

“Manajemen *Sport Tourism* sebagai Strategi Diversifikasi Destinasi Pariwisata Olahraga di Indonesia”

“*Sport Tourism Management as a Strategy for Diversifying Sports Tourism Destinations in Indonesia*”

A. Apri Satriawan Chan

Program Pendidikan Olahraga Sekolah Tinggi Keguruan & Ilmu Pendidikan Kusuma Negara
Jl. Raya Bogor KM.24, Cijantung Pasar Rebo, Jakarta 13770, Telp. 021-87791773
Email: satria@stkipkusumanegara.ac.id,

Abstrak

Pengembangan *sport tourism* di Indonesia masih menghadapi tantangan berupa keterpusatan destinasi dan aktivitas pariwisata olahraga pada wilayah tertentu. Kondisi ini menimbulkan ketimpangan pengembangan antar daerah, meskipun banyak wilayah lain memiliki potensi olahraga yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, analisis dokumen kebijakan, serta kajian terhadap praktik pengembangan *sport tourism* di berbagai daerah potensial. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan manajemen *sport tourism* yang terencana dan terintegrasi, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, mampu mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga berbasis potensi lokal. Diversifikasi tersebut dapat dilakukan melalui pengelolaan *event* olahraga daerah, pengembangan olahraga rekreasi dan alam terbuka, serta penguatan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa manajemen *sport tourism* merupakan strategi efektif dalam memperluas variasi destinasi pariwisata olahraga serta mendukung pemerataan pembangunan pariwisata di Indonesia.

Kata Kunci: Manajemen *Sport Tourism*, Diversifikasi Destinasi, Pariwisata Olahraga

Abstract

The development of sport tourism in Indonesia continues to face challenges related to the concentration of destinations and tourism activities in specific regions. This condition has resulted in regional disparities, despite the existence of numerous areas with significant sports related potential that can be developed as tourist attractions. This article aims to analyze the role of sport tourism management as a strategy for diversifying sports tourism destinations in Indonesia. The study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through literature review, policy document analysis, and examination of sport tourism development practices in various potential regions. The findings indicate that well-planned and integrated sport tourism management, encompassing planning, organizing, implementation, and evaluation, plays a crucial role in promoting destination diversification based on local potential. Such diversification can be achieved through the management of regional sports events, the development of recreational and outdoor sports activities, and the strengthening of collaboration among stakeholders. This study concludes that sport tourism management represents an effective strategic approach to expanding the variety of sports tourism destinations and supporting equitable tourism development in Indonesia.

Keywords: *Sport Tourism Management, Destination Diversification, Sports Tourism*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan *sport tourism* dalam dua dekade terakhir menunjukkan pergeseran paradigma bahwa olahraga tidak lagi dipandang semata sebagai aktivitas kompetitif atau rekreatif, melainkan sebagai

instrumen strategis dalam pembangunan pariwisata dan ekonomi daerah. Di Indonesia, potensi *sport tourism* tersebar luas pada berbagai wilayah dengan karakteristik alam, budaya, dan olahraga lokal yang beragam, namun pemanfaatannya masih

cenderung terpusat pada destinasi tertentu dan *event* berskala besar. Kondisi ini menuntut adanya pendekatan manajerial yang sistematis, adaptif, dan berorientasi pada diversifikasi destinasi pariwisata olahraga. Manajemen *sport tourism* menjadi elemen kunci dalam mengintegrasikan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi aktivitas olahraga sebagai daya tarik wisata yang berkelanjutan. Melalui perspektif manajemen olahraga, *sport tourism* tidak hanya berfungsi sebagai produk pariwisata, tetapi juga sebagai strategi diversifikasi destinasi yang mampu memperluas sebaran manfaat ekonomi, memperkuat identitas daerah, serta meningkatkan daya saing pariwisata olahraga nasional. Oleh karena itu, kajian ini memposisikan manajemen *sport tourism* sebagai pendekatan strategis yang relevan dan kontekstual dalam menjawab tantangan pengembangan pariwisata olahraga di Indonesia.

Dalam beberapa dekade terakhir, *sport tourism* berkembang sebagai bagian strategis dari industri olahraga yang tidak hanya berorientasi pada kegiatan rekreatif atau kunjungan wisata, tetapi juga menekankan pentingnya pengelolaan olahraga secara profesional dan berkelanjutan. *Sport tourism* dipahami sebagai hasil integrasi antara aktivitas olahraga, sistem manajemen, dan pengalaman wisata yang dirancang untuk memberikan nilai tambah ekonomi, sosial, dan budaya bagi suatu daerah. Dalam konteks Indonesia, pengembangan *sport tourism* masih menghadapi tantangan berupa konsentrasi destinasi dan *event* pada wilayah tertentu, sehingga diperlukan pendekatan manajemen *sport tourism* yang mampu mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga berbasis potensi lokal. Melalui fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, *sport tourism* dapat diarahkan tidak hanya untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk memperluas variasi destinasi olahraga, memperkuat identitas daerah, serta menciptakan pemerataan manfaat pembangunan.

Pendekatan ini menempatkan manajemen *sport tourism* sebagai instrumen strategis dalam diversifikasi destinasi pariwisata olahraga, yang berbeda dari kajian pariwisata konvensional karena berfokus pada pengelolaan aktivitas olahraga sebagai inti daya tarik wisata (Gibson, 2017; Higham & Hinch, 2018).

Dalam konteks pengembangan pariwisata olahraga di Indonesia, fokus kajian ini secara khusus diarahkan pada manajemen *sport tourism* sebagai instrumen strategis untuk mendorong diversifikasi destinasi, bukan sekadar peningkatan kunjungan wisata. Manajemen *sport tourism* dipahami sebagai proses terintegrasi yang mencakup perencanaan aktivitas olahraga wisata, pengorganisasian sumber daya olahraga dan pariwisata, pelaksanaan *event* serta aktivitas olahraga berbasis potensi lokal, hingga evaluasi dampak ekonomi dan sosial secara berkelanjutan. Pendekatan ini menjadi relevan mengingat sebagian besar praktik pariwisata olahraga di Indonesia masih terpusat pada destinasi unggulan dan *event* berskala besar, sehingga berpotensi menimbulkan ketimpangan pengembangan antar daerah. Melalui penerapan manajemen *sport tourism* yang terstruktur, daerah-daerah dengan potensi olahraga alam, olahraga rekreasi, dan *event* komunitas dapat dikembangkan sebagai alternatif destinasi baru, sekaligus memperluas portofolio pariwisata olahraga nasional. Dengan demikian, *gap research* kajian ini terletak pada penempatan manajemen *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi, yang tidak hanya berorientasi pada aspek pariwisata, tetapi juga menekankan pengelolaan olahraga sebagai inti penggerak pembangunan destinasi (Higham & Hinch, 2018; Gibson et al., 2020).

Pengembangan *sport tourism* di Indonesia hingga saat ini masih menunjukkan kecenderungan terpusat pada destinasi tertentu dan didominasi oleh penyelenggaraan *event* olahraga berskala besar, sehingga belum sepenuhnya mendorong pemerataan destinasi pariwisata olahraga antar daerah. Padahal, Indonesia memiliki keragaman potensi olahraga

berbasis alam, olahraga rekreasi, serta aktivitas olahraga komunitas yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata alternatif apabila dikelola melalui pendekatan manajemen *sport tourism* yang terencana dan berkelanjutan. Permasalahan utama yang muncul bukan terletak pada keterbatasan potensi, melainkan pada belum optimalnya fungsi manajemen dalam mengintegrasikan olahraga dan pariwisata sebagai satu kesatuan strategi pengembangan destinasi. Kondisi ini menyebabkan banyak daerah dengan potensi *sport tourism* justru belum mampu bertransformasi menjadi destinasi pariwisata olahraga yang kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang menempatkan manajemen *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia, guna memperluas variasi destinasi, mengurangi ketergantungan pada destinasi utama, serta menciptakan pengembangan pariwisata olahraga yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis dapat mengidentifikasi sejumlah permasalahan utama yang muncul, antara lain:

- 1) Pengembangan *sport tourism* di Indonesia masih terpusat pada destinasi dan *event* tertentu.
- 2) Pemanfaatan potensi olahraga daerah sebagai daya tarik wisata belum dikelola secara optimal.
- 3) Strategi manajemen *sport tourism* sebagai instrumen diversifikasi destinasi masih terbatas kajiannya.

Setelah dilakukan identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang ada, langkah berikutnya adalah merumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan menjadi fokus utama dalam kajian ini, sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peran manajemen *sport tourism* dalam diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia?
- 2) Strategi manajemen apa saja yang dapat diterapkan untuk mengembangkan *sport tourism* berbasis potensi daerah?
- 3) Bagaimana keberlanjutan pengembangan *sport tourism* dalam

mendukung pariwisata olahraga nasional?

Penulisan artikel ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran manajemen *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia, dengan menekankan pada proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian aktivitas olahraga yang berorientasi wisata berbasis potensi daerah. Manfaat penulisan artikel ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang manajemen olahraga dan *sport tourism*, khususnya dalam memberikan perspektif baru mengenai diversifikasi destinasi yang tidak hanya bertumpu pada destinasi utama atau *event* berskala besar, tetapi juga pada pengembangan olahraga rekreasi, olahraga alam terbuka, dan *event* olahraga daerah. Adapun kegunaan artikel ini bersifat akademis dan praktis, yaitu sebagai referensi ilmiah bagi peneliti, dosen, dan mahasiswa dalam kajian *sport tourism*, serta sebagai bahan pertimbangan strategis bagi pemerintah daerah, pengelola olahraga, dan pemangku kepentingan pariwisata dalam merumuskan kebijakan dan model pengelolaan *sport tourism* yang berkelanjutan, berdaya saing, dan merata di berbagai wilayah Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka disusun berdasarkan variabel utama dalam judul artikel: "Manajemen *Sport Tourism* sebagai Strategi Diversifikasi Destinasi Pariwisata Olahraga di Indonesia", meliputi:

a. Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses sistematis yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam konteks organisasi modern, manajemen tidak hanya dipahami sebagai fungsi administratif, tetapi juga sebagai kerangka strategis dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan perubahan. Pendekatan manajemen yang adaptif dan berbasis strategi menjadi penting dalam

menghadapi dinamika lingkungan eksternal, termasuk pada sektor olahraga dan pariwisata yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan sosial, ekonomi, dan teknologi. Oleh karena itu, manajemen berperan sebagai fondasi utama dalam mengoptimalkan potensi sumber daya agar mampu memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi organisasi dan masyarakat (Robbins & Coulter, 2018; Daft, 2021).

b. Sport Tourism

Sport tourism merupakan bentuk aktivitas pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif maupun pasif dalam kegiatan olahraga, baik sebagai pelaku, penonton, maupun pengunjung *event* olahraga. *Sport tourism* berkembang sebagai subsektor pariwisata yang memiliki karakteristik unik karena mengombinasikan pengalaman olahraga dengan perjalanan wisata. Dalam perkembangannya, *sport tourism* tidak hanya berfokus pada *event* berskala besar, tetapi juga mencakup aktivitas olahraga rekreasi, olahraga alam terbuka, serta olahraga berbasis komunitas yang dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional. Keberadaan *sport tourism* dinilai mampu memberikan dampak ekonomi, sosial, dan citra destinasi yang signifikan apabila dikelola secara terencana dan berkelanjutan (Weed, 2019; Gibson et al., 2020).

c. Konsep Manajemen Sport Tourism

Manajemen *sport tourism* merupakan integrasi antara prinsip manajemen olahraga dan konsep *sport tourism* yang diterapkan secara sistematis dalam pengelolaan aktivitas pariwisata berbasis olahraga. Manajemen olahraga berfokus pada pengelolaan sumber daya, organisasi, dan *event* olahraga, sedangkan *sport tourism* menekankan pada pemanfaatan olahraga sebagai daya tarik wisata. Dalam konteks ini, fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan menjadi instrumen penting untuk memastikan bahwa aktivitas *sport tourism* berjalan

efektif, berdaya saing, dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi daerah. Pendekatan manajemen *sport tourism* memungkinkan pengembangan destinasi olahraga yang tidak hanya menarik secara atraktif, tetapi juga berkelanjutan dan berbasis potensi lokal (Hoye et al., 2018; Getz & Page, 2016).

d. Diversifikasi Destinasi Pariwisata Olahraga

Diversifikasi destinasi pariwisata olahraga merupakan strategi pengembangan pariwisata dengan memperluas variasi lokasi, jenis aktivitas, dan pengalaman wisata berbasis olahraga. Diversifikasi bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada destinasi utama serta menciptakan pemerataan manfaat ekonomi antar daerah. Olahraga berperan sebagai daya tarik wisata yang fleksibel karena dapat dikembangkan dalam berbagai bentuk, mulai dari olahraga rekreasi, olahraga alam terbuka, hingga *event* olahraga daerah. Dalam hal ini, *sport tourism* menjadi alternatif strategis dalam pengembangan pariwisata karena mampu mengangkat potensi lokal, memperkuat identitas destinasi, serta meningkatkan daya saing pariwisata daerah secara berkelanjutan (UNWTO, 2018; Chalip & McGuiry, 2021).

e. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai *sport tourism* menunjukkan kecenderungan fokus pada penyelenggaraan mega *event* olahraga dan dampaknya terhadap citra destinasi serta ekonomi makro. Kajian tentang *event* besar seperti Olimpiade, Piala Dunia, atau kejuaraan internasional masih mendominasi literatur *sport tourism*. Namun demikian, kajian yang menempatkan manajemen *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi pariwisata olahraga daerah masih relatif terbatas. Minimnya penelitian yang membahas pengelolaan *sport tourism* skala lokal dan non-mega *event* menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*). Oleh karena itu, pembeda

penelitian ini terletak pada penempatan manajemen *sport tourism* sebagai instrumen strategis dalam mendiversifikasi destinasi pariwisata olahraga, khususnya di daerah-daerah Indonesia yang memiliki potensi tetapi belum berkembang secara optimal (Higham & Hinch, 2018; Perić & Vitezić, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi manajemen *sport tourism* dalam konteks diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, proses, serta dinamika pengelolaan *sport tourism* yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, khususnya dalam melihat peran manajemen sebagai instrumen strategis pengembangan destinasi olahraga berbasis potensi daerah. Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus pada analisis kebijakan, praktik manajerial, dan konsep pengelolaan *sport tourism* yang relevan dengan karakteristik wilayah Indonesia. Pendekatan kualitatif deskriptif dinilai tepat untuk mengkaji fenomena *sport tourism* secara kontekstual dan komprehensif, terutama dalam mengidentifikasi pola diversifikasi destinasi pariwisata olahraga yang berkelanjutan (Creswell & Poth, 2018; Weed, 2019). Selanjutnya penelitian dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

a. Pencarian Data

Pencarian data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi literatur terhadap berbagai sumber tertulis yang relevan dengan manajemen olahraga dan *sport tourism*, meliputi buku ilmiah, artikel jurnal nasional dan internasional, laporan kebijakan pemerintah, serta dokumen resmi terkait pengembangan pariwisata olahraga. Fokus pencarian data diarahkan pada wilayah Pantai Pangandaran dan Kawasan National Geopark Ciletuh di Provinsi Jawa Barat, yang memiliki potensi besar sebagai destinasi *sport tourism* berbasis olahraga

alam dan rekreasi. Studi literatur digunakan untuk memperoleh pemahaman konseptual dan empiris mengenai praktik manajemen *sport tourism*, strategi diversifikasi destinasi, serta kebijakan pengembangan pariwisata olahraga di tingkat daerah dan nasional (Chalip, 2017; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

b. Pengambilan Data

Pengambilan data dilakukan dengan mengkaji secara sistematis sumber-sumber data sekunder yang berkaitan dengan pengembangan *sport tourism* di berbagai daerah di Indonesia, dengan penekanan pada wilayah Pantai Pangandaran dan Kawasan National Geopark Ciletuh, Provinsi Jawa Barat. Data sekunder tersebut mencakup dokumen perencanaan pariwisata, laporan pengembangan olahraga daerah, publikasi ilmiah, serta data pendukung lain yang relevan dengan pengelolaan *sport tourism*. Pemilihan data sekunder didasarkan pada pertimbangan ketersediaan informasi yang komprehensif dan kredibel, sehingga dapat menggambarkan kondisi faktual serta strategi manajemen *sport tourism* yang diterapkan dalam upaya diversifikasi destinasi pariwisata olahraga.

c. Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan cara mengelompokkan informasi berdasarkan fokus permasalahan dan tujuan penelitian. Proses pengolahan data dilakukan melalui tahap pengodean, kategorisasi, dan penafsiran data untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi manajemen *sport tourism* dan diversifikasi destinasi pariwisata olahraga. Hasil analisis selanjutnya disajikan secara deskriptif dan interpretatif guna memberikan gambaran yang utuh mengenai peran manajemen *sport tourism* dalam pengembangan destinasi olahraga di Indonesia. Analisis tematik dipilih

karena mampu mengungkap pola makna dan hubungan antar konsep secara sistematis, sehingga mendukung pencapaian novelty penelitian pada aspek diversifikasi destinasi (Braun & Clarke, 2019; Guest et al., 2024).

4. PEMBAHASAN

Pembahasan dalam artikel ini diarahkan untuk menegaskan bahwa *sport tourism* bukan sekadar aktivitas pariwisata yang memanfaatkan olahraga sebagai atraksi, melainkan sebuah sistem yang memerlukan pengelolaan manajerial yang terencana, terintegrasi, dan berorientasi strategis. Dalam konteks Indonesia yang memiliki keragaman potensi olahraga dan karakteristik wilayah yang berbeda-beda, manajemen *sport tourism* menjadi instrumen penting dalam mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga agar tidak terpusat pada lokasi dan *event* tertentu saja. Melalui pendekatan manajemen yang mencakup perencanaan berbasis potensi daerah, pengorganisasian pemangku kepentingan, pelaksanaan program olahraga yang adaptif, serta pengawasan berkelanjutan, *sport tourism* dapat dikembangkan sebagai strategi alternatif untuk memperluas spektrum destinasi pariwisata olahraga nasional. Oleh karena itu, pembahasan ini tidak hanya menguraikan praktik pengembangan *sport tourism* secara deskriptif, tetapi juga menganalisis bagaimana fungsi-fungsi manajemen olahraga berperan dalam menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing destinasi, dan mendukung keberlanjutan pengembangan pariwisata olahraga di Indonesia.

Berangkat dari pemaparan yang telah dikemukakan pada bagian pendahuluan, metode penelitian, dan tinjauan pustaka, penulis selanjutnya menyajikan pembahasan secara komprehensif dan mendalam sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

a. Peran Manajemen *Sport Tourism* dalam Pengembangan Destinasi Baru

1) Manajemen *Sport Tourism* sebagai Instrumen Perencanaan Destinasi

Manajemen *sport tourism* berperan strategis sebagai instrumen

perencanaan destinasi melalui fungsi *planning* yang sistematis dan berbasis data. Dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata olahraga, perencanaan tidak hanya dimaknai sebagai penyusunan program wisata, tetapi sebagai proses manajerial untuk mengidentifikasi, memetakan, dan mengoptimalkan potensi olahraga daerah secara terstruktur. Fungsi perencanaan dalam manajemen *sport tourism* mencakup identifikasi jenis olahraga unggulan, kesiapan sarana dan prasarana olahraga, kapasitas sumber daya manusia, serta kesesuaian aktivitas olahraga dengan karakteristik wilayah. Melalui perencanaan yang matang, potensi olahraga daerah baik olahraga alam, olahraga rekreasi, maupun olahraga tradisional dapat ditransformasikan menjadi destinasi *sport tourism* yang memiliki nilai jual, keberlanjutan, dan daya saing. Dengan demikian, perencanaan dalam manajemen *sport tourism* menjadi fondasi awal dalam proses diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia.

Analisis potensi lokal menjadi elemen kunci dalam perencanaan destinasi *sport tourism* karena menentukan arah pengembangan yang berbasis keunggulan daerah. Pendekatan ini menempatkan potensi olahraga lokal sebagai dasar pembentukan destinasi baru, bukan sekadar mengikuti tren pariwisata umum. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa *sport tourism* yang berhasil dikembangkan berangkat dari pemahaman mendalam terhadap karakteristik lokal, termasuk kondisi geografis, budaya olahraga masyarakat, serta kesiapan ekosistem olahraga daerah (Higham & Hinch, 2018). Selain itu, perencanaan *sport tourism* yang efektif menuntut adanya integrasi antara analisis potensi olahraga dan strategi manajemen destinasi agar mampu menciptakan diferensiasi yang berkelanjutan

(Chalip, 2017). Oleh karena itu, analisis potensi lokal dalam kerangka manajemen *sport tourism* tidak hanya berfungsi sebagai pemetaan sumber daya, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun destinasi pariwisata olahraga yang unik dan kontekstual.

Perbedaan mendasar antara pendekatan manajerial *sport tourism* dan pariwisata konvensional terletak pada fokus pengelolaan aktivitas olahraga sebagai inti destinasi. Pariwisata konvensional umumnya menitikberatkan pada daya tarik alam, budaya, atau hiburan sebagai objek wisata utama, sementara *sport tourism* menempatkan aktivitas olahraga sebagai pusat pengalaman wisata. Pendekatan manajerial *sport tourism* menuntut perencanaan yang lebih kompleks, karena harus memperhatikan aspek teknis olahraga, standar keselamatan, kualitas *event* atau aktivitas olahraga, serta keberlanjutan partisipasi wisatawan. Inilah yang menjadi nilai kebaruan dalam diversifikasi destinasi pariwisata olahraga, di mana perencanaan tidak hanya bertujuan menarik kunjungan wisata, tetapi juga membangun sistem olahraga daerah yang terkelola secara profesional. Dengan demikian, manajemen *sport tourism* menawarkan paradigma perencanaan destinasi yang lebih spesifik, terarah, dan adaptif dibandingkan pendekatan pariwisata konvensional, sekaligus memperkuat posisi olahraga sebagai instrumen strategis pembangunan destinasi di Indonesia.

2) Pengorganisasian Sumber Daya Olahraga dan Pariwisata

Pengorganisasian sumber daya merupakan tahapan krusial dalam manajemen *sport tourism* karena menentukan sejauh mana potensi olahraga dapat diubah menjadi daya tarik destinasi yang bernilai ekonomi dan sosial.

Pengelolaan sumber daya manusia olahraga, seperti pelatih, wasit, pengelola *event*, dan instruktur olahraga rekreasi, perlu dilakukan secara terstruktur agar memiliki kompetensi profesional dan pemahaman pariwisata. Selain itu, optimalisasi sarana dan prasarana olahraga—mulai dari stadion, lapangan terbuka, hingga fasilitas olahraga alam—harus dirancang tidak hanya untuk kebutuhan kompetisi, tetapi juga sebagai aset destinasi wisata olahraga yang menarik dan aman bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa manajemen fasilitas olahraga yang baik akan meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan memperkuat citra destinasi *sport tourism* (Higham & Hinch, 2018).

Dalam konteks diversifikasi destinasi, keterkaitan antara manajemen fasilitas olahraga dan daya tarik destinasi menjadi semakin penting. Fasilitas olahraga yang dikelola secara profesional dapat berfungsi ganda, yakni sebagai pusat aktivitas olahraga masyarakat dan sebagai magnet kunjungan wisata. Pengorganisasian sumber daya yang efektif memungkinkan fasilitas olahraga di daerah non-utama menjadi destinasi alternatif yang kompetitif, sehingga tidak bergantung pada kawasan wisata populer saja. Dengan demikian, manajemen *sport tourism* tidak hanya mengatur keberadaan sumber daya, tetapi juga memastikan bahwa seluruh komponen olahraga dan pariwisata terintegrasi secara fungsional untuk mendukung pengembangan destinasi baru yang berkelanjutan.

3) Implementasi Manajemen dalam Pengembangan Destinasi Alternatif

Implementasi manajemen *sport tourism* dalam pengembangan destinasi alternatif menuntut pendekatan strategis yang berorientasi pada pemerataan wilayah.

Pengembangan destinasi di luar kawasan wisata utama dapat dilakukan dengan mengidentifikasi potensi olahraga lokal, seperti olahraga alam, olahraga rekreasi, maupun *event* olahraga komunitas, yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dari destinasi populer. *Sport tourism* dalam hal ini berperan sebagai solusi untuk mengurangi konsentrasi wisatawan di wilayah tertentu dan mendorong distribusi kunjungan ke daerah lain. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen *sport tourism* yang berbasis potensi lokal mampu menciptakan destinasi alternatif yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kondisi daerah (Weed & Bull, 2019).

Lebih lanjut, strategi manajemen dalam pengembangan destinasi alternatif harus diarahkan untuk mengurangi ketimpangan wilayah melalui perencanaan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Pemerintah daerah dan pengelola olahraga perlu memastikan bahwa implementasi *sport tourism* tidak bersifat sporadis, melainkan menjadi bagian dari kebijakan pembangunan jangka menengah dan panjang. Dengan pendekatan ini, *sport tourism* tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas pendukung pariwisata, tetapi sebagai instrumen manajerial yang mampu menggerakkan ekonomi lokal, memperkuat identitas daerah, dan menciptakan keseimbangan pembangunan antarwilayah.

4) **Evaluasi dan Pengendalian Destinasi Sport Tourism**

Evaluasi dan pengendalian merupakan elemen penting dalam siklus manajemen *sport tourism* untuk memastikan keberhasilan pengembangan destinasi baru. Monitoring keberhasilan destinasi *sport tourism* dapat dilakukan melalui indikator kinerja yang mencakup jumlah kunjungan wisatawan, tingkat partisipasi masyarakat olahraga,

keberlanjutan *event*, serta dampak ekonomi lokal. Indikator tersebut menjadi dasar bagi pengambil kebijakan untuk menilai efektivitas strategi manajemen yang telah diterapkan. Evaluasi berkelanjutan juga memungkinkan pengelola destinasi melakukan penyesuaian terhadap dinamika pasar dan kebutuhan wisatawan olahraga, sebagaimana ditekankan dalam kajian manajemen pariwisata olahraga modern (Getz & Page, 2016).

Dalam praktiknya, pengendalian destinasi *sport tourism* tidak hanya berfokus pada capaian kuantitatif, tetapi juga pada kualitas pengelolaan dan keberlanjutan destinasi. Manajemen *sport tourism* yang adaptif akan menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, termasuk perbaikan fasilitas, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan penguatan kolaborasi pemangku kepentingan. Dengan demikian, evaluasi dan pengendalian menjadi instrumen penting untuk menjaga konsistensi pengembangan destinasi *sport tourism* sekaligus memastikan bahwa strategi diversifikasi destinasi benar-benar memberikan manfaat jangka panjang bagi pembangunan daerah.

b. Strategi Pengelolaan Event Olahraga Daerah

1) Event Olahraga Daerah sebagai Produk Sport Tourism

Dalam perspektif manajemen *sport tourism*, *event* olahraga daerah merupakan aset strategis destinasi yang berfungsi sebagai produk utama sekaligus instrumen pengelolaan pariwisata olahraga. *Event* olahraga tidak hanya menghadirkan aktivitas kompetisi atau rekreasi, tetapi juga membangun pengalaman wisata berbasis olahraga yang bernilai ekonomi, sosial, dan simbolik bagi suatu daerah. Kajian mutakhir menunjukkan bahwa *event* olahraga

skala kecil dan menengah memiliki efektivitas tinggi dalam mendukung pengembangan *sport tourism* karena mampu disesuaikan dengan kapasitas lokal, meminimalkan risiko finansial, serta memperkuat keterlibatan komunitas setempat (Higham & Hinch, 2018). Pergeseran fokus dari mega *event* menuju *event* olahraga daerah mencerminkan perubahan paradigma manajemen, dari orientasi pencitraan jangka pendek menuju pengelolaan destinasi yang berkelanjutan dan inklusif.

Sebagai produk *sport tourism*, *event* olahraga daerah memberikan nilai tambah yang signifikan dalam sistem manajemen destinasi pariwisata olahraga. *Event* tersebut mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan, mendorong konsumsi produk dan jasa lokal, serta menciptakan siklus kunjungan berulang melalui kalender *event* yang terencana. Dalam konteks diversifikasi destinasi, *event* olahraga daerah berperan sebagai alat strategis untuk menghidupkan wilayah non-destinasi utama dan mengurangi ketergantungan pada lokasi wisata populer. Dengan pendekatan manajerial yang tepat, *event* olahraga tidak lagi dipahami sebagai kegiatan seremonial, melainkan sebagai mekanisme pengelolaan destinasi yang mengintegrasikan olahraga, pariwisata, dan pembangunan daerah secara berkelanjutan.

2) Manajemen *Event* Olahraga Berbasis Daerah

Manajemen *event* olahraga berbasis daerah menuntut penerapan tahapan manajerial yang komprehensif, meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, sebagai satu kesatuan proses yang saling terkait. Tahap perencanaan berperan penting dalam menentukan tujuan *event*, segmentasi wisatawan, jenis olahraga yang dikembangkan, serta kesesuaiannya dengan potensi dan

kapasitas daerah. Penelitian Parent dan Chappelet (2017) menegaskan bahwa keberhasilan *event* olahraga sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam mengintegrasikan aspek teknis olahraga dengan strategi destinasi dan kepentingan pemangku kepentingan lokal. Dengan demikian, *event* olahraga harus dirancang sebagai bagian dari sistem manajemen *sport tourism*, bukan sebagai kegiatan yang berdiri sendiri.

Dalam implementasinya, peran manajer olahraga daerah menjadi kunci dalam memastikan *event* olahraga dikelola secara profesional, adaptif, dan kontekstual. Manajer olahraga bertanggung jawab tidak hanya pada kelancaran teknis *event*, tetapi juga pada pengelolaan pengalaman wisata, koordinasi lintas sektor, serta evaluasi dampak jangka pendek dan jangka panjang terhadap destinasi. Penyesuaian *event* dengan karakteristik lokal baik dari sisi budaya, kondisi geografis, maupun kapasitas Masyarakat menjadi faktor penentu keberhasilan *event* sebagai produk *sport tourism*. Pendekatan ini memperkuat pembaharuan pengelolaan *event* olahraga, karena *event* diposisikan sebagai alat manajemen destinasi yang mampu mendorong diversifikasi pariwisata olahraga, meningkatkan daya saing daerah, dan memperluas pemerataan pembangunan berbasis olahraga.

3) Event Non Mega sebagai Strategi Diversifikasi

Event olahraga non mega, seperti *event* komunitas, olahraga rekreasi, dan kejuaraan tingkat daerah, memiliki keunggulan strategis dalam konteks diversifikasi destinasi *sport tourism*. *Event* jenis ini relatif lebih fleksibel, adaptif terhadap karakter lokal, serta tidak membutuhkan investasi infrastruktur berskala besar, sehingga lebih realistis dikelola oleh pemerintah daerah dan komunitas olahraga. Dari perspektif

manajemen *sport tourism, event* non mega memungkinkan pengelola destinasi untuk merancang produk wisata olahraga yang berkelanjutan dan berorientasi pada pengalaman partisipatif wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa *event* olahraga skala kecil dan menengah justru memiliki dampak jangka panjang yang lebih konsisten terhadap kunjungan wisata karena kedekatannya dengan komunitas lokal dan identitas destinasi (Getz & Page, 2016). Hal ini menegaskan bahwa *event* non mega bukan sekadar kegiatan pelengkap, melainkan instrumen manajerial yang strategis dalam memperluas portofolio destinasi pariwisata olahraga.

Keunggulan utama *event* olahraga komunitas dan rekreasi terletak pada kemampuannya membangun kesinambungan aktivitas *sport tourism*. Berbeda dengan *event* insidental yang bersifat satu kali dan cenderung berorientasi seremonial, *event* non mega yang dirancang secara berkelanjutan dapat menjadi kalender tetap destinasi olahraga daerah. Konsistensi penyelenggaraan *event* tersebut mendorong terbentuknya loyalitas wisatawan dan kunjungan berulang, karena wisatawan tidak hanya datang untuk menonton, tetapi juga berpartisipasi dan merasakan pengalaman olahraga yang autentik. Dalam kerangka manajemen *sport tourism, event* berkelanjutan berfungsi sebagai pemicu siklus kunjungan wisata yang stabil, memperkuat posisi destinasi alternatif, serta mengurangi ketergantungan pada *event* besar yang bersifat temporer. Dengan demikian, *event* non mega berperan sebagai strategi diversifikasi yang efektif dalam memperluas jangkauan dan daya saing destinasi pariwisata olahraga daerah.

4) Dampak Manajerial *Event* terhadap Citra Destinasi

Event olahraga yang dikelola secara profesional memiliki kontribusi signifikan terhadap pembentukan citra dan *branding* destinasi pariwisata olahraga. Dalam perspektif manajemen *sport tourism, event* olahraga tidak hanya dipandang sebagai atraksi, tetapi sebagai media strategis untuk membangun persepsi positif terhadap destinasi. *Event* yang konsisten, berkualitas, dan selaras dengan karakter daerah mampu memperkuat identitas destinasi di benak wisatawan. Studi terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen *event* olahraga berpengaruh langsung terhadap citra destinasi, terutama dalam hal kredibilitas, daya tarik, dan diferensiasi dari destinasi lain (Chalip, 2018). Hal ini menegaskan bahwa *branding* destinasi olahraga tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses manajerial yang terencana dan berkesinambungan.

Konsistensi manajemen *event* olahraga menjadi faktor kunci dalam membangun reputasi daerah sebagai destinasi *sport tourism* yang andal. Reputasi tidak hanya ditentukan oleh besarnya *event*, tetapi oleh kualitas pengelolaan, keberlanjutan program, dan pengalaman yang dirasakan wisatawan. Dalam konteks ini, *event* olahraga berfungsi sebagai alat manajemen destinasi yang mampu mengkomunikasikan nilai, profesionalisme, dan kesiapan daerah dalam mengelola pariwisata olahraga. Ketika *event* diselenggarakan secara rutin dengan standar manajemen yang jelas, destinasi akan memperoleh kepercayaan wisatawan dan pemangku kepentingan. Dengan demikian, dampak manajerial *event* tidak hanya memperkuat citra destinasi, tetapi juga menciptakan fondasi reputasi jangka panjang yang mendukung strategi diversifikasi

destinasi pariwisata olahraga di Indonesia.

c. Integrasi Pemangku Kepentingan dalam Manajemen *Sport Tourism*

1) Peran Pemerintah Daerah dalam Tata Kelola *Sport Tourism*

Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam membangun tata kelola *sport tourism* melalui kebijakan olahraga dan pariwisata yang terintegrasi. Dalam perspektif manajemen olahraga, kebijakan publik tidak hanya berfungsi sebagai instrumen administratif, tetapi sebagai kerangka strategis untuk mengarahkan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian aktivitas *sport tourism* daerah. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan *sport tourism* sangat dipengaruhi oleh kapasitas pemerintah daerah dalam menyelaraskan regulasi olahraga dengan kebijakan pariwisata, sehingga tercipta ekosistem olahraga yang mampu mendukung diversifikasi destinasi wisata olahraga secara berkelanjutan (Higham & Hinch, 2018). Regulasi daerah yang jelas menjadi fondasi manajerial dalam memastikan bahwa aktivitas olahraga, *event*, dan pemanfaatan fasilitas olahraga berjalan sesuai dengan standar keselamatan, keberlanjutan, dan tujuan pembangunan daerah.

Lebih lanjut, peran pemerintah daerah dalam manajemen *sport tourism* tercermin melalui sinergi lintas dinas, khususnya antara dinas olahraga, dinas pariwisata, dan dinas ekonomi kreatif. Sinergi ini memungkinkan pengelolaan *sport tourism* tidak berjalan secara sektoral, melainkan sebagai satu sistem manajemen terpadu. Dari sudut pandang manajemen olahraga, kolaborasi lintas dinas memperkuat fungsi pengorganisasian dan koordinasi, sehingga program *sport tourism* mampu menghasilkan nilai

tambah ekonomi, sosial, dan citra daerah. Dengan pendekatan ini, pemerintah daerah berperan sebagai orchestrator manajemen *sport tourism* yang menghubungkan kebijakan, sumber daya, dan pelaku olahraga untuk menciptakan destinasi pariwisata olahraga alternatif di luar destinasi utama.

2) Keterlibatan Komunitas Olahraga dan Masyarakat Lokal

Komunitas olahraga dan masyarakat lokal merupakan aktor kunci dalam sistem manajemen *sport tourism*, terutama sebagai pelaku utama aktivitas olahraga yang menjadi daya tarik wisata. Dalam kajian manajemen olahraga, komunitas olahraga dipandang bukan sekadar peserta kegiatan, tetapi sebagai *operational core* yang menjalankan aktivitas *sport tourism* secara langsung. Studi Weed (2017) menegaskan bahwa keterlibatan komunitas olahraga dalam perencanaan dan pelaksanaan *sport tourism* berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan destinasi, karena komunitas memiliki pemahaman kontekstual terhadap karakter olahraga, budaya lokal, dan kebutuhan peserta. Dengan demikian, integrasi komunitas olahraga menjadi elemen manajerial penting dalam diversifikasi destinasi pariwisata olahraga berbasis lokalitas.

Pada tataran implementatif, pemberdayaan masyarakat melalui aktivitas olahraga mencerminkan pendekatan manajemen *sport tourism* yang inklusif dan partisipatif. Masyarakat lokal tidak hanya berperan sebagai penerima dampak ekonomi, tetapi menjadi bagian dari sistem manajemen, mulai dari pengelolaan *event*, penyediaan layanan pendukung, hingga penjagaan keberlanjutan lingkungan dan sosial. Pendekatan ini memperkuat fungsi pelaksanaan (*actuating*) dalam manajemen olahraga, di mana keberhasilan *sport tourism* ditentukan oleh keterlibatan aktif masyarakat sebagai pelaku sekaligus pegawai informal. Dengan menjadikan

masyarakat sebagai bagian integral dari manajemen *sport tourism*, diversifikasi destinasi tidak hanya menciptakan variasi lokasi wisata olahraga, tetapi juga memperkuat kapasitas daerah dalam membangun pariwisata olahraga yang berkelanjutan dan berdaya saing.

3) Peran Sektor Swasta dan Industri Pendukung dalam Manajemen *Sport Tourism*

Dalam konteks manajemen *sport tourism*, sektor swasta memiliki peran strategis sebagai mitra utama dalam penyediaan sumber daya, khususnya melalui sponsorship dan kemitraan *event* olahraga. Sponsorship tidak hanya berfungsi sebagai dukungan finansial, tetapi juga sebagai instrumen manajerial untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan *event*, profesionalisme organisasi olahraga, serta daya saing destinasi *sport tourism*. Keterlibatan industri olahraga, perhotelan, transportasi, dan ekonomi kreatif memperkuat ekosistem *sport tourism* dengan menyediakan layanan pendukung yang terintegrasi. Dari perspektif manajemen olahraga, kemitraan ini harus dikelola melalui perencanaan yang jelas, pembagian peran yang proporsional, dan pengendalian kinerja yang terukur agar tujuan *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi dapat tercapai secara berkelanjutan (Higham & Hinch, 2018).

Lebih lanjut, industri olahraga dan pariwisata berperan sebagai penggerak utama dalam menciptakan nilai tambah destinasi *sport tourism* melalui sinergi produk dan layanan. Industri perlengkapan olahraga, penyelenggara *event*, agen perjalanan olahraga, hingga pelaku usaha lokal membentuk rantai nilai yang saling terkait dan memerlukan model kolaborasi manajerial yang efektif. Dalam kerangka manajemen *sport tourism*, kolaborasi ini tidak bersifat insidental, melainkan dirancang sebagai kemitraan strategis jangka menengah dan panjang. Model kolaborasi yang ideal

menempatkan organisasi olahraga sebagai pusat pengelolaan aktivitas, sementara sektor swasta berperan sebagai mitra operasional dan promosi, sehingga *sport tourism* tidak hanya meningkatkan kunjungan wisata, tetapi juga memperkuat sistem keolahragaan daerah secara struktural.

4) Model Integrasi Stakeholder dalam Sport Tourism

Model integrasi *stakeholder* dalam *sport tourism* menuntut pendekatan kolaboratif yang menempatkan manajemen olahraga sebagai pengendali utama sistem. Pendekatan pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, sektor swasta, komunitas olahraga, dan media menjadi relevan ketika diadaptasi dalam kerangka manajemen *sport tourism*. Berbeda dengan pariwisata umum, integrasi *stakeholder* dalam *sport tourism* harus mempertimbangkan karakteristik olahraga yang menuntut standar keselamatan, regulasi kompetisi, serta keberlanjutan aktivitas fisik. Oleh karena itu, koordinasi lintas aktor bukan sekadar kerja sama administratif, melainkan bagian dari fungsi pengorganisasian dan pengendalian dalam manajemen olahraga yang bertujuan memastikan efektivitas dan kesinambungan pengembangan destinasi *sport tourism* (Misener & Doherty, 2019).

Koordinasi menjadi kunci utama efektivitas integrasi *stakeholder* dalam manajemen *sport tourism* karena kompleksitas aktor dan kepentingan yang terlibat. Tanpa koordinasi yang terstruktur, potensi konflik peran, tumpang tindih kebijakan, dan ketidakefisienan pengelolaan destinasi akan sulit dihindari. Dalam perspektif manajemen olahraga, koordinasi diwujudkan melalui mekanisme komunikasi formal, pembagian tugas yang jelas, serta evaluasi kinerja kolaboratif. Model integrasi *stakeholder* yang efektif akan memperkuat posisi *sport tourism* sebagai strategi diversifikasi destinasi, karena setiap

aktor berkontribusi sesuai kompetensinya dalam satu sistem manajerial yang terpadu. Dengan demikian, *sport tourism* tidak hanya berfungsi sebagai produk wisata alternatif, tetapi sebagai instrumen pembangunan olahraga dan pariwisata daerah yang berkelanjutan.

d. Pemanfaatan Olahraga Rekreasi dan Alam Terbuka

1) Olahraga Rekreasi sebagai Basis *Sport Tourism* Berkelanjutan

Olahraga rekreasi memiliki karakteristik non-kompetitif, fleksibel, inklusif, serta berorientasi pada pengalaman dan kesenangan partisipan. Karakteristik ini menjadikan olahraga rekreasi sangat relevan sebagai basis pengembangan *sport tourism* berkelanjutan karena dapat melibatkan berbagai kelompok usia dan latar belakang tanpa tuntutan prestasi. Dalam perspektif manajemen *sport tourism*, olahraga rekreasi diposisikan sebagai produk utama destinasi yang dirancang melalui perencanaan aktivitas, pengelolaan fasilitas, dan pengaturan layanan pendukung. Pendekatan ini menempatkan olahraga rekreasi sebagai strategi diversifikasi destinasi yang mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan dan meningkatkan kualitas pengalaman wisata berbasis aktivitas fisik. Penelitian menunjukkan bahwa *sport tourism* berbasis rekreasi memiliki kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan destinasi karena menekankan partisipasi aktif, keseimbangan lingkungan, dan keterlibatan masyarakat lokal (Higham & Hinch, 2018).

Dari sisi daya tarik, olahraga rekreasi menawarkan pengalaman autentik yang berbeda dari wisata konvensional, karena wisatawan tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga pelaku aktivitas olahraga. Aktivitas seperti *fun run*, bersepeda wisata, *paddle boarding*, *trekking* ringan,

hingga olahraga tradisional mampu menciptakan pengalaman personal yang bernilai emosional. Kondisi ini memperkuat posisi olahraga rekreasi sebagai daya tarik utama *sport tourism* yang dikelola secara manajerial. Dalam konteks Indonesia, keberagaman bentang alam, iklim tropis, serta budaya komunal masyarakat sangat mendukung pengembangan olahraga rekreasi di berbagai daerah. Kesesuaian ini memungkinkan pemerintah daerah dan pengelola *sport tourism* menjadikan olahraga rekreasi sebagai strategi pengembangan destinasi alternatif yang adaptif terhadap karakter wilayah, sekaligus mendorong pemerataan pariwisata olahraga di luar destinasi unggulan.

2) Manajemen Olahraga Alam Terbuka

Olahraga alam terbuka seperti selancar di wilayah pesisir, pendakian gunung, arung jeram di sungai, dan lari lintas alam merupakan aset strategis *sport tourism* yang membutuhkan pendekatan manajemen khusus. Pengelolaan aktivitas olahraga alam terbuka tidak dapat dilakukan secara spontan atau berbasis eksploitasi semata, melainkan harus dirancang melalui sistem manajemen yang mencakup perencanaan rute, kapasitas daya dukung, pengaturan waktu, serta integrasi dengan layanan pariwisata lokal. Dalam konteks *sport tourism*, olahraga alam terbuka berfungsi sebagai inti destinasi yang menentukan citra dan keberlanjutan kawasan. Studi menegaskan bahwa keberhasilan *sport tourism* alam terbuka sangat dipengaruhi oleh kualitas manajemen aktivitas, bukan semata oleh keindahan alam yang dimiliki (Buckley, 2019).

Aspek keselamatan, standar operasional, dan profesionalisme menjadi elemen kunci dalam manajemen olahraga alam terbuka.

Pengelola *sport tourism* dituntut untuk menerapkan standar keselamatan yang jelas, menyediakan instruktur atau pemandu bersertifikat, serta memastikan kelayakan fasilitas dan peralatan olahraga. Profesionalisme dalam pengelolaan tidak hanya meningkatkan rasa aman wisatawan, tetapi juga membangun kepercayaan dan reputasi destinasi olahraga. Dalam kerangka manajemen *sport tourism*, keselamatan dan standar operasional dipandang sebagai bagian dari kualitas layanan (*service quality*) yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan olahraga.

Selain itu, manajemen risiko merupakan aspek yang tidak terpisahkan dari pengembangan *sport tourism* alam terbuka. Risiko yang berkaitan dengan kondisi cuaca, karakter alam, dan kemampuan peserta harus diidentifikasi, dianalisis, dan dikendalikan melalui prosedur manajemen risiko yang sistematis. Pendekatan ini menegaskan bahwa olahraga alam terbuka bukan sekadar atraksi wisata, melainkan aktivitas olahraga yang memerlukan tata kelola profesional. Dengan manajemen risiko yang baik, olahraga alam terbuka dapat dikembangkan secara berkelanjutan sebagai strategi diversifikasi destinasi pariwisata olahraga, sekaligus menjaga keseimbangan antara keselamatan wisatawan, kelestarian lingkungan, dan manfaat ekonomi bagi daerah.

3) **Diversifikasi Aktivitas Olahraga sebagai Daya Tarik Wisata**

Diversifikasi aktivitas olahraga merupakan strategi manajemen *sport tourism* yang bertujuan memperluas segmen pasar wisatawan melalui pengelolaan variasi aktivitas olahraga yang sesuai dengan karakteristik destinasi. Dalam perspektif manajemen, variasi aktivitas olahraga seperti olahraga air,

olahraga alam terbuka, olahraga rekreasi keluarga, hingga aktivitas berbasis komunitas diposisikan sebagai portofolio produk *sport tourism* yang dirancang secara sistematis. Pendekatan ini memungkinkan daerah untuk menjangkau wisatawan dengan latar belakang, usia, dan motivasi yang beragam, sehingga ketergantungan pada satu jenis aktivitas atau satu kelompok pasar dapat dikurangi. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa diversifikasi produk *sport tourism* mampu meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memperpanjang lama tinggal wisatawan apabila dikelola dengan pendekatan manajerial yang tepat (Higham & Hinch, 2018).

Dalam konteks *sport tourism* berbasis pengalaman (*experience based tourism*), olahraga rekreasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas fisik, melainkan sebagai pengalaman holistik yang melibatkan aspek emosional, sosial, dan budaya wisatawan. Manajemen *sport tourism* berperan dalam merancang pengalaman tersebut melalui pengemasan aktivitas olahraga yang autentik, aman, dan berkesan, seperti pengalaman bersepeda di desa wisata, lari lintas alam dengan narasi budaya lokal, atau aktivitas olahraga air yang terintegrasi dengan edukasi lingkungan. Pendekatan berbasis pengalaman ini memperkuat posisi olahraga rekreasi sebagai strategi diversifikasi destinasi, karena nilai yang ditawarkan bukan semata atraksi fisik, tetapi pengalaman unik yang sulit ditiru oleh destinasi lain. Dengan demikian, olahraga rekreasi menjadi instrumen manajemen destinasi yang mampu meningkatkan loyalitas wisatawan dan daya saing *sport tourism* daerah.

4) **Keberlanjutan Lingkungan dan Olahraga**

Keberlanjutan lingkungan merupakan prinsip fundamental dalam manajemen *sport tourism*, khususnya pada pengembangan olahraga rekreasi dan alam terbuka. Prinsip sustainability menuntut agar setiap aktivitas olahraga direncanakan dan dikelola dengan mempertimbangkan daya dukung lingkungan, keselamatan, serta dampak jangka panjang terhadap ekosistem. Dalam kerangka manajemen *sport tourism*, keberlanjutan bukan hanya isu lingkungan, melainkan bagian dari strategi pengelolaan destinasi yang menentukan keberlangsungan aktivitas olahraga itu sendiri. Kajian akademik menunjukkan bahwa *sport tourism* yang mengabaikan prinsip keberlanjutan cenderung menghadapi penurunan kualitas destinasi dan resistensi masyarakat lokal, sedangkan pendekatan berkelanjutan justru memperkuat legitimasi dan keberterimaan destinasi olahraga (Dolles & Söderman, 2019).

Keseimbangan antara aktivitas olahraga dan konservasi lingkungan dapat dicapai melalui penerapan manajemen berbasis regulasi, edukasi, dan pengawasan yang konsisten. Pengelola *sport tourism* perlu menetapkan standar operasional aktivitas olahraga, membatasi intensitas penggunaan ruang alam, serta melibatkan masyarakat lokal sebagai bagian dari sistem pengawasan dan konservasi. Dalam perspektif ini, olahraga rekreasi diposisikan sebagai sarana edukasi lingkungan sekaligus strategi manajemen destinasi yang bertanggung jawab. Ketika aktivitas olahraga dirancang selaras dengan upaya konservasi, *sport tourism* tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam yang menjadi fondasi utama destinasi tersebut. Pendekatan ini mempertegas

bahwa keberlanjutan lingkungan merupakan elemen strategis dalam diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia.

e. Dampak Diversifikasi terhadap Pembangunan Daerah

1) Dampak Ekonomi dari Diversifikasi *Sport Tourism*

Diversifikasi *sport tourism* yang dikelola melalui pendekatan manajemen olahraga strategis memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan daerah. Melalui perencanaan destinasi olahraga yang terintegrasi dengan *event* olahraga daerah dan aktivitas olahraga rekreasi, pemerintah daerah mampu menciptakan sumber pendapatan baru di luar sektor pariwisata konvensional. Pendapatan tersebut berasal dari retribusi fasilitas olahraga, penyelenggaraan *event*, jasa pendukung olahraga, serta meningkatnya konsumsi wisatawan olahraga. Penelitian menunjukkan bahwa *sport tourism* yang dikelola secara sistematis memiliki dampak ekonomi yang signifikan karena melibatkan berbagai subsektor, mulai dari akomodasi, transportasi, hingga industri olahraga lokal (Higham & Hinch, 2018). Hal ini menegaskan bahwa peningkatan pendapatan daerah bukan terjadi secara otomatis, melainkan merupakan hasil dari kebijakan dan manajemen *sport tourism* yang terencana.

Selain peningkatan pendapatan, diversifikasi *sport tourism* juga berperan dalam memperluas lapangan kerja berbasis olahraga di tingkat daerah. Pengembangan destinasi dan *event* olahraga mendorong terciptanya peluang kerja bagi pelatih, wasit, pemandu olahraga, pengelola fasilitas, serta pelaku usaha mikro dan kecil yang terkait dengan aktivitas olahraga. Dalam perspektif manajemen *sport tourism*, perluasan lapangan kerja ini memperkuat

multiplier effect, di mana satu aktivitas olahraga mampu menggerakkan berbagai sektor ekonomi lokal secara simultan. Dampak berantai tersebut menunjukkan bahwa *sport tourism* bukan hanya aktivitas wisata, melainkan instrumen pembangunan ekonomi daerah yang efektif apabila dikelola dengan prinsip manajemen olahraga yang berorientasi pada keberlanjutan dan pemerataan.

2) Dampak Sosial dan Budaya

Diversifikasi destinasi pariwisata olahraga melalui manajemen *sport tourism* juga memberikan dampak sosial dan budaya yang signifikan bagi pembangunan daerah. Pengelolaan aktivitas olahraga berbasis potensi lokal mampu memperkuat identitas olahraga daerah, baik melalui olahraga tradisional, olahraga rekreasi khas wilayah, maupun *event* olahraga komunitas. Identitas tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik destinasi, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga masyarakat terhadap budaya olahraga lokal. Studi terbaru menegaskan bahwa *sport tourism* yang dirancang berbasis komunitas dapat memperkuat kohesi sosial dan identitas budaya daerah karena masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan olahraga (Misener & Mason, 2019).

Lebih lanjut, partisipasi masyarakat dalam kegiatan *sport tourism* mendorong terbentuknya ruang sosial yang inklusif dan berkelanjutan. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penonton, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam pengelolaan kegiatan olahraga dan pelestarian budaya lokal. Dalam konteks ini, *sport tourism* menjadi sarana strategis untuk menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya melalui olahraga, seperti ritual tradisional, permainan rakyat, dan

kearifan lokal yang dikemas secara profesional. Dampak sosial dan budaya tersebut menegaskan bahwa keberhasilan diversifikasi destinasi pariwisata olahraga sangat ditentukan oleh kebijakan dan manajemen *sport tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan, bukan sekadar objek wisata.

3) Dampak terhadap Pemerataan Pembangunan

Diversifikasi destinasi pariwisata olahraga melalui pendekatan manajemen *sport tourism* berkontribusi signifikan dalam mengurangi ketimpangan antar destinasi. Ketika pengembangan *sport tourism* tidak hanya terpusat pada destinasi unggulan atau kawasan metropolitan, tetapi diarahkan secara strategis ke daerah-daerah dengan potensi olahraga lokal, maka distribusi manfaat ekonomi dan sosial menjadi lebih merata. Pendekatan ini menegaskan bahwa pemerataan pembangunan tidak terjadi secara alamiah, melainkan merupakan hasil dari kebijakan dan manajemen yang disengaja. Penelitian menegaskan bahwa *sport tourism* yang dikelola dengan baik dapat menjadi instrumen kebijakan pembangunan wilayah, khususnya dalam menciptakan alternatif destinasi baru dan mengurangi tekanan pada destinasi utama (Weed, 2019). Dalam konteks ini, manajemen *sport tourism* berfungsi sebagai mekanisme pengendali arah pembangunan, bukan sekadar fasilitator aktivitas wisata olahraga.

Selain mengurangi ketimpangan antar destinasi, *sport tourism* juga berperan sebagai alat pembangunan wilayah pinggiran yang selama ini kurang tersentuh oleh arus utama pariwisata. Melalui pengelolaan olahraga rekreasi, *event* olahraga daerah, dan aktivitas olahraga alam terbuka, wilayah

pinggiran dapat diposisikan sebagai destinasi alternatif yang memiliki identitas dan daya saing tersendiri. Keberhasilan pengembangan wilayah pinggiran ini sangat bergantung pada kapasitas manajemen *sport tourism* dalam mengintegrasikan potensi olahraga dengan perencanaan pembangunan daerah. Dengan demikian, *sport tourism* tidak hanya memperluas peta destinasi pariwisata olahraga, tetapi juga memperkuat fungsi olahraga sebagai alat kebijakan publik dalam mendorong pemerataan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

4) **Tantangan dan Risiko Diversifikasi Destinasi**

Meskipun diversifikasi destinasi melalui *sport tourism* menawarkan peluang strategis bagi pembangunan daerah, implementasinya menghadapi berbagai tantangan manajerial. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan kapasitas manajemen daerah, baik dari aspek sumber daya manusia, perencanaan, maupun pengelolaan *event* dan fasilitas olahraga. Tanpa kemampuan manajerial yang memadai, diversifikasi destinasi berpotensi menjadi kebijakan simbolik yang tidak berkelanjutan. Selain itu, risiko komersialisasi berlebihan juga menjadi perhatian serius, terutama ketika orientasi ekonomi jangka pendek mengesampingkan nilai sosial, budaya, dan keberlanjutan olahraga. Studi menunjukkan bahwa *sport tourism* yang tidak dikelola secara strategis dapat menimbulkan distorsi tujuan pembangunan dan mengurangi manfaat jangka panjang bagi masyarakat lokal (Higham & Hinch, 2018). Oleh karena itu, tantangan diversifikasi harus dipahami sebagai persoalan manajemen kebijakan, bukan sekadar dinamika pasar wisata.

Untuk meminimalkan risiko tersebut, diperlukan kebijakan yang konsisten serta mekanisme evaluasi berkelanjutan dalam pengelolaan *sport tourism* daerah. Kebijakan yang kuat memungkinkan pemerintah daerah menetapkan batasan komersialisasi, menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai olahraga, serta memastikan keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan. Evaluasi berkelanjutan juga menjadi bagian integral dari manajemen *sport tourism*, guna menilai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari diversifikasi destinasi yang dilakukan. Dengan pendekatan ini, *sport tourism* tidak hanya dipandang sebagai sektor pendukung pariwisata, tetapi sebagai sistem manajerial yang membutuhkan pengendalian, adaptasi, dan pembaruan kebijakan secara berkelanjutan agar tujuan pembangunan daerah dapat tercapai secara optimal.

5) **Implikasi Manajerial bagi Pengembangan Sport Tourism Nasional**

Implikasi manajerial dari diversifikasi *sport tourism* memberikan pembelajaran strategis bagi daerah lain dalam mengembangkan pariwisata olahraga secara berkelanjutan. Keberhasilan suatu daerah dalam mengelola *sport tourism* tidak semata ditentukan oleh keunggulan destinasi atau daya tarik alam, melainkan oleh kapasitas manajemen dalam merumuskan kebijakan, mengorganisasikan sumber daya, serta mengintegrasikan olahraga ke dalam sistem pembangunan daerah. Daerah yang mampu menerapkan manajemen *sport tourism* secara terencana dapat menjadi rujukan bagi wilayah lain, terutama dalam hal pengelolaan *event* olahraga daerah, pengembangan olahraga rekreasi, dan optimalisasi

potensi lokal. Pembelajaran ini menegaskan bahwa diversifikasi destinasi pariwisata olahraga merupakan hasil dari kebijakan dan tata kelola yang adaptif, bukan sekadar respons terhadap peluang wisata yang bersifat temporer.

Lebih lanjut, *sport tourism* yang dikelola secara manajerial berkontribusi langsung terhadap penguatan sistem keolahragaan nasional. Diversifikasi destinasi mendorong munculnya pusat-pusat aktivitas olahraga baru di berbagai daerah, sehingga memperluas basis pembinaan olahraga, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan menciptakan ekosistem olahraga yang lebih inklusif. Dalam perspektif manajemen olahraga nasional, *sport tourism* berperan sebagai instrumen strategis yang menghubungkan sektor olahraga prestasi, olahraga rekreasi, dan industri olahraga. Dengan demikian, kontribusi *sport tourism* tidak hanya terlihat dari peningkatan kunjungan wisata, tetapi juga dari kemampuannya memperkuat struktur dan fungsi sistem keolahragaan nasional melalui kebijakan, perencanaan, dan pengelolaan yang terintegrasi.

5. SIMPULAN

Pembahasan dalam artikel ini menunjukkan bahwa manajemen *sport tourism* memiliki peran strategis dalam mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia. Melalui penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, potensi olahraga daerah dapat dikembangkan menjadi destinasi alternatif yang tidak bergantung pada kawasan wisata utama atau *event* olahraga berskala besar. Strategi pengelolaan *event* olahraga daerah, pemanfaatan olahraga rekreasi dan alam terbuka, serta penguatan tata kelola yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan menjadi elemen kunci dalam membangun *sport tourism* yang

terarah dan berkelanjutan. Pendekatan ini menegaskan bahwa *sport tourism* bukan sekadar aktivitas pariwisata, melainkan bagian dari sistem manajemen olahraga yang terintegrasi dengan pembangunan daerah.

Lebih lanjut, diversifikasi destinasi pariwisata olahraga yang berbasis manajemen *sport tourism* memberikan dampak positif terhadap pembangunan daerah, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun penguatan identitas olahraga lokal. Pengembangan destinasi yang beragam mampu menciptakan pemerataan kunjungan wisata, membuka peluang ekonomi baru, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas olahraga. Keterbaruan dari kajian ini terletak pada penempatan manajemen *sport tourism* sebagai instrumen strategis diversifikasi destinasi, bukan hanya sebagai pelengkap sektor pariwisata. Dengan demikian, penguatan kapasitas manajerial dan kebijakan yang konsisten menjadi prasyarat penting agar *sport tourism* dapat berkontribusi secara optimal dalam mendukung pengembangan pariwisata olahraga nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil dari seluh pembahasan, dapat disimpulkan bahwa manajemen *sport tourism* memiliki peran strategis dalam mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia. Penerapan fungsi-fungsi manajemen olahraga, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian, memungkinkan pemanfaatan potensi olahraga daerah secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Melalui pengelolaan destinasi baru, *event* olahraga daerah, integrasi pemangku kepentingan, serta pemanfaatan olahraga rekreasi dan alam terbuka, *sport tourism* tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan wilayah yang berorientasi pada pemerataan dan keberlanjutan. Kebaruan kajian ini terletak pada penempatan manajemen *sport tourism* sebagai pendekatan utama dalam strategi diversifikasi destinasi, sehingga pengembangan pariwisata olahraga tidak bergantung pada destinasi dan *event* tertentu

saja, melainkan tumbuh dari kekuatan manajerial dan potensi lokal yang dimiliki setiap daerah di Indonesia.

Berdasarkan temuan penelitian ini, pengembangan *sport tourism* di Indonesia direkomendasikan untuk dikelola melalui pendekatan manajemen olahraga yang sistematis, adaptif, dan berorientasi pada diversifikasi destinasi. Pemerintah daerah perlu mengintegrasikan *sport tourism* ke dalam perencanaan pembangunan daerah dengan menempatkan aktivitas olahraga sebagai sumber daya strategis yang dikelola melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang berkelanjutan. Pengelolaan *event* olahraga daerah, olahraga rekreasi, serta olahraga alam terbuka hendaknya tidak bersifat insidental, tetapi dirancang sebagai produk destinasi jangka panjang yang mampu memperluas sebaran pariwisata olahraga di luar destinasi utama. Selain itu, penguatan kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, komunitas olahraga, dan sektor swasta menjadi prasyarat penting dalam menciptakan tata kelola *sport tourism* yang efektif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat identitas olahraga daerah serta mendukung pemerataan pembangunan pariwisata olahraga secara nasional.

Secara keseluruhan, kajian ini menegaskan bahwa manajemen *sport tourism* memiliki peran strategis sebagai pendekatan terencana dalam mendorong diversifikasi destinasi pariwisata olahraga di Indonesia. Melalui penerapan fungsi manajemen yang sistematis, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi, potensi olahraga daerah dapat dikembangkan menjadi destinasi alternatif yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya memperluas variasi destinasi pariwisata olahraga, tetapi juga memperkuat posisi olahraga sebagai instrumen pembangunan daerah yang inklusif. Dengan menempatkan *sport tourism* dalam kerangka manajemen olahraga yang terintegrasi, artikel ini

menawarkan perspektif baru yang relevan bagi pengembangan kebijakan dan praktik *sport tourism* di Indonesia, sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang lebih aplikatif dan kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2019). *Reflecting on reflexive thematic analysis*. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597.
- Buckley, R. (2019). *Adventure tourism and sustainable development: From theory to practice*. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1445–1462.
- Buning, R. J., & Gibson, H. J. (2016). *The role of active sport tourism in sustainable development*. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3–4), 165–185.
- Chalip, L. (2017). *Event bidding, legacy and leveraging*. In M. Parent & J.-L. Chappelet (Eds.), *Routledge handbook of sports event management* (pp. 93–106). Routledge.
- Chalip, L. (2017). *Event tourism and sport tourism*. In D. Getz & S. Page (Eds.), *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (pp. 215–232). Routledge.
- Chalip, L. (2018). *Sport event leverage and destination branding: Creating synergies between sport and tourism*. *Journal of Sport & Tourism*, 22(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1436469>
- Chalip, L., & McGuiry, J. (2021). *Bundling sport events with the host destination*. *Journal of Sport & Tourism*, 25(1), 1–18.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Daft, R. L. (2021). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- Dolles, H., & Söderman, S. (2019). *Sport tourism: Theory and practice*. Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Progress and prospects for event tourism research*. *Tourism Management*, 52, 593–631.

- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Progress and prospects for event tourism research*. *Tourism Management*, 52, 593–631.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2018). *Small scale sport event tourism: A case study in sustainable tourism*. *Sport Management Review*, 21(1), 1–14.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2020). *Sport tourism: Concepts and theories*. Routledge.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2020). *Sport tourism event impacts and legacy: A critical review*. *Journal of Sport & Tourism*, 24(1), 1–21. [<https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1731928>]
- Guest, G., Namey, E., & Saldaña, J. (2024). *Collecting and analyzing qualitative data at scale*. Sage Publications.
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport tourism development: Understanding the role of sponsorship and stakeholder engagement*. *Journal of Sport & Tourism*, 22(1), 1–20.
- Hinch, T., & Higham, J. (2017). *Sport tourism and sustainable destinations*. Routledge Handbook of Sport Tourism, 171–182.
- Hoye, R., Smith, A., Nicholson, M., Stewart, B., & Westerbeek, H. (2018). *Sport management: Principles and applications* (5th ed.). Routledge.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Rencana strategis pariwisata dan ekonomi kreatif 2020–2024*. Kemenparekraf RI.
- Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2020). *Desain besar olahraga nasional*. Kemenpora RI.
- Misener, L., & Doherty, A. (2019). *A collaborative governance approach to sport tourism: Pentahelix engagement in local event management*. *Sport Management Review*, 22(5), 715–728.
- Misener, L., & Mason, D. S. (2019). *Leveraging sport events for community development: The role of partnerships*. *Journal of Sport Management*, 33(4), 301–315.
- Parent, M. M., & Chappelet, J.-L. (2017). *The (new) governance of sport organizations*. Routledge.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 87 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Kepariwisata Nasional Tahun 2020–2025.
- Perić, M. (2018). *Estimating the perceived socio economic impacts of sports tourism*. *Tourism Management Perspectives*, 28, 81–90.
- Perić, M., & Vitezić, V. (2016). *Active event sport tourism experience*. *Tourism Management Perspectives*, 20, 57–65.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (13th ed.). Pearson Education.
- UNWTO. (2018). *Tourism and sport: Synergies for sustainable development*. World Tourism Organization.
- UNWTO. (2019). *Sport tourism and sustainable development*. World Tourism Organization.
- Weed, M. (2017). *Sport tourism and the development of community identity*. *Journal of Sport & Tourism*, 21(1), 1–17. [<https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1271519>]
- Weed, M. (2019). *Sport tourism theory and method: Concepts, issues and epistemologies*. *European Sport Management Quarterly*, 19(1), 1–18.
- Weed, M., & Bull, C. (2019). *Sports tourism: Participants, policy and providers* (2nd ed.). Routledge.
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and sport: Creating synergies for development*. UNWTO.
- Yuniarto, P. R., & Hidayat, A. (2020). *Pengembangan sport tourism berbasis potensi lokal sebagai strategi pembangunan pariwisata daerah*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 87–