



Sport Tourism sebagai Sarana Peningkatan Aktivitas Fisik dan Promosi Pariwisata Daerah

Muhammad Sadzali¹

¹Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Makassar

muhammad.sadzali@unm.ac.id

Abstrak

Sport tourism merupakan bentuk integrasi antara aktivitas olahraga dan kegiatan pariwisata yang semakin relevan dalam mendorong gaya hidup aktif sekaligus memperkuat daya tarik destinasi daerah. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran sport tourism sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik masyarakat dan promosi pariwisata daerah. Sport tourism tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan rekreasi berbasis olahraga, tetapi juga menjadi media strategis untuk memperkenalkan potensi alam, budaya, fasilitas publik, dan identitas lokal suatu wilayah. Melalui kegiatan seperti lari wisata, bersepeda, hiking, olahraga pantai, olahraga air, serta penyelenggaraan event olahraga berskala lokal maupun nasional, masyarakat dan wisatawan memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi dalam aktivitas fisik yang menyenangkan, terencana, dan bernilai rekreatif. Selain berdampak pada peningkatan kebugaran jasmani, sport tourism juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan kunjungan wisatawan, pergerakan sektor usaha mikro, akomodasi, transportasi, kuliner, serta promosi destinasi melalui media sosial dan jaringan komunitas olahraga. Artikel ini menggunakan pendekatan kajian konseptual dengan menelaah berbagai literatur yang relevan mengenai sport tourism, aktivitas fisik, dan pengembangan pariwisata daerah. Hasil kajian menunjukkan bahwa sport tourism memiliki potensi besar sebagai instrumen pembangunan daerah yang menggabungkan aspek kesehatan, rekreasi, ekonomi, dan promosi wilayah. Oleh karena itu, pengembangan sport tourism perlu didukung oleh kolaborasi antara pemerintah daerah, pengelola destinasi, komunitas olahraga, pelaku usaha, dan masyarakat agar mampu menciptakan program yang berkelanjutan, inklusif, aman, serta sesuai dengan karakteristik lokal.

Kata Kunci: Sport Tourism, Aktivitas Fisik, Pariwisata Daerah, Rekreasi Olahraga

PENDAHULUAN

Sport tourism atau wisata olahraga merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang memadukan aktivitas olahraga, perjalanan wisata, pengalaman rekreasi, serta promosi destinasi daerah. Konsep ini tidak hanya menempatkan olahraga sebagai kegiatan kompetitif, tetapi juga sebagai daya tarik wisata yang mampu menghadirkan pengalaman aktif bagi masyarakat dan wisatawan. UN Tourism menjelaskan bahwa olahraga dan pariwisata merupakan dua kekuatan yang dapat mendorong promosi destinasi serta pembangunan ekonomi pariwisata secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, sport tourism dapat dipahami sebagai strategi yang menghubungkan kepentingan kesehatan, rekreasi, ekonomi kreatif, promosi budaya, serta pembangunan wilayah berbasis potensi lokal.

Perkembangan sport tourism menjadi semakin relevan karena pariwisata modern tidak lagi hanya berorientasi pada kunjungan pasif ke objek wisata, tetapi mulai bergerak ke arah pengalaman partisipatif, interaktif, dan berbasis gaya hidup sehat. Wisatawan tidak hanya ingin melihat keindahan alam atau budaya suatu daerah, tetapi juga ingin terlibat langsung dalam aktivitas fisik seperti lari,

bersepeda, hiking, renang, olahraga pantai, olahraga air, trail run, fun walk, dan berbagai event olahraga berbasis komunitas. Dokumen *Tourism & Sport* dari Uni Eropa menjelaskan bahwa active sport tourism terjadi ketika aktivitas fisik menjadi alasan utama atau alasan penting dalam memilih paket perjalanan, termasuk partisipasi dalam event olahraga, berjalan kaki, bersepeda, hiking, dan kegiatan aktif lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sport tourism memiliki posisi strategis dalam menggabungkan kebutuhan wisata dengan kebutuhan peningkatan aktivitas fisik masyarakat.

Aktivitas fisik menjadi isu penting dalam pembangunan kesehatan masyarakat karena gaya hidup sedentari semakin meningkat seiring perkembangan teknologi, urbanisasi, dan perubahan pola kerja masyarakat modern. Sport tourism dapat menjadi salah satu pendekatan yang lebih menarik dibandingkan kampanye aktivitas fisik konvensional, karena aktivitas olahraga dikemas dalam suasana rekreasi, pengalaman sosial, dan eksplorasi destinasi. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya melakukan olahraga karena kewajiban menjaga kesehatan, tetapi juga karena adanya dorongan pengalaman, hiburan, komunitas, dan keinginan menikmati ruang publik atau destinasi alam. Pada titik ini, sport tourism berpotensi menjadi jembatan antara pendidikan jasmani, rekreasi, kesehatan masyarakat, dan promosi pariwisata daerah.

Dalam konteks Indonesia, pengembangan sport tourism memiliki potensi besar karena Indonesia memiliki kekayaan alam, budaya, ruang terbuka, kawasan pesisir, pegunungan, danau, sungai, serta karakter sosial masyarakat yang mendukung penyelenggaraan kegiatan olahraga berbasis wisata. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia menyebutkan bahwa sport tourism menyumbang sekitar 10 persen dari total belanja wisata global pada 2023 dan diproyeksikan terus tumbuh secara signifikan. Data ini memperkuat posisi sport tourism sebagai salah satu peluang strategis dalam pengembangan pariwisata nasional dan daerah. Potensi tersebut dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah melalui penyelenggaraan event lari, sepeda, olahraga tradisional, olahraga air, maupun festival olahraga rekreasi yang dikaitkan dengan promosi destinasi lokal.

Pengembangan sport tourism di Indonesia perlu dilihat sebagai peluang strategis karena banyak daerah memiliki potensi alam yang dapat dikemas menjadi aktivitas wisata olahraga. Penelitian tentang Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa kawasan wisata alam, aliran sungai, kawasan candi, dan ruang terbuka telah dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan olahraga seperti mountain bike, marathon, road bike, jalan sehat, sepeda santai, yoga, dan arung jeram. Temuan ini memperkuat bahwa sport tourism dapat dikembangkan berdasarkan karakteristik geografis dan keunggulan lokal suatu daerah, bukan hanya melalui pembangunan fasilitas olahraga formal (Prasetyo, 2021).

Selain berperan dalam meningkatkan aktivitas fisik, sport tourism juga memiliki dampak ekonomi yang cukup kuat bagi daerah. Purwanto, Pujiyanto, dan Pujianti (2024) menjelaskan bahwa sport tourism merupakan kombinasi antara olahraga dan pariwisata yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat serta pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian mereka juga menunjukkan bahwa kegiatan olahraga berbasis destinasi dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, mendukung pelaku UMKM, menciptakan peluang kerja, dan memperkuat kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Dengan demikian, sport tourism tidak hanya relevan dari sisi kesehatan dan rekreasi, tetapi juga dari sisi pembangunan ekonomi lokal.

Sport tourism juga berfungsi sebagai instrumen promosi pariwisata daerah karena event olahraga memiliki daya sebar informasi yang tinggi, terutama melalui media sosial, komunitas olahraga, publikasi digital, dan liputan media. Kegiatan seperti marathon, fun bike, trail run, triathlon, hiking festival, olahraga pantai, atau olahraga air dapat memperkenalkan lanskap daerah, kuliner lokal, budaya masyarakat, fasilitas publik, serta identitas destinasi kepada peserta maupun penonton. Murtono, Utama, dan Ardana (2024) dalam kajian tentang Maybank Marathon di Bali menunjukkan bahwa event olahraga dapat menjadi sarana promosi budaya dan destinasi karena mampu menggabungkan olahraga, keindahan wisata, pengalaman budaya, konsumsi lokal, serta peningkatan okupansi akomodasi. Ini berarti sport tourism dapat menjadi media promosi yang lebih hidup karena wisatawan tidak hanya melihat iklan destinasi, tetapi mengalami langsung suasana daerah melalui aktivitas olahraga.

Lebih jauh, perkembangan sport tourism perlu dilihat sebagai bagian dari strategi pariwisata berkelanjutan. Pengembangan kegiatan wisata olahraga tidak boleh hanya berorientasi pada jumlah peserta dan keuntungan ekonomi jangka pendek, tetapi juga harus mempertimbangkan daya dukung lingkungan, keamanan peserta, kualitas infrastruktur, keterlibatan masyarakat lokal, dan keberlanjutan budaya. Guntoro et al. (2024) dalam analisis bibliometrik tentang nature-based sport tourism menemukan bahwa tren riset sport tourism saat ini berkaitan dengan event-based sport tourism, wisata

alam, industri pariwisata, media sosial, serta pentingnya keberlanjutan alam dan karakter budaya lokal dalam pengembangan wisata olahraga. Temuan tersebut menunjukkan bahwa daerah perlu merancang sport tourism secara hati-hati agar tidak sekadar menjadi event seremonial, tetapi benar-benar menjadi program pembangunan yang berkelanjutan.

Dari sisi kebijakan daerah, sport tourism dapat menjadi alternatif pengembangan pariwisata yang lebih inklusif karena dapat melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, dinas pariwisata, dinas pemuda dan olahraga, komunitas olahraga, pelaku UMKM, sponsor, akademisi, pengelola destinasi, dan masyarakat lokal. BPS melalui publikasi *Domestic Tourism Statistics 2024* menunjukkan bahwa statistik wisatawan domestik mencakup profil pengunjung, tujuan perjalanan, akomodasi, lama perjalanan, dan pengeluaran wisata, sehingga data semacam ini penting digunakan oleh daerah untuk merancang program wisata berbasis kebutuhan pasar dan karakteristik pengunjung. Tanpa basis data dan perencanaan yang jelas, pengembangan sport tourism berisiko berhenti pada kegiatan event sesaat yang tidak memberi dampak berkelanjutan bagi masyarakat.

Selain berbasis potensi alam, sport tourism juga dapat dikembangkan melalui pengelolaan destinasi yang memiliki aktivitas olahraga air dan rekreasi berbasis komunitas. Studi mengenai Sungai Candan di Kabupaten Bantul menunjukkan bahwa sport tourism dapat digunakan sebagai strategi promosi destinasi sekaligus meningkatkan pendapatan badan usaha milik kalurahan melalui aktivitas wisata alam dan olahraga air. Hal ini menunjukkan bahwa sport tourism tidak hanya berhubungan dengan event besar, tetapi juga dapat dikembangkan melalui destinasi lokal berskala kecil yang dikelola secara kolaboratif oleh masyarakat dan pemerintah setempat (Setiawan & Prasetyo, 2024).

Potensi sport tourism juga terlihat pada wisata minat khusus seperti canyoning. Yana, Astra, dan Suwiwa (2021) menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap wahana canyoning sebagai pariwisata olahraga berkaitan dengan daya tarik alam, pengalaman petualangan, keamanan, serta kualitas layanan destinasi. Kajian ini penting karena sport tourism tidak hanya membutuhkan objek wisata yang menarik, tetapi juga membutuhkan standar pengelolaan, keamanan, dan pengalaman wisata yang mampu mendorong partisipasi wisatawan secara aktif.

Dalam konteks promosi dan pembangunan daerah, penyelenggaraan event olahraga terbukti mampu memberi dampak terhadap citra destinasi dan kepariwisataan daerah. Dzikrirazak (2018) dalam kajian tentang Tour de Linggarjati di Kabupaten Kuningan menjelaskan bahwa pemerintah daerah mulai mengembangkan sport tourism karena efek dominonya terhadap pariwisata daerah, termasuk peningkatan ekonomi masyarakat dan daya tarik kunjungan wisatawan. Dengan demikian, event olahraga dapat menjadi media promosi destinasi yang efektif apabila dirancang secara terintegrasi dengan potensi wisata lokal (Dzikrirazak, 2018).

Penguatan sport tourism juga membutuhkan kesiapan sumber daya manusia, terutama pada aspek pemanduan, keselamatan, dan pelayanan wisata. Syafrianto et al. (2024) menegaskan bahwa pengembangan potensi wisata sport tourism perlu didukung melalui pelatihan pemandu wisata dan petugas pertolongan pertama pada objek wisata, karena kualitas pengelolaan lapangan sangat menentukan keamanan, kenyamanan, dan keberlanjutan destinasi olahraga wisata. Artinya, sport tourism tidak cukup hanya dipromosikan sebagai tren, tetapi harus dibangun melalui sistem pendukung yang profesional dan berbasis kebutuhan peserta maupun wisatawan.

Namun, pengembangan sport tourism di daerah masih menghadapi sejumlah persoalan, seperti keterbatasan infrastruktur pendukung, kurangnya promosi terintegrasi, rendahnya kualitas manajemen event, belum optimalnya pelibatan masyarakat lokal, serta minimnya kajian akademik yang menghubungkan sport tourism dengan peningkatan aktivitas fisik masyarakat. Purwanto et al. (2024) juga menegaskan bahwa pengembangan sport tourism masih menghadapi tantangan infrastruktur dan promosi yang perlu diperbaiki. Persoalan ini menjadi celah penting untuk dikaji karena keberhasilan sport tourism tidak cukup hanya diukur dari banyaknya peserta, tetapi juga dari keberlanjutan partisipasi masyarakat, dampak ekonomi lokal, promosi destinasi, dan kontribusinya terhadap gaya hidup aktif.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini penting disusun untuk mengkaji sport tourism sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah. Kajian ini berangkat dari asumsi bahwa sport tourism dapat menjadi strategi multidimensi yang menghubungkan olahraga, kesehatan, rekreasi, ekonomi lokal, promosi destinasi, dan pembangunan daerah. Dengan adanya kajian ini, diharapkan pengembangan sport tourism tidak hanya dipahami sebagai penyelenggaraan event olahraga, tetapi sebagai pendekatan pembangunan yang membutuhkan perencanaan, kolaborasi lintas sektor, penguatan komunitas, serta keberpihakan pada potensi lokal dan keberlanjutan destinasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur atau *literature review*. Metode ini dipilih karena artikel berfokus pada kajian konseptual mengenai sport tourism sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah, sehingga data yang digunakan tidak diperoleh melalui pengukuran lapangan secara langsung, melainkan melalui penelaahan terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Studi literatur memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis berbagai temuan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara wisata olahraga, aktivitas fisik, promosi destinasi, pembangunan ekonomi lokal, serta pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari artikel jurnal nasional, artikel jurnal internasional, buku akademik, laporan lembaga resmi, dokumen kebijakan pariwisata, serta publikasi ilmiah yang membahas sport tourism, aktivitas fisik, rekreasi olahraga, dan promosi pariwisata daerah. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian topik, keterbaruan sumber, kualitas publikasi, dan relevansi terhadap fokus kajian. Kriteria literatur yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: artikel atau dokumen yang membahas sport tourism, aktivitas fisik, pariwisata olahraga, event olahraga, pengembangan destinasi, promosi wisata, atau dampak ekonomi pariwisata daerah; diterbitkan dalam rentang waktu yang relatif terbaru; serta memiliki informasi yang dapat mendukung analisis konseptual dalam artikel ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis pada basis data daring seperti Google Scholar, Garuda, Sinta, ResearchGate, ScienceDirect, dan situs resmi lembaga pemerintah atau organisasi pariwisata. Kata kunci yang digunakan dalam penelusuran meliputi “sport tourism,” “wisata olahraga,” “pariwisata olahraga,” “aktivitas fisik,” “rekreasi olahraga,” “event olahraga,” “promosi pariwisata daerah,” “pengembangan destinasi wisata,” dan “pariwisata berkelanjutan.” Literatur yang ditemukan kemudian diseleksi dengan membaca judul, abstrak, kata kunci, dan isi artikel untuk memastikan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian. Literatur yang tidak relevan, tidak memiliki kejelasan sumber, atau tidak berhubungan langsung dengan sport tourism dan aktivitas fisik dikeluarkan dari proses analisis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi atau *content analysis*. Tahapan analisis meliputi identifikasi tema utama, klasifikasi temuan, interpretasi isi literatur, dan penyusunan sintesis konseptual. Literatur yang telah dipilih dianalisis berdasarkan beberapa tema, yaitu: konsep sport tourism, kontribusi sport tourism terhadap aktivitas fisik, peran sport tourism dalam promosi pariwisata daerah, dampak ekonomi dan sosial sport tourism, serta strategi pengembangan sport tourism berbasis potensi lokal. Setiap tema dianalisis untuk menemukan hubungan antara sport tourism dengan peningkatan partisipasi masyarakat dalam aktivitas fisik dan penguatan citra destinasi wisata daerah.

Untuk menjaga validitas kajian, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai jenis literatur, baik dari jurnal nasional, jurnal internasional, laporan lembaga resmi, maupun dokumen kebijakan. Triangulasi ini dilakukan agar hasil kajian tidak hanya bergantung pada satu sumber tertentu, tetapi didukung oleh berbagai referensi yang saling melengkapi. Selain itu, peneliti juga memperhatikan konsistensi konsep, kesesuaian konteks, dan relevansi temuan terhadap kondisi pengembangan sport tourism di Indonesia.

Hasil dari proses analisis literatur kemudian disusun secara deskriptif dan argumentatif untuk menjelaskan posisi sport tourism sebagai strategi yang dapat menghubungkan aspek olahraga, kesehatan masyarakat, promosi destinasi, ekonomi lokal, dan pembangunan pariwisata daerah. Dengan metode ini, artikel diharapkan mampu memberikan gambaran konseptual yang komprehensif mengenai pentingnya sport tourism sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah, sekaligus menjadi dasar pemikiran bagi pemerintah daerah, akademisi, komunitas olahraga, serta pelaku pariwisata dalam merancang program sport tourism yang berkelanjutan dan berbasis potensi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa olahraga padel mulai berkembang sebagai salah satu bentuk aktivitas fisik baru yang menarik perhatian masyarakat Kota Makassar. Fenomena ini tidak hanya muncul karena padel merupakan olahraga yang relatif baru, tetapi juga karena olahraga ini memiliki karakter yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat perkotaan, yaitu aktivitas yang menyenangkan, mudah diikuti, bersifat sosial, dan memiliki nilai gaya hidup.

1. Sport Tourism sebagai Konsep Integratif antara Olahraga dan Pariwisata Daerah.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa sport tourism merupakan konsep yang mengintegrasikan aktivitas olahraga dengan pengalaman wisata, rekreasi, promosi destinasi, serta pembangunan ekonomi lokal. Sport tourism tidak hanya dipahami sebagai perjalanan untuk menyaksikan atau mengikuti pertandingan olahraga, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas fisik yang dilakukan di destinasi wisata, seperti lari, bersepeda, hiking, trekking, arung jeram, olahraga pantai, olahraga air, dan kegiatan olahraga rekreasi berbasis alam maupun budaya lokal.

Dalam konteks pariwisata daerah, sport tourism memiliki karakter yang lebih luas karena dapat dikembangkan sesuai dengan potensi geografis, sosial, dan budaya suatu wilayah. Daerah pesisir dapat mengembangkan olahraga air, pantai, renang terbuka, dayung, atau selancar. Daerah pegunungan dapat mengembangkan hiking, trail run, sepeda gunung, dan camping berbasis aktivitas fisik. Daerah perkotaan dapat mengembangkan fun run, city marathon, fun bike, senam massal, olahraga komunitas, dan event olahraga berbasis ruang publik. Dengan demikian, sport tourism memiliki fleksibilitas tinggi karena tidak selalu membutuhkan stadion besar atau fasilitas olahraga modern, tetapi dapat memanfaatkan potensi lokal yang sudah tersedia.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa sport tourism dapat menjadi strategi pengembangan daerah yang tidak hanya bertumpu pada objek wisata konvensional, tetapi juga pada pengalaman aktif wisatawan. Wisatawan modern tidak hanya mencari tempat untuk dilihat, tetapi juga mencari aktivitas yang dapat dialami secara langsung. Oleh karena itu, sport tourism dapat menjadi alternatif pengembangan pariwisata yang lebih partisipatif, sehat, dan bernilai ekonomi.

2. Sport Tourism sebagai Sarana Peningkatan Aktivitas Fisik Masyarakat.

Sport tourism memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan aktivitas fisik masyarakat karena kegiatan wisata olahraga mendorong individu untuk bergerak secara aktif dalam suasana yang rekreatif dan menyenangkan. Aktivitas seperti fun run, sepeda wisata, jalan sehat, hiking, trekking, yoga outdoor, olahraga air, dan permainan tradisional dapat menjadi bentuk aktivitas fisik yang mudah diterima oleh masyarakat luas. Berbeda dengan olahraga prestasi yang cenderung kompetitif, sport tourism lebih menekankan aspek partisipasi, pengalaman, kebugaran, dan rekreasi.

Hasil kajian menunjukkan bahwa sport tourism dapat menjadi media yang efektif untuk mengurangi kecenderungan gaya hidup sedentari. Banyak masyarakat sulit mempertahankan kebiasaan olahraga karena menganggap olahraga sebagai aktivitas yang berat, monoton, atau membutuhkan fasilitas khusus. Melalui sport tourism, aktivitas fisik dikemas menjadi pengalaman sosial dan wisata, sehingga masyarakat lebih termotivasi untuk terlibat. Misalnya, kegiatan lari wisata tidak hanya memberi manfaat kebugaran, tetapi juga memberikan pengalaman menikmati lanskap kota, budaya lokal, kuliner, dan interaksi sosial dengan peserta lain.

Sport tourism juga dapat meningkatkan aktivitas fisik lintas kelompok usia. Anak-anak, remaja, mahasiswa, orang dewasa, hingga lansia dapat berpartisipasi dalam kegiatan yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Kegiatan seperti jalan sehat, fun bike, senam massal, dan rekreasi olahraga keluarga dapat menjadi sarana edukasi gaya hidup aktif. Dalam perspektif pendidikan jasmani, sport tourism juga relevan karena mengajarkan bahwa aktivitas fisik tidak hanya dilakukan di sekolah atau fasilitas olahraga, tetapi dapat dilakukan di ruang publik, destinasi wisata, dan lingkungan alam.

Dengan demikian, sport tourism dapat berfungsi sebagai pendekatan promosi kesehatan yang lebih kontekstual. Daerah tidak hanya mempromosikan destinasi wisata, tetapi juga mendorong masyarakat untuk menjadikan aktivitas fisik sebagai bagian dari gaya hidup. Hal ini penting karena peningkatan aktivitas fisik masyarakat tidak cukup dilakukan melalui ajakan normatif, tetapi perlu dikemas dalam kegiatan yang menarik, sosial, dan memiliki nilai pengalaman.

3. Sport Tourism sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa sport tourism memiliki peran strategis dalam promosi pariwisata daerah. Event olahraga dan aktivitas wisata berbasis olahraga dapat menjadi media promosi yang efektif karena melibatkan peserta, penonton, komunitas, sponsor, media, dan masyarakat lokal. Ketika suatu daerah menyelenggarakan event olahraga, daerah tersebut tidak hanya menampilkan kegiatan olahraga, tetapi juga memperkenalkan pemandangan alam, budaya, kuliner, fasilitas publik, keramahan masyarakat, dan identitas lokal.

Promosi melalui sport tourism memiliki keunggulan karena bersifat pengalaman langsung. Wisatawan yang mengikuti kegiatan olahraga di suatu daerah akan mengalami sendiri suasana destinasi, rute perjalanan, interaksi sosial, dan layanan lokal. Pengalaman tersebut kemudian berpotensi

disebarkan melalui media sosial, dokumentasi pribadi, komunitas olahraga, dan jaringan peserta. Dengan kata lain, peserta sport tourism dapat menjadi agen promosi tidak langsung bagi daerah yang dikunjungi.

Kegiatan seperti marathon, trail run, fun bike, triathlon, festival olahraga pantai, dan olahraga air memiliki daya tarik visual yang kuat untuk promosi digital. Foto dan video dari kegiatan tersebut dapat memperlihatkan keindahan destinasi secara lebih dinamis dibandingkan promosi wisata biasa. Misalnya, rute lari yang melewati kawasan pantai, persawahan, pegunungan, kawasan heritage, atau pusat kota dapat menjadi konten promosi yang memperkuat citra daerah sebagai destinasi wisata aktif.

Namun, efektivitas sport tourism sebagai media promosi sangat bergantung pada kualitas penyelenggaraan event dan strategi komunikasi. Event yang buruk dari sisi manajemen, keamanan, kebersihan, rute, pelayanan peserta, dan informasi digital dapat merusak citra destinasi. Karena itu, sport tourism tidak boleh diperlakukan sebagai kegiatan seremonial semata. Pemerintah daerah dan penyelenggara harus merancang konsep promosi yang terintegrasi, mulai dari branding event, pemilihan rute, pengelolaan peserta, dokumentasi visual, keterlibatan UMKM, hingga publikasi pasca-event.

4. Dampak Sport Tourism terhadap Ekonomi Lokal.

Sport tourism memiliki potensi besar dalam mendorong perputaran ekonomi lokal. Ketika sebuah daerah menyelenggarakan kegiatan wisata olahraga, peserta dan wisatawan biasanya membutuhkan transportasi, akomodasi, konsumsi, perlengkapan olahraga, jasa dokumentasi, oleh-oleh, dan layanan wisata tambahan. Kondisi ini menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku usaha lokal, seperti hotel, homestay, warung makan, kafe, UMKM, penyedia transportasi, pemandu wisata, fotografer, videografer, penyedia merchandise, hingga pengelola destinasi.

Dampak ekonomi sport tourism tidak hanya muncul pada saat event berlangsung, tetapi juga dapat berlanjut apabila peserta tertarik untuk kembali mengunjungi daerah tersebut. Peserta yang memiliki pengalaman positif dapat merekomendasikan destinasi kepada komunitasnya. Dalam jangka panjang, sport tourism dapat memperkuat citra daerah sebagai destinasi wisata olahraga dan membuka peluang penyelenggaraan event berulang.

Selain itu, sport tourism dapat memperluas distribusi manfaat ekonomi pariwisata. Jika pariwisata konvensional sering terkonsentrasi pada objek wisata tertentu, sport tourism dapat menyebarkan aktivitas wisata ke berbagai lokasi melalui rute olahraga. Misalnya, rute bersepeda atau lari dapat melewati desa wisata, kawasan kuliner, ruang terbuka, area persawahan, pantai, atau kawasan budaya. Dengan demikian, sport tourism dapat membantu menghubungkan destinasi utama dengan kawasan pendukung di sekitarnya.

Namun, manfaat ekonomi tersebut tidak otomatis terjadi. Jika event hanya dikelola oleh pihak luar tanpa melibatkan masyarakat lokal, maka dampak ekonomi bagi daerah dapat menjadi terbatas. Oleh karena itu, keterlibatan pelaku lokal perlu dirancang sejak awal. UMKM lokal harus diberi ruang dalam area event, masyarakat dapat dilibatkan sebagai relawan atau pemandu, komunitas lokal dapat menjadi mitra promosi, dan produk budaya daerah dapat dimasukkan dalam rangkaian kegiatan. Tanpa strategi tersebut, sport tourism hanya akan menjadi kegiatan sesaat yang ramai secara publikasi tetapi lemah secara dampak ekonomi.

5. Sport Tourism Berbasis Potensi Lokal dan Keberlanjutan

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan sport tourism sangat ditentukan oleh kemampuan daerah dalam mengembangkan program yang sesuai dengan potensi lokal. Setiap daerah memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga model sport tourism tidak dapat diseragamkan. Daerah dengan potensi pantai dapat mengembangkan olahraga air dan olahraga pantai. Daerah pegunungan dapat mengembangkan wisata pendakian, trail run, dan sepeda gunung. Daerah perkotaan dapat mengembangkan city run, night run, fun walk, dan festival olahraga komunitas. Daerah dengan kekayaan budaya dapat menggabungkan olahraga dengan festival budaya dan kuliner lokal.

Pengembangan berbasis potensi lokal penting karena dapat menciptakan identitas yang berbeda bagi setiap destinasi. Sport tourism yang hanya meniru event daerah lain tanpa memperhatikan karakter lokal akan sulit memiliki daya saing. Misalnya, hampir semua daerah dapat membuat fun run, tetapi tidak semua daerah dapat menawarkan pengalaman rute yang unik, narasi budaya yang kuat, atau lanskap alam yang khas. Oleh karena itu, daerah perlu merancang sport tourism berdasarkan keunikan tempat, bukan sekadar mengikuti tren.

Aspek keberlanjutan juga menjadi bagian penting dalam pengembangan sport tourism. Kegiatan olahraga wisata yang melibatkan banyak peserta dapat menimbulkan dampak lingkungan,

seperti sampah, kerusakan jalur alam, kemacetan, polusi suara, dan tekanan terhadap fasilitas publik. Karena itu, pengembangan sport tourism harus memperhatikan kapasitas destinasi, pengelolaan limbah, pembatasan peserta jika diperlukan, keselamatan jalur, dan edukasi peserta tentang etika berwisata.

Keberlanjutan juga mencakup keberlanjutan sosial dan budaya. Masyarakat lokal tidak boleh hanya menjadi penonton dalam pengembangan sport tourism, tetapi harus menjadi bagian dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dengan melibatkan masyarakat, program sport tourism akan lebih mudah diterima, lebih sesuai dengan kebutuhan lokal, dan memiliki peluang berlanjut setelah event selesai.

6. Tantangan Pengembangan Sport Tourism di Daerah.

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan sport tourism di daerah masih menghadapi sejumlah tantangan. Tantangan pertama adalah keterbatasan infrastruktur, seperti akses jalan, fasilitas sanitasi, area parkir, jalur olahraga, rambu keselamatan, fasilitas kesehatan, dan sistem transportasi pendukung. Tanpa infrastruktur yang memadai, kegiatan sport tourism dapat menimbulkan risiko keselamatan dan menurunkan kualitas pengalaman wisatawan.

Tantangan kedua adalah lemahnya manajemen event. Banyak kegiatan olahraga daerah diselenggarakan hanya sebagai agenda tahunan tanpa konsep jangka panjang. Akibatnya, event tidak memiliki branding yang kuat, dokumentasi yang baik, basis data peserta, strategi promosi, atau evaluasi dampak. Jika kondisi ini terus terjadi, sport tourism tidak akan berkembang menjadi produk pariwisata yang berkelanjutan.

Tantangan ketiga adalah rendahnya kolaborasi lintas sektor. Sport tourism berada di antara sektor olahraga, pariwisata, kesehatan, ekonomi kreatif, transportasi, keamanan, dan lingkungan. Jika masing-masing sektor bekerja sendiri-sendiri, maka pengembangan sport tourism akan berjalan parsial. Diperlukan koordinasi antara pemerintah daerah, dinas pariwisata, dinas pemuda dan olahraga, komunitas olahraga, akademisi, pelaku usaha, sponsor, media, serta masyarakat lokal.

Tantangan keempat adalah promosi digital yang belum optimal. Banyak daerah memiliki potensi alam dan event olahraga yang menarik, tetapi tidak mampu mengemasnya dalam narasi visual dan strategi komunikasi yang kuat. Padahal, sport tourism sangat bergantung pada daya tarik visual, dokumentasi, testimoni peserta, dan penyebaran informasi melalui media sosial. Tanpa promosi digital yang baik, event hanya akan dikenal secara lokal dan sulit menarik peserta dari luar daerah.

Tantangan kelima adalah belum kuatnya kajian dampak. Pengembangan sport tourism sering kali hanya diukur dari jumlah peserta atau keramaian kegiatan, padahal indikator keberhasilan harus lebih luas, seperti peningkatan aktivitas fisik masyarakat, dampak ekonomi lokal, kepuasan peserta, keterlibatan UMKM, efektivitas promosi destinasi, dan keberlanjutan lingkungan. Daerah perlu mulai membangun sistem evaluasi agar pengembangan sport tourism berbasis data, bukan hanya asumsi.

7. Strategi Pengembangan Sport Tourism sebagai Sarana Aktivitas Fisik dan Promosi Daerah.

Berdasarkan hasil kajian, terdapat beberapa strategi penting dalam pengembangan sport tourism. Pertama, daerah perlu melakukan pemetaan potensi lokal. Pemetaan ini mencakup identifikasi destinasi alam, ruang publik, komunitas olahraga, aksesibilitas, fasilitas pendukung, budaya lokal, serta peluang ekonomi masyarakat. Pemetaan menjadi dasar untuk menentukan jenis sport tourism yang paling sesuai dengan karakter daerah.

Kedua, pemerintah daerah perlu membangun kalender event sport tourism yang terencana. Event tidak cukup diselenggarakan secara insidental, tetapi harus memiliki jadwal, konsep, target peserta, strategi promosi, dan evaluasi tahunan. Kalender event akan memudahkan promosi, menarik sponsor, dan memberi kepastian bagi wisatawan maupun pelaku usaha lokal.

Ketiga, pengembangan sport tourism perlu melibatkan komunitas olahraga. Komunitas lari, sepeda, pendaki, renang, yoga, senam, dan olahraga rekreasi lainnya memiliki jaringan sosial yang kuat. Mereka dapat membantu menyebarkan informasi, menarik peserta, memberi masukan teknis, dan menjaga keberlanjutan kegiatan. Tanpa komunitas, sport tourism akan sulit berkembang karena kehilangan basis partisipasi.

Keempat, sport tourism perlu dikaitkan dengan promosi budaya dan produk lokal. Event olahraga dapat dikombinasikan dengan festival kuliner, pameran UMKM, pertunjukan seni, promosi desa wisata, dan paket perjalanan lokal. Strategi ini membuat peserta tidak hanya datang untuk berolahraga, tetapi juga mengonsumsi produk wisata daerah.

Kelima, daerah perlu memperkuat standar keamanan dan pelayanan. Jalur kegiatan harus aman, petugas kesehatan harus tersedia, informasi kegiatan harus jelas, dan layanan peserta harus dikelola

profesional. Aspek ini penting karena pengalaman buruk peserta dapat berdampak negatif terhadap citra destinasi.

Keenam, promosi digital harus menjadi bagian utama dari sport tourism. Setiap event perlu memiliki identitas visual, dokumentasi foto dan video, publikasi media sosial, kerja sama dengan komunitas digital, dan strategi penyebaran konten setelah kegiatan selesai. Dalam era pariwisata berbasis media sosial, dokumentasi visual bukan pelengkap, tetapi bagian dari strategi promosi destinasi.

8. Implikasi Sport Tourism bagi Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi.

Sport tourism memiliki implikasi penting bagi bidang Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi karena memperluas ruang kajian aktivitas fisik di luar konteks sekolah dan olahraga prestasi. Melalui sport tourism, aktivitas fisik dapat dipahami sebagai bagian dari gaya hidup, rekreasi, pariwisata, interaksi sosial, dan pembangunan masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan jasmani yang tidak hanya menekankan kemampuan gerak, tetapi juga pembentukan kebiasaan hidup aktif sepanjang hayat.

Bagi mahasiswa dan akademisi Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi, sport tourism dapat menjadi objek kajian yang relevan karena menghubungkan teori aktivitas fisik, manajemen olahraga, rekreasi, kesehatan masyarakat, promosi destinasi, dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian tentang sport tourism juga dapat dikembangkan dalam berbagai desain, seperti survei minat masyarakat, analisis dampak event olahraga, evaluasi kepuasan peserta, kajian potensi destinasi, analisis promosi digital, atau studi literatur mengenai tren wisata olahraga.

Secara umum, hasil kajian menunjukkan bahwa sport tourism memiliki peran strategis sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah. Sport tourism mampu mengemas olahraga menjadi pengalaman wisata yang menarik, sosial, dan bernilai ekonomi. Kegiatan ini dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif secara fisik, memperkuat citra destinasi, meningkatkan kunjungan wisatawan, membuka peluang ekonomi lokal, serta memperkuat kolaborasi lintas sektor.

Namun, pengembangan sport tourism harus dilakukan secara serius. Daerah tidak cukup hanya membuat event olahraga, tetapi harus membangun ekosistem yang mencakup perencanaan, infrastruktur, promosi digital, keamanan, keterlibatan masyarakat, penguatan komunitas, serta evaluasi dampak. Tanpa itu, sport tourism hanya akan menjadi kegiatan seremonial yang ramai sesaat tetapi lemah dalam kontribusi jangka panjang.

Dengan demikian, sport tourism tidak hanya menjadi isu pariwisata, tetapi juga menjadi isu pendidikan jasmani dan kesehatan masyarakat. Pengembangan sport tourism dapat menjadi sarana untuk membangun budaya hidup aktif, memperluas partisipasi masyarakat dalam olahraga, serta memperkuat hubungan antara kampus, pemerintah daerah, komunitas, dan pelaku pariwisata.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, sport tourism merupakan strategi yang relevan dalam mengintegrasikan aktivitas olahraga, rekreasi, promosi destinasi, dan pengembangan ekonomi daerah. Sport tourism tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan wisata berbasis olahraga, tetapi juga dapat menjadi sarana peningkatan aktivitas fisik masyarakat melalui kegiatan yang bersifat rekreatif, partisipatif, dan mudah diakses oleh berbagai kelompok usia. Aktivitas seperti lari wisata, bersepeda, hiking, olahraga air, olahraga pantai, serta event olahraga berbasis komunitas mampu mendorong masyarakat untuk lebih aktif bergerak dalam suasana yang menyenangkan dan bernilai sosial.

Sport tourism juga memiliki peran penting dalam promosi pariwisata daerah karena mampu memperkenalkan potensi alam, budaya, kuliner, ruang publik, dan identitas lokal melalui pengalaman langsung peserta maupun wisatawan. Event olahraga yang dirancang dengan baik dapat memperkuat citra destinasi, meningkatkan kunjungan wisatawan, mendorong publikasi digital melalui media sosial, serta menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku usaha lokal seperti UMKM, akomodasi, transportasi, kuliner, dan jasa pendukung lainnya.

Namun, pengembangan sport tourism tidak boleh dilakukan secara seremonial atau sekadar mengikuti tren. Keberhasilannya sangat bergantung pada perencanaan yang matang,

pemetaan potensi lokal, kualitas manajemen event, kesiapan infrastruktur, standar keamanan, promosi digital, keterlibatan masyarakat, serta kolaborasi antara pemerintah daerah, komunitas olahraga, akademisi, pelaku usaha, dan pengelola destinasi. Dengan pengelolaan yang terarah dan berkelanjutan, sport tourism dapat menjadi instrumen strategis untuk membangun budaya hidup aktif, memperkuat daya saing pariwisata daerah, dan mendukung pembangunan ekonomi lokal secara inklusif.

Secara umum, artikel ini menyimpulkan bahwa sport tourism memiliki potensi besar sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah, terutama apabila dikembangkan berbasis potensi lokal dan prinsip keberlanjutan. Oleh karena itu, pemerintah daerah dan pemangku kepentingan perlu menjadikan sport tourism sebagai bagian dari agenda pembangunan olahraga, kesehatan masyarakat, dan pariwisata daerah yang saling terintegrasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ilmiah ini, khususnya kepada institusi pendidikan, rekan akademisi, serta pihak-pihak yang telah memberikan masukan, referensi, dan dorongan intelektual sehingga artikel ini dapat disusun dengan baik. Dukungan tersebut menjadi bagian penting dalam memperkuat kualitas kajian mengenai sport tourism sebagai sarana peningkatan aktivitas fisik dan promosi pariwisata daerah.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada pemerintah daerah, komunitas olahraga, pelaku pariwisata, pengelola destinasi, serta masyarakat yang terus berperan dalam mengembangkan kegiatan wisata olahraga di berbagai daerah. Semoga artikel ini dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi pengembangan sport tourism yang lebih terarah, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi peningkatan aktivitas fisik masyarakat serta promosi pariwisata daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- An, B., & Yamashita, R. (2024). A study of event brand image, destination image, event, and destination loyalty among international sport tourists. *European Sport Management Quarterly*, 24(2), 345–363.
- Arisman, A., Qomara, D., Pujiati, A., & Anugrarisita, E. (2024). Sport tourism sebagai motor penggerak industri olahraga di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Olahraga*, 14(6), 526–535.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Domestic tourism statistics 2024*. BPS-Statistics Indonesia.
- Cerezo-Esteve, S., Inglés, E., Seguí-Urbaneja, J., & Soler-Prat, S. (2024). The social impact of sports habits on sustainable tourism development. *Sustainability*, 16(1), 1–17.
- Chalip, L. (2004). Beyond impact: A general model for sport event leverage. In B. W. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 226–252). Channel View Publications.
- Daniels, M. J., Norman, W. C., & Henry, M. S. (2004). Estimating income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 180–199.
- Du, J., Li, X., & Zhang, Y. (2025). Event image, destination image, and destination loyalty: An empirical study based on the Yongding Tulou marathon. *PLOS ONE*, 20(6), 1–18.
- Dzikrirazak, M. I. (2018). Dampak kegiatan pariwisata olahraga internasional Tour de Linggarjati terhadap kepariwisataan Kabupaten Kuningan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12(2), 85–98.
- European Commission. (2023). *Tourism & sport: A SHARE research document*. European Commission.
- Fauzi, R. A., Saputra, Y. M., Ma'mun, A., Nuryadi, N., & Handayani, S. R. (2025). Evaluation of sports tourism development policy in Sumedang: An implementation of the logic model. *Journal of Human Sport and Exercise*, 20(1), 302–315. doi:10.55860/xz69nw69
- Gibson, H. J. (2005). Sport tourism: Concepts and theories. *Sport in Society*, 8(2), 133–141.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160–170.

- Guntoro, T. S., Prasetyo, Y., Putra, M. F. P., Nurhidayah, D., Sinaga, E., Yuliana, E., & Nanda, F. A. (2024). Identifying opportunities for developing nature-based sport tourism to improve health in Papua: A bibliometric analysis of research over ten years. *Physical Education Theory and Methodology*, 24(5), 1–12. doi:10.17309/tmfv.2024.5.16
- Higham, J. (2005). *Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analysis*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport tourism development* (2nd ed.). Channel View Publications.
- Jia, H., Kim, S., & Lee, J. (2025). Verification of the impact of sports event service quality on destination image, satisfaction, and behavioral intention. *Behavioral Sciences*, 15(8), 1019.
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163–179.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2026). *Potensi sports tourism di Indonesia*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2025). *Sport tourism: Cara baru mempromosikan citra daerah dan produk lokal*. Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.
- Komaini, A. (2017). Pengembangan pariwisata olahraga sport tourism di kawasan wisata bahari Mandeh. *Sporta Sainatika*, 2(2), 230–242.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time: The sports tourism phenomenon. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 35–47.
- Lin, Y., Chen, X., & Wang, L. (2025). Exploring the effect of the sports tourism field on tourists' flow experience: The mediating role of tourism involvement and personality traits. *Frontiers in Psychology*, 16, 1–13.
- Moradi, E., Ehsani, M., & Saffari, M. (2022). Developing an integrated model for the competitiveness of sports tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 26, 100739.
- Murtono, P. A., Utama, I. P. S. J., & Ardana, I. K. (2024). Sport tourism: The urgency of Maybank Marathon as an international event to promote Balinese tourism and culture. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 12(2), 175–186.
- Nuryana, A., Rachman, A., & Suryadi, D. (2023). Sportainment and sport tourism strategy in the development of Indonesian tourism during the U-17 World Cup event. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 1–12.
- Pahrudin, P., Liu, L. W., Royanow, A. F., & Kholid, I. (2023). A large-sport event and its influence on tourism destination image in Indonesia. *Tourism and Hospitality Management*, 29(3), 335–348. doi:10.20867/thm.29.3.2
- Prasetyo, Y. (2021). Menggali potensi wisata alam untuk kegiatan sport tourism di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Keolahragaan*, 9(1), 1–10.
- Purwanto, E., Pujiyanto, A., & Pujiyanti, A. (2024). Potensi sport tourism dalam mendongkrak ekonomi kerakyatan. *Journal of Physical Activity and Sports*, 5(3), 132–138. doi:10.53869/jpas.v5i3.241
- Rossini, L., Falese, L., Andrade, A., & Federici, D. (2025). Exploring the socio-economic impact of small and medium-sized sports events on participants, tourism and local communities: A systematic review of the literature. *Journal of Sport & Tourism*, 28(4), 197–220.
- Supriyanto, A. (2024). Sport tourism sebagai strategi promosi dan peningkatan pendapatan Bumkal Candi Arta Kabupaten Bantul. *Majora: Majalah Ilmiah Olahraga*, 30(2), 1–10.
- Syafrianto, D., Permata, A., Alimuddin, A., Chaeroni, A., & Arifan, I. (2024). Pengembangan potensi wisata sport tourism melalui pelatihan pemandu wisata dan pelatihan petugas P3K di objek wisata Hutan Batu Desa Lumindai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1–9.
- UN Tourism. (2024). *Sports tourism*. UN Tourism.
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports tourism: Participants, policy and providers* (2nd ed.). Elsevier.
- Yana, I. G., Astra, I. K. B., & Suwiwa, I. G. (2021). Persepsi wisatawan terhadap potensi pariwisata olahraga wahana canyoning. *Indonesian Journal of Sport & Tourism*, 3(1), 26–34.