



## **Perkembangan industri olahraga obyek wisata dan rekreasi di Kabupaten Magetan**

**Andri Wahyu Utomo**

Program Studi Ilmu Keolahragaan, Universitas PGRI Madiun,  
Email: [andri@unipma.ac.id](mailto:andri@unipma.ac.id)

---

### ***Abstrak***

Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara terutama di lingkungan daerah. Indonesia merupakan suatu negara yang sudah harus melakukan industrialisasi olahraga sebagai salah satu cara menanggulangi tersendatnya minat maupun prestasi dibidang olahraga. Melalui industrialisasi olahraga fasilitas-fasilitas dan even-even olahraga diharapkan akan meningkatkan kualitas atlet yang dapat terasah kemampuan serta prestasi nantinya. Pengembangan industri olahraga, khususnya pariwisata olahraga perlu mendapat perhatian yang serius agar mampu menciptakan suatu masyarakat yang maju. Pengelolaan manajemen yang optimal, potensi sumber daya alam yang ada sangat memadai untuk dikembangkan. Industri mikro keolahragaan merupakan upaya kolektif dari berbagai pihak untuk mengembangkan perilaku ekonomi antara produsen dan konsumen dengan dijumpai oleh bentuk-bentuk produksi barang atau jasa olahraga di daerah wisata suatu daerah. Pengembangan olahraga yang bisa dilakukan untuk mengembangkan daya tarik wisata di objek wisata diantaranya: 1) olahraga prestasi, 2) olahraga rekreasi, 3) olahraga industri. Segmentasi industri olahraga sesuai dengan tipe produk dapat dikembangkan melalui 1) *sport performance*, 2) *sport production*, 3) *sport promotion*.

**Kata Kunci :** Industri Olahraga, Pengembangan Olahraga

### ***Abstract***

*Sports industry is one of the aspects which are crucial to making the development of a country economy especially in the vicinity of the regions. Indonesia is a country that has to be done industrialization sport as one way to tackle interest and delay achievement in sports, Through industrialize to begin with the sport of facilities - of business facilities and the opening major of the - sport event to is expected to improve the the quality of an athlete who can be terasah skill and achievement later on. The development of industry sports, especially tourism sports need to be serious consideration to be able to create a society that forward. Management optimal, the potential of much natural any very adequate to developed. Sport is an effort of micro industry collectively from various parties to develop economic behavior between the producer and the consumer with bridged by a shape - form the production of*

*goods or services in a sports tourism an area. Sports development of things can be done to open possibilities of developing tourism attractiveness at an object tourist attraction although last year and among the companies were: sports achievement, 2 ) recreational sports, 3 ) sports industry. As well as the industrial segmentation sports conforming to a type products can developed through. 1) sport performance, 2) sport production, 3) sport promotion.*

**Keywords :** *sports industry; sports development*

**How To Cite :** Utomo, A. W. (2018). Perkembangan industri olahraga obyek wisata dan rekreasi di Kabupaten Magetan. Prosiding SNIKU (Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA), 1 (1), 116-126.

## PENDAHULUAN

Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Di berbagai negara industri maju dan modern seperti di China, Amerika, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea dan beberapa negara maju lainnya. Olahraga telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara. Selain itu olahraga juga dirancang sebagai industri modern berskala global. Dalam membangun karakter bangsa, olahraga sudah menjadi identitas industri yang memiliki nilai tambah yang signifikan. Di Indonesia perkembangan industri olahraga masih memerlukan peran serta dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang berprestasi dengan dukungan industri olahraga dalam negeri.

Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sebagai lembaga pengembang industri olahraga di Indonesia telah mencanangkan suatu gagasan untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi dalam percaturan globalisasi. Langkah-langkah koordinasi dengan berbagai *stakeholder* telah ditempuh, kini Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga mencoba melangkah lebih jauh dalam rangka mengembangkan industri olahraga di Indonesia. Salah satu langkah penting yang

sangat mendesak untuk diimplementasikan adalah melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra industri olahraga yang telah ada dan mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah.

Olahraga di Indonesia masih tersendat-sendat dalam pencapaian prestasi. Hal ini diyakini karena kurangnya fasilitas dan program pendidikan yang baik. Kadin (Kamar Dagang dan Industri) Indonesia khususnya Bidang Pengembangan Industri Olahraga melihatnya, Indonesia sudah harus melakukan industrialisasi olahraga sebagai salah satu cara menanggulangi masalah tersebut. Sekaligus, ketertarikan negara-negara barat dan Amerika Serikat untuk berinvestasi dalam bidang olahraga di Asia merupakan moment tepat untuk mengembangkan industrialisasi olahraga (Ibnu, 2011: 1).

Melalui industrialisasi olahraga maka, fasilitas-fasilitas dan even-even olahraga akan meningkat sehingga kualitas atlet juga terasah. Peningkatan ini didapat dari investor-investor olahraga. Dalam penjelasan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, (2008: 30-31) telah diuraikan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan

peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Namun demikian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, terutama dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha.

Kendala dan hambatan tersebut tentu saja juga dirasakan pada pelaku usaha industri olahraga, yang pada umumnya "bermain" disegmen usaha mikro. Kemajuan industri mikro olahraga memiliki nilai strategis karena terkait dengan upaya pemberdayaan ekonomi rakyat kecil dan merupakan bagian dari upaya pengentasan kemiskinan. Iklim usaha yang kondusif di sektor industri olahraga juga menjadi indikator bahwa pembangunan olahraga sebenarnya memiliki dampak pengiring yang sangat luas. Dampak tersebut tidak hanya dibatasi pada komunitas olahraga, tetapi juga pada masyarakat secara luas, terkait dengan persoalan kesejahteraan sosial.

Pengembangan industri olahraga, khususnya pariwisata olahraga perlu mendapat perhatian yang serius agar mampu menciptakan suatu masyarakat yang maju dan lebih bersifat transformatif yaitu masyarakat maju baik secara struktural maupun kultural. Dimensi struktural tercermin pada upaya mengubah masyarakat yang dulu bersifat agraris menjadi masyarakat industri yang ditopang pada dua kekuatan pokok yaitu industri yang kuat didukung oleh pertanian yang tangguh mencakup penguasaan teknologi serta mempunyai daya saing yang kuat dalam memasuki pasaran global. Sedangkan dimensi kultural tercermin pada nilai-nilai baru yang berkembang dan sangat bermanfaat dalam menopang terbentuknya suatu masyarakat industri olahraga yaitu menyangkut sikap, tingkah laku rasional masyarakat, sadar kesehatan, dan kompetitif (Farida M., 2011: 2)

Manajemen olahraga yang belum optimal khususnya di tempat wisata di Kabupaten Magetan, mulai dari koordinasi sampai teknis di lapangan merupakan salah satu pemicu lemahnya daya tarik pengunjung untuk melakukan kunjungan ke objek-objek wisata di Kabupaten Magetan. Selain lemahnya manajemen olahraga faktor lain yang juga turut mempengaruhi lemahnya daya kunjung wisatawan baik domestik maupun manca adalah pengemasan atau pemasaran dari objek-objek wisata yang ada di kawasan Kabupaten Magetan tersebut. Kelemahan tersebut selain dipengaruhi oleh faktor intern dari pihak pemerintah dan masyarakat Kabupaten Magetan, namun juga faktor eksternal, dimana letak geografis dan juga fasilitas keterjangkauan dari Kabupaten Magetan yang cukup sulit untuk dijangkau. Sehingga pembangunan infrastruktur seperti pelebaran jalan ring road akan sangat membantu dari pengembangan akses ke kawasan wisata di Kabupaten Magetan.

Sedangkan apabila dilihat dari segi potensi tempat wisata di daerah Kabupaten Magetan sangatlah mendukung, ada beberapa objek wisata baik yang berupa pegunungan, sungai, telaga, waduk, dan lain-lain. Dari banyaknya objek wisata yang dimiliki oleh daerah kabupaten ini tentunya masyarakat Kabupaten Magetan berharap banyak dapat mengoptimalkan dengan maksimal sumber daya yang ada dalam rangka memperoleh keuntungan baik materi maupun kepuasan.

Apabila manajemen olahraga pada objek wisata di Kabupaten Magetan dikelola dengan baik dan terprogram, diharapkan pendapatan daerah dan juga masyarakat di Kabupaten Magetan akan terangkat perekonomiannya, sekaligus pengembangan olahraga di Kabupaten Magetan akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut pemakalah akan membahas masalah-masalah dan manajemen olahraga yang bisa dijadikan alternatif untuk mengoptimalkan tujuan dan fungsi

sumber daya alam yang ada di Kabupaten Magetan.

## PEMBAHASAN

### Industri olahraga

Industri (*industry*), yaitu suatu kegiatan untuk memproduksi atau menghasilkan barang yang mempunyai nilai lebih tinggi dari bahan bakunya. Menurut Tarmisi (1991: 7) industri dibagi menjadi 4 (empat), yaitu: 1) Industri genetik (asli), contoh: perhutanan, perkebunan, pertanian, dan lain-lain. 2) Industri ekstraktif, contoh: pertambangan, penggalian batu, emas, dan lain-lain. 3) Industri konstruksi, contoh: pembuatan gedung olahraga, stadion, lapangan olahraga, jembatan, dan lain-lain. 4) Industri pabrik, contoh: alat-alat olahraga, mesin, pakaian olahraga, sepatu olahraga, dan lain-lain. Menurut Pitts, Fielding, and Miller (1994), industri olahraga adalah setiap produk, barang, servis, tempat orang-orang dengan pemikiran yang ditawarkan pada publik berkaitan dengan olahraga. Dikutip dari pernyataan Nuryadi (2010: 10). *Sport Industry* adalah sebuah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan peralatan dan layanan. *Sport marketing* adalah penerapan spesifik prinsip dan proses pemasaran kepada produk olahraga dan untuk memasarkan produk nirlaba olahraga melalui asosiasi dengan olahraga.

Jika kita mengamati profil usaha industri olahraga di Indonesia, mereka dalam operasionalnya menghadapi masalah pokok: Masalah permodalan. Untuk masalah modal para pengusaha dalam menjalankan usahanya belum mengenal dan memanfaatkan lembaga perbankan. Selain itu para pengusaha industri olahraga (kecil) sulit untuk memperoleh kredit dari bank swasta. Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Umumnya usaha industri olahraga memperoleh pasar dengan cara-cara pasif. Mereka mengandalkan kekuatan promosi personel

*selling* yaitu komunikasi antar personal. Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi. Hal ini disebabkan karena lemahnya sumber daya manusia dalam menyerap ilmu pengetahuan dan teknologi. Masalah strategi pemasaran produk merupakan salah satu kendala besar bagi industri olahraga yang kecil untuk masuk pasar bebas. Seringkali pemasaran produk industri olahraga kecil harus melalui mata rantai. Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha. Kelemahan dalam mentalitas usaha dan kewirausahaan. Umumnya industri olahraga yang masih kecil sedikit sekali yang memiliki kreatifitas dan inovasi, kemandirian dan semangat untuk maju.

Kondisi industri olahraga yang masih kecil sebagaimana disebutkan di atas tentu saja sangat bertentangan dengan tuntutan arus pasar bebas. Pasar bebas menuntut bisnis olahraga sekalipun kecil haruslah tangguh, mandiri, dinamis, efisien, dan mampu membeikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan. Untuk memperbaiki profil industri olahraga Indonesia dengan berbagai masalah dan kelemahannya tersebut maka sangat dibutuhkan proses pemberdayaan usaha industri olahraga. Pemberdayaan tersebut haruslah menyentuh langsung pada keenam kelemahan di atas.

### Pola pengembangan industri olahraga

Perkembangan dunia olahraga saat ini telah memasuki ranah dunia industri. Hal ini dapat kita lihat dan buktikan dengan semakin bertambah banyaknya produk barang olahraga seperti sepatu, baju olahraga, peralatan *fitness* atau berupa bentuk jasa-jasa dibidang olahraga. Berkembangnya dunia bisnis olahraga seperti ini menjadi keuntungan tersendiri bagi masyarakat dalam memuaskan rasa haus mereka atas kebutuhan-kebutuhan olahraga. Bukan hanya sebagai konsumen, peluang menjadi bagian dan turut serta dalam perkembangan bisnis olahraga terbuka begitu lebar.

Didalam tumbuh kembangannya industri olahraga ada beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya: a) Di Indonesia terdapat adanya potensi pelaku olahraga dan berbagai ruang lingkup/dimensi keolahragaan yang besar. Ini merupakan salah satu keberhasilan program pemerintah untuk memasyarakatkan olahraga, b) Terdapat tiga areal *seller* bidang garapan yaitu olahraga pendidikan, olahraga rekreasi dan olahraga prestasi, dan c) Besarnya peluang tumbuh kembangnya industri di bidang olahraga. Dari ketiga area bidang garapan tersebut diatas, maka industri olahraga dapat menembus diberbagai segmen pasar.

Disamping memilih dan melakukan berbagai pendekatan untuk kesuksesan dalam bisnis olahraga, kiranya juga perlu dibangun sebuah komunikasi yang baik dengan berbagai pihak. Dengan komunikasi mampu memecahkan adanya sebuah konflik, sehingga akan didapatkan konsep solusi yang lebih berkualitas, meskipun akan ada sebuah perubahan, namun perubahan tersebut mengarah ke yang lebih baik serta memberi dampak kepada kemajuan bersama.

Industri olahraga memiliki ciri-ciri sebagai berikut: a) Perhatian terus-menerus pada bisnis, b) Merupakan bagian atau cabang bisnis, c) Sesuatu yang mempekerjakan banyak tenaga kerja dan modal, yang merupakan kegiatan yang nyata dari perdagangan (Webster's New Collegiate Dictionary).

Segmentasi industri olahraga dapat diklasifikasikan menurut tipe produk, jenis, dan ruang lingkup olahraga. Menurut Harada (1999) seperti yang dikutip oleh Mutohir (2003: 68), segmen industri olahraga di negara Korea terdiri atas segmen produk olahraga, fasilitas olahraga, dan layanan olahraga. Di lingkungan industri olahraga tradisional di negara Jepang, segmen industri olahraga meliputi produk olahraga, fasilitas olahraga, dan informasi olahraga. Di negara Taiwan, industri olahraga dibedakan menjadi olahraga prestasi,

produksi olahraga, dan promosi olahraga. Berdasarkan tipe produknya, industri olahraga menurut Parks, Zanger, dan Quarterman (1998), seperti yang ditulis oleh Lumintuarso (2005: 10) dibedakan menjadi tiga segmen, yaitu: *Sport Performance* (Penampilan Olahraga). Segmen ini meliputi bermacam-macam produk, seperti olahraga sekolah, perkumpulan kebugaran, tempat olahraga, olahraga profesional, dan taman olahraga kota. *Sport Production* (Produksi Olahraga). Segmen produksi olahraga ini dapat diberikan contoh, diantaranya bola untuk bola basket, bola untuk tenis, sepatu olahraga, kolam renang, dan perlengkapan olahraga. *Sport Promotion* (Promosi Olahraga). Segmen promosi olahraga ini dapat berupa barang dagangan, seperti kaos atau baju dengan logo produk tertentu, media massa baik cetak maupun elektronik, agen pemasaran olahraga (*sport marketing agency*), dan pengorganisasi even olahraga.

Disamping tersebut di atas, segmen industri olahraga dapat diklasifikasikan menurut ruang lingkup olahraga sebagai objek aktivitas, sebagaimana yang telah ditentukan di dalam UU RI No. 3 Th 2005. Menurut ruang lingkungannya segmen industri olahraga dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: (1). Olahraga pendidikan (*education sport*) adalah olahraga yang diselenggarakan sebagai bagian dari proses pendidikan. (2). Olahraga rekreasi (*sport for all*) adalah olahraga yang dapat dilaksanakan oleh setiap orang, satuan pendidikan, perkumpulan, dan organisasi olahraga. (3). Olahraga prestasi (*competitive sport*) adalah olahraga yang berorientasi pada pencapaian prestasi maksimal.

### **Penguatan sistem pembangunan keolahragaan**

Penguatan sistem pembangunan dibidang keolahragaan dikembangkan melalui pembangunan olahraga dan diarahkan untuk: (1). Mengembangkan kebijakan dan manajemen penyusunan dan

perencanaan program olahraga dalam upaya mewujudkan penataan sistem pembinaan dan pengembangan olahraga secara terpadu dan berkelanjutan; (2). Meningkatkan akses dan partisipasi masyarakat secara lebih luas dan merata untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran jasmani serta membentuk watak bangsa, sekaligus membangun konsepsi budaya olahraga di kalangan masyarakat; (3). Meningkatkan sarana dan prasarana olahraga yang sudah tersedia untuk mendukung pembinaan olahraga; (4). Meningkatkan upaya pembibitan dan pengembangan prestasi olahraga secara sistematis, berjenjang dan berkelanjutan; (5). Meningkatkan pola kemitraan dan kewirausahaan dalam upaya menggali potensi ekonomi olahraga melalui pengembangan industri olahraga; (6). Mengembangkan sistem penghargaan dan meningkatkan kesejahteraan atlet, pelatih, dan tenaga keolahragaan.

Tujuan program penguatan sistem pembangunan keolahragaan untuk mewujudkan keserasian berbagai kebijakan keolahragaan. Kegiatan pokok yang dilakukan antara lain: Pemetaan dan pendataan potensi Keolahragaan Kabupaten/kota se-Indonesia; Pengkajian kebijakan-kebijakan pembangunan di bidang Olahraga; Pengembangan kemitraan pemerintah dengan masyarakat dalam pembangunan keolahragaan; Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan pembangunan olahraga.

### **Strategi pengembangan industri olahraga**

Didalam pembangunan industri olahraga di Indonesia perlu kiranya re-orientasi program, beberapa hal tersebut diantaranya adalah sebagai berikut: Pengembangan budaya olahraga. Budaya olahraga merupakan landasan nasional. Budaya olahraga merupakan sikap dan kebiasaan masyarakat untuk senang berolahraga dan menjadikan olahraga sebagai gaya hidup sehat. Pengembangan budaya olahraga ini dapat dimulai dari

lingkup individu dan keluarga dengan cara memberikan apresiasi terhadap makna dan manfaat olahraga bagi peningkatan kesehatan dan kualitas hidup. Persaingan olahraga regional dan internasional. Prestasi olahraga nasional terus merosot di tingkat regional dan internasional. Kondisi ini disebabkan lemahnya daya saing olahraga nasional dibandingkan dengan negara-negara lain. Kebangkitan kekuatan baru dalam olahraga, baik di tingkat ASEAN, Asia, maupun dunia sangat berpengaruh terhadap posisi kekuatan olahraga Indonesia. Perkembangan olahraga di Thailand, Malaysia, China, dan beberapa negara pecahan Uni Soviet merupakan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi keputusan pembinaan olahraga pada umumnya di Indonesia. Manajemen olahraga nasional. Pendekatan integratif dalam penetapan kebijakan yang memungkinkan pembinaan dan pengembangan olahraga nasional secara harmonis, terpadu dan jangka panjang yang didukung dengan sistem pendanaan dengan prinsip kecukupan dan keberkelanjutan merupakan hal yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan olahraga. Sarana prasarana olahraga serta penerapan riset dan Iptek. Penerapan Iptek dalam pembinaan olahraga baik untuk meningkatkan mutu proses belajar-mengajar maupun pelatihan merupakan sebuah keniscayaan. Mutu proses menjamin tercapainya hasil belajar dan prestasi olahraga yang ditargetkan. Sulit dibayangkan pencapaian hasil belajar atau prestasi tinggi tanpa pemanfaatan Iptek. Tersedianya dukungan Iptek termasuk sarana laboratorium pengajaran dan pelatihan olahraga sangat diperlukan dalam upaya peningkatan prestasi. Sebagai contoh, keberhasilan prestasi olahraga negara lain seperti Australia dan China diantaranya karena persoalan ini. Sinkronisasi program antara pemerintah, masyarakat, dan swasta. Kebijakan-kebijakan olahraga yang diambil oleh Pemerintah sangat diperlukan dan masih

dominan untuk kelancaran proses di lapangan, seperti subsidi pembiayaan olahraga. Pihak masyarakat dan swasta sebagai pelaksana di lapangan, akan berlandung di balik kebijakan yang diputuskan pemerintah, sehingga dalam pelaksanaannya, pihak masyarakat atau swasta dapat berkerja tenang dan aman. Pihak ketiga pasar atau *market*, berkewajiban untuk memasyarakatkan atau memopulerkan olahraga pada masyarakat, agar sektor olahraga tidak hanya sebagai sector nonprofit tetapi juga profit dan dapat dijual ke masyarakat.

### **Peran Perbankan dalam pengembangan industri olahraga.**

Dalam hal pembinaan, perbankan sebenarnya turut dapat berperan beberapa di antaranya memiliki klub olahraga sendiri. Contohnya cabang olahraga bola voli ada Bank Jatim, Bank Jateng, Bank Jabar, Jakarta Bank DKI, Jakarta BNI 46 dan Palembang Bank Sumsel Babel, serta aktif mengikuti kompetisi dan merekrut atlet-atlet berbakat. Sangat diharapkan, perbankan tidak hanya berperan sebagai sponsor even atau suatu klub yang biasanya dimaksudkan juga sebagai upaya promosi, tetapi bisa masuk lagi lebih dalam.

### **Olahraga sebagai even pariwisata**

Gelaran even pariwisata menjadi bagian integral dan utama dari pengembangan pariwisata dan strategi pemasaran. Even pariwisata dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial dan ini bisa diartikan sebagai “pembangunan sistematis, perencanaan, pemasaran dan menjadi kilas balik sejarah masa lalu.” Tujuan dari even pariwisata dapat berupa: Untuk menciptakan citra yang menguntungkan bagi tujuan wisata pada daerah atau negara yang dituju; Untuk memperluas informasi budaya dan tradisi lokal; Untuk menyebarkan permintaan wisata yang lebih merata di suatu daerah; Untuk menarik pengunjung asing dan domestik.

Even dapat menjadi saluran yang paling umum di mana pengunjung memenuhi keinginan mereka untuk mencicipi makanan lokal dan tradisi, berpartisipasi dalam permainan, atau akan dihibur. Even lokal dan regional dapat memiliki keuntungan tambahan agar menjaga pasar pariwisata domestik aktif (Getz, 1991: 67). Even wisatawan atau pengunjung dapat didefinisikan sebagai mereka yang bepergian jauh dari rumah untuk bisnis, kesenangan, urusan pribadi atau tujuan lain (kecuali untuk pulang-pergi karena bekerja) dan yang menginap pada tujuan even (Masberg, 1998: 67).

### **Potensi sumber daya wisata di Kabupaten Magetan**

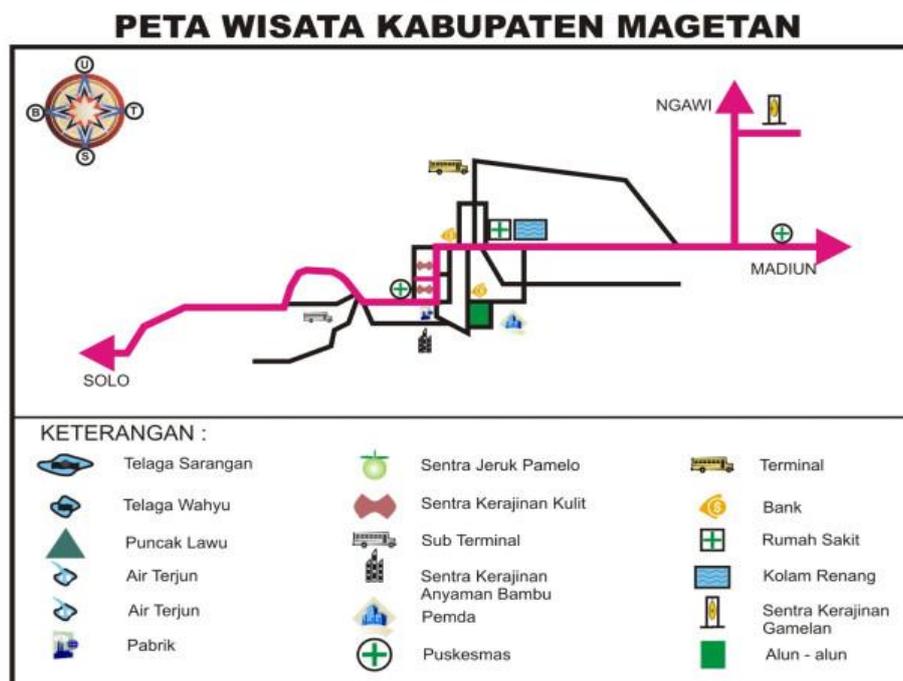
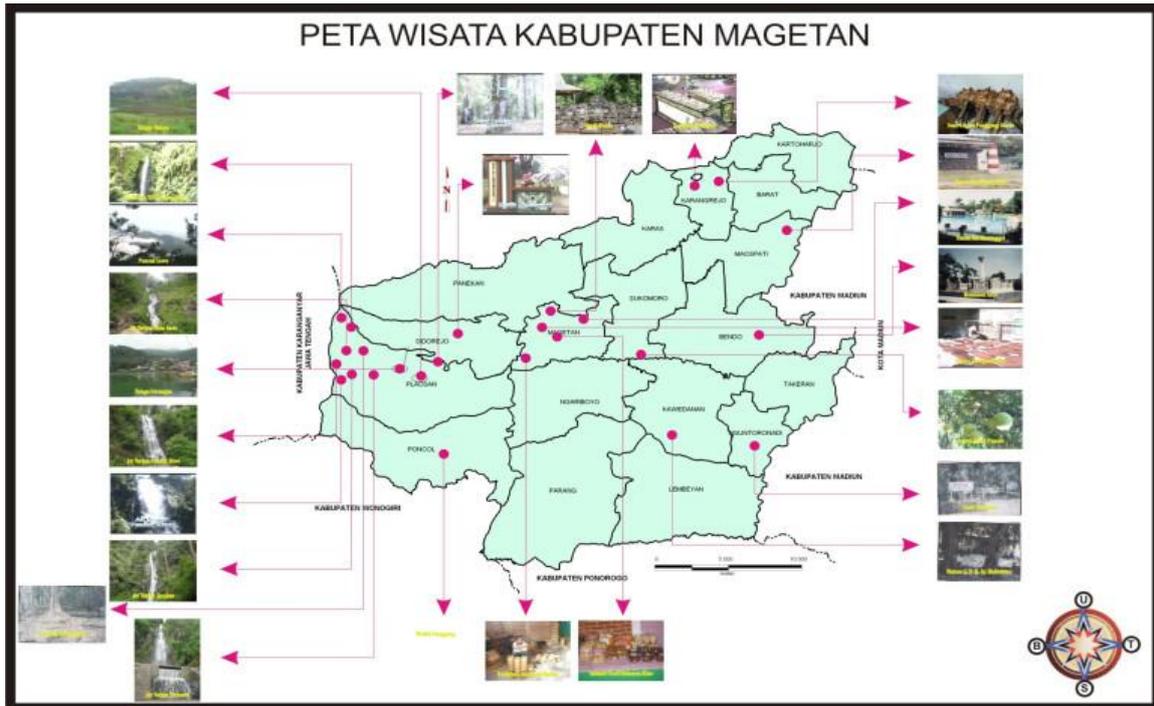
Pengembangan pariwisata merupakan salah satu andalan pembangunan di Indonesia sebagai negara yang sangat kaya akan obyek wisata karena keragaman budaya dan keindahan alamnya. Potensi wisata yang ada disetiap daerah dan pelosok termasuk di Kabupaten Magetan, memberikan peluang untuk peningkatan pariwisata baik dari segi kuantitas maupun segi kualitas agar dapat menjaga sifat keandalannya yang belum nampak kontribusinya pada masalah peningkatan dan peran kepariwisataan pada pembangunan daerah. Dilihat dari sisi ini, dapat dimengerti bahwa upaya pembangunan kepariwisataan perlu dilakukan secara berkesinambungan dan berkelanjutan, dengan harapan hasil pembangunan kepariwisataan itu dapat mempengaruhi bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dan memperpanjang lama tinggal serta kesan wisatawan terhadap aset wisata yang ada.

Kawasan wisata Sarangan dan sekitarnya merupakan bagian dari pengembangan pariwisata Kabupaten Magetan dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai aset wisata yang menarik sebagai obyek dan daya tarik wisata alam. Obyek wisata utama adalah Telaga Sarangan sedangkan obyek wisata pendukungnya adalah Telaga Wahyu, Air

Terjun Pundak Kiwo, Air Terjun Tirtosari, Air Terjun Jarakan, Air Terjun Watu Ondo, Prasasti Watu Ondo, Prasasti Watu Ongko, Puncak Lawu serta Mojosemi Forest Park dan Taman Bunga Sarangsari. Apabila kawasan-kawasan tersebut dapat di kembangkan dan di tata secara optimal, diharapkan nantinya akan dapat menjadi suatu kawasan wisata yang handal dan benar-benar layak dipasarkan baik untuk

wisatawan nusantara bahkan wisatawan mancanegara.

Berikut peta tempat-tempat wisata di Kabupaten Magetan, yang dapat dikembangkan dan dimanage khususnya menjadi tempat pengembangan wisata olahraga, baik olahraga rekreasi, olahraga prestasi, dan olahraga industri.



Gambar 1 : Peta Wisata Kabupaten Magetan (*tourist tourism-map*)

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan

Ada minimal 3 macam pengembangan olahraga yang bisa dilakukan untuk mengembangkan daya tarik wisata di objek wisata Kabupaten Magetan diantaranya: 1) Olahraga prestasi, 2) Olahraga rekreasi, 3) Olahraga industri.

### **Olahraga prestasi**

Dalam hal ini olahraga prestasi yang dimaksud adalah bagaimana kita harus manage suatu even olahraga yang bisa dilaksanakan di objek wisata atau sekitarnya yang memungkinkan untuk diselenggarakan suatu even olahraga. misalkan di kawasan Kabupaten Magetan gunung lawu bisa diselenggarakan even seperti: Lari/lawu *trail run*. Kegiatan lari lintas alam yang medannya berupa bukit, jalan setapak, serta pedesaan yang pelaksanaannya menuntut pelari untuk memiliki konsentrasi tinggi serta tenaga yang stabil; Balap sepeda */tour de lawu*. Balap sepeda dengan rute start dari kota kabupaten magetan dan finish pada obyek wisata telaga sarangan dengan medannya berupa jalan tembus atau ring road kabupaten magetan menuju obyek wisata telaga sarangan; Balap sepeda */downhill*. Perlombaan ini dilaksanakan dari *start* perbatasan antara wilayah Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah dengan *finish* di obyek wisata telaga sarangan Kabupaten Magetan yang medannya berupa turunan ekstrem pada pegunungan dan bukit-bukit, begitu juga dengan even olahraga air *rafting*, kapal *boat* dan olahraga aeromodeling yang diadakan di wilayah Kabupaten Magetan tepatnya di Lanud Iswahjudi Jl. Raya Maospati – Magetan.

### **Olahraga rekreasi**

Olahraga rekreasi di kawasan Magetan lainnya, suatu misal di Mojosemi *Forest Park* di pegunungan Lawu Kabupaten Magetan dapat dimanfaatkan untuk penyelenggaraan even kegiatan seperti: *outbound/gathering: air soft sport,*

*paintball, ATV adventure, archery,* berkuda. Pengoptimalan dan pengerahan massa pengunjung dengan pemasaran atau marketing evennya, bisa melalui sekolah, kantor maupun lembaga lain sehingga seluruh elemen masyarakat bisa tersentuh.

Untuk pengembangan olahraga rekreasi yang lain, beberapa tempat wisata di Kabupaten Magetan bisa dijadikan alternatif, misalkan di daerah Kecamatan Plaosan terdapat telaga wurung/telaga wahyu dimana ditempat tersebut bisa digunakan untuk kegiatan memancing.

### **Olahraga industri**

Untuk olahraga industri kawasan wisata yang memungkinkan dan banyak bisa digunakan untuk melakukan penjualan barang atau jasa dalam usaha di bidang olahraga, antara lain: Cemoro Sewu Sarangan, dan Jl. Sawo Magetan. Cemoro Sewu merupakan pintu masuk pendakian menuju lereng puncak gunung Lawu bagi penggemar olahraga *adventure* ini merupakan olahraga pendakian yang menantang dan potensial untuk dicoba. Gunung Lawu merupakan gunung api istirahat yang sudah lama tidak aktif. Dengan ketinggian 3.265 mdpl, Gunung Lawu memiliki 3 puncak yaitu puncak Hargo Dalem, Hargo Dumiling dan Hargo Dumilah yang merupakan puncak tertinggi. Pendakian melalui Cemoro Sewu ada titik *base camp* Pos 1 sampai Pos 5 (hargo dalem) untuk menuju puncak lawu (hargo dumilah). Lamanya perjalanan menuju puncak memerlukan waktu antar 5-6 jam perjalanan.

Indahnya pemandangan di kiri dan kanan saat perjalan dan titik puncak gunung menjadikan pengurangan lebih berkesan. Beberapa usaha seperti barang atau alat/perlengkapan olahraga pendakian dapat dijual di kawasan wisata ini, baik berupa perlengkapan jaket, pakaian dan juga alat-alat olahraga yang lain-lainnya.

Sementara itu di Jl. Sawo, Kabupaten Magetan merupakan sentra kerajinan kulit berupa produk hasil yang beragam mulai dari sepatu kulit, sandal kulit, jaket kulit, ikat pinggang, tas dan dompet kulit tas, jaket, juga sepatu olahraga. Untuk kualitas, produk sentra kerajinan kulit Magetan sudah diakui kualitasnya. Produk kulit Magetan sudah diakui oleh para konsumen sangat kuat dan awet. Hal ini tidak terlepas dari proses pembuatan yang secara *handmade*. Sehingga produk kulit yang dihasilkan memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri, berbeda dengan produk kulit hasil produksi pabrik dan sejenisnya.

### KESIMPULAN

Industri olahraga adalah setiap produk, barang, servis, tempat, orang-orang dengan pemikiran yang ditawarkan pada publik berkaitan dengan olahraga. Beberapa permasalahan industri olahraga; (a). Masalah permodalan. (b). Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. (c). Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi. (d). Masalah strategi pemasaran produk merupakan salah satu kendala besar bagi industri olahraga yang kecil untuk masuk pasar bebas. (e) Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha.

Terdapat tiga segmen industri olahraga yaitu: (a) *Sport performance*. (b) *Sport Production*. (c) *Sport Promotion*. Re-orientasi program strategi industri olahraga terdiri dari: (a). Pengembangan budaya olahraga. (b) Persaingan olahraga regional dan Internasional. (c) Manajemen olahraga nasional. (d) Sarana dan prasarana olahraga serta penerapan riset dan iptek. (e) Sinkronisasi program antara pemerintah, masyarakat, dan swasta. (f) Peran perbankan dalam pengembangan industri olahraga.

Pertumbuhan kegiatan olahraga yang menjadi dasar pendirian usaha pariwisata, rekreasi dan olahraga sebagai bagian

integral yang utama dari pengembangan pariwisata dan strategi pemasaran. Pertumbuhan pariwisata tergantung pada gelaran acara besar untuk kualitas manajemen dan pengetahuan manajer eksekutif. Seorang manajer even olahraga harus memiliki pelatihan yang lengkap di sektor pariwisata serta disektor olahraga, dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Tempat wisata yang ada di Kabupaten Magetan diharapkan mampu bersaing dengan tempat wisata yang lain, oleh karena itu dengan manajemen khususnya dalam bidang olahraga di kawasan wisata diharapkan mampu mengoptimalkan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Kerjasama yang sinergis antara pihak di Kabupaten Magetan, baik Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan dan dinas lainnya hendaknya didukung oleh program pemerintah yang jelas dan *support* yang lebih dari masyarakat sekitar Kabupaten Magetan untuk mengembangkan tujuan wisata dan olahraga di Kabupaten ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Kristiyanto, A. (2011). Penguatan Kebijakan Publik Usaha Pengentasan Kemiskinan Melalui Pengembangan Industri Mikro Olahraga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12, Nomor 2, Desember 2011, pp.200-211.
- Priyono, B. (2012) Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga.
- Ibnu. (2011). Visi, Misi, Sasaran dan Program Kadin Untuk Olahraga Nasional.
- Getz, D. (1991) *Special events*. In *Managing Tourism*, ed S Medelik.

pp. 67,123. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Lampiran Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Jakarta: Sinar Grafika.

Masberg, B. A. (1998) Defining the tourist: is it possible? *Journal of Travel Research*, vol. 37, p.p. 67-70.

Nuryadi. (2010). *Industri Olahraga (Sport Industry)*.

Parks & Recreation (2002).. *Running Sport: Event Management*. New Zealand.

Pitts B. G, Fielding, L. W., & Miller (1994). *Industry Segmentation Theory and Sport Industry*. Developing a Sport Industry Segmentation Model *Sport Marketing Quarterly*. 3. 1994. (Morgantown, WV: Titness Information Technologi, Inc).

R. Dodd & A. Cassels, “*Centennial Review: Health Development and the Millennium Development Goals*” (2006) 100:5-6 *Annals of Tropical Medicine & Parasitology* at 379-387.