BAB I

PENDAHLUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi saat ini, pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan terkuat dalam pembiyaan ekonomi di Indonesia secara global. Sektor pariwisata akan menjadi salah satu industri pendongkrak utama dalam perekonomian sekarang. Sebagai contoh, Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mulai mempromosikan pariwisata negaranya guna menarik perhatian wisata asing. Hal ini ditujukan agar pariwisata di Indonesia semakin terkenal dimata warga atau penduduk negara lain yang berkunjung ke Indonesia. Promosi yang dilakukan antara lain dengan menjual keanekaragaman jenis wisata dan budaya yang dimiliki Indonesia itu sendiri. Tanggapan positif pun bisa kita lihat dari banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berlibur dan menikmati wisata atau budaya khas Indonesia (www.travel.kompas.com).

Keragaman budaya dan wisata yang melimpah mampu mengatasi masalah mendasar yang pernah terjadi di Indonesia yaitu masalah perekonomian. Penguatan perekonomian dapat kita terima dari devisa ataupun pendapatan daerah dari segi pariwisata. Peran pemerintah dalam membentuk program peningkatan pembangunan Indonesia dewasa ini menempatkan sangat benar yaitu sektor pariwisata sebagai salah satu sumber utama pendapatan devisa. Hal ini dapat membantu mengangkat kesejahteraan masyarakat dalam kurun waktu yang

panjang. Pariwisata akan meningkat selama sumber daya pendukung pariwisata ataupun sumber daya alam terus menerus dikembangkan dan dijaga (Preuss, 2010).

Zaman sekarang pembangunan pariwisata telah menjadi sektor prioritas dalam pembangunan nasional karena memberikan kontribusi yang besar pada sektor ekonomi. Industri ini memiliki dimensi *impact* yang sangat luas baik secara ekonomi, budaya, kewilayahan, maupun sosial politik. Secara ekonomi, kontribusi nyata dapat dilihat dari perolehan devisa negara, pendapatan asli daerah dan penyerapan tenaga kerja untuk usaha kepariwisataan dengan tujuan mengurangi permasalahan pengganggguran di Indonesia (www.kemenpar.go.id). Secara sosial politik, pengembangan wisata nusantara yaitu budaya dapat menumbuhkan dan memperkuat rasa persatuan, kesatuan, dan rasa cinta tanah air bangsa. Sementara itu, pengakuan dunia luar terhadap kekayaan budaya Indonesia secara tidak sengaja meningkatkan rasa bangga secara nasional. Hal tersebut dapat menjadi alat diplomasi budaya yang efektif untuk memperkuat pencitraan Indonesia di kancah internasional. Secara ke- wilayahan, kepariwisataan Indonesia memiliki karakter multisektor dan lintas regional secara konkret akan mendorong pembangunan infrastruktur dan fasilitas kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang akan meng-gerakkan arus investasi dan pengembangan wilayah (RPJMN Sektor Pariwisata 2015 – 2019).

UU Kepariwisataan Lama menyatakan bahwa usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Sedangkan berdasarkan Pasal 1 angka 7 UU

Kepariwisataan, Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Jika potensi-potensi pariwisata di berbagai daerah dapat dimanfaatkan dengan baik, dan pemerintah dapat bekerjasama dengan masyarakat sekitar, maka pengembangannya akan berdampak positif dari segi ekonomi, budaya, dan pendidikan daerah itu.

Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Sunaryo (2013), daya tarik wisata dikelompokkan menjadi tiga jenis:

a. Daya tarik wisata alam adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti: Pantai dengan keindahan pasir putihnya, laut dengan kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik volcanonya, maupun hutan dan sabana dengan keaslian flora dan faunanya, sungai dengan kejernihan air dan kedahsyatan arusnya, air terjun dengan panorama kecuramannya, dan lain sebagainya.
b. Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) maupun nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*).
c. Daya tarik wisata minat khusus adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk

pemenuhan keinginan secara spesifik, seperti: pengamatan satwa tertentu, memancing, berbelanja, kesehatan, dan penyegaran badan.

Manusia tidak terlepas dari kegiatan rutin ditempat kerja, dirumah, maupun ditempat lain, aktivitas tersebut dapat menimbulkan suatu kejenuhan yang dapat pada diri manusia. Untuk mengatasi rasa kejenuhan itu, manusia berusaha untuk melakukan kegiatan untuk menghibur diri dan melupakan sejenak kegiatan rutinnya salah satu kegiatan yang dilakukan adalah olahraga rekreasi (www.deliarnov.com). Wisata olahraga atau olahraga rekreasi merupakan salah satu bentuk wisata minat khusus yang telah mengumpulkan perhatian masyarakat Indonesia sendiri, maupun kanca Internasional. Hinch dan Higham (2011) menekankan bahwa pendekatan ini melihat olahraga sebagai motif utama atau akar dari pariwisata.

Sport Tourism atau pariwisata olahraga merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia. Dengan kata lain *Sport Tourism* adalah kegiatan wisata yang dipadukan dengan kegiatan olahraga atau sebaliknya. Pariwisata yang berbasis kegiatan olahraga diyakini pemerintah mampu memperkenalkan potensi yang ada sehingga wisatawan domestik ataupun internasional tertarik untuk mencobanya. Perkembangan *sport tourism* di Indonesia merupakan sektor dengan pertumbuhan tercepat, yakni 6% per tahun atau sekitar $ 600 miliar per tahun. Selain itu, tercatat mengambil porsi 25% dari total penerimaan industri perjalanan dan pariwisata (UNWTO, 2015). Menurut Gammon and Robinson (2011), *sport tourism* terbagi menjadi dua, yaitu *hard sports tourism* dan *soft sports tourism*. *Hard sport tourism* adalah pariwisata olahraga yang terkait dengan *event* besar reguler seperti *Olimpiade, Asian Games, Sea Games, World*

Cup, dll. Sementara *soft sport tourism* adalah pariwisata olahraga yang unsur gaya hidupnya besar seperti lari, *hiking*, golf, *biking*, dll.

Menurut Toho (2013) olahraga pariwisata adalah semua kegiatan aktif dan pasif dalam olahraga atau partisipasi secara informal dan terorganisasi bukan komersial / bisnis dan harus meninggalkan rumah atau tempat kerja. Indonesia memiliki peluang besar mengembangkan *sport tourism* saat ini, terutama karena Indonesia akan menjadi tuan rumah *Asian Games*, *event* olahraga terbesar di kawasan Asia tahun 2018. Industri *sport tourism* atau pariwisata olahraga menjadi cara terbaik merawat warisan *Asian Games*. Seperti yang ditegaskan Taks (2013), *mega-event* memiliki dampak global yang lebih tinggi, akan tetapi menyiratkan risiko yang lebih tinggi juga. Sedangkan *event* dengan skala kecil dan sedang memiliki dampak terbatas. Ajang pariwisata olahraga dapat menyokong biaya pemeliharaan arena olahraga sekaligus mengembangkan ekosistem olahraga di daerah tersebut. *Asian Games* 2018 harus menjadi momentum untuk menggerakkan setiap insan olahraga dan pariwisata mengembangkan lebih serius *sport tourism* di Indonesia (www.bbc.com).

Pada tahun 2018 kota Surabaya dinobatkan menjadi kota terbaik versi *Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Awards. Awards* ini merupakan bentuk penghargaan kepada kabupaten atau kota yang memiliki komitmen, performansi, inovasi, kreasi, dan leadership dalam membangun pariwisata daerah. Penghargaan ini diberikan sebagai apresiasi terhadap pemerintah daerah yang berperan besar dalam pengembangan sektor pariwisatanya (www.travel.tempo.co). Olahraga sebagai wisata tidak hanya diperuntukan untuk para profesional saja, akan tetapi

untuk segmen tertentu yang meliputi komunitas profesional maupun amatir. *Sport Tourism* merupakan disiplin ilmu yang dapat dipadukan sehingga memiliki kekuatan bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia untuk saat ini. Pehatian khusus juga diberikan dari berbagai pihak seperti pemerintah, industri olahraga, industri pariwisata, swasta, ataupun masyarakat Indonesia sendiri.

Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, sekaligus akses masuk ke wilayah Indonesia Timur, Surabaya belum memiliki sebuah konsep pariwisata andalan yang bisa menjadi salah satu sektor pendukung perekonomian. Kota ini memiliki kawasan kota tua yang eksotik dengan cerita sejarahnya yang luar biasa tapi itu tidak dijual sedemikian rupa sehingga mampu menarik banyak pengunjung bahkan dari warga kota sendiri. Obyek wisata di kota Surabaya sangat beranekaragam, mulai dari wisata budaya, wisata olahraga, wisata bahari, wisata rekreasi, wisata bisnis, dan wisata religi. Di antara sekian banyak obyek wisata di kota Surabaya yang menjadi salah satu andalan wisatawan adalah wisata olahraga. Mulai dari sepak bola dengan club persebayanya dan kompetisi basket yang sangat beranekaragam, mulai dari DBL (*Developmental Basketball League*), Liga Mahasiswa, *Campus League*, dan IBL (*Indonesia Basketball League*. Karena banyaknya pertandingan bola basket yang diadakan di Surabaya, baik pertandingan national, internasional, provinsi, maka wisata olahraga inilah yang sering dikunjungi atau didatangi orang dari luar kota ataupun luar negri.

Olahraga basket merupakan salah satu kompetisi olahraga yang sering diadakan di kota pahlawan ini. Seperti contoh, kota Surabaya sendiri selalu mengadakan pertandingan antar divisi yang dikenal dengan nama SBL atau

Surabaya Basketball League. Berbagai *club* di Surabaya tidak hanya membawa pemain yang berasal dari dalam kota Surabaya saja, akan tetapi dari luar kota Surabaya juga. Pemain yang dipilih merupakan pemain-pemain yang memiliki *skill* diatas rata-rata agar tidak merugikan *club* tersebut. Kompetisi inilah yang dapat menjadi jalur untuk 4 tim terkuat agar dapat mengikuti Piala Walikota. Piala Walikota menjadi agenda wajib yang harus digelar oleh Pengkot Perbasi Surabaya. Dalam periode satu tahun, Perbasi kota Surabaya diharuskan untuk menggelar dua kejuaran yaitu Piala Walikota dan Piala KONI. Terdapat beberapa perbedaan dari kedua ajang ini yaitu Piala Walikota dibuka untuk umum, bahkan internasional. Sedangkan untuk Piala KONI bersifat pembinaan. Pesertanya khusus dari Surabaya saja. Sementara itu, agar lebih semarak, tahun ini digelar pula *Surabaya South East Asian Championship*, yang merupakan kejuaraan antar-klub putri Asia Tenggara. (www.mainbasket.com). Beberapa kegiatan ini sangat mendukung pembasketan di Indonesia sendiri.

Tidak hanya itu, kota Surabaya memiliki beberapa *club* basket yang sangat terkenal, antara lain adalah CLS Knights Surabaya, Pasific Ceaser Surabaya, dan Louvre Surabaya. Ketiga *club* basket ini pernah mengikuti satu turnamen yang sama yaitu *Indonesia Basketball League* atau yang biasa dikenal dengan nama IBL. *Indonesia Basketball League* (IBL) merupakan kompetisi liga bola basket profesional pria di Indonesia yang didirikan oleh PP Perbasi sejak tahun 2003. Pada tahun 2016, PP Perbasi memberikan hak kepada PT Bola Basket Indonesia mengelola liga olahraga basket profesional satu-satunya di Indonesia yaitu IBL Indonesia. Di ikuti tim profesional dari berbagai kota di Indonesia yang ikut

berkompetisi, antara lain: Satria Muda Pertamina, NSH Jakarta, Pacific Caesar Surabaya, Bank BPD DIY Bima Perkasa Yogyakarta, Pelita Jaya Jakarta, Prawira Bandung, Amartha Hangtuah, Louvre Surabaya dan Satya Wacana Salatiga (www.ibl.indonesia.com)

Kompetisi basket ini tidak hanya diselenggarakan di Surabaya, tetapi di adakan di *basecamp* atau tempat asal *club* basket yang mengikuti kompetisi tersebut. Kompetisi ini akan kembali menggunakan sistem lama yaitu kompetisi penuh. Maksud dari kompetisi penuh adalah dimana dalam pertandingan setiap peserta akan bertemu sebanyak dua kali. Biasanya satu pertemuan sebagai tuan rumah dan pertandingan lainnya menjadi tamu. Dengan menggunakan sistem kompetisi penuh, diharapkan tidak ada kecemburuan antarklub peserta. Hal tersebut diungkapkan Direktur IBL Junas Miradiarsyah saat menandatangani nota kesepahaman dengan TVRI selaku *official broadcast partner* di Kantor TVRI, Senayan, Jakarta. (www.pikiran-rakyat.com)

IBL merupakan salah satu kompetisi yang banyak diminati masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, sampai dengan orang dewasa. Harga tiket masuk sangatlah terjangkau. Tiket masuk dibagi menjadi dua kategori yaitu *tribune* dan *courtside*. Untuk kategori *tribune*, tempat duduk yang disediakan sedikit lebih tinggi dari lapangan dan pemain. Sedangkan untuk *courtside* benar-benar berada di sisi lapangan. Masing-masing kategori memiliki *plus minus*nya masing-masing. Kedua jenis tiket ini memiliki harga yang berbeda. Untuk harga tiket *tribune* dikenakan biaya Rp. 25.000,- sampai dengan Rp.60.000,- . Sedangkan harga *courtside* dimulai dari Rp.135.000,- sampai dengan Rp. 150.000,-. Harga tiket

disesuaikan dengan kota tempat pertandingan berlangsung. Dengan harga yang terjangkau, banyak masyarakat dari luar kota yang pergi menonton kompetisi ini.

Dalam dua tahun terakhir, kompetisi ini selalu ramai di datangi masyarakat. IBL 2020 telah dimulai sejak tanggal 10 Januari. Sistem kompetisi IBL adalah serial, di mana hampir semua atau semua tim mendapat kesempatan bermain saat mengunjungi satu kota penyelenggara. Setiap pertandingan dilakukan di *basecamp* para peserta yang mengikuti kompetisi. Satu seri terdiri dari tiga hari. Pada umumnya dalam satu hari terdapat 4-5 pertandingan. Seri pertama, yaitu di kota Semarang telah berlangsung pada tanggal 10-12 Januari 2020 dan seri kedua di kota Bandung 17-19 Januari 2020. Di dalam 2 Seri ini, tiket ludes terjual hampir setiap harinya. Sebagai contoh, pada Seri I di Semarang Direktur IBL, Junas Miradiarsyah, mengonfirmasi sebanyak 1100 tiket telah habis terjual. baik secara *online* maupun *on the spot*. Beliau berharap antusiasme para penonton di setiap kota akan seperti ini (www.bola.republika.co.id).

Antusiasme masyarakat dalam terselenggaranya kompetisi ini cukup besar. Dapat dilihat dalam kutipan diatas yang menyatakan tiket hari pertama saja *sold out.* Basket merupakan salah satu bidang olahraga yang memiliki banyak bintang didalamnya. Banyak sekali dampak positif yang ditimbulkan dengan di selenggarakannya kompetisi ini. Salah satunya adalah mendukung perbasketan Indonesia itu sendiri. Dalam pertandingan ini juga diikuti oleh tim nasional Indonesia. Ajang kompetisi IBL dijadikan sebagai liga uji coba profesional yang diyakini dapat membantu memajukan *skill*, *ability*, dan *confidence* para pemain

timnas yang akan berlaga memperebutkan tempat untuk mengikuti FIBA 2023 mendatang.

Surabaya merupakan salah satu kota yang dimana masyarakatnya sangat menyukai *sport tourism* khususnya kompetisi basket. Apalagi terdapat beberapa ajang kompetisi dalam satu tahun yang wajib diadakan oleh Perbasi kota Surabaya sebagai lahan pembinaan perbasketan, dimana tim yang mengikuti lomba ini khusus *club* dari kota Surabaya. Ditambah lagi dengan adanya kompetisi *Indonesia Basketball League* yang menjadi lahan untuk para profesional basket Indonesia untuk mengasah *skill* mereka. Adanya penambahan *club* baru yang mengikuti kompetisi IBL dan juga berasal dari kota Surabaya yaitu Louvre Surabaya sangat dominasi oleh para bintang lapangan juga menambah antusiasme para pencinta basket tanah air. Dengan hadirnya *club* tersebut diharapkan dapat meningkatkan antusiasme masyarakat di kota Surabaya dalam bidang *sport tourism*. Keadaan seperti inilah yang membuat penulis tertarik untuk membahas dan menyusun tugas akhir dengan judul: **"DAMPAK KOMPETISI IBL TERHADAP PERKEMBANGAN SPORT TOURISM DI SURABAYA"**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bedasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu bagaimana dampak kompetisi IBL terhadap perkembangan *sport tourism* di Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui untuk mengetahui dampak kompetisi IBL terhadap perkembangan *sport tourism* di Surabaya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat mengetahui potensi pariwisata olahraga di Kota Surabaya khususnya dengan terselenggarakannya kompetisi IBL. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan pihak lain yang ingin mengetahui potensi kompetisi IBL terhadap pariwisata olahraga Kota Surabaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan, ilmu, dan pengalaman penulis sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai bekal untuk masa depan penulis dibidang *sport tourism.*

b) Manfaat bagi Dinas Pariwisata

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan rencana pengembangan *sport tourism* di kota Surabaya

c) Manfaat bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta menjadi referensi terhadap penelitian yang memiliki topik yang sama.

1.5 BATASAN PENELITIAN

Banyak sekali kompetisi basket yang sering diadakan di kota Surabaya, seperti contoh DBL (*Developmental Basketball League)*, Liga Mahasiswa, *Campus League*, IBL (*Indonesia Basketball League*), dan beberapa pertandingan kategori umur lainnya. Akan tetapi penelitian ini menggunakan satu jenis objek penelitian yaitu sektor pariwisata dalam bidang *sport tourism* dengan objek kompetisi IBL (*Indonesia Basketball League*) di kota Surabaya. Pemilihan kompetisi IBL sebagai objek penelitian dikarenakan kompetisi ini merupakan liga olahraga basket profesional satu-satunya di Indonesia. Durasi penelitian dilakukan sampai dengan IBL seri Surabaya dimulai. Wawancara akan dilakukan pada pelatih basket, pemain IBL, penyelenggara IBL, dinas pariwisata, ketua perbasi, *travel agent* dan *fanbase* dari salah satu *club* IBL.

UNIVERSITAS CIPUTRA