

PARIWISATA OLAHRAGA BERKELANJUTAN PADA PROGRAM BANYUWANGI FESTIVAL

Panji Sekar Pambudi

Mahasiswa S3 Ilmu Keolahragaan UNESA Surabaya

panji4you@gmail.com

Even besar olahraga merupakan alat yang dapat digunakan sebagai media promosi destinasi wisata. Even besar kegiatan olahraga yang didesain dengan cara tertentu dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang dan berkunjung pada sebuah destinasi. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung maka, secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada peningkatan 'economic value' masyarakat sekitar destinasi. Banyuwangi festival adalah rangkuman agenda kegiatan rutin tahunan pemerintah Kab.Banyuwangi sejak tahun 2012-2018 yang di dalamnya terdapat kegiatan dalam konteks pariwisata olahraga. Kegiatan tersebut disusun dan dirancang dengan tujuan mempromosikan destinasi wisata unggulan di Banyuwangi melalui ajang bergengsi: *Internasional Tour de Ijen, International Surfing Competition, Internasional Kite Wind Surfing, Balap Motor Cross, Ijen Green and Run, dan BMX Competition*. Artikel ini mengkaji tentang peran dan dampak kegiatan Banyuwangi Festival dalam konteks pariwisata olahraga. Dampak yang umum terasa bagi masyarakat sekitar destinasi adalah peningkatan kunjungan wisatawan yang bermuara pada perbaikan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan perbaikan infrastruktur. Dengan demikian, pariwisata olahraga jika dikelola dengan baik dapat berkontribusi positif dan menguntungkan sebagai alat promosi yang mampu mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya. Untuk itu, menjaga agar program yang sudah digagas dapat 'sustainable' serta dapat terus menerus dinikmati pada masa kini dan yang akan datang adalah sebuah tantangan yang patut diperjuangkan.

Kata Kunci: *Pariwisata Olahraga, Banyuwangi Festival.*

Big sport event is a potential mean to promote tourism destinations. The big sport event which is designed in certain way can attract tourists to come and visit a destination. In this case, big number of tourists who visit a destination will significantly help to increase the 'economic value' for the citizens around the destination. Banyuwangi Festival is a list of activities that belong to the annual agenda held by the government of Banyuwangi Regency since 2012 to 2018. Some activities are sport tourism events which are set and designed to promote the best tourism spots in Banyuwangi by conducting prestigious sport events i.e. International Tour de Ijen, International Surfing Competition, International Kite Wind Surfing, Motocross Race, Ijen Green and Run, and BMX Competition. This articel focuses on studying the roles and impacts of the activities in Banyuwangi Festival especially in the context of sport tourism. In general impact of the agenda for people around the destinations is that bigger number of tourists visiting their areas which leads to social and economic improvement as well as better infrastructure. In other words, sport tourism which is designed and administered well has the potential to positively contribute to attract as many tourists as possible to visit tourism destinations in Banyuwangi. Therefore, the sustainability of the program is a big task to take into account in order to answer any challenges to make sure that the annual agenda is attractive for now and in the future.

Keywords: *Sport Tourism, Banyuwangi Festival*

PENDAHULUAN

Secara umum pariwisata dan olahraga adalah dua istilah yang berbeda namun, dalam hal tertentu pariwisata dan olahraga dapat digunakan untuk mewakili kegiatan yang bersifat menyenangkan dalam memanfaatkan waktu luang, penyaluran hobi, mencapai prestasi, menikmati even kejuaraan olahraga dan berinteraksi dengan alam sekitar. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa yang dimaksud pariwisata olahraga adalah segala bentuk kegiatan wisata yang disusun dan direncanakan oleh wisatawan dalam kurun waktu tertentu yang bersifat menyenangkan dan gembira yang di dalamnya terfasilitasi oleh masyarakat dan pemerintah dalam rangka menikmati peristiwa atau momen olahraga.

Olahraga adalah serangkaian kegiatan yang disusun dan direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam kaitanya dengan kesenangan, kesehatan, prestasi serta rekreasi. Pada sisi lain, olahraga dapat dijadikan sebagai alat dan media untuk bersosialisasi serta sebagai alat dalam upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kaitanya dengan industri, seringkali olahraga menjadi cara yang yang dipandang baik untuk kegiatan promosi-promosi atau bahkan menjadi media sosialisasi produk-produk barang atau jasa.

Sejak tahun 2012-2018 pemerintah Kab. Banyuwangi menjadi penggagas giat produksi dalam rangka memaksimalkan dan mengolah sumber-sumber ekonomi. Sehubungan dengan hal tersebut pemerintah Kab. Banyuwangi melahirkan regulasi sebagai dasar penyelenggaraan even bergengsi yang bertajuk 'Banyuwangi Festival' yang di dalamnya berisi tentang agenda tahunan kegiatan dan promosi destinasi wisata melalui budaya, religi, seni dan olahraga.

Dalam serangkaian kegiatan Banyuwangi Festival tersebut, pariwisata olahraga dijadikan salah satu kegiatan rutin tahunan yang di dalamnya mempromosikan destinasi wisata. Dari banyak destinasi wisata yang ada, kawah ijen dan pulau merah dijadikan promosi destinasi wisata yang berbasis olahraga. Bentuk kegiatan promosi pada kedua destinasi tersebut adalah kejuaraan olahraga International Surfing dan balap sepeda International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI). Dua kegiatan tersebut didesain sedemikian rupa yang didalamnya mengenalkan daya tarik destinasi, salah satunya melalui even olahraga balap sepeda. Even balap sepeda internasional tersebut melibatkan atlet dari beberapa negara, kegiatan tersebut dilaksanakan dengan model etape-etape yang semuanya melintasi rute-rute dan daerah potensial wisata Banyuwangi. Harapannya dengan adanya kegiatan tersebut, akan dapat lebih optimal mengenalkan sekaligus memicu dan memacu daya tarik wisatawan (termasuk para atlet dan official olahraga serta para awak media yang meliput acara) untuk dapat mengenal lebih jauh tentang daya tarik wisata Banyuwangi.

Tabel 1. Banyuwangi Festival sub. Pariwisata olahraga

Tahun	Acara	Tanggal
2012	1. <i>Internasional Power Cross Championship</i>	1-2 Desember
	2. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	7-9 Desember
2013	1. <i>Internasional Surfing Competition Pulau Merah</i>	24-26 Mei
	2. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	2-5 Nopember
	3. Kejurnas Tenis Junior	6-10 Nopember
	4. <i>Internasional Power Cross Championship</i>	7-8 Desember
2014	1. <i>Internasional Surfing Competition Pulau Merah</i>	23-25 Mei
	2. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	16-19 Oktober
	3. <i>International Adventure Trail</i>	21 Desember
2015	1. <i>Banyuwangi Nasional Dragbike</i>	15 Maret
	2. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	6-9 Mei
	3. <i>Kite & Wind Surfing (Pulau Tabuhan)</i>	23 Agustus

Tahun	Acara	Tanggal
2016	4. <i>Internasional Surfing Competition</i> Pulau Merah	25-27 September
	1. <i>Banyuwangi International BMX</i>	2-3 April
	2. <i>Festival Karo Rafting & Tubing X Badeng</i>	16-17 April
	3. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	11-14 Mei
	4. <i>Underwater Festival</i>	21-22 Mei
	5. <i>Kite & Wind Surfing (Pulau Tabuhan)</i>	20-21 Agustus
	6. <i>Banyuwangi International Run</i>	9 Oktober
2017	7. <i>Banyuwangi International Ijen Green Run</i>	3 Desember
	1. <i>Banyuwangi International BMX</i>	22-23 April
	2. <i>Banyuwangi International Ijen Green Run</i>	23 Juli
	3. <i>Kite & Wind Surfing (Pulau Tabuhan)</i>	26-27 Agustus
2018	4. <i>Internasional Tour de Banyuwangi Ijen</i>	27-30 September
	1. <i>Banyuwangi Underwater Festival</i>	4-6 April
	2. <i>Banyuwangi International Ijen Green Run</i>	8 April
	3. <i>Banyuwangi International BMX</i>	30 Juni-1 juli
	4. <i>Festival Balap Perahu (Perahu Layar)</i>	28-29 juli
	5. <i>International Tour de Banyuwangi Ijen</i>	26-29 September

Pariwisata dan olahraga telah menjadi dua hal yang saling berdekatan dan saling mendukung. Kedekatan dan saling hubungan ini justru menjadi sangat signifikan. Itu terbukti dari berbagai fakta bahwa pemasaran sebagai bagian penting dalam setiap bisnis sering memanfaatkan setiap momen dalam event besar olahraga tertentu sebagai ajang untuk melakukan promosi (Caiazza & Audretsch, 2015; Dehnavi et al., 2012).

Untuk itu, dengan banyaknya destinasi wisata sebagai bagian dari pengembangan wisata berbasis olahraga 'sport tourism' maka, secara tidak langsung akan berdampak pada perubahan ekonomi dan sosial masyarakat sekitar, dikarenakan banyaknya kunjungan wisatawan akan berkonsekwensi positif bagi masyarakat sekitar dalam sektor usaha jasa dan sebagainya. Dengan demikian, dalam makalah ini penulis tertarik akan membahas dan mengulas keberlanjutan pariwisata olahraga pada program Banyuwangi Festival.

Pariwisata Olahraga

Berwisata dalam rangka untuk menikmati tujuan tertentu dapat disebut kegiatan pariwisata. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (UU. RI. Kepariwisata No. 10 Tahun 2009). Seperti diketahui bersama bahwa, sumbangan sektor pariwisata terhadap perolehan devisa dan penciptaan lapangan pekerjaan secara makro dapat signifikan (Damanik, 2013). Pengelolaan kepariwisataan yang baik sesuai dengan standar dan ketentuan yang ada akan dapat menjamin keberlanjutan program yang sudah dilaksanakan.

Kepariwisataan di daerah merupakan bagian dari pembangunan daerah secara keseluruhan, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif seperti terbukanya kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat serta dapat mengarahkan kegiatan yang positif bagi masyarakat dan generasi muda (Prasetyo, 2013). Seperti yang diketahui, setiap orang butuh hiburan dan atau kegiatan untuk mengisi waktu luang, selain daripada itu setiap kegiatan atau momentum kegiatan biasanya memunculkan keramaian, sehingga dapat dijadikan peluang dalam penawaran wisata yang berbasis rekreasi yang menguntungkan. Kehadiran wisatawan sendiri menciptakan peluang kerja bagi penduduk setempat, terutama di dalam penyediaan akomodasi, atraksi dan transaksi jasa terkait lainnya (Damanik, 2013).

Berkenaan dengan hal tersebut dukungan event besar kegiatan yang berbasis pariwisata olahraga dapat dipandang sebagai salah satu alat untuk mendukung pembangunan nasional (Caiazza & Audretsch, 2015). Umumnya olahraga juga dapat dijadikan sebuah alat yang dapat digunakan sebagai upaya dalam rangka menumbuhkan geliat ekonomi masyarakat, karena di dalamnya olahraga dapat menjembatani hubungan komunikasi antara individu dan kelompok atau sebaliknya dalam ruang lingkup industri dan pariwisata yang dapat menguntungkan oleh pelakunya (Dehnavi, Amiri, Dehkordi, & Heidary, 2012).

Wisatawan adalah sumber utama pendapatan dan pekerjaan untuk penduduk setempat oleh karena itu kesempatan menjadi tuan rumah olimpiade dan kejuaraan olahraga adalah kesempatan yang harus diambil, dikarenakan melalui moment tersebut akan mendatangkan banyak wisatawan sehingga berkonsekuensi ekonomi yang positif (Preuss et al., 2007). Banyak hal yang terjadi jika hal itu dilakukan seperti pembangunan infrastruktur baru, rekonstruksi kota, pertumbuhan pariwisata, peningkatan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan dan kesempatan kerja lokal. Untuk itu dapat dijadikan sebuah alasan untuk menjadi tuan rumah pada kompetisi olahraga (Homafar, Honari, Heidary, Heidary, & Emami, 2011). Kemudian, pariwisata olahraga dianggap sebagai hal yang efektif sebagai alat untuk menangani kemiskinan dan pengangguran serta peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat utamanya pada negara yang belum maju. Keberadaan pariwisata dirasakan oleh masyarakat di sekitar objek wisata tersebut sebagai suatu keuntungan, dari segi material dengan meningkatnya pendapatan masyarakat. Keuntungan-keuntungan lainnya dengan adanya obyek pariwisata ini adalah dibangunnya sarana-sarana penunjang menuju lokasi pariwisata tersebut, misalnya transportasi, penginapan, kios-kios tempat menjual cinderamata dan lain sebagainya. Di samping itu pula akan terbukalah wawasan masyarakat tentang dunia luar dengan adanya interaksi langsung antara penduduk setempat dengan para wisatawan baik domestik maupun mancanegara (Prasetyo, 2013).

Ada dua macam obyek wisata olahraga: yang pertama memfungsikan olahraga demi pengembangan pariwisata berbasis profit, sementara yang lain adalah hasil dari sportbased kegiatan (Tassiopouloa & Haydamb, 2007). Masyarakat dapat memilih dan mempertimbangkan pada 2 model itu (Daniels, 2007) sehingga masyarakat dapat secara optimal memanfaatkan hasil positif. Karena ada berbagai motif keterlibatan dalam kegiatan olahraga, seperti kompetisi, rekreasi dan perjalanan untuk menonton kompetisi atau objek wisata olahraga (Tassiopouloa & Haydamb, 2007), sumber daya alam dan olahraga fasilitas pariwisata merupakan peran penting dalam menarik wisatawan ke kota tuan rumah, wilayah atau negara.

Berdasarkan data International Kiteboarding Association, terdapat sekitar 1,5 juta pemain kitesurfing (kitesurfer) di seluruh dunia. Ini merupakan pasar yang besar untuk dibidik guna menggairahkan wisata daerah. Perkiraan nilai pasar industri kitesurfing mencapai USD 250 juta, meliputi nilai penjualan perlengkapan, penyelenggaraan event, dan sebagainya <http://www.banyuwangiKab.go.id/>. Satu jenis pariwisata yang mendapat banyak perhatian dewasa ini adalah wisata olahraga (sport tourism). Wisata olahraga adalah jenis perjalanan untuk berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, baik sekadar rekreasi, berkompetisi, maupun bepergian ke situs-situs olahraga seperti stadion. Untuk itu wisata olahraga dapat digolongkan dalam dua kategori, yaitu sports participation travel (perjalanan untuk berpartisipasi dalam ajang olahraga, baik lomba maupun sekadar menjaga kesehatan) dan sport spectatorial travel (perjalanan menyaksikan ajang olahraga, seperti piala dunia, sea games, dan sejenisnya).

Wisata olahraga memang terus menggeliat. Berdasarkan prediksi World Tourism Organization (2001), pada 2020, akan ada 1,6 miliar orang yang bepergian. Industri

pariwisata mampu menyediakan 200 juta lapangan kerja dengan perputaran uang mencapai USD 2 triliun dan Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) memperkirakan Industri Pariwisata pada tahun 2020 akan meningkat dengan tingkat tahunan sebesar 4,1% (Heidary, Sajjadi, Farahani, Pour, Meshkini, Heidary, 2011).

Melalui berbagai ajang olahraga, wisatawan juga mulai ramai dengan tren kunjungan yang terus meningkat, untuk itu dapat dikatakan bahwa "sport tourism' cukup efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata. Di beberapa negara, sport tourism sudah menyatu dalam konsep pemasaran pariwisatanya," kompas 27/9/2015 untuk itu bidikannya bukan hanya kesuksesan terselenggaranya sebuah event olahraga namun juga peningkatan ekonomi lokal pada daerah sekitar tempat diselenggarakannya event olahraga, dengan demikian olahraga yang dipadukan dengan promosi wisata semestinya mampu meningkatkan pendapatan daerah, dalam hal ini di kabupaten Banyuwangi.

Berbagai event olahraga yang ada di Banyuwangi mulai dari surfing competition di pulau merah, tour de ijen cycling, karo adventure, snorkling di pulau tabuhan, international run dan lain-lain semakin ditingkatkan eksistensinya dan ini berarti ada banyak peluang dalam peningkatan pendapatan dari berbagai sektor mulai dari kerajinan masyarakat lokal, homestay, perhotelan dan restoran. Dengan dukungan akses jalan dan infrastruktur yang menunjang diharapkan mampu mempermudah dan memperlancar mobilitas wisatawan atau masyarakat sehingga peluang industri olahraga akan terbuka lebar sejalan dengan peningkatan taraf hidup masyarakat di Banyuwangi.

Dalam geliat industri pariwisata tersebut, wisata olahraga menjadi salah satu yang paling pesat perkembangannya. Konsep sport tourism memang mempunyai ceruk pasar tersendiri (niche). Pada kisaran 2000, The British Tourist Authority dan English Tourism Board menyatakan, 20 persen dari jumlah total wisatawan yang datang di Inggris adalah wisatawan olahraga. Sama juga dengan Kanada yang pernah menyatakan, 37 persen perjalanan domestik di negara tersebut adalah wisatawan olahraga. Dengan demikian pariwisata olahraga dapat dipandang mampu dalam kontribusinya dalam hal kesempatan kerja bagi semua kalangan masyarakat (Eslami, Faharani, & Asadi, 2013).

Sejak dilaksanakannya program Banyuwangi Festival 'B-Fest' mulai dari 2012 sampai dengan saat ini, terbukti secara ampuh dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Banyuwangi. Sebagai gambaran, tren kunjungan wisatawan kawah ijen Banyuwangi meningkat secara umum, tahun 2011 total pengunjung 21.356, tahun 2012 turun menjadi 6.148, tahun 2014 sebanyak 24.402 data BKSDA JATIM 2015 (dalam Fitroh, S. K. A., Hamid, D., Hakim, L. 2017). Pada tahun 2015 sebanyak 150.561 dengan rincian wisatawan domestik 124.132 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 26.429 orang, kemudian pada tahun 2016 sebanyak 154.565 terdiri dari 4.267 wisatawan mancanegara dan 150.298 wisatawan nusantara BKSDA Wilayah III Agus Ngurah Krisna (dalam republika.co.id). Lebih lanjut tren kunjungan wisatawan di pulau merah juga didapati meningkat, pada tahun 2014 jumlah wisatawan lebih kurang 200.000 pengunjung, kemudian pada tahun 2015 meningkat menjadi 276.000 (www.banyuwangiKab.go.id) kemudian pada tahun 2016 pengunjung pulau merah sebanyak 198.454 wisatawan domestik dan 2.107 wisatawan asing (kompas.com).

Berdasarkan hal di atas, fenomena senada juga nampak dirasakan pada sisi penerbangan di Banyuwangi sebagai bukti maskapai penerbangan Garuda menerbangi rute Denpasar-Banyuwangi-Surabaya (PP) satu kali sehari menggunakan pesawat ATR 72-600. Sejak penerbangan ini dibuka pada April 2014 jumlah wisatawan yang datang ke Banyuwangi mengalami peningkatan berarti. Apalagi Banyuwangi memiliki 38 festival setahun yang sangat potensial mengundang wisatawan untuk datang ke anah Blambangan travel.kompas.com (diakses 19/12/2015).

Tabel 2. Data Kunjungan Wisatawan Ke Banyuwangi

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
866.333	1.068.414	1.495.629	1.972.393	4.099.588	4.931.969	750.652*

Sumber: DISBUDPAR Banyuwangi 2018

Berbicara tentang tren kunjungan wisatawan di Banyuwangi, bukan hanya destinasi kawah ijen dan pulau merah saja yang mengalami peningkatan kunjungan wisatawan secara signifikan, diduga masih banyak destinasi lain sebagai bagian dari pengembangan sport tourism di Banyuwangi juga mengalami hal yang sama.

Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Dalam konsep wisata berkelanjutan, secara umum mengedepankan prinsip-prinsip dalam pembangunan, diantaranya: keberlanjutan ekologi, keberlanjutan ekonomi dan sosial serta keberlanjutan budaya. Dalam perjalanan waktu, konsep pariwisata berkelanjutan diadopsi pada pembangunan pariwisata berkelanjutan '*sustainable tourism development*' yang dapat diartikan pembangunan pariwisata yang berorientasi pada kelestarian ekosistem dan sumber daya alam, kelestarian budaya serta manfaat ekonomi pada masyarakat. Dengan demikian ketiga prinsip penting tersebut menjadi prioritas guna menjamin pembangunan pariwisata berkelanjutan.

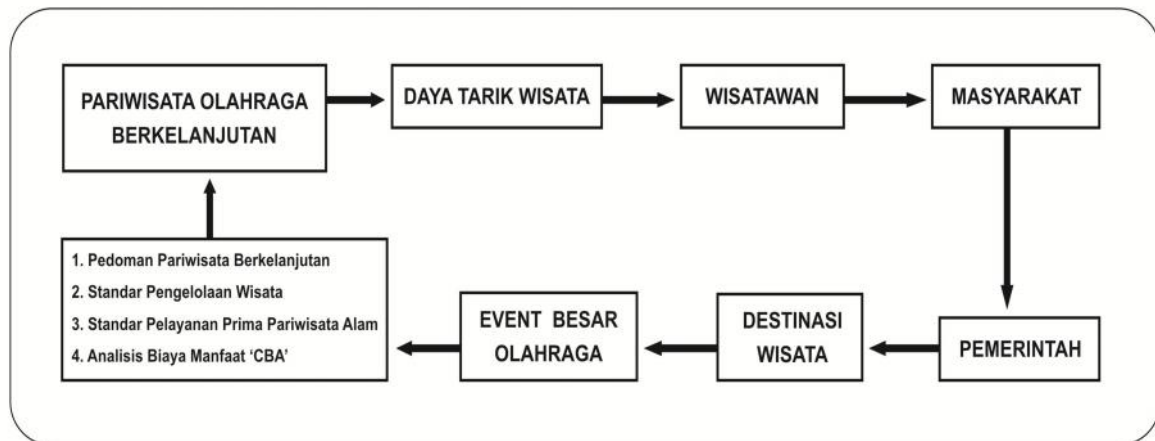
Untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan, dibutuhkan sinergi yang baik antar masyarakat dan pemangku kepentingan dengan berbagai prinsip yang ada, diantaranya: prinsip ekonomi yang berupa peningkatan belanja wisatawan, meningkatkan keuntungan bisnis, meningkatkan peluang kerja dan menebar manfaat pada lintas destinasi, prinsip sosial diantaranya pelestarian warisan budaya, perbaikan layanan dan dukungan infrastruktur, perbaikan kualitas hidup dan pelibatan masyarakat lokal, sedangkan prinsip lingkungan berupa perlindungan aset destinasi, pengelolaan dan dampak, menggalakkan program sadar wisata dalam bentuk edukasi pada masyarakat dan wisatawan serta membangun kemitraan yang kuat.

Konsep Pariwisata Olahraga Berkelanjutan

Berbicara tentang konsep pariwisata olahraga berkelanjutan, pariwisata olahraga merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Posisi olahraga umumnya lebih condong pada model/strategi promosi saja. Olahraga dan kompetisinya acapkali dijadikan alat seperti halnya pertunjukan/pergelaran seni yang lazim terjadi pada sebuah destinasi sebagai salah satu media promosi 'pemicu' untuk mengenalkan destinasi wisata pada wisatawan, namun demikian konsep pariwisata olahraga butuh dikembangkan lagi secara mendalam demi terciptanya model pariwisata olahraga berkelanjutan.

Pariwisata olahraga merupakan perpaduan antara kegiatan olahraga dan rekreasi 'wisata' yang saat ini berkembang pesat dan banyak dinikmati wisatawan. Potensi wisata Indonesia mulai dari dirgantara, laut dan darat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang menggemari tantangan alam 'adventure' mulai dari mendaki gunung, arung jeram, treking sampai dengan olahraga air, sehingga dapat diartikan bahwa wisata itu adalah tujuan dan olahraga itu adalah alat untuk mencapai tujuan.

Even pada olahraga merupakan bentuk lain kegiatan wisata yang bertema olahraga, even olahraga umumnya mampu mendatangkan banyak orang, seperti: Sea Games, PON, PORPROV. PORDA dan sebagainya. Kegiatan ini biasanya terjadwal dan rutin sepanjang tahun, berbeda dengan even dengan tujuan tertentu misalnya *10K, Trail Adventure, Tour By Cycle, Goves* dan lain-lain yang mempunyai tujuan promosi, persahabatan, aktualisasi komunitas olahraga tertentu dan lain sebagainya.



Gambar 1. Ilustrasi Model Alur Pariwisata Olahraga Berkelanjutan

Regulasi Pariwisata Berkelanjutan

Agar kegiatan kepariwisataan dapat dinikmati terus menerus pada masa sekarang dan masa yang akan datang “*sustainable*” maka diperlukan acuan, tatanan dan aturan serta standar dalam pelaksanaannya, yakni:

1. Permenpar No. 14 Tahun 2016 Pasal 3, tentang 4 Kriteria Pedoman Pariwisata Berkelanjutan
 - a. Pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan
 - b. Pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal
 - c. Pelestarian budaya bagi masyarakat dan pengunjung
 - d. Pelestarian lingkungan
2. Pengelolaan wisata berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI)
 - a. Kelestarian Ekosistem
 - 1) Terpeliharanya lansekap alami
 - 2) Terpeliharanya keberadaan spesies endemik/langka/dilindungi
 - b. Terpeliharanya Objek Daya Tarik Wisata
 - 1) Terpeliharanya sumber daya/lingkungan yang mendukung kegiatan wisata
 - 2) Vandalisme tidak ada
 - c. Kelestarian Sosial Budaya
 - 1) Modal sosial
 - 2) Terpeliharanya kelestarian sosial budaya
 - 3) Keterbukaan akses (akses jalan dan informasi)
 - d. Kepuasan, Keselamatan dan Kenyamanan Pengunjung
 - 1) Terlaksanakannya pelayanan prima
 - 2) Terlaksanakannya interpersasi sumberdaya alam yang digunakan sebagai daya tarik wisata alam
 - 3) Terjaminnya keselamatan pengunjung dan sumberdaya/objek
 - e. Manfaat Ekonomi
 - 1) Manfaat bagi masyarakat
 - 2) Manfaat bagi pengusaha
 - 3) Manfaat bagi pemerintah
3. Standar pelayanan prima masyarakat pada pariwisata alam. Pusat Standarisasi Lingkungan dan Kehutanan 2015, yang meliputi:
 - a. Keselamatan pengunjung
 - b. Terpeliharanya fungsi ekosistem dan sumber daya wisata alam
 - c. Efisiensi dan penghematan energi

- d. Efisiensi air
 - e. Pengelolaan limbah padat dan cair
 - f. Sikap ramah lingkungan
 - g. Program edukasi
 - h. Peran serta masyarakat
4. Analisis Biaya-Manfaat '*Cost Bennefit Analysis*' CBA
- Sesuai dengan Petunjuk Pelaksanaan tentang Pedoman Pengintegrasian Kerangka Regulasi dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional No. 2/JUKLAK/SESMEN/03/2014 bahwa, analisis biaya-manfaat adalah suatu metode yang digunakan untuk membandingkan berbagai biaya atau resiko sebagai implikasi dan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari sebuah kebijakan atau regulasi. Teknik analisis ini berasal dari teori ekonomi untuk menghitung dan membandingkan surplus biaya intervensi bentuk kegiatan pariwisata olahraga terhadap manfaat yang timbul, (Kasenne, Chalip, & Green, 2011) dalam hal ini biaya dan manfaat dapat ekspresikan melalui satuan moneter (misal: Rupiah, US Dollar). Dalam hal ini biaya adalah berbagai variabel yang perlu diperhitungkan termasuk resiko untuk mencapai tujuan kebijakan/regulasi yang akan ditetapkan. Sedangkan manfaat adalah harapan yang akan diperoleh dengan ditetapkannya suatu kebijakan/regulasi.
- a. Tujuan Metode Analisis Biaya dan Manfaat '*CBA*'
Tujuan dilaksanakannya CBA adalah untuk membantu pengambil kebijakan dan/atau pembentuk regulasi untuk memilih alternatif kebijakan/regulasi yang terbaik.
 - b. Prinsip-prinsip dari Analisis Biaya dan Manfaat '*CBA*'
 - 1) Perlu mendasarkan pada analisis keadaan yang mengacu pada visi-misi Presiden untuk memenuhi tujuan pembangunan Nasional.
 - 2) Dalam melakukan analisis perlu mempertimbangkan semua aspek terkait (antar bidang, lintas bidang, dan kewilayahan).
 - 3) Analisis dapat dilakukan baik sebelum maupun setelah kebijakan dan/atau regulasi dibentuk.
 - 4) Dilakukan oleh pihak yang memahami bidang terkait sehingga dapat menemukenali dan mempertimbangkan dampak finansial maupun dampak non finansial.
 - 5) Analisis dilakukan dengan melibatkan semua pemangku kepentingan yang akan terkena dampak baik resiko dan manfaat
 - 6) Analisis biaya dan manfaat harus diumumkan kepada masyarakat.
 - c. Langkah-langkah dalam Menerapkan Analisis Biaya dan Manfaat
 - 1) Mengidentifikasi siapa saja yang akan terkena dampak. Pihak yang terkena dampak dapat terdiri dari Pemerintah, swasta/dunia usaha, kelompok atau golongan di dalam masyarakat (pemuda, perempuan, anak-anak, lansia, masyarakat adat, petani, nelayan, orang miskin, orang sakit, dan lain sebagainya)
 - 2) Mengidentifikasi semua jenis manfaat dan biaya pada masing-masing kelompok masyarakat yang akan terdampak.
 - d. Contoh "Biaya" antara lain meliputi:
 - 1) Pemerintah: biaya yang harus dikeluarkan dalam hal perumusan kebijakan, pembentukan regulasi, penerapan regulasi dan penegakannya;
 - 2) Dunia usaha: ongkos produksi, kesempatan berusaha/bekerja yang hilang/berkurang, keuntungan yang hilang/berkurang;
 - 3) Masyarakat umum: pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup, banjir, kekeringan, penyakit, kehilangan mata pencaharian/pekerjaan, kehilangan jiwa, kehilangan tempat tinggal, kehilangan sumber mata pencaharian, kehilangan

- kesempatan sekolah, kehilangan kebebasan berkumpul, mahal nya ongkos transportasi;
- 4) Masyarakat adat: berkurangnya mata pencaharian, kehilangan tempat tinggal, dan lain-lain.
- e. Contoh “manfaat” antara lain meliputi:
- 1) Pemerintah: penerimaan negara, berkurangnya beban anggaran negara;
 - 2) Dunia usaha: terbukanya kesempatan berusaha/kemudahan berusaha, meningkatnya keuntungan, produktivitas dan sebagainya;
 - 3) Masyarakat umum: meningkatnya kualitas lingkungan hidup, kesehatan, harapan hidup, kesejahteraan, bertambahnya akses pendidikan dan kesehatan bagi masyarakat miskin, dan lain-lain.
- f. Mengukur/menilai (dalam rupiah) semua manfaat dan biaya, bila memungkinkan. Seluruh biaya dan manfaat di atas diukur nilainya dalam rupiah. Untuk jenis biaya dan manfaat yang sulit untuk mengukur nilai rupiahnya, maka penghitungan dilakukan berdasarkan penghitungan *willingness to pay* atau *willingness to accept*.
- g. Mengukur/menilai (dalam rupiah) *baseline* manfaat dan biaya, yaitu manfaat dan biaya dalam kondisi saat ini ketika kebijakan dan atau regulasi belum dibentuk (dalam kondisi *Business As Usual*)
- h. Membandingkan manfaat dan biaya antara *baseline* dengan apabila ada intervensi (kebijakan dan atau regulasi) dalam rupiah.
- i. Untuk mengetahui apakah manfaat yang diperoleh dari pembentukan kebijakan/regulasi adalah lebih besar daripada biaya dalam kondisi *Business As Usual*. Bila manfaat yang akan diperoleh adalah sama dengan ketika kondisi *Business As Usual*, maka tidak perlu ada kebijakan baru/regulasi baru.
- j. Membuat laporan hasil Analisis Biaya dan Manfaat dan menyusun rekomendasi berdasar hasil Analisis Biaya dan Manfaat
- k. Hasil Analisis Biaya dan Manfaat dan rekomendasi diumumkan kepada masyarakat.

Dari keempat parameter pariwisata berkelanjutan di atas akan dapat terlaksana dengan optimal jika pelaksanaannya dapat bersinergi dengan baik antara masyarakat, wisatawan, pengelola wisata dan pemerintah dalam rangka mewujudkan pariwisata berkelanjutan.

SIMPULAN

Banyuwangi Festival adalah gagasan pemerintah Banyuwangi dalam mengoptimalkan kunjungan wisatawan, sekaligus upaya dalam melestarikan budaya asli Banyuwangi yang didalamnya mengeksplorasi ragam keunikan dalam bingkai agenda tahunan yang bergengsi. Pariwisata olahraga sebagai bagian dari program Banyuwangi Festival mampu berkontribusi dalam peningkatan kunjungan wisatawan, terbukti pada jumlah kunjungan wisatawan ke Banyuwangi yang meningkat pesat dari tahun ke tahun adalah bukti kesuksesan sebuah program. Lebih lanjut, dikenalnya Banyuwangi sebagai destinasi wisata unggulan diharapkan dapat menjadi ladang subur dalam hal perluasan lapangan kerja yang bermuara pada perbaikan ekonomi dan sosial masyarakat. Banyaknya destinasi wisata Banyuwangi yang belum dikembangkan, adalah potensi yang dapat dipromosikan melalui bentuk-bentuk pariwisata yang berbasis olahraga. Even besar olahraga akan melibatkan banyak orang dan wisatawan, hal itu merupakan peluang dalam pengembangan industri olahraga yang berbasis masyarakat. Dengan demikian jika dikembangkan, pariwisata olahraga akan menjadi atraksi wisata yang menarik dan menghasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Caiazza, R. & Audretsch, D. (2015). Can a Sport Mega-Event Support Hosting City's Economic, Socio-Cultural and Political Development?. *Tourism Management Perspectives* 14: 1-2.
- Damanik, P., J., (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts . *Ann. Tourism Res.*, 34(2): 332-347.
- Dehnavi, A., Amiri, M., Dehkordi, P. H. Heidary, A. (2012). On the Multidimensionality of Sport Tourism: Challenges and Guidelines. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2: 105-108.
- Eslami, S., Foharani, A., Asadi, H. (2013). The effects of development of sport tourism on the employment: A review of related research. *International Journal of Sport Studies*.3(1): 105-110
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D., Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survey pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 42(42): 18-25.
- Homafar, F., Honari, H., Heidary, A., Heidary, T., Emami, A. (2011). The Role of Sport Tourism in eMployment, Income and Economic Development. *Journal of Hospitality Management and Tourism*. 2(3): 34-37.
- Permenpar No. 14 Tahun 2016 Pasal 3, Pedoman Pariwisata Berkelanjutan
Petunjuk Pelaksanaan tentang Pedoman Pengintegrasian Kerangka Regulasi dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional No. 2/JUKLAK/SESMEN/03/2014.
- Prasetyo, P. (2013). Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan. *E-Journal Ilmu Pemerintahan*. 1(1): 151-164.
- Preuss, H, Benoit, S, Norm, O, & Reilly, K. (2007). Profiling Managing Sport Event Visitors: The 2002 Commonwealth Games. 12: 5-23.
- Tassiopoulou, D., & Haydamb, N. (2007). Golf Tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports Tourism". *Tourism Manage*, 29(5): 870-882.