

# Komodifikasi Olahraga Untuk Penguatan Daya Tarik Pariwisata Minat Khusus (Meramu Potensi, Aspek Keberlanjutan, dan Daya Saing Sport Tourism)

Agus Kristiyanto

Guru Besar Analisis Kebijakan Pembangunan Olahraga FKOR Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email: [aguskriss@yahoo.co.id](mailto:aguskriss@yahoo.co.id)

---

**Abstrak** – Makalah ini bertujuan untuk menelaah potensi dan sisi prospektif komodifikasi olahraga sebagai primadona penguatan daya tarik pariwisata minat khusus (Special interest tourism). Telaah tersebut termasuk dalam kajian wilayah lintas sektoral olahraga, khususnya lingkup olahraga rekreasi. Sudut pandang telaah yang digunakan yakni : (1) modal payung yuridis sport tourism, (2) komodifikasi olahraga dan pariwisata, dan (3) peran strategis perguruan tinggi keolahragaan. Telaah dilakukan dengan analisis isi terhadap dokumen-dokumen relevan yang pernah dilakukan oleh penulis dalam tema sport tourism, yakni: berupa opini-opini di media massa, book chapter, jurnal, makalah, riset-riset relevan. Beberapa hal penting hasil telaah adalah: (1) olahraga dan pariwisata telah memiliki kekuatan yuridis yang sangat kuat, namun wujud implementasi kebijakannya masih dalam proses penyesuaian-penyesuaian strategis; (2) setidaknya ada dua model komodifikasi olahraga yang dikenal, yakni model Sport-destination, dan model SportMICE; (3) Pendidikan tinggi keolahragaan “diundang” untuk lebih pro-aktif dalam turut memproduksi SDM dan hasil-hasil dari proses hilirisasi riset dan komersialisasi tema sport tourism.

**Kata kunci** – Komodifikasi olahraga, Pariwisata minat khusus, Sport tourism, dan Hilirisasi dan komersialisasi riset pariwisata olahraga.

---

## PENDAHULUAN

Olahraga dan pariwisata adalah dua fenomena besar yang selalu bersanding dalam tataran aktivitas individual dan kolektif sepanjang bergulirnya peradaban manusia. Berolahraga memiliki konotasi aktivitas “terarah” untuk memelihara atau mengembangkan potensi fisik, mental, sosial. Sedangkan pariwisata merupakan sebuah perjalanan rekreatif menuju destinasi wisata tertentu dengan mengerahkan fungsi fisik, mental, dan sosial. Terdapat beberapa tujuan utama tatkala orang memilih aktivitas olahraga sangat bergantung pada pilihan lingkungannya. Dalam olahraga dikenal lingkup olahraga prestasi, olahraga pendidikan, dan olahraga rekreasi. Sedangkan esensi dasar pariwisata menjelaskan aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan rekreatif di waktu luang atau “diluangkan” dalam rangka untuk mendapatkan kesenangan dan keseimbangan.

Terdapat benang merah penghubung yang menjadikan olahraga sangat mudah dikawinkan dengan pariwisata., yakni dari sisi fungsi rekreatifnya. Tanpa bermaksud meniadakan keterkaitan lingkup olahraga prestasi dan lingkup olahraga pendidikan dengan pariwisata, maka olahraga rekreasi ibarat sebuah “USB port” yang memberikan efek konektivitas kuat dengan kegiatan pariwisata. Olahraga rekreasi merupakan bentuk aktivitas olahraga yang digunakan untuk mengisi waktu luang guna memperoleh kebugaran multidimensional, relaksasi personal, maupun relasi sosial dengan sesama maupun lingkungan dalam berbagai bentuk (alam, cagar budaya, event, dsb). Sebuah karakteristik dasar yang pasti memiliki wujud optimal tatkala terjadi perkawinan antara olahraga rekreasi dan pariwisata. Hasil perkawinan

itu berwujud Sport tourism. Sport tourism memiliki fungsi hereditas yang tentu saja mewarisi sifat keolahragaan (terutama olahraga rekreasi) dan sifat kepariwisataan (terutama wisata minat khusus). Menjelaskan postur sport tourism ibarat memahami jenis kelamin seekor zebra yang memiliki warna belangbelang hitam dan putih. Tidak bisa mengatakan bahwa zebra jantan berwarna hitam dan belangbelang putih, zebra betina berwarna putih dan belang-belang hitam. Hitam dan putih itu warna yang terintegrasi pada zebra jantan maupun betina, sebagaimana teritegrasinya sport dan tourism. Bahkan secara yuridis, olahraga diatur dalam payung hukum kepariwisataan, pada dimensi lain, pariwisata diatur dalam payung hukum keolahragaan. Persoalan vitalnya adalah bagaimana kebijakan-kebijakan strategis sport tourism tersebut terimplementasikan secara baik ke depan. Implementasi terkait dengan pertanyaan tentang bagaimana meramu potensinya, memformulasikan nilai keberlanjutannya, serta meningkatkan daya saingnya. Tidak mudah, tetapi harus segera dimulai dan tidak perlu saling menunggu. Wilayah sport tourism merupakan “wilayah kerja” lintas-sektoral yang setiap pihak pada zona keolahragaan maupun zona kepariwisataan dipersilahkan untuk menjadi leading sector melalui kepeloporan ide-ide kreatif dan inovatifnya. Perguruan tinggi keolahragaan (dalam bentuk FIK/FPOK/FKOR/dll) memiliki tanggung jawab moral-sosial-intelektual dalam mengawal pengembangan sport tourism. Bukan berlebihan, karena wilayah olahraga rekreasi menjadi salah satu bidang kajian utama di perguruan tinggi keolahragaan (PT-Kor). Olahraga rekreasi yang selama ini dikembangkan di PT-Kor pada umumnya, baru sebatas pada isu-isu mikro yang berupa materi

ajar tentang bentuk-bentuk olahraga yang digunakan untuk pengisian waktu senggang. Memanfaatkan cabang atau nomor olahraga yang populer atau menciptakan cabor baru, atau mengimpor cabor dari negara lain. Bertumpu pada prinsip massal, mudah, murah, dan meriah yang penting menimbulkan kesenangan rekreatif secara positif melalui aktivitas fisik dan bermain. Meramu potensi olahraga rekreasi secara lintas sektoral menjadi tantangan tersendiri di waktu kini dan mendatang. Hal inilah yang menjadi pertanyaan inti tentang bagaimana peran dan usaha yang sebaiknya dilakukan oleh PT-Kor untuk menjadi “aktor utama” proses komodifikasi olahraga, yakni mentransformasikan olahraga rekreasi skala mikro menuju bagian sport tourism yang memiliki eksese makro secara ekonomi, sosial, bahkan politis.

## PEMBAHASAN

### PAYUNG YURIDIS SPORTS TOURISM DI INDONESIA

Mengedepankan telaah payung yuridis Sport tourism menjadi hal sangat penting dan mendasar, karena memberikan penguatan dan kepastian jangka panjang. Telaah tersebut juga berfungsi untuk meyakinkan sisi good will pemerintah dalam memproyeksikan masa depan sport tourism yang lebih berprospek dan terlindungi. Semua pihak yang terkait akan secara optimal berpartisipasi dalam program menyukkseskan sport tourism. Ada dua substansi yang harus disandingkan, yakni: (1) Olahraga dalam Undang-undang Kepariwisataan, dan (2) Pariwisata dalam Undang-undang Keolahragaan.

### OLAHRAGA DALAM UNDANG-UNDANG KEPARIWISATAAN

Penyelenggaraan Sport tourism di Indonesia sebenarnya telah memiliki payung yuridis yang sangat kuat, terutama jika ditelaah berdasarkan Undang-Undang Nomor : 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan. Substansi Undang-Undang Nomor : 9 Tahun 1990 mengatur masalah penyelenggaraan kepariwisataan dalam bentuk olahraga.

Ketentuan ini tercantum dalam Bab IV tentang Usaha Pariwisata Bagian Kedua Tentang Usaha Jasa Pariwisata Pasal 9 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan Pasal 12 ayat (2). Dalam kedua Pasal ini dinyatakan bahwa usaha jasa pariwisata dapat berupa jenis-jenis usaha jasa biro perjalanan wisata, jasa agen perjalanan wisata, jasa pramuwisata, jasa konvensi/perjalanan intensif, jasa impresariat, jasa konsultan pariwisata, dan jasa informasi pariwisata. Sedangkan yang dimaksud jasa impresariat merupakan kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan, baik berupa mendatangkan, mengirimirkan, maupun mengembalikan, serta menentukan tempat, waktu, dan jenis hiburan. Kegiatan tersebut meliputi

bidang seni dan olahraga. Ketentuan lain terdapat pada Bab IV tentang Usaha Pariwisata Bagian Ketiga tentang Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata Pasal 20 dan Penjelasan Pasal 20. Dalam ketentuan ini dinyatakan bahwa pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa dan menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran pariwisata. Termasuk ke dalam kelompok pengusahaan obyek dan daya tarik minat khusus diantaranya adalah pembangunan dan pengelolaan wisata tirta, antara lain hotel apung, dermaga marina, dan olahraga air.

Selanjutnya Penjelasan Pasal 25 dan Pasal 28 Undang-Undang Kepariwisataan ini menyatakan dalam penyediaan fasilitas kepariwisataan diperlukan akomodasi pariwisata. Termasuk dalam fasilitas akomodasi pariwisata ini antara lain ruang pertemuan, ruang makan dan minum, fasilitas cucian, penukaran uang, kolam renang, fasilitas olahraga, fasilitas kesegaran jasmani, fasilitas untuk anak bermain, dan pertokoan. Sementara itu usaha penyediaan sarana wisata tirta dapat berupa usaha pembangunan dan pengelolaan dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, menyelam dan memancing.

Ketentuan-ketentuan di atas sejalan dengan konsepsi olahraga rekreasi sebagaimana terdapat dalam Undang-Undang Nomor : 3 tahun 2005. Dalam Bab I tentang Ketentuan Umum Pasal 1 angka 12 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.

### PARIWISATA DALAM UNDANG-UNDANG KEOLAHRAGAAN

Dalam Pasal 1 angka (4) jo. Pasal 3 Undang-undang No. 3 Tahun 2005 telah menggariskan bahwa fungsi olahraga adalah untuk mengembangkan kemampuan jasmani, rohani dan sosial untuk membentuk watak dan keperibadian bangsa yang bermartabat. Sedangkan tujuan olahraga itu sendiri adalah, selain memelihara dan meningkatkan kebugaran jasmani, juga ada beberapa aspek yang akan dikembangkan, yaitu prestasi, SDM, nilai etika, sportivitas, disiplin diri, kesatuan, persatuan dan keutuhan bangsa serta harkat, martabat dan kehormatan bangsa di dunia internasional (Pasal 4).

Orientasi olahraga dapat berpengaruh langsung terhadap ekonomi. Olahraga kini memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Bahkan dalam dua dekade terakhir, ekonomi dan olahraga

tumbuh dengan eskalasi makin besar. Kontribusi olahraga bagi pertumbuhan ekonomi nampak dalam pengembangan industri olahraga. Dalam konteks ini, Pasal 79 ayat (3) UU No. 3 Tahun 2005, industri olahraga dibingkai dalam kemitraan dengan pemerintah atau pemerintah daerah. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, masyarakat yang melakukan usaha industri jasa olahraga harus tetap memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan untuk kemajuan olahraga.

Substansi pariwisata terutama bersentuhan dengan pengembangan lingkup olahraga rekreasi. Pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi dilaksanakan sebagai upaya menumbuhkembangkan sanggar-sanggar dan mengaktifkan perkumpulan olahraga dalam masyarakat, serta menyelenggarakan festival olahraga rekreasi yang berjenjang dan berkelanjutan pada tingkat daerah, nasional, dan internasional.

Ketentuan lebih lanjut mengenai olahraga rekreasi ini terdapat dalam Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2007, yakni pada bagian keempat, mengatur Pembinaan dan Pengembangan Olahraga Rekreasi: (1) Pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi bertujuan untuk mengembangkan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan kesehatan, kebugaran, kesenangan, dan hubungan sosial. (2) Selain tujuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi diarahkan untuk menggali, mengembangkan, melestarikan, serta memanfaatkan olahraga tradisional yang tumbuh dan berkembang sebagai budaya dalam masyarakat.

Dalam penyelenggaraan olahraga secara lintas sektoral dalam olahraga rekreasi, dapat dilihat dalam pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2007 yang menyatakan, (1) Pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi menjadi tanggung jawab Menteri dan menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang budaya dan pariwisata.

Tanggung jawab Menteri meliputi: (1) pembinaan dan pengembangan pelatih/instruktur olahraga rekreasi; (2) pembangunan dan pemanfaatan potensi sumber daya, prasarana, dan sarana olahraga rekreasi; (3) pengembangan, pelestarian dan pemanfaatan olahraga rekreasi berbasis masyarakat dengan prinsip mudah, murah, menarik, manfaat dan massal; (4) pembinaan dan pengembangan sanggar-sanggar, perkumpulan olahraga dalam masyarakat; dan (5) pembinaan dan pengembangan festival dan perlombaan olahraga yang berjenjang dan berkelanjutan pada tingkat daerah, nasional, dan internasional.

Selain tanggung jawab sebagaimana dimaksud, menteri dan menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang budaya dan pariwisata dapat mengembangkan kebijakan pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Dalam melaksanakan tanggung jawab sebagaimana dimaksud, menteri dan menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang budaya dan pariwisata harus saling berkoordinasi untuk mencapai tujuan penyelenggaraan olahraga rekreasi.

TABEL I BENANG MERAH YURIDIS ANTARA OLAHRAGA DAN PARIWISATA

<b>Olahraga dalam Undang-undang Kepariwisataan</b>	<b>Pariwisata dalam Undang-undang Keolahragaan</b>
USAHA JASA PARIWISATA dapat berupa jenis-jenis usaha jasa biro perjalanan wisata, jasa agen perjalanan wisata, jasa pramuwisata, jasa konvensi/perjalanan intensif, jasa impresariat, jasa konsultan pariwisata, dan jasa informasi pariwisata	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
JASA IMPRESARIAT merupakan kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan, baik berupa mendatangkan, mengirimkan, maupun mengembalikan, serta menentukan tempat, waktu, dan jenis hiburan. Kegiatan tersebut meliputi bidang seni dan olahraga.	OLAHRAGA REKREASI dilaksanakan sebagai upaya menumbuhkembangkan sanggar-sanggar dan mengaktifkan perkumpulan olahraga dalam masyarakat, serta menyelenggarakan festival olahraga rekreasi yang berjenjang dan berkelanjutan pada tingkat daerah, nasional, dan internasional.
WISATA MINAT KHUSUS merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa dan menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran pariwisata. Pengusahaan obyek dan daya tarik minat khusus diantaranya adalah pembangunan dan pengelolaan wisata tirta, antara lain hotel apung, dermaga marina, dan olahraga air.	PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN olahraga rekreasi menjadi tanggung jawab Menteri dan menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang budaya dan pariwisata.
FASILITAS AKOMODASI pariwisata meliputi ruang pertemuan, ruang makan dan minum, fasilitas cucian, penukaran uang, kolam renang, fasilitas olahraga, fasilitas kesegaran jasmani, fasilitas untuk anak bermain, dan pertokoan. Sementara itu usaha penyediaan sarana wisata	MENTERI DAN MENTERI yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang budaya dan pariwisata dapat mengembangkan kebijakan pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan

---

tirta dapat berupa usaha pembangunan dan pengelolaan dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, menyelam dan memancing

---

#### KOMODIFIKASI OLAHRAGA

Komodifikasi sebagai istilah umum memiliki arti transformasi barang, jasa, gagasan, orang untuk menjadi komoditas atau objek dagang. Penggunaan paling awal dari kata komodifikasi atau commodification tercantum dalam Oxford English Dictionary pada tahun 1975 ([id.m.wikipedia.org](http://id.m.wikipedia.org)). Penggunaan istilah komoditas tersebut implementasinya dalam kehidupan sangat sensitif, karena tidak selalu barang, jasa, gagasan, apa lagi orang, dengan pertimbangan tertentu bisa otomatis layak diterima untuk disandingkan dengan urusan yang bersifat komersialisasi. Bagaimana dengan komodifikasi olahraga dalam perspektif industri dan kepariwisataan ?

Olahraga memiliki perspektif yang luas. Pada dasarnya semangat *citius, altius, dan fortius* dalam perlombaan maupun pertandingan cabang-cabang olahraga tersebut, tetap harus ditegakkan dan tidak boleh terkotori oleh campur tangan secara komersial-benefit. Namun demikian, ada segmen tertentu sudut pandang olahraga secara multi-dimensional yang menunjukkan bahwa faktanya olahraga memiliki “kekayaan fungsi komersial”. Kekayaan fungsi itu, bukan kemauan untuk dipaksakan bagi arah komersialisasi, tetapi olahraga memang merupakan sistem yang terdiri dari komponen-komponen barang, jasa, gagasan, dan orang-orang. Interaksi yang terjadi menimbulkan eksistensi terbukanya peluang untuk dikembangkannya bentuk komodifikasi olahraga. Salah satu komodifikasi olahraga yang secara positif layak dikembangkan adalah sektor *Sport tourism*.

*Sport tourism* adalah sebuah potensi yang sangat besar, hal itu merupakan wilayah tersendiri yang sebenarnya masih belum secara optimal tergarap secara sungguh-sungguh. Esensi kemenarikannya terletak pada kekuatan dan daya tarik olahraga yang secara alamiah mampu bersimbiosis mutualisme dengan sektor pariwisata. Olahraga secara fungsional merupakan instrumen pergaulan universal lintas budaya dan lintas bangsa yang dipersyaratkan oleh jasa transportasi, komunikasi, akomodasi, kuliner, cinderamata serta berbagai pernik-pernik pariwisata yang lainnya. Kehadiran atlet, pelatih, dan official bahkan supporter yang merupakan para duta bangsa atau duta daerah, tentu akan menjadi sarana promosi pariwisata yang sangat efektif. Perhelatan lomba olahraga sebagai kemasan single event, maupun multi event pasti terus memancing akses wisatawan domestik dan wisatawan asing secara progresif.

Ada banyak pelajaran menarik dari telaah meta-analisis tentang keberhasilan penyelenggaraan olimpiade dalam mendongkrak sektor ekonomi-kepariwisataan. Hal tersebut merupakan bukti secara faktual bahwa olahraga mampu mendorong tumbuhnya ekonomikepariwisataan. Penyelenggaraan Olimpiade di Los Angeles 1984 misalnya, penyelenggara meraup keuntungan senilai \$ 223 juta dolar. Olimpiade Los Angeles memang merupakan sebuah momentum awal yang menerapkan dan membuktikan pendekatan ekonomi melalui sport business, sport industries, sport commercial, dan sport tourism. Olahraga memang pada awalnya merupakan aktivitas sosial yang ditopang oleh investasi perkonomian. Namun, pada sisi yang lain, olahraga memberikan keuntungan secara ekonomis dan nonekonomis. Dengan kata lain, terdapat multiplier effect dari sebuah kegiatan olahraga, apalagi yang berskala internasional.

Dalam konsep sport tourism, yang dikedepankan adalah prinsip simbiosis mutualisme antara olahraga dan pariwisata. Sebuah simbiosis antara olahraga dan pariwisata agar saling membesarkan dan saling menguntungkan. Pada satu sisi, jangan sampai olahraga menjadi “benalu” bagi pariwisata. Pada sisi yang lain jangan sampai olahraga hanya sekedar aksesoris tambahan dari program pariwisata. Sesuatu yang menjadi sumber kekhawatiran dan kecemasan komunitas olahraga adalah kemungkinan eksistensi buruk dari perkawinan olahraga dan pariwisata, yaitu komersialisasi yang justru olahraga kehilangan energi dan kering dari misi daya saing olahraga. Harapan utamanya adalah: olahraga (rekreasi, pendidikan, prestasi) makin berdaya saing, bersamaan dengan tumbuhnya daya saing kepariwisataan.

Untuk menghilangkan kekhawatiran tersebut maka esensi penyelenggaraan event olahraga harus tetap menjadi ruhnya. Secara esensial penyelenggaraan sebuah event olahraga secara simultan dipahami sebagai : pertama, bagian integral dari upaya pembinaan olahraga sekaligus sebagai titik kulminasi upaya pembinaan secara menyeluruh: membangkitkan minat, pemanduan bakat, seleksi, dan kompetisi; kedua, ajang pertarungan martabat dan kehormatan bangsa; ketiga, ajang persaingan bisnis dan industri olahraga; dan keempat, sarana edukasi sosial dan entertainment. Hal ini merupakan penegas bahwa kemenarikan *Sport tourism* memang terletak pada nilai active, atraktif, dinamis, kolosal, sosial, dan humanis.

Embrio komodifikasi olahraga dalam ranah pariwisata di Indonesia banyak yang mulai lahir dan tumbuh membesar di Era Perdagangan Bebas seperti

sekarang ini. Komodifikasi olahraga untuk keberlanjutan dan daya saing pariwisata (dan sebaliknya), adalah proses sintesis yang mengawinkan antara Sport dan Tourism. Hasil perkawinan tersebut melalui formula yang tepat akan menghasilkan varian baru Sport tourism yang memiliki sifat-sifat komersial dari sifat yang dibawa oleh olahraga dan popularitas pernik daya tarik destinasi pariwisata. Ada dua model komodifikasi olahraga yang perlu ditelaah, yakni : (1) Model *Sport and destination*, dan (2) Model *Sport and MICE*.

#### MODEL SPORT AND DESTINATION

Destinasi wisata di Indonesia merupakan modal utama dari proses memperbesar sukses komodifikasi olahraga. Terdapat banyak event sport tourism yang konsepnya “mengawinkan” modal populer destinasi pariwisata di kalangan wisatawan (mancanegara maupun domestik) dengan sebetuk event olahraga yang populer di masyarakat dunia. Jadi prinsipnya adalah “*Sport and Destination*”, contohnya adalah : Tour de Singkarak, yang lahir dari perkawinan popularitas Balap Sepeda dengan keelokan danau Singkarak. Borobudur 10K, yang lahir dari perkawinan popularitas nomor Lari jarak Jauh dengan Borobudur yang merupakan salah satu dari tujuh keajaiban dunia. Masih banyak lagi contoh-contoh lain.

Salah satu *best practice* dari model ini adalah sebagaimana pesan kreatif saat dunia terhentak oleh sukses besar penyelenggaraan *event sport tourism* Jakarta Marathon 2013. Sebuah contoh sederhana tapi faktual serta bergaung secara fenomenal dalam tatanan lingkup global, yakni tatkala pada akhir 2013, ada pesan kreatif yang disampaikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terkait dengan penyelenggaraan Jakarta Marathon 2013.

Pesan tersebut kendatipun bukan hal yang baru, tetapi merupakan pesan kreatif karena timing yang sangat tepat terutama dengan semangat kebersamaan para pemimpin dunia pasca sidang APEC yang sukses diselenggarakan di Bali kala itu. Ada nilai dasar bergaung besar di seantero negara-negara peserta APEC khususnya, tentang tantangan sukses menggali potensi ekonomi dan industri kreatif keolahragaan ke depan. Sebuah pesan kreatif yang tidak sekadar tersampaikan secara verbal, tetapi dipersonifikasikan dengan aksi kolosal humanis yang memadukan ajang sport dengan tourism. Ajang olahraga terbuka berskala internasional itu seperti menciptakan “deklarasi” tentang pengakuan bahwa prospek wisata olahraga (*sport tourism*) sangat menjanjikan. *Event* olahraga memiliki sejumlah potensi besar untuk meningkatkan kualitas kunjungan wisatawan, baik dari sisi kehadiran maupun pengeluaran selama berkunjung.

Hari Minggu 27 Oktober 2013 silam, Jakarta menjadi beda dari hari-hari sebelumnya. Perhelatan

akbar berskala Internasional dengan tajuk “Jakarta Marathon 2013” tiba-tiba menjadi perhatian dunia. Ajang lomba lari marathon berskala dunia yang kali pertama diselenggarakan di ibukota negara kita itu diikuti oleh tidak kurang 10.000 orang dari 50 negara. Mereka berlari sepanjang 42,195 kilo meter *start* dan *finish* bertempat di Silang Monas Jakarta.

Sepanjang rute, tidak kurang berdiri 18 panggung hiburan yang bukan saja menyajikan aneka hiburan, melainkan juga dikemas sebagai etalase dan stand pameran aneka produk dan jasa. Di mana ada kerumunan massa maka pesan-pesan komersial pasti akan ditumbuhkan. Bahkan sepanjang rute, para peserta berlari sambil menikmati situs Batavia sebagai kejayaan Jakarta tempo doeloe. Mereka juga “dikondisikan” berlari sambil menikmati sisi Jakarta kini yang layak sebagai kota kelas dunia yang *liveable*, nyaman, dan memiliki kepantasan sebagai destinasi wisata dunia.

Ada sesuatu yang penting dan ini merupakan sebuah catatan untuk membentuk sejarah persepsional perhelatan event olahraga di tanah air, bukan hanya marathon. Olahraga dapat ditempatkan dalam sebuah dimensi perhelatan yang kaya akan tujuan-tujuan dan nilai-nilai universal peradaban dunia. Hal ini mengingatkan pada Resolusi PBB 58/5 Tahun 2005 yang secara tegas menyatakan bahwa: “*Sport as a means to promote education, health, development and peace*”.

Dengan memperhatikan potensi besar sport tourism serta tetap menegakkan esensi idealis penyelenggaraan event olahraga, maka event seperti Jakarta Marathon 2013 ke depan akan semakin mendapat dukungan dari berbagai pihak. Pada gilirannya pesan kreatif tersebut tidak hanya berhenti dalam sehari puncak pelaksanaannya, tetapi akan bergaung secara long lasting. Pada gilirannya berpeluang besar menuju cita-cita *World Marathon Majors Series*. menyusul, *Boston Marathon*, *Paris Marathon*, *London Marathon*, dan *Berlin Marathon*. Hal yang sama juga amat berpotensi untuk diselenggarakan di wilayah NKRI, khususnya di berbagai Kota yang sebenarnya lebih kaya akan potensi *sport tourism*. Keunggulan lokal berupa alam dan budaya akan disulap menjadi sesuatu yang bernilai global dalam kerangka ekonomi kreatif keolahragaan.

Banyuwangi yang dikenal dengan *The Sunrise of Java*, ternyata juga telah mengenal *event Sport tourism* yang cukup banyak, seperti: Mandiri Banyuwangi *Half Marathon* (MBHM) yang digelar pada 31 Maret 2019. Ajang lari ini menawarkan sensasi kompetisi yang berbeda, peserta diajak melintasi jalan-jalan protokol perkotaan, areal persawahan, dan kawasan permukiman penduduk. *Event* lari juga digelar di Gombengsari *Plantation Run* (23 Juni). Peserta akan berlari dengan trek perkebunan di kaki Gunung Ijen. Banyuwangi Ijen

Green Run (21 Juli), yang masuk tahun keempat pelaksanaannya. Memadukan olah raga lari dan sepeda sembari menyusuri savana di Banyuwangi untuk perhelatan *Savana Duathlon* (15 September). *Event* lari yang akan mengajak peserta melintasi Taman Nasional Alas Purwo, yang konon merupakan hutan paling tua di Pulau Jawa, yaitu Alas Purwo Geopark *Green Run* (17 November). *Women Cycling Challenge* (27 April), ajang khusus bagi perempuan pecinta gowes memiliki tema *Climb Sensation*, pembalap perempuan ditantang menaklukkan rute menanjak di kawasan Gunung Ijen. *Blue Fire Ijen Challenge* (13 Juli), *Tour de Banyuwangi Ijen* (23-26 September), Banyuwangi *International BMX* (26-27 Oktober), Pulau Merah *Cycling Adventure* (3 November) dan Durian *Famtrip Cycling* (23 November) yang akan berlangsung di kaki Gunung Raung (Sumber: <https://www.genpi.co/berita/8309/banyuwangi-hadirkan-14-event-sport-tourism-sepanjang-2019>)

#### MODEL SPORT AND MICE

Model ini bukan sebatas hanya perkawinan *event sport* populer dalam destinasi wisata populer, tetapi olahraga secara sistemik dikemas dalam “sistem gurita” program pariwisata. Sebagai contoh penerapan model ini adalah Joglosemar *MICE*. Joglosemar (Jogya, Solo, Semarang) sejak dulu telah menjadi wilayah “Segitiga emas” yang memiliki nilai sangat strategis bagi kegiatan budaya, ekonomi, dan perdagangan. Untuk hal tersebut, *Indonesia Congress and Convention Association* (INCCA) pada Maret 2017 di Jakarta telah menandatangani sebuah MoU yang juga dikukuhkan Kementerian Pariwisata RI, terkait dengan Joglosemar sebagai wilayah yang terpilih sebagai salah satu penyelenggara *MICE*.

Mewujudkan *Branding Joglosemar MICE*, yakni : *Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*, adalah sebuah keniscayaan yang harus dipersyaratkan oleh aneka skenario kreatif yang bertumbuh. Joglosemar telah teruji tumbuh sebagai wilayah kreatif yang terus berbenah di segala bidang, terutama memacu potensi pariwisatanya. Konsep dasar wisata *MICE* sebagai salah satu subsektor dari industri perjalanan dan pariwisata, didasari oleh pergeseran wisata konvensional ke arah wisata minat khusus (*Special interest tourism*).

Keolahragaan adalah “Raksasa yang masih tidur” terkait dengan potensi unlimited destinasi minat khusus. Ada dua sisi yang dimiliki kawasan Joglosemar terkait dengan persoalan keolahragaan yang sangat khas. Pertama, kekayaan event olahraga yang pasti akan memiliki warna-warni khas tersendiri ketika berbalut dengan potensi khas dan kekayaan budaya di Joglosemar. Kedua, secara geografis posisi Joglosemar sangat sinergis bagi

sebuah cincin besar bermagnet historis, yang diperkuat oleh infrastruktur yang cukup ideal bagi penyelenggaraan event nasional, bahkan berskala internasional. Olahraga dalam ranah yang khusus (*Sports economy, Sports Business, Sports Industry*) adalah sebuah “etalase” yang memiliki keterkaitan dengan unsur *Branding Joglosemar MICE*, terutama fungsi eksibisi dan insentif. Penyelenggaraan event dipersyaratkan oleh jasa transportasi, komunikasi, akomodasi, kuliner, cinderamata serta berbagai pernik-pernik pariwisata yang lainnya. Olahraga memancing akses wisatawan domestik dan wisatawan asing secara progresif. Kehadiran atlet, pelatih, dan official bahkan supporter yang merupakan para duta bangsa atau duta daerah, tentu akan menjadi sarana promosi pariwisata yang melibatkan banyak pihak terkait secara efektif.

Telaah kekayaan *event* olahraga di Joglosemar terkait dengan kreativitas pengembangan olahraga yang berkontribusi pada program *MICE*, setidaknya meliputi 4 (empat) kunci utama. Pertama, penyelenggaraan yang terkreasi ke dalam ranah olahraga formal (baca: penyelenggaraan event kompetisi olahraga prestasi). Mulai dari Pekan Olahraga Daerah, Pekan Olahraga Nasional, Kejuaraan Daerah Cabor-cabor, Kejuaraan Nasional Cabor-cabor, Kompetisi-kompetisi tahunan olahraga fungsional, Kompetisi-kompetisi tahunan olahraga profesional, Juga penyelenggaraan berbagai *Open tournament* berskala nasional dan internasional.

Kedua, tantangan kreativitas penyelenggaraan olahraga nonformal, seperti aneka festival, lomba *Extreme sports* dalam kerangka promosi produk tertentu, atau serangkaian dengan program *sport tourism*. Kemasan promosi untuk produk tertentu, biasanya sering didesain kegiatan di sebuah pusat perbelanjaan atau mall. Sedangkan kegiatan *Sport tourism*, misalnya penyelenggaraan *Extreme sports* di sebuah destinasi alam atau cagar budaya yang ada di wilayah Joglosemar.

Ketiga, peluang besar bagi penyelenggaraan *event* kolosal yang berkontribusi bagi akselerasi *MICE*, adalah kreativitas dalam ranah olahraga rekreasi kawasan Joglosemar. Ranah kegiatan olahraga sebagai bentuk pengisian waktu luang yang mengikat dengan event-event budaya dan gaya hidup (*Life style*). Kekayaan budaya dan iklim dinamis pengembangan gaya hidup sehat (*Healthy life style*) yang khas pada warga Joglosemar. Potensi besar pengembangan olahraga rekreasi dapat diresonansikan melalui penguatan fungsi kawasan *Car Free Day* yang selama ini sudah terbangun cukup efektif di Jogya, Solo, dan Semarang.

Keempat, konvensi nasional dan internasional keolahragaan merupakan event lain yang prospek menyumbang geliat Joglosemar *MICE* di masa kini dan mendatang. Joglosemar potensial sebagai tempat penyelenggaraan temu ilmiah keolahragaan, seperti:

seminar, konferensi, simposium, FGD olahraga, dan berbagai kegiatan yang menghadirkan *Stakeholder* olahraga skala nasional dan atau internasional. Eskalasinya makin menguat karena Joglosemar memiliki setidaknya 3 (tiga) Institusi Keolahragaan (Eks Sekolah Tinggi Olahraga Negeri Joglosemar) yang besar, yakni sekarang eksis di FIK UNY Yogyakarta, FKOR UNS Solo, dan FIK Unnes Semarang.

#### MISI VOKASI PERGURUAN TINGGI KEOLAHRAGAAN

Komodifikasi olahraga rekreasi merupakan wilayah lintas sektoral tidak dapat ditangani dengan bersandar pada aspek akademik semata. Wilayah sport tourism adalah wilayah tempat berkumpulnya berbagai persoalan yang memerlukan respon multidimensional. Dengan demikian PT-Kor memiliki tantangan yang cukup unik dan prospektif, terutama jika ditelaah berdasarkan tiga sudut pandang yang relevan, yakni: pengelolaan PT-Kor, pengembangan keilmuan olahraga, dan perkembangan tuntutan masyarakat global olahraga yang semakin memultidimensi, terutama untuk sport tourism masyarakat kekinian yang memiliki ciri khas masyarakat berbasis keperilaku teknologi 4.0.

Pertama, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, ada tiga definisi ketentuan umum yang dapat disandingkan, yakni bentuk universitas, politeknik, dan vokasi. Universitas adalah perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun ilmu pengetahuan dan/atau teknologi dan jika memenuhi syarat, universitas dapat menyelenggarakan pendidikan profesi. Sedangkan Politeknik adalah Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun ilmu pengetahuan dan/atau teknologi dan jika memenuhi syarat, politeknik dapat menyelenggarakan pendidikan profesi. Pendidikan vokasi adalah sistem pendidikan tinggi yang diarahkan pada penguasaan keahlian terapan tertentu.

Universitas merupakan bentuk PT yang memiliki entitas lengkap dan memiliki rekam jejak pertumbuhan institusi yang teruji oleh zaman. Universitas (termasuk yang lahir melalui proses konversi dari institut) cenderung telah terbukti berhasil mensinergikan misi akademik, profesi maupun vokasi. Dalam posisi yang seperti itu maka harapan pendidikan tinggi vokasi olahraga ke depan akan sangat ideal jika diselenggarakan dalam sebuah universitas secara mandiri, atau kolaborasi beberapa universitas yang se-*visi*. Bidang garapan vokasi olahraga di level pendidikan tinggi bukan sekadar

mengolah keterampilan spesialis yang dibangun melalui “percobaan trial and error”. Vokasi sport tourism merupakan bidang atau sektor yang sangat “seksi” melalui pintu telaah olahraga rekreasi.

Kedua, penyelenggaraan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun ilmu pengetahuan dan/atau teknologi olahraga merupakan keniscayaan dari efek akselerasi perkembangan ilmu keolahragaan (Sport sciences) yang merupakan applied sciences. Baik secara monodisiplin, multidisiplin, interdisiplin, bahkan transdisiplin. Performa Research Group di universitas menghasilkan karya untuk publikasi, komersialisasi, dan hilirisasi akan memetamorfosiskan wujud karya akademik menjadi revenue generating yang menimbulkan tunas-tunas baru kebutuhan di segmen vokasional. Proses metamorfosis berjalan cepat manakala pendidikan vokasi dikelola secara inheren dengan universitas yang bersangkutan. Sport tourism merupakan peluang karena bukan hal yang baru, tetapi hal lama yang selalu bisa diperbaharui (*renewable*)

Ketiga, perkembangan tuntutan masyarakat global olahraga yang semakin memultidimensi menghasilkan tuntutan-tuntutan baru dalam bidang pendidikan jasmani, olahraga, dan berbagai perubahan *trend* gaya hidup secara perorangan maupun kolektif. Industri sarana-prasarana olahraga serta jasa olahraga, kini menjadi kebutuhan yang seolah tanpa dipisahkan lagi oleh sekat-sekat nyata secara sosial. Segmen dunia pariwisata pun bukan sebatas sebagai perjalanan dengan destinasi wisata keindahan alam dan budaya, melainkan mensintesis sebagai bentuk *sport tourism*. Panggung hiburan masyarakat perkotaan pun ingar bingar oleh *extreme sport* yang menguji adrenalin dan aneka trend sportainment yang menghiasi pojok kota, bahkan di *mall*.

#### PENUTUP

*Esensi Sport tourism* terletak pada kekuatan dan daya tarik olahraga yang secara alamiah mampu bersimbiosis mutualisme dengan sektor pariwisata. Secara fungsional dipersyaratkan oleh “energi konektivitas” jasa transportasi, komunikasi, akomodasi, kuliner, cinderamata serta berbagai pernik-pernik penghias serta penguat pariwisata. Dalam *event* berbentuk lomba atau pertandingan formal olahraga, kehadiran atlet, pelatih, dan official bahkan supporter yang merupakan para duta bangsa atau duta daerah, tentu akan menjadi sarana promosi pariwisata yang sangat efektif. Perhelatan lomba olahraga sebagai kemasan *single event*, maupun *multi event* pasti terus memancing akses wisatawan domestik dan wisatawan asing secara progresif. Hal tersebut memberikan efek langsung bagi tumbuhnya penguatan secara ekonomi, terutama indikator okupansi penginapan, kuliner, jasa transportasi dan souvenir.

Untuk jenis pariwisata minat khusus disamping event lomba olahraga, maka diperlukan fungsi kreatif pengemasan event dalam bentuk festival yang merupakan perkawinan festival olahraga, budaya, cagar alam, cagar budaya atau pun lokasi destinasi unik. Mr. Bromo, misalnya, adalah ajang festival berkumpulnya body builder seluruh Asia; *Old-G* badminton in mall misalnya ajang bertemunya para atlet legendaris dunia di *mall*, dan lain-lain.

Meramu potensi, aspek keberlanjutan, dan daya saing *sport tourism* dikembangkan secara lintas sektoral. Perguruan tinggi keolahragaan (PT-Kor) menjadi sumber inspirasi dari gagasan-gagasan kreatif sport tourism melalui fungsi akademik, profesi, dan vokasi. Kegiatan pendidikan pengajaran dikemas memadai dengan basis pada penguatan aspek kompetensi sport-preneurship pariwisata olahraga. Kegiatan riset mengakomodasi tema potensi alam dan budaya serta kecocokannya dengan cabor yang populer untuk jangka panjang. Riset sport tourism menitik beratkan pada bentuk hilirisasi maupun komersialisasi, bukan berhenti sebatas penelitian deskriptif tentang destinasi wisata dan minat publik berolahraga di tujuan wisata. Kegiatan pengabdian pada masyarakat membangun jaringan khalayak sasaran stakeholder olahraga rekreasi dan *sport tourism*. PT-Kor ke depan sebenarnya telah memiliki banyak hal, bisa melakukan banyak hal dan memiliki start position yang ideal untuk menjadi pelopor komodifikasi olahraga. Komodifikasi tersebut untuk mewujudkan sport tourism yang berkelanjutan dan berdaya saing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Agus Kristiyanto, (2014). "Daya Saing Keolahragaan", Opini Harian Umum Suara Merdeka, Jumat, 26 Desember 2014.
- [2]. \_\_\_\_\_, (2014). "Hilirisasi Riset Olahraga", Opini Harian Umum Suara Merdeka, Jumat, 26 Desember 2014.
- [3]. \_\_\_\_\_, (2011). "Koridor Kesejahteraan Olahraga", Opini Harian Umum Suara Merdeka, Selasa, 6 Desember 2011.
- [4]. \_\_\_\_\_, (2017). "Lini Strategis Keolahragaan untuk Penguatan Ketahanan dan Daya Saing Bangsa (Formula Intangible Asset Berbasis Budaya)". Makalah/Prosiding Keynote Speaker disajikan pada Plenary session Seminar Nasional Keindonesiaan II, UPRIS Semarang 20 April 2017.
- [5]. \_\_\_\_\_, (2016). "Membangun Kapasitas Lembaga Keolahragaan", Opini Harian Umum Suara Merdeka, Jumat, 5 Februari 2016.
- [6]. \_\_\_\_\_, (2017). "Olahraga dan Joglosemar MICE". Opini Harian Umum Suara Merdeka, Selasa, 26 Juli 2017.
- [7]. \_\_\_\_\_, (2012). *Pembangunan Olahraga: untuk Kesejahteraan Rakyat dan Kejayaan Bangsa*. Surakarta: Penerbit Yuma Pustaka.
- [8]. \_\_\_\_\_, (2013). "Public Space dan Prospek Olahraga". Opini Harian Umum Suara Merdeka, Selasa, 10 September 2013.
- [9]. \_\_\_\_\_, (2016). *Seikat Opini Usilku: Keolahragaan dalam Esai*. Surakarta: Penerbit Kekata Publisher.
- [10]. \_\_\_\_\_, (2014). "Wisata Olahraga dalam Konteks Ekonomi Kreatif". Opini Harian Umum Suara Merdeka, Senin 6 Oktober 2014.
- [11]. Banyuwangi Hadirkan 14 Event Sport Tourism Sepanjang 2019, <https://www.genpi.co/berita/8309>, diakses Sabtu 27 Juli 2019.
- [12]. Coakley, Jay J. (2004). *Sport in Society: Issues and Controversies*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., Freeman,
- [13]. William H. (2001). *Physical Education and Sport in a Changing Society*. Boston: Allyn and Bacon.
- [14]. Hoye, Russell., Nicholson, Matthew., and Barrie Houlihan. (2010). *Sport and Policy: Issues and Analysis*. Oxford, UK: Published by Elsevier Ltd, All rights reserved
- [15]. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, <https://kelembagaan.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2017>
- [16]. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/4056/nod/e/671>
- [17]. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan Nasional, (2007). Jakarta: Biro Humas dan Hukum Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.