. Pengembangan olahraga pariwisata di Indonesia saat ini merupakan suatu *demand* sehingga harus mempertimbangkan *supply* yang harus tersedia di saat *demand* atau permintaan meningkat. Sport tourism merupakan perpaduan antara olahraga dan rekreasi (wisata) yang saat ini berkembang pesat dan banyak diminati kalangan wisatawan muda.

Dengan telah berkembangnya olahraga (olahraga pendidikan, rekreasi, prestasi, kebudayaan tubuh, gimnologi, kinesiologi, sport, dan lain-lain), maka olahraga telah menjadi disiplin ilmu tersendiri, sebagaimana manajemen juga telah menjadi disiplin yang juga dipelajari di perguruan tinggi. Oleh karena itu, disiplin ilmu manajemen telah bertautan dengan disiplin ilmu olahraga membentuk disiplin baru yang disebut manajemen olahraga. Dengan demikian, maka manajemen olahraga juga telah menjadi salah satu bidang ilmu yang banyak digeluti oleh para pakar maupun praktisi olahraga.

Pada dasarnya manajemen olahraga dapat dibagikan dalam dua bagian besar, yaitu manajemen olahraga pemerintah dan manajemen olahraga swasta. Manajemen olahraga pemerintah adalah kegiatan manajemen yang dewasa ini dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Olahraga Departemen Pendidikan Nasional dengan seluruh jajarannya baik dipusat maupun di daerah. Sedangkan manajemen olahraga swasta adalah manajemen yang dilakukan dalam Institusi olahraga non pemerintah seperti KONI dengan seluruh anggotanya, yaitu induk organisasi cabang olahraga dan induk organisasi badan fungsional serta perkumpulan-perkumpulan olahraga yang menjadi anggota induk organisasi

olahraga tersebut (Harzuki, 2003:119).

Menurut Arismundar (1997), pariwisata juga akan merupakan kegiatan serta memberikan kesempatan kepada manusia untuk bergerak, melihat, belajar, bergaul; mengenal budaya, alam sekitar, keunggulan, keajaiban ataupun keistimewaan tempat lain. Pariwisata juga akan berkembang sampai ke wisata ilmu dan teknologi, serta wisata olahraga.

Penyelenggaraan pariwisata dan olahraga akan maju dan berkembang dengan kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pariwisata dan olahraga juga akan mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang strategis. Pariwisata dan olahraga adalah subjek dan sekaligus juga objek masa depan.

Pariwisata dan olahraga adalah ujung tombak kehidupan masa depan. Kebutuhan pariwisata dan olahraga serta semua kegiatan yang berkaitan dapat memicu bisnis baru, jasa dan produk baru. Karena kepentingan dan kebermanfaatannya pariwisata dan olahraga serta keterkaitannya dengan kemajuan bidang lain, maka koordinasi dan dukungan semua pihak (instansi pemerintah, induk dan cabang organisasi olahraga, pelaku usaha dan organisasinya, LSM dan organisasi kemasyarakatan lainnya) sangat diperlukan. Promosi pariwisata hendaknya meliputi semua kegiatan yang ada sehingga berorientasi pada kepentingan dan keberhasilan semua. Misalnya konferensi, pameran, acara adat, museum, arsitektur, pertunjukan, kesenian, olahraga, dan pariwisata sendiri.

Pengertian Olahraga Pariwisata

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

Marhanani Tri Astuti: Potensi Wisata Olahraga dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan 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 wisata mempunyai daya tarik maka suatu Daerah Tujuan Wisata memiliki beberapa syarat yang harus dimiliki yaitu:

1. Adanya sesuatu yang dapat dilihat,
2. Adanya sesuatu yang akan dilakukan,
3. 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-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

Jenis-Jenis Daya Tarik Wisata

Jenis-Jenis Daya Tarik Wisata dikelompokan menjadi 3,yaitu :a. Daya Tarik Wisata Alam Pariwisata alam merupakan segala sesuatu kegiatan wisata yang berhubungan dengan wisata alam, berupa alam yang terbentuk karena hasil cipta Tuhan, seperti gunung, pantai, air. Tata lingkungan yang alami, seperti danau, dan tata lingkungan hasil tata lingkungan hasil manusia, seperti perkebunan, dan peternakan. Yang ditawarkan: iklim, pemandangan alam, flora dan fauna, dan gejala alam, (stalakmit, stalaktit, air terjun, air panas) b. Daya Tarik Wisata Budaya Merupakan jenis wisata yang berdasar pada mozaik tempat, tradisi, kesenian, upacara-upacara, dan pengalaman memotret suatu bangsa atau suku bangsa dengan masyarakat yang merefleksikan keanekaragaman dan identitas dari masyarakat atau bangsa yang bersangkutan. c. Daya Tarik Wisata Minat Khusus Adalah pariwisata yang menawarkan kegiatan yang tidak biasa dilakukan oleh wisatawan pada umumnya atau wisata dengan keahlian khusus atau ketertarikan khusus Wisata olahraga (arung jeram, paralayang, surfing, panjat tebing)

1. Wisata kuliner
2. wisata religius
3. Wisata agro
4. Wisata gua
5. Wisata belanja
6. Wisata ekologi

Kawasan Wisata

Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 dijelaskan bahwa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air, pengertian tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik kawasan perairan. Pengertian kawasan pariwisata ini juga diungkapkan oleh seorang ahli yaitu

Inskeep (1991:77) sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/kesehatan).

Sedangkan pengertian kawasan pariwisata secara umum adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata. Dalam lingkup yang lebih luas kawasan pariwisata dikenal sebagai *Resort City* yaitu perkampungan kota yang mempunyai tumpuan kehidupan pada penyediaan sarana dan prasarana wisata seperti penginapan, restoran, olah raga, hiburan dan penyediaan jasa tamasya lainnya. Apabila kawasan pariwisata tersebut mengandalkan pemandangan alam berupa kawasan perairan sebagai ciri khasnya, maka penyediaan sarana dan prasarana serta hiburan atau atraksi wisatanya diarahkan untuk memanfaatkan dan menikmati kawasan perairan tersebut. Perkembangan suatu kawasan wisata tergantung pada apa yang dimiliki kawasan tersebut untuk ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari peranan para pengelola kawasan wisata. Dalam Oka A. Yeti (1997:165) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*).

1. Atraksi (*attraction*)

Atraksi wisata yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dan yang termasuk dalam hal ini adalah: tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan lain-lain. Dalam Oka A. Yoeti (1997:172) *tourism* disebut *attractive spontance*, yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata diantaranya adalah :

- a) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah *Natural Aminities*. Termasuk kelompok ini adalah:
 - a. Iklim contohnya curah hujan, sinar matahari, panas, hujan, dan salju.
 - b. Bentuk tanah dan pemandangan contohnya pegunungan, perbukitan, pantai, air terjun, dan gunung api. Hutan belukar.
 - c. Flora dan fauna, yang tersedia di cagar alam dan daerah perburuan.
 - d. Pusat-pusat kesehatan, misalnya: sumber air mineral, sumber air panas, dan mandi lumpur. Dimana tempat tersebut diharapkan dapat menyembuhkan macam-macam penyakit.

- b) Hasil ciptaan manusia (*man made supply*). Kelompok ini dapat dibagi dalam empat produk wisata yang berkaitan dengan tiga unsur penting yaitu *historical* (sejarah), *cultural* (budaya), dan *religius* (agama).
- a) Monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lampau (*artifact*)
 - b) *Museum, art gallery*, perpustakaan, kesenian rakyat, dan kerajinan tangan.
 - c) Acara tradisional, pameran, festival, upacara naik haji, pernikahan, khitanan, dan lain-lain.
 - d) Rumah-rumah ibadah, seperti mesjid, candi, gereja, dan kuil.
 - e) Aksesibilitas (*accessibility*)

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Unsur yang terpenting dalam aksesibilitas adalah transportasi, maksudnya yaitu frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dapat mengakibatkan jarak seolah-olah menjadi dekat. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana meliputi jalan, jembatan, terminal, stasiun, dan bandara. Prasarana ini berfungsi untuk menghubungkan suatu tempat dengan tempat yang lain. Keberadaan prasarana transportasi akan mempengaruhi laju tingkat transportasi itu sendiri. Kondisi prasarana yang baik akan membuat laju transportasi optimal.

3) Fasilitas (*amenities*)

Fasilitas pariwisata tidak akan terpisah dengan akomodasi perhotelan. Karena pariwisata tidak akan pernah berkembang tanpa penginapan. Fasilitas wisata merupakan hal-hal penunjang terciptanya kenyamanan wisatawan untuk dapat mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Adapun sarana-sarana penting yang berkaitan dengan perkembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a) Akomodasi hotel
- b) Restoran
- c) Air bersih
- d) Komunikasi
- e) Hiburan
- f) Keamanan

Hubungan Olahraga Dengan Ekonomi

Hingga saat ini, tampaknya masih ada opini yang mengatakan bahwa kegiatan olahraga cenderung menghambur-hamburkan uang. Bahkan ada analisis

yang tendensius, daripada untuk kegiatan olahraga yang jutaan bahkan milyaran rupiah lebih baik digunakan untuk mengentaskan kemiskinan rakyat yang masih sekitar 140 juta. Pendapat dan analisis yang demikian tentu sah-sah saja.

Tetapi benarkah olahraga hanya menghabiskan uang ? Tidakkah ada revenue yang bisa diharapkan dari kegiatan olahraga ? Mungkinkah terjadi multiplier effect dari sebuah kegiatan olahraga? Pertanyaan seperti itu memang agak sulit dijawab secara pasti, jika saja tidak ada bukti-bukti yang mendukungnya.

Bahwa untuk melakukan pembinaan olahraga membutuhkan dana yang tidak sedikit saya kira adalah fakta yang tidak bisa dipungkiri. Ketika suatu negara atau daerah menyelenggarakan sebuah event olahraga, mungkin sekali banyak dana yang digunakan untuk membiayainya. Tetapi sangat boleh jadi kegiatan olahraga juga mampu mendorong tumbuhnya ekonomi, dan bahkan mendatangkan keuntungan langsung seperti Olympiade Los Angeles 1984, yang nyata nyata panitia mendapat keuntungan sebesar \$ 223 juta dolar. Olympiade Los Angeles merupakan olympiade pertama yang menerapkan pendekatan logika ekonomi melalui sport business. Pernyataan tersebut memberikan bukti bahwa olahraga apabila dikelola secara profesional dapat mendatangkan keuntungan ekonomi disamping nonekonomi. Itulah sebabnya mengapa banyak negara yang berebut untuk menjadi tuan rumah suatu event olahraga seperti Asian Games, Olympic Games, Piala Dunia (sepakbola) dan Piala Eropa. Oleh karena itu, saya ingin melihat hubungan olahraga dan ekonomi sebagai hubungan yang bersifat resiprokal. Artinya, olahraga mempengaruhi ekonomi dan ekonomi mempengaruhi olahraga.

Dalam banyak kasus memang kita jumpai bahwa negara yang secara ekonomi maju, maka perkembangan olahraganya juga mengalami kemajuan yang sangat berarti. Lihatlah bagaimana perkembangan olahraga di Amerika, Australia, Perancis, Inggris, Jepang, dan sebagainya yang telah berkembang begitu pesat. Dari segi prestasi, terutama dalam Olympic Games, sejumlah negara tersebut telah menempatkan dirinya di papan atas. Dari segi perspektif tingkat kesehatan masyarakat yang diukur dari angka kematian bayi, angka harapan hidup, dan sebagainya, negara-negara maju juga lebih unggul.

Sungguhpun demikian, tidak berarti prestasi tinggi hanya terjadi pada negara-negara yang secara ekonomi lebih maju. Brasil secara ekonomi barangkali jauh di bawah negara-negara maju seperti Perancis, Jerman, dan Italia. Ditinjau dari GDP per capita, Brasil hanya US\$ 7,037, sementara ketiga negara tersebut

masing-masing adalah US\$ 22,897, US\$ 23,742, dan US\$ 22,172. Sebuah perbedaan yang sangat signifikan, karena lebih dari tiga kali lipat. Akan tetapi, Brasil memiliki tradisi prestasi sepakbola yang lebih tinggi dibandingkan ketiga negara tersebut. Apa yang ingin saya katakan disini adalah bahwa untuk membangun olahraga tidak harus menunggu negara kita maju atau secara ekonomi sejajar dengan negara-negara maju. Justru yang perlu di dorong adalah bagaimana olahraga dijadikan sebagai salah satu instrumen untuk membangun ekonomi.

Beberapa hasil riset menunjukkan bahwa tingginya partisipasi masyarakat dalam olahraga, ternyata tidak hanya mengurangi anggaran kesehatan yang dikeluarkan pemerintah, tetapi pada sisi yang lain juga meningkatkan produktivitas. Peningkatan partisipasi dalam olahraga hingga 25 % (angka semula 33% dari penduduk yang secara reguler melakukan olahraga) dapat mengurangi biaya kesehatan sekitar \$ 778 juta dolar atau sekitar 6,6 trilyun rupiah. Selain itu juga menstimulasi produktivitas 1-3 % , dari setiap 2-5 \$ dolar yang diinvestasikan. Sementara anggaran yang digunakan untuk menstimulasi kegiatan olahraga tersebut hanya \$ 191 juta dolar atau sekitar 1,6 trilyun rupiah (B.Kidd, World Summit on Physical Education, 1999).

Studi di Australia juga menunjukkan bahwa layanan olahraga dan rekreasi dapat menghasilkan pendapatan nasional sebesar AUD \$4,8 milyar pertahun, AUD \$ 4 milyar dihasilkan dari penjualan produk olahraga dan rekreasi; dan sektor ini menyumbang AUD\$ 1,2 milyar terhadap GOP (Pereira, 2004).

Fakta lain juga menunjukkan bahwa olahraga memiliki kontribusi yang signifikan pada upaya mengurangi pengangguran. Data di Inggris menyebutkan bahwa kegiatan olahraga menyediakan lebih banyak lapangan kerja dibanding industri mobil, pertanian, nelayan, dan industri makanan.

Bisnis Dan Manajemen Olahraga

kegiatan olahraga memiliki nilai kepada kehidupan manusia, baik nilai ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya. Nilai-nilai olahraga itu mempengaruhi keberhasilan pembangunan nasional, termasuk pembangunan ekonomi dan kualitas sumber daya manusia. Bahkan dapat dikatakan sistem manajemen dan pembinaan olahraga merupakan bagian integral pembangunan kualitas sumber daya manusia. Olahraga kurang memiliki kontribusi kepada pembangunan nasional. Padahal olahraga memiliki nilai ekonomi karena dapat meningkatkan produktivitas manusia sebagai sumber. Sayangnya, sebagian pihak menganggap kegiatan olahraga (termasuk Jasmani dan daya pembangunan.

Kesegaran jasmani yang memadai meningkatkan kemampuan kerja optimal serta dapat menghemat biaya pemeliharaan kesehatan. Pembinaan olahraga secara matang di masa depan akan memberi kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan perorangan. Misalnya melimpah ruahnya bonus yang diterima Taufik Hidayat setelah mendapat medali emas olimpiade.

Kita pun dapat mengembangkan bisnis dan kegiatan yang berkaitan dengan olahraga. Olahraga pun dapat memicu kegiatan bisnis baru, misalnya pariwisata, tempat hiburan (rekreasi), perhotelan, restoran, pengembangan usaha kecil (makanan dan minuman, serta jajanan lainnya). Akhirnya derivasinya dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada saat ini orang Indonesia tidak akan sulit untuk menemukan *fitness centre*, *bowling alleys*, kursus, klub dan organisasi olahraga, serta pertandingan, turnamen, dan fasilitas olahraga yang dioperasikan secara bisnis. Usaha intensifikasi dan ekstensifikasi perlu dilanjutkan dan merupakan peluang bisnis bagi seorang berjiwa wirausaha. Pelaku dan pakar olahraga hendaknya memiliki kesadaran bahwa peranan olahraga dalam menciptakan bisnis sangat mungkin dan diperlukan. Mereka tidak dapat berjalan sendiri dalam melakukan industrialisasi olahraga. Karena itu hendaknya menggandeng pemilik modal sehingga bersinergi menghasilkan rencana bisnis yang matang dan dapat diandalkan.

Dalam kaitan inilah menurut Arismunandar (1997), wawasan bisnis dan manajemen diperlukan untuk memajukan dan mengembangkan bisnis olahraga. Hal ini penting karena maju dan berkembangnya bisnis itu akan memicu penelitian dan pengembangan, meningkatkan mutu pendidikan dan pengembangan ilmu dan teknologi olahraga, meningkatkan prestasi, serta memperbanyak kesempatan kerja.

Setiap pertandingan memerlukan penonton dan hendaknya menarik banyak penonton. Pertandingan tanpa penonton pastilah gersang. Motif berprestasi atlet akan menurun apabila tidak ada penonton. Bagaimanapun juga teriakan penonton merupakan pemacu semangat bertanding para atlet.

Pertandingan kurang penonton pun dapat dipastikan membangkrutkan panitia penyelenggara. Di samping pendapatan dari tiket akan merosot drastis, para pengusaha atau perusahaan pun kurang berminat mensponsori pertandingan itu. Kondisi ini akan memeros kepada rendahnya tingkat kesejahteraan pelaku olahraga (terutama atlet dan pelatih) serta kurangnya sarana dan prasarana olahraga.

Jika situasinya seperti itu maka akan menjadi lingkaran setan. Kualitas atlet menurun mengakibatkan prestasinya jeblok dan akhirnya pertandingan tidak

bermutu. Dampaknya apresiasi masyarakat terhadap olahraga rendah sehingga tidak datang manakala ada pertandingan olahraga. Karena itu memajukan olahraga, meningkatkan partisipasi dan apresiasi masyarakat, prestasi dan bisnis olahraga, saling berkaitan dan saling menunjang.

Persyaratan

Pengelolaan olahraga secara bisnis dapat menghasilkan keuntungan (dana). Akan tetapi keuntungan yang dapat diraih sangat tergantung pada mutu fasilitas, produk, pertandingan atau jasa yang dijual, memiliki daya tarik dan ditampilkan pada saat yang tepat, di tempat strategis.

Ada beberapa persyaratan agar kegiatan olahraga dapat menjadi bisnis. Pertama, masyarakat sudah memiliki kesadaran olahraga dapat membugarkan tubuh dan jiwa, meningkatkan kecerdasan (inteligensia dan emosional), meningkatkan produktivitas kerja, mengurangi biaya perawatan kesehatan. Sosialisasi peran dan fungsi olahraga seperti ini selayaknya menjadi program utama pelaku olahraga.

Kedua, tingkat kesejahteraan masyarakat sudah tinggi sehingga masyarakat tidak hanya bergelut memenuhi kebutuhan primer (perut) tetapi masyarakat sudah memerlukan kebutuhan tertier semisal rekreasi dan tontonan (pertandingan olahraga). Karena itu negara (pemerintah, swasta, masyarakat sipil) selayaknya mengusahakan dengan cerdas peningkatan kesejahteraan masyarakat ini.

Ketiga, para pengusaha sudah menyadari potensi dan peluang bisnis dari kegiatan olahraga. Karena itu pemerintah berkewajiban mempromosikan dan menyakinkan para pengusaha bahwa kegiatan olahraga menyimpan potensi dan peluang bisnis yang besar terutama derivasi bisnis kegiatan olahraga itu sendiri seperti transportasi, pariwisata, jasa pelayanan tempat olahraga, perdagangan peralatan olahraga.

Keempat, pemilik modal dan pengurus organisasi keolahragaan serta pelaku olahraga lainnya tidak cukup hanya individu yang mencintai olahraga yang mau berkorban tenaga dan materi, tetapi selayaknya mereka memiliki jiwa wirausaha.

Pelaku olahraga tidak hanya berpikir menghabiskan dana tetapi sudah selayaknya mengerjakan bagaimana aktivitas olahraga yang dilakukan dan diselenggarakan dapat menghasilkan dana.

Pengurus dan pemilik klub atau organisasi olahraga dituntut memiliki kompetensi agar setiap *event* dan atau pertandingan olahraga dapat menghasilkan keuntungan finansial (uang). Karena itu hukumnya wajib bagi mereka untuk

mempunyai kompetensi pemasaran. Apalagi pemasaran produk *event* dan pertandingan olahraga tidak memerlukan kehadiran langsung konsumen di lapangan atau tempat *event* dan pertandingan, akan tetapi dapat melalui media radio atau televisi. Peluang semakin terbuka setelah semakin bertambahnya stasiun radio dan televisi, tidak bisa tidak, kompetensi melakukan negosiasi dan kontrak dengan stasiun radio dan televisi menjadi sangat penting.

Kedelapan faktor penghambat berkembangnya industry olahraga rekreasi memang harus segera dicarikan solusi permasalahannya, Pemerintah sebenarnya telah mengelurkan strategi dalam ruang lingkup olahraga rekreasi yang tercantum dalam RPJP Keolahragaan Nasional 2010 – 2025 diantaranya:

1. Peningkatan SDM Olahraga Rekreasi dengan cara pembinaan, pengembangan dan peningkatan ketrampilan melalui pelatihan, Jaminan keselamatan bagi SDM Olahraga Rekreasi, dan Peningkatan karir, pelayanan kesejahteraan, bantuan hukum dan penghargaan.
2. Penguatan sistem dan Kelembagaan Olahraga Rekreasi dengan pengembangan IPTEK secara berkelanjutan. Adanya pembagian tanggung jawab antara pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat atas perencanaan, pengadaan, pemanfaatan, pemeliharaan dan pengawasan prasarana olahraga kreasi. Adanya kewajiban bagi Badan Usaha yang bergerak dibidang pembangunan, perumahan dan pemukiman dalam menyediakan prasarana olahraga rekreasi sebagai fasilitas umum dengan standard kebutuhan yang ditetapkan oleh pemerintah.
3. Setiap orang dan Badan Usaha wajib memperhatikan standar teknis sarana olahraga rekreasi dari cabang olahraga yang bersangkutan. Memang kedua solusi itu sangat membantu dalam mengembangkan industry olahraga rekreasi dalam tataran mengubah persepsi masyarakat tentang olahraga rekreasi itu sendiri karena keduanya dalam tahap sebagai sarana edukasi ke masyarakat dalam olahraga rekreasi.
4. Belum terjawab permasalahan bagaimana agar tujuan “ meningkatkan pola kemitraan dan industry olahraga rekreasi “, sekali lagi kemasn dari industry olahraga rekreasi itu sendiri harus mampu menarik konsumen untuk memanfaatkan semua fasilitas industry olahraga rekreasi di Indonesia.

Ada beberapa dua faktor utama yang menjadikan Indonesia sangat menarik dalam mengembangkan industry olahraga rekreasi, diataranya ;

- 1) Jumlah penduduk Indonesia yang besar. Indonesia yang memiliki penduduk 230 juta lebih merupakan pasar potensial yang besar, hal ini

ditambah dengan kawasan Indonesia yang strategis menyebabkan banyaknya orang asing yang dapat dijadikan target market dalam industry olahraga rekreasi di Indonesia.

- 2) Kekayaan Alam dan sumber daya alam Indonesia merupakan modal yang sangat berharga dalam mengembangkan industry olahraga rekreasi. Laut, Pantai, Gunung, Hutan dan Kekayaan alam lainnya yang ada di Indonesia merupakan potensi yang merupakan diferensiasi dari Negara lain yang ada di dunia. Hot Spot untuk menyelam atau untuk wisata gunung sangat banyak di Indonesia. Kedua faktor utama ini merupakan modal besar dalam pengelolaan industry olahraga rekreasi di Indonesia, namun dari faktor penghambat, solusi yang diberikan pemerintah hingga faktor pendukung belum menjawab bagaimana seharusnya Pemerintah Indonesia memiliki strategi untuk menjadikan potensi industry olahraga rekreasi secara optimal. Oleh karenanya ada beberapa strategi yang dapat dilakukan diantaranya : 1.Pemerintah Pusat bersama Pemerintah Daerah mulai mengidentifikasi dan mendata potensi yang dimiliki Indonesia dalam pengembangan industry olahraga di Indonesia. 2.Mengidentifikasi pelanggan industry olahraga rekreasi, Pelanggan itu terdiri dari : a. Penduduk dan masyarakat daerah/ Indonesia. b.Trader, Tourist, Investor baik dari dalam maupun luar. c.Talent (SDM Berkualitas) , Developer (Pengembang), Organizer (Event Organizer) 3.Pemerintah Daerah harus mampu memasarkan potensi yang dimilikinya, memasarkan daerah berarti merencanakan suatu daerah agar mampu memenuhi dan memuaskan keinginan dan ekspektasi pelanggan. Ada Tiga Langkah yang dikemukakan oleh Michael Porter dalam menarik pelanggan atau sumber daya terbaik ; a.Be a Good Host Langkah pertama ini memiliki peran dalam upaya menarik dan mengakusisi pelanggan. Untuk menjadi tuan rumah yang baik harus ada kolaborasi kohesif antara masyarakat, entrepreneurs, dan pemerintah. Mereka bertiga harus sama – sama saling mendukung agar mereka menjadi knowledgeable dan terus menyamakan persepsi dan gerak mengenai perlunya menarik pelanggan. b.Treat Your Guest Properly Langkah kedua ini memiliki fungsi untuk memuaskan pelanggan. Indonesia atau daerah harus mampu mengidentifikasi keinginan dan ekspektasi pelanggannya.

Ada tiga hal yang harus diperhatikan dan mau tidak mau harus dilaksanakan:

1. Liveability Liveability Indonesia/daerah dapat ditingkatkan dengan menjamin kompetitifnya biaya hidup, memperbaiki fasilitas umum dan layanan public, menekan tingkat kriminalitas dan menciptakan lingkungan yang nyaman
2. Investability Investability ditingkatkan dengan cara menyediakan tenaga kerja terampil yang memadai, tersu memperbaiki infrastrktur dan fasilitas produksi, menjamin tetap menariknya peluang investasi, akses bagi pelanggan, sistem birokrasi dan regulasi yang kondusif
3. .Visitability
Visitability diperbaiki dengan menyediakan fasilitas transportasi akomodasi yang kompetitif, terus meng-upgrade dan merevitalisasi tujuan – tujuan yang dijadikan industry olahraga rekreasi dan tempat wisata, membangun kemudahan serta menciptakan suasana aman dan nyaman.

Cara Mempromosikan Olahraga kepada Masyarakat

Kembali kepada promosi. Promosi dimaksudkan sebagai alat komunikasi untuk mengajak dan memotivasi orang lain, biasanya melalui *sport promotion mix* lewat iklan, publisitas, kontak personal (penjualan dan pelayanan), dan juga insentif (menurunkan harga tiket serta menambah produk atau jasa). Pada seminar manajemen olahraga (NIFISA) di Jepang yang lalu, Prof. Dr. Chin-hsung Kao dari National Tawian Sport University, dielaskan beberapa metode dalam promosi: *atmospharics*, *licensing*, *sponsorship*, dan *public relations*. *Atmospharics* dilakukan untuk menciptakan atmosfer agar pentingnya olahraga dapat dirasakan oleh masyarakat. Beberapa cara yang bisa dilakukan antara lain memamerkan poster, spanduk, atau iklan di papan besar, yang diletakkan secara strategis di tempat-tempat yang menjangkau masyarakat luas dan juga memiliki status kepentingan yang tinggi, seperti di sekitar jalan utama, di bandar udara, dan juga tidak ketinggalan yaitu di sekolah dan universitas. Metode *licensing* dilakukan dengan mengaplikasikan merek olahraga terkenal kepada produk atau jasa, dan bahkan kepada tokoh masyarakat. Misalnya, saat ini Anda bisa membeli sepatu Adidas dengan logo Lionel Messi, padahal ini produk yang sama dengan Adidas, hanya saja mereka menambahkan detail Messi. Bisa dibayangkan masyarakat Argentina, pendukung FC Barcelona, pendukung kesebelasan negara Argentina, atau fans Messi akan bangga memiliki dan memakai produk di atas. Setelah itu ada *sponsorship* yang mendukung promosi olahraga dengan memberikan dana atau nilai tambah. Kadang *sponsorship* ini ada

yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan olahraga. Misalnya Barclays (sebuah bank) yang menjadi sponsor Liga Primer Inggris, merek air minum Pocari Sweat yang beberapa kali menjadi sponsor acara olahraga, dan banyak contoh lainnya. Sedangkan *public relations* dilakukan untuk menjaga komunikasi dan hubungan positif dengan kelompok kepentingan, seperti kepada Kemenpora, induk olahraga, komunitas suporter, dan sebagainya. Promosi untuk perkembangan olahraga ini harus dilakukan di berbagai tingkat, antara lain di sekolah sebagai elemen dasar (banyak siswa berolahraga dan belajar pendidikan jasmani), antarsekolah (banyak sekolah yang berinteraksi dan berbagi), komunitas (banyak masyarakat yang berpartisipasi di olahraga), pasar komersil (banyak masyarakat yang membayar untuk latihan, golf, tenis, atau bahkan menonton pertandingan olahraga), negara (memiliki atlet yang elite dan masyarakat yang sehat), dan global (kesehatan dunia meningkat dan olahraga semakin menguntungkan). Secara umum, puncak keuntungan dari promosi olahraga ini bisa kita lihat langsung pada studi kasus di Piala Dunia 2002 yang mendamaikan Jepang dan Korea Selatan, atau olahraga rugby yang mempersatukan etnis Afrika Selatan, dan perdamaian antara China dan Taiwan melalui formula Komite Olimpiade mereka.

Promosi Olahraga Melalui Acara Olahraga

Jika berbicara pada koridor idealisme, promosi olahraga melalui acara olahraga adalah sesuatu yang paling ideal untuk masyarakat. Menurut Kozo Tomiyama dari Osaka University of Health and Sport Sciences, ada tujuh acara (event) yang bisa digolongkan kepada acara besar, yaitu pameran, karnaval atau festival, acara budaya dan keagamaan, acara peringatan sejarah, acara agrikultur, acara politik, dan juga acara olahraga besar. Dilihat di atas, acara olahraga, terutama yang berskala besar, adalah acara yang berpotensi mengembangkan sebuah wilayah, kota, ataupun negara, melalui pengembangan dan peningkatan infrastruktur serta pembangunan fasilitas olahraga itu sendiri. Acara olahraga bukan hanya memberikan keuntungan ekonomi, sosial, dan budaya kepada sebuah wilayah, kota, atau negara, tetapi juga berefek pada peninggalan atau warisan (*legacy*) dari acara tersebut. Jadi, olahraga bisa dibilang merupakan alat untuk perkembangan sebuah wilayah. Misalnya saja penyelenggara Olimpiade, mereka akan mengadakan banyak acara olahraga di waktu yang sama dan di tempat yang sama, sehingga memberikan sebuah kota tantangan tersendiri. Contoh terdekat untuk Indonesia hadir pada tahun depan dan 2018. Tahun 2016 akan dilangsungkan Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX di Jawa Barat, sementara Asian Games 2018 akan digelar di Jakarta dan Palembang. Kedua

event olahraga di atas bersama dengan acara olahraga lainnya (seperti Olimpiade, Piala Dunia sepakbola, dll) memiliki kekuatan untuk menyampaikan manfaat yang bisa mengubah sebuah komunitas, imej mereka, terutama infrastrukturnya. Barangkali, hal ini yang menyebabkan Jakarta bergegas mengejar *deadline* perihal perbaikan di mass rapid transit (MRT) sebelum Asian Games 2018 dimulai. Beberapa infrastruktur juga masih terus dibangun dan dipoles di Provinsi Jawa Barat, mengingat PON XIX sudah semakin dekat.

Warisan Acara Olahraga

Dari setiap pelaksanaan acara olahraga, mereka bisa mewarisi banyak hal, di antaranya; olahraga itu sendiri, sosial, lingkungan, urban, dan ekonomi kepada sebuah wilayah. Tidak ada yang memungkiri bahwa acara olahraga bisa meningkatkan promosi besar-besaran melalui olahraga di sebuah wilayah, tapi juga kita harus ingat bahwa jangan sampai "promosi" yang dilakukan akan membebani wilayah tersebut dengan konsekuensi yang sangat mahal. Pembangunan infrastruktur dan fasilitas olahraga besar-besaran dan berlebihan bisa menjadi bencana jika wilayah tersebut tidak bisa merawatnya setelah acara olahraga tersebut selesai. Contohnya Yunani yang menjadi tuan rumah Olimpiade 2004, Afrika Selatan yang menghajati Piala Dunia 2010, Brasil yang menggelar Piala Dunia 2014, dan bahkan Samarinda yang menjadi tuan rumah PON XVII (2008). Saat ini banyak fasilitas yang terbengkalai di Yunani, Afsel, dan juga Brasil. Beberapa di antaranya bahkan sudah lama tak terpakai dan terlupakan. Stadion Palaran di Samarinda adalah salah satu contoh stadion megah yang sekarang ini tak terpakai. Contoh-contoh tadi yang membuat hal mendasar dari promosi olahraga bukan terletak pada hal-hal materi yang biasa membuat kita "lapar mata", biasa membuat para koruptor berebut jatah untuk mendapatkan proyek, dan juga hal-hal negatif lainnya. Budaya dan kesehatan masyarakat, kembali saya diingatkan dan mengingatkan, adalah hal mendasar yang terlebih dahulu harus terpenuhi. Pada seminar manajemen olahraga (NIFISA) yang saya ikuti, saya diberikan contoh bagaimana promosi olahraga yang dilakukan oleh Jepang dalam menyiapkan Olimpiade 2020 di Tokyo yang sebenarnya masih lima tahun lagi. Tokyo 2020 memiliki rencana yang diberi nama "Legacy Plan for Tokyo 2020", yang antara lain berfokus pada keamanan, membangun dukungan penuh dari suporter Jepang, melibatkan seluruh negara (bukan hanya Tokyo) untuk memecahkan masalah, partisipasi masyarakat kepada olahraga yang terus ditingkatkan, tingkat kesehatan masyarakat, dan pengembangan olahraga dan kebudayaan (karena Jepang memiliki budaya budo).

KESIMPULAN

pelaku di bidang *sport tourism* masih sangat terbatas dan kurang bisa berkembang dengan maksimal dikarenakan untuk mempersiapkan SDM perlu kompetensi sebidang dan Dinas yang terkait, karena dampak positif dari *sport tourism* yang mempunyai keunikan dan ciri khas pengembangan potensi daerah masing-masing. Dengan hal ini di harapkan dari tujuan wisata olah raga dapat berkontribusi secara maksimal. Berkaitan dengan hal di atas, maka pengembangan *sport tourism* perlu diharapkan dapat berpengaruh pada dampak berganda bagi masyarakat dalam lingkungan ke-pariwisata olahraga Indonesia. Tujuan penelitian ini mengembangkan wisata olahraga berkelas Internasional seperti marathon. Marathon merupakan salah satu sport yang populer, seperti Run Fun colour di setiap daerah, sail komodo, sail bunaken, sail karimunjawa, lomba kapal layar Bali, lomba memancing, traking merapi. *Traking rinjani*. *Sport tourism* menjadi tantangan dan ajang penggali potensi di daerah dimana beberapa aspek di bidang ekonomi, budaya dan social akan berdampak positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aip Syarifuddin, Belajar Aktif Pendidikan Jasmani dan Kesehatan SMP, Jakarta, Grasindo. 1990
- Rasyid Sudraj at, 2006, *Rekreasi dan Industri Olahraga*, Menteri Pemuda dan Olahraga.
<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/04/20/12010729/Industri.Olahraga.Belu> m.Banyak.D il irik. 2008.
- Heather J. Gibson. *Sport Tourism (Sport in the Global Society)* Paperback 2006
- Brent W. Ritchie, Daryl Adair. 2004. *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*. Channel view publication. England
- Commonwealth of Australia (2000). "Towards A National Sports Tourism Strategy" (PDF). Retrieved November 6, 2009.
- Gammon, Sean; Robinson, Tom (2003). "Sport and Tourism: A Conceptual Framework". *Journal of Sport Tourism* 8 (1) : 21-26.

- Gibson, Heather J. (1 April 1998). "Active Sport Tourism: Who Participates?". *Leisure Studies* **17** (2): 155-170. Retrieved 2015-01-08. (subscription required (help)).
- Weiler, Betty; Hall, Colin Michael, eds. (1992) . *Adventure, Sport and Health Tourism. Special Interest Tourism* (London: John Wiley & Sons Ltd). pp. 141-58. ISBN 978- 0471947868. Retrieved 2015-01-08.
- Klein, Seth (16 February 2010). "Will the Olympics boost long-term tourism to B.C.?". Rabble Blogs. Retrieved 2015-01-07.
- Gonzalez, Jonathan (2014). "Why Choose a Sports Ticket and Travel Company?". Retrieved May 22, 2015.
- Van Straten, David (2015). "A Sports Vacation Top 10 List". Retrieved May22, 2015. Penulis : Cipto Aji Gunawan
- Sport Tourism Destinations Issues, opportunities and analysis. Edited by James Higham. 2005, Elsevier Ltd
- Penulis :Ir. Biasworo Adisuyanto Aka, MM. September 2010
- Darmojo, R. boedhi. 2004. *Buku Ajar Geriatric, Ilmu Kesehatan Usia Lanjut*, Edisi 3. Jakarta : FK UI