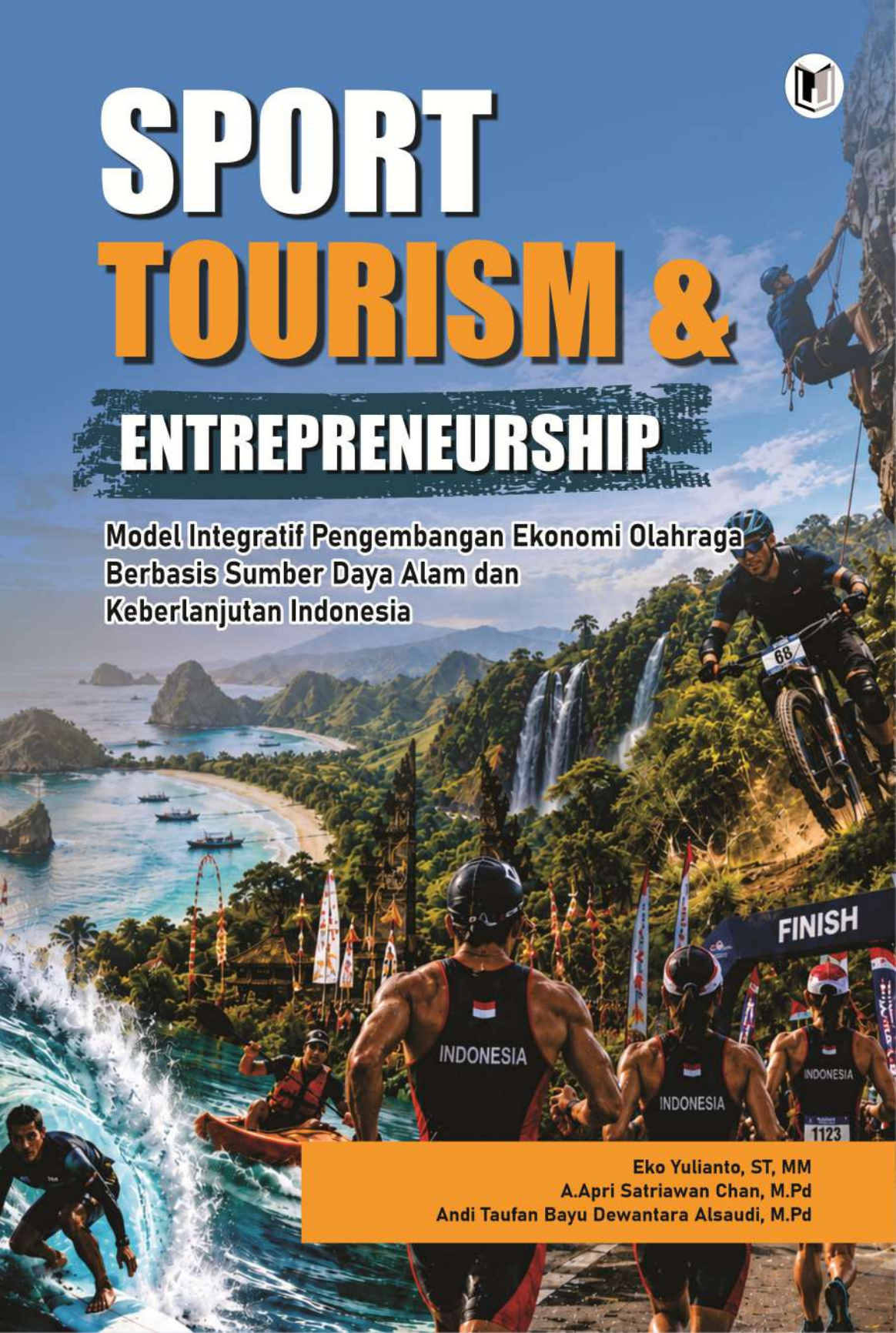
SPORT TOURISM & ENTREPRENEURSHIP

Model Integratif Pengembangan Ekonomi Olahraga Berbasis Sumber Daya Alam dan Keberlanjutan Indonesia



Eko Yulianto, ST, MM
A.Apri Satriawan Chan, M.Pd
Andi Taufan Bayu Dewantara Alsaudi, M.Pd

SPORT TOURISM & ENTREPRENEURSHIP

Model Integratif Pengembangan Ekonomi Olahraga Berbasis Sumber Daya Alam dan Keberlanjutan Indonesia

Eko Yulianto, ST, MM
A.Apri Satriawan Chan, M.Pd
Andi Taufan Bayu Dewantara Alsaudi, M.Pd

Penerbit widina

SPORT TOURISM & ENTREPRENEURSHIP
Model Integratif Pengembangan Ekonomi Olahraga
Berbasis Sumber Daya Alam dan Keberlanjutan Indonesia

Tim Penulis:
Eko Yulianto, ST, MM
A. Apri Satriawan Cham, M.Pd
Andi Taufan Bayu Dewantara Alsaudi, M.Pd

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Proofreader:
Aas Masruroh

ISBN:
978-634-317-065-5

Cetakan Pertama:
Juni, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku referensi berjudul *"Sport Tourism & Entrepreneurship:* Model Integratif Pengembangan Ekonomi Olahraga Berbasis Sumber Daya Alam dan Keberlanjutan Indonesia" ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini lahir dari kegelisahan akademik sekaligus optimisme terhadap besarnya potensi Indonesia dalam mengembangkan pariwisata olahraga sebagai penggerak ekonomi baru yang inklusif dan berkelanjutan. Di tengah dinamika global yang ditandai oleh transformasi digital, perubahan perilaku wisatawan, serta tuntutan keberlanjutan, *sport tourism* hadir sebagai ruang strategis yang mempertemukan kekuatan olahraga, kewirausahaan, dan keunggulan sumber daya alam Indonesia.

Buku referensi ini disusun dengan pendekatan interdisipliner yang memadukan perspektif manajemen, kewirausahaan, ekonomi, pariwisata, pemasaran, serta pengembangan sumber daya manusia dalam satu kerangka integratif. Pembahasan tidak hanya berfokus pada aspek konseptual dan teoritis, tetapi juga mengangkat praktik terbaik, inovasi model bisnis, serta strategi implementatif yang relevan dengan konteks Indonesia. Harapannya, buku ini dapat menjadi referensi akademik yang komprehensif bagi mahasiswa, peneliti, praktisi, maupun pengambil kebijakan dalam merancang dan mengembangkan ekosistem *sport tourism* yang kompetitif, adaptif, dan berkelanjutan.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, baik dari sisi kedalaman analisis maupun cakupan pembahasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi inspirasi dalam membangun kewirausahaan olahraga dan pariwisata yang mampu mengangkat daya saing Indonesia di kancah global.

Jakarta, Juni 2026
Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Pendahuluan 1
B. Latar Belakang dan Urgensi Sport Tourism di Indonesia 2
C. Perubahan Lanskap Industri Olahraga Global 4
D. Kewirausahaan Olahraga Sebagai Penggerak Ekonomi Baru 6
E. Ruang Lingkup dan Sistematika Pembahasan 10
F. Penutup 11
BAB 2 KONSEP DAN TEORI SPORT TOURISM **13**
A. Pendahuluan 13
B. Definisi dan Klasifikasi Sport Tourism 14
C. Jenis-Jenis Sport Tourism 18
D. Teori Permintaan dan Perilaku Wisatawan Olahraga 23
E. Dampak Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan 28
F. Best Practice Global 32
G. Penutup 36
BAB 3 KEWIRAUSAHAAN OLAHRAGA (SPORT ENTREPRENEURSHIP) **39**
A. Pendahuluan 39
B. Konsep Sportpreneurship 40
C. Karakteristik Entrepreneur di Sektor Olahraga 45
D. Model Bisnis Olahraga Modern 49
E. Start Up Olahraga dan Inovasi Berbasis Digital 53
F. Studi Kasus Kewirausahaan Olahraga 57
G. Penutup 59
BAB 4 MANAJEMEN INDUSTRI OLAHRAGA DAN PARIWISATA **63**
A. Pendahuluan 63
B. Prinsip Manajemen Olahraga 64
C. Pengelolaan Destinasi Sport Tourism 69
D. Manajemen Event Olahraga 74
E. Tata Kelola Organisasi Olahraga 80
F. Kolaborasi Stakeholder 84
G. Penutup 90
BAB 5 EKONOMI OLAHRAGA DAN SPORT TOURISM **93**
A. Pendahuluan 93
B. Kontribusi Olahraga Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) 94

C. Multiplier Effect Sport Tourism 99
D. Analisis Biaya dan Manfaat (Cost Benefit Analysis)..... 103
E. Investasi dan Pembiayaan Sektor Olahraga 109
F. Ekonomi Kreatif Berbasis Olahraga 114
G. Penutup 120
BAB 6 POTENSI SUMBER DAYA ALAM INDONESIA UNTUK SPORT TOURISM 123
A. Pendahuluan..... 123
B. Keunggulan Geografis Indonesia 124
C. Sport Tourism Berbasis Alam 128
D. Identifikasi Destinasi Unggulan 132
E. Pengembangan Berbasis Kearifan Lokal..... 136
F. Tantangan Eksploitasi Vs Konservasi..... 139
G. Penutup 143
BAB 7 PARIWISATA OLAHRAGA BERKELANJUTAN 145
A. Pendahuluan..... 145
B. Konsep Sustainable Tourism Dalam Olahraga..... 146
C. Prinsip Environmental, Social, Governance (ESG) 148
D. Green Sport Event 152
E. Dampak Lingkungan dan Mitigasi..... 155
F. Model Keberlanjutan Sport Tourism Indonesia 159
G. Penutup 162
BAB 8 PEMASARAN SPORT TOURISM DI ERA DIGITAL..... 165
A. Pendahuluan..... 165
B. Strategi Pemasaran Destinasi Olahraga 166
C. Digital Marketing 170
D. Branding Destinasi Sport Tourism 175
E. Customer Experience (CX) dan Engagement..... 179
F. Analisis Perilaku Konsumen Digital..... 182
G. Penutup 186
BAB 9 TRANSFORMASI DIGITAL DALAM INDUSTRI OLAHRAGA DAN PARIWISATA 189
A. Pendahuluan..... 189
B. Digitalisasi Industri Olahraga 190
C. Smart Tourism dan Teknologi 193
D. Platform Digital Untuk Sport Tourism 196
E. E-Ticketing, Virtual Event, dan Metaverse Sport..... 199
F. Tantangan dan Peluang Transformasi Digital..... 202
G. Penutup 204

BAB 10 SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DALAM SPORT TOURISM 207
A. Pendahuluan 207
B. Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Sport Tourism 208
C. Pengembangan Talenta dan Pelatihan 213
D. Kepemimpinan Dalam Organisasi Olahraga 218
E. Peran Komunitas Lokal 223
F. Strategi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) 227
G. Tantangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Peluang di Era Transformasi Digital 231
H. Penutup 235
BAB 11 MODEL BISNIS DAN INOVASI DALAM SPORT TOURISM 237
A. Pendahuluan 237
B. Business Model Canvas (BMC) Sektor Sport Tourism 238
C. Inovasi Produk dan Layanan 244
D. Engelmann Paket Wisata Olahraga 248
E. Monetisasi Event Olahraga 252
F. Studi Kasus Model Bisnis Sukses 256
G. Penutup 260
BAB 12 KEBIJAKAN PUBLIK DAN REGULASI SPORT TOURISM DI INDONESIA.....263
A. Pendahuluan 263
B. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Sport Tourism 264
C. Regulasi Olahraga dan Pariwisata 266
D. Sinergi Pemerintah Pusat dan Daerah 269
E. Public Private Partnership (PPP) Dalam Sport Tourism 272
F. Kebijakan Berbasis Keberlanjutan 275
G. Penutup 277
BAB 13 ANALISIS RISIKO DAN MANAJEMEN KRISIS 279
A. Pendahuluan 279
B. Risiko Dalam Sport Tourism (Lingkungan, Finansial, Sosial) 280
C. Manajemen Risiko Event Olahraga 284
D. Krisis Dalam Sport Tourism 288
E. Strategi Mitigasi dan Recovery 292
F. Studi Kasus Krisis Industri Olahraga 297
G. Penutup 299
BAB 14 MODEL INTEGRATIF PENGEMBANGAN SPORT TOURISM INDONESIA.....301
A. Pendahuluan 301
B. Kerangka Model Integratif 302

C. Integrasi Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), dan Teknologi 308
D. Model Berbasis Keberlanjutan 313
E. Roadmap Implementasi Nasional..... 318
F. Indikator Keberhasilan 324
G. Penutup 329
BAB 15 MASA DEPAN SPORT TOURISM INDONESIA..... 333
A. Pendahuluan..... 333
B. Tren Global Sport Tourism 334
C. Peluang Indonesia di Pasar Internasional..... 338
D. Transformasi Menuju Sport Tourism 5.0..... 343
E. Rekomendasi Strategis 347
F. Penutup dan Refleksi Akademik..... 353
G. Kesimpulan 356
DAFTAR PUSTAKA 359
PROFIL PENULIS 373

BAB 1

PENDAHULUAN

A. PENDAHULUAN

Sport tourism dan kewirausahaan olahraga merupakan dua domain yang semakin terintegrasi dalam membentuk ekosistem ekonomi berbasis pengalaman *(experience-based economy)* yang dinamis dan berkelanjutan. *Sport tourism* didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang melibatkan partisipasi aktif maupun pasif dalam kegiatan olahraga, baik sebagai pelaku, penonton, maupun penggemar, yang secara simultan mendorong mobilitas manusia dan pertumbuhan ekonomi destinasi (Gibson, 1998; Higham & Hinch, 2009). Di sisi lain, kewirausahaan olahraga *(sport entrepreneurship)* merujuk pada kemampuan individu atau organisasi dalam mengidentifikasi peluang, menciptakan inovasi, dan mengelola risiko dalam industri olahraga yang terus berkembang, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital dan model bisnis baru (Ratten, 2012). Dalam konteks ini, integrasi antara *sport tourism* dan kewirausahaan olahraga tidak hanya memperluas nilai ekonomi dari kegiatan olahraga, tetapi juga menciptakan ekosistem yang mendorong inovasi, daya saing, serta keberlanjutan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Dalam kerangka pembangunan ekonomi modern, *sport tourism* dan kewirausahaan olahraga menjadi sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan inklusif, diversifikasi ekonomi, serta penciptaan lapangan kerja berbasis inovasi. Transformasi dari ekonomi berbasis sumber daya menuju ekonomi berbasis pengetahuan dan pengalaman menjadikan olahraga tidak lagi sekadar aktivitas rekreasi, tetapi sebagai industri bernilai tinggi yang terhubung dengan sektor pariwisata, teknologi, dan ekonomi kreatif. Selain itu, meningkatnya mobilitas global, perubahan preferensi wisatawan, serta perkembangan teknologi digital telah memperkuat posisi *sport tourism* sebagai katalis pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional, khususnya dalam mendukung agenda pembangunan berkelanjutan dan ekonomi hijau di Indonesia.

BAB 2

KONSEP DAN TEORI *SPORT TOURISM*

A. PENDAHULUAN

Hubungan antara olahraga dan pariwisata telah mengalami evolusi yang signifikan, dari sekadar aktivitas rekreasi lokal menjadi bagian dari industri global yang kompleks dan bernilai ekonomi tinggi. Pada tahap awal, olahraga lebih dipandang sebagai kegiatan fisik untuk kesehatan dan hiburan, sementara pariwisata berfokus pada perjalanan untuk relaksasi dan eksplorasi budaya. Namun, seiring perkembangan globalisasi, mobilitas manusia, serta meningkatnya minat terhadap gaya hidup aktif, kedua sektor ini mulai beririsan dan membentuk konsep yang dikenal sebagai *sport tourism*. Transformasi ini didorong oleh meningkatnya penyelenggaraan *event* olahraga berskala internasional, kemajuan infrastruktur transportasi, serta peran media digital dalam mempromosikan destinasi berbasis olahraga (Gibson, 1998; Weed & Bull, 2009). Dalam konteks ini, olahraga tidak lagi hanya menjadi aktivitas, melainkan juga menjadi daya tarik utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang bernilai tinggi.

Sebagai fenomena global, *sport tourism* telah berkembang menjadi salah satu sektor unggulan dalam industri pariwisata dunia, dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan citra destinasi. Negara-negara seperti Australia, Swiss, dan Jepang telah berhasil mengintegrasikan olahraga ke dalam strategi pariwisata nasional mereka melalui pendekatan berbasis keberlanjutan dan inovasi digital. Bagi Indonesia, yang memiliki kekayaan sumber daya alam seperti pantai, pegunungan, dan keanekaragaman budaya, *sport tourism* menawarkan peluang strategis untuk mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pengembangan destinasi seperti Bali untuk *surfing*, Mandalika untuk *motorsport*, dan Danau Toba untuk *sport tourism* berbasis alam menunjukkan potensi besar sektor ini dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021; UNWTO, 2019).

BAB 3

KEWIRAUSAHAAN OLAHRAGA *(SPORT ENTREPRENEURSHIP)*

A. PENDAHULUAN

Transformasi industri olahraga global dalam dua dekade terakhir menunjukkan pergeseran yang signifikan dari sekadar aktivitas rekreatif dan kompetitif menjadi sebuah ekosistem ekonomi yang kompleks dan bernilai tinggi. Digitalisasi, globalisasi media, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat telah mendorong olahraga berkembang menjadi industri yang mencakup berbagai sektor seperti *event management*, media penyiaran, *sponsorship*, hingga teknologi olahraga *(sport technology)*. Dalam konteks ini, olahraga tidak lagi dipandang sebagai aktivitas sosial semata, tetapi telah bertransformasi menjadi sektor ekonomi produktif yang mampu menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Studi oleh *World Economic Forum* (2019) menegaskan bahwa industri olahraga global memiliki keterkaitan erat dengan sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, sementara *Organisation for Economic Cooperation and Development* (2020) menyoroti peran olahraga sebagai katalis pertumbuhan ekonomi lokal melalui efek pengganda *(multiplier effect)* pada sektor-sektor terkait.

Dalam konteks *sport tourism*, kewirausahaan memainkan peran strategis sebagai motor penggerak inovasi dan pencipta nilai dalam menghubungkan aktivitas olahraga dengan industri pariwisata. *Sport entrepreneur* tidak hanya menciptakan produk dan layanan berbasis olahraga, tetapi juga mengembangkan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan, seperti *event* olahraga berbasis destinasi alam, paket wisata petualangan, hingga *platform digital* yang menghubungkan wisatawan dengan aktivitas olahraga. Menurut *United Nations World Tourism Organization* (2018), *sport tourism* merupakan salah satu segmen pariwisata dengan pertumbuhan tercepat di dunia, yang sangat bergantung

BAB 4

MANAJEMEN INDUSTRI OLAHRAGA DAN PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri olahraga dan pariwisata global dalam dua dekade terakhir menunjukkan transformasi yang sangat signifikan, dari sekadar aktivitas rekreasi menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang bernilai tinggi dan berdaya saing global. *Sport tourism* kini berkembang sebagai industri lintas sektor yang menghubungkan olahraga, pariwisata, ekonomi, dan teknologi digital dalam satu ekosistem yang saling terintegrasi. Fenomena seperti *Olympic Games*, FIFA *World Cup*, hingga *marathon* internasional di berbagai kota dunia menunjukkan bahwa *sport tourism* mampu menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi regional, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan identitas destinasi wisata. Dalam konteks Indonesia, kekayaan sumber daya alam seperti laut, gunung, dan bentang budaya memberikan peluang besar untuk mengembangkan *sport tourism* berbasis keberlanjutan, seperti *diving tourism* di Raja Ampat, *sport adventure* di Bali dan Lombok, hingga *event* olahraga berbasis komunitas di berbagai daerah. Integrasi antara olahraga dan pariwisata ini semakin menegaskan bahwa *sport tourism* bukan sekadar aktivitas hiburan, tetapi telah menjadi instrumen strategis pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam konteks akademik, peran manajemen menjadi elemen sentral dalam mengelola kompleksitas industri *sport tourism* yang melibatkan banyak aktor, mulai dari pemerintah, sektor swasta, komunitas lokal, hingga wisatawan global. Menurut B. W. Ritchie dan Daryl Adair (2004), *sport tourism* merupakan bidang yang membutuhkan pendekatan manajerial yang terstruktur karena menggabungkan dinamika industri olahraga dengan sistem kepariwisataan yang kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, manajemen tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional,

BAB 5

EKONOMI OLAHRAGA DAN *SPORT TOURISM*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi olahraga dalam dua dekade terakhir menunjukkan transformasi yang signifikan, baik pada skala global maupun Nasional. Industri olahraga tidak lagi dipandang sekadar aktivitas rekreasi atau kompetisi, melainkan telah berkembang menjadi sektor ekonomi strategis yang menciptakan nilai tambah melalui *event* internasional, industri perlengkapan olahraga, media, hingga pariwisata berbasis olahraga. Di Indonesia, tren ini semakin terlihat melalui peningkatan penyelenggaraan *event* olahraga bertaraf nasional dan internasional yang mampu menarik wisatawan serta mendorong aktivitas ekonomi lokal. Dalam konteks ini, *sport tourism* hadir sebagai penghubung antara sektor olahraga dan pariwisata, yang berperan sebagai katalis dalam pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa, dan penguatan identitas destinasi. Secara konseptual, ekonomi olahraga didefinisikan sebagai kajian tentang bagaimana sumber daya dialokasikan, didistribusikan, dan dimanfaatkan dalam aktivitas yang berkaitan dengan olahraga serta dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi (Andreff & Szymanski, 2006; *Organisation for Economic Co-operation and Development*, 2018). Seiring dengan itu, terjadi pula pergeseran paradigma dari ekonomi konvensional menuju *experience economy*, di mana pengalaman unik dan autentik seperti mengikuti atau menyaksikan *event* olahraga di destinasi tertentu menjadi nilai utama yang dicari oleh konsumen modern, termasuk wisatawan olahraga.

Ekonomi olahraga merupakan cabang ilmu yang mengkaji interaksi antara aktivitas olahraga dengan prinsip-prinsip ekonomi, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa yang berkaitan dengan olahraga. Menurut Andreff dan Szymanski (2006), ekonomi olahraga

BAB 6

POTENSI SUMBER DAYA ALAM INDONESIA UNTUK *SPORT TOURISM*

A. PENDAHULUAN

Pemanfaatan sumber daya alam (SDA) dalam pengembangan *sport tourism* menjadi semakin relevan di tengah meningkatnya kebutuhan akan pengalaman wisata yang autentik dan berbasis alam. Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam yang melimpah, memiliki peluang besar untuk mengintegrasikan aktivitas olahraga dengan daya tarik wisata alam. Aktivitas seperti selancar, pendakian gunung, hingga jelajah hutan tidak hanya menawarkan nilai rekreasi, tetapi juga menciptakan pengalaman yang mendalam bagi wisatawan. Dalam konteks ini, SDA tidak lagi dipandang sekadar sebagai aset pasif, melainkan sebagai modal strategis yang dapat dioptimalkan untuk menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara simultan.

Secara strategis, SDA berperan sebagai fondasi utama dalam pengembangan ekonomi olahraga, khususnya melalui sektor *sport tourism*. Keberadaan lanskap alam yang unik mampu menarik wisatawan domestik maupun internasional, sekaligus mendorong pertumbuhan sektor pendukung seperti akomodasi, transportasi, dan industri kreatif. Menurut *World Tourism Organization* (2019), pariwisata berbasis pengalaman, termasuk wisata olahraga, menjadi salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Sementara itu, *World Bank* (2020) menegaskan bahwa pemanfaatan SDA secara produktif dapat meningkatkan daya saing ekonomi suatu negara. Selain itu, *Organisation for Economic Co-operation and Development* (2018) menyebutkan bahwa integrasi antara olahraga, pariwisata, dan kewirausahaan mampu menciptakan efek pengganda *(multiplier effect)* yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, SDA memiliki posisi strategis sebagai penggerak utama dalam ekosistem ekonomi olahraga.

BAB 7

PARIWISATA OLAHRAGA BERKELANJUTAN

A. PENDAHULUAN

Pariwisata olahraga *(sport tourism)* berkembang sebagai salah satu sektor strategis yang menghubungkan aktivitas fisik, rekreasi, dan mobilitas wisata dalam satu ekosistem ekonomi yang dinamis. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, isu keberlanjutan menjadi semakin krusial karena intensitas pemanfaatan sumber daya alam yang tinggi berpotensi menimbulkan tekanan ekologis dan sosial. Destinasi berbasis alam seperti pantai, pegunungan, dan kawasan konservasi sering kali menjadi lokasi utama kegiatan olahraga wisata, sehingga menuntut adanya keseimbangan antara eksploitasi ekonomi dan pelestarian lingkungan. Dalam konteks ini, pendekatan keberlanjutan tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi prasyarat utama bagi keberlangsungan industri *sport tourism* dalam jangka panjang.

Secara global, paradigma pariwisata olahraga telah bergeser menuju model yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa integrasi prinsip keberlanjutan mampu meningkatkan daya saing destinasi sekaligus menjaga kelestarian sumber daya. Misalnya, Gibson (1998) menekankan bahwa *sport tourism* memiliki dimensi sosial dan lingkungan yang tidak terpisahkan dari pengalaman wisata itu sendiri. Selanjutnya, Weed dan Bull (2009) menggarisbawahi pentingnya pengelolaan destinasi olahraga secara berkelanjutan untuk menjaga kualitas pengalaman wisatawan. Sementara itu, Higham (2005) menyoroti bahwa tanpa regulasi yang tepat, aktivitas *sport tourism* dapat mempercepat degradasi lingkungan. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa arah perkembangan global semakin menempatkan keberlanjutan sebagai inti strategi pengembangan *sport tourism*.

Dalam kerangka pembangunan ekonomi berkelanjutan, *sport tourism* memiliki peran strategis sebagai katalisator pertumbuhan yang inklusif dan berdaya saing. Studi oleh Preuss (2004) menunjukkan bahwa *event* olahraga

BAB 8

PEMASARAN *SPORT TOURISM* DI ERA DIGITAL

A. PENDAHULUAN

Transformasi pemasaran dari pendekatan konvensional menuju digital telah mengubah secara fundamental cara destinasi *sport tourism* dipromosikan dan dikonsumsi, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang mendorong interaksi *real time* antara penyedia layanan dan wisatawan (Kotler et al., 2017; Buhalis & Law, 2008). Perubahan ini juga memicu pergeseran perilaku wisatawan olahraga menjadi lebih digital-oriented, di mana pencarian informasi, evaluasi destinasi, hingga berbagi pengalaman dilakukan melalui *platform* digital, sehingga menuntut adaptasi strategi pemasaran yang lebih interaktif, personal, dan berbasis data (Xiang et al., 2015). Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai *enabler* dalam menciptakan nilai tambah melalui pengalaman wisata yang terintegrasi, termasuk pemanfaatan *big data*, *artificial intelligence*, dan *smart tourism systems*. Secara konseptual, bab ini menekankan integrasi antara pemasaran digital, pengalaman wisatawan, dan keberlanjutan sebagai fondasi pengembangan *sport tourism* modern, dengan implikasi teoretis pada penguatan model pemasaran berbasis teknologi dan implikasi praktis pada strategi destinasi untuk meningkatkan daya saing global. Rekomendasi strategis mencakup optimalisasi digital *ecosystem* berbasis potensi sumber daya alam Indonesia serta penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) digital, sementara arah penelitian ke depan diarahkan pada eksplorasi teknologi emerging seperti *metaverse* dan *predictive analytics* dalam *sport tourism* berkelanjutan.

Dalam era globalisasi, kompetisi antar destinasi olahraga semakin intensif, di mana setiap negara berlomba menciptakan daya tarik unik berbasis pengalaman dan teknologi untuk menarik wisatawan domestik

BAB 9

TRANSFORMASI DIGITAL DALAM INDUSTRI OLAHRAGA DAN PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kekuatan utama yang mengubah lanskap industri olahraga dan pariwisata secara global, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memengaruhi cara organisasi olahraga beroperasi, tetapi juga mengubah bagaimana destinasi wisata olahraga dirancang, dipasarkan, dan dikonsumsi. Dalam konteks *sport tourism*, digitalisasi menghadirkan peluang untuk mengintegrasikan sumber daya alam dengan pengalaman wisata berbasis teknologi, sehingga mampu menciptakan nilai tambah yang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Indonesia, dengan kekayaan alam yang melimpah serta keragaman budaya olahraga, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan transformasi digital sebagai katalis dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi olahraga berbasis pariwisata.

Perubahan perilaku konsumen di era digital menjadi faktor kunci yang mendorong transformasi ini. Wisatawan olahraga saat ini tidak lagi hanya mencari pengalaman fisik, tetapi juga menginginkan kemudahan akses informasi, personalisasi layanan, serta keterlibatan digital sebelum, selama, dan setelah aktivitas wisata. Pola konsumsi yang semakin terdigitalisasi ditandai dengan meningkatnya penggunaan perangkat *mobile*, media sosial, serta *platform* berbasis aplikasi dalam merencanakan perjalanan dan mengikuti *event* olahraga. Menurut Buhalis dan Law (2008), teknologi informasi telah merevolusi interaksi antara penyedia layanan dan wisatawan melalui penciptaan pengalaman yang lebih interaktif dan *real time*. Selanjutnya, Xiang, Magnini, dan Fesenmaier (2015) menegaskan bahwa perilaku pencarian informasi wisata kini sangat dipengaruhi oleh ekosistem digital, khususnya media sosial dan ulasan daring. Sementara itu, Hudson dan Thal (2013) menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis

BAB 10

SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DALAM *SPORT TOURISM*

A. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan fondasi utama dalam membangun dan mengembangkan ekosistem *sport tourism* yang berdaya saing dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, SDM tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana operasional, tetapi juga sebagai penggerak inovasi, pengelola pengalaman wisata, serta aktor strategis dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Keberhasilan suatu destinasi *sport tourism* sangat ditentukan oleh kualitas SDM yang mampu mengintegrasikan aspek manajemen olahraga, pelayanan pariwisata, kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM menjadi prasyarat penting dalam mendorong pertumbuhan industri olahraga yang terhubung dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kualitas sumber daya manusia (SDM) memiliki hubungan yang erat dengan daya saing destinasi olahraga, terutama dalam menciptakan pengalaman wisata yang unggul dan berkesan. SDM yang kompeten mampu meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta inovasi produk wisata olahraga. Studi menunjukkan bahwa daya saing destinasi sangat dipengaruhi oleh kapabilitas tenaga kerja dalam mengelola layanan dan interaksi dengan wisatawan (Baum, 2015; Higham & Hinch, 2018; Weed & Bull, 2009). Dalam perspektif ini, SDM menjadi elemen kunci dalam membangun *destination competitiveness*, karena mereka berperan langsung dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, investasi dalam pengembangan SDM bukan sekadar kebutuhan operasional, melainkan strategi jangka panjang untuk meningkatkan posisi Indonesia dalam peta *sport tourism* global.

BAB 11

MODEL BISNIS DAN INOVASI DALAM *SPORT TOURISM*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri olahraga dan pariwisata dalam satu dekade terakhir menunjukkan pergeseran yang signifikan, dari pendekatan berbasis aktivitas konvensional menuju pengalaman yang terintegrasi, bernilai ekonomi tinggi, dan berorientasi pada keberlanjutan. Transformasi ini dipicu oleh globalisasi, kemajuan teknologi digital, serta meningkatnya mobilitas wisatawan yang menjadikan olahraga tidak hanya sebagai aktivitas fisik, tetapi juga sebagai atraksi destinasi yang kompetitif. Dalam konteks tersebut, dibutuhkan model bisnis yang adaptif dan inovatif, yang mampu mengakomodasi perubahan perilaku pasar sekaligus memanfaatkan potensi sumber daya alam dan budaya lokal secara optimal. Kewirausahaan olahraga *(sport entrepreneurship)* menjadi elemen kunci dalam menciptakan nilai tambah ekonomi, karena mampu menggabungkan kreativitas, inovasi, dan strategi manajerial dalam mengembangkan produk dan layanan *sport tourism* yang berdaya saing tinggi, inklusif, dan berkelanjutan.

Dalam era persaingan global, destinasi *sport tourism* dituntut untuk tidak hanya menawarkan keindahan alam atau fasilitas olahraga semata, tetapi juga pengalaman yang unik, autentik, dan bernilai emosional bagi wisatawan. Kompetisi antar destinasi, baik di tingkat regional maupun internasional, mendorong perlunya inovasi berkelanjutan dalam pengembangan produk, layanan, serta strategi pemasaran. Inovasi tersebut mencakup penciptaan *event* olahraga berskala internasional, pengemasan aktivitas olahraga berbasis kearifan lokal, hingga penguatan identitas destinasi melalui *branding* yang strategis. Dengan demikian, inovasi menjadi faktor pembeda utama *(competitive advantage)* yang menentukan daya tarik dan keberlanjutan suatu destinasi *sport tourism*.

BAB 12

KEBIJAKAN PUBLIK DAN REGULASI *SPORT TOURISM* DI INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Kebijakan publik memegang peranan fundamental dalam membentuk arah dan keberlanjutan pengembangan *sport tourism* di Indonesia. Dalam konteks ini, *sport tourism* tidak hanya dipahami sebagai aktivitas wisata berbasis olahraga, tetapi juga sebagai suatu sistem ekonomi yang melibatkan berbagai aktor, mulai dari pemerintah, pelaku usaha, hingga masyarakat lokal. Tanpa kerangka kebijakan yang jelas dan adaptif, potensi besar yang dimiliki Indonesia, baik dari sisi sumber daya alam (SDA) maupun budaya olahraga, akan berisiko tidak terkelola secara optimal. Oleh karena itu, kehadiran kebijakan publik yang terarah menjadi landasan penting untuk menciptakan tata kelola yang efektif, inklusif, dan berkelanjutan dalam pengembangan *sport tourism*.

Regulasi yang kuat dan terintegrasi menjadi instrumen utama dalam membangun ekosistem industri olahraga dan pariwisata yang sehat. Regulasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendali, tetapi juga sebagai fasilitator yang mampu mendorong pertumbuhan investasi, inovasi, serta perlindungan terhadap pelaku usaha dan konsumen. Dalam perspektif akademis, sinergi antara regulasi sektor olahraga dan pariwisata terbukti mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan, khususnya ketika didukung oleh tata kelola kelembagaan yang efektif (Kemenparekraf, 2021; Kemenpora, 2020; Nugroho, 2018). Dengan demikian, regulasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika industri menjadi prasyarat utama dalam membangun ekosistem *sport tourism* yang kompetitif di tingkat nasional maupun global.

Namun demikian, pengembangan *sport tourism* di Indonesia tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama dalam menghadapi arus globalisasi dan percepatan transformasi digital. Globalisasi menuntut

BAB 13

ANALISIS RISIKO DAN MANAJEMEN KRISIS

A. PENDAHULUAN

Industri *sport tourism* berkembang sebagai sektor strategis yang mempertemukan berbagai kepentingan lintas disiplin, mulai dari manajemen olahraga, pariwisata, ekonomi, hingga kewirausahaan berbasis pengalaman. Kompleksitas ini tercermin dalam keterlibatan *multi stakeholder*, yakni pemerintah, penyelenggara *event*, pelaku usaha, komunitas lokal, dan wisatawan yang masing-masing membawa ekspektasi dan kepentingan berbeda dalam sebuah ekosistem yang bersifat dinamis dan berisiko tinggi *(high exposure)*. Di sisi lain, aktivitas *sport tourism* sangat rentan terhadap faktor eksternal seperti perubahan kondisi lingkungan alam, fluktuasi ekonomi, dinamika sosial budaya, serta disrupsi teknologi yang dapat memengaruhi keberlangsungan *event* maupun daya tarik destinasi. Oleh karena itu, risiko tidak dapat dipandang sebagai anomali, melainkan sebagai elemen inheren dalam proses perencanaan dan pengelolaan *sport tourism*. Pendekatan manajemen risiko yang sistematis dan adaptif menjadi krusial untuk memastikan keberlanjutan, daya saing, serta ketahanan industri olahraga dan pariwisata di tengah ketidakpastian global.

Dalam konteks globalisasi, industri *sport tourism* tidak lagi beroperasi dalam ruang yang terisolasi, melainkan terhubung secara intens melalui jaringan mobilitas manusia, informasi, dan modal lintas negara. Konektivitas ini memperluas peluang pasar sekaligus meningkatkan kerentanan terhadap krisis yang bersifat transnasional, seperti pandemi, instabilitas ekonomi, maupun gangguan keamanan. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi krisis secara fundamental. Informasi baik yang akurat maupun yang menyesatkan, sehingga dapat menyebar secara cepat dan masif, membentuk persepsi publik dalam waktu singkat. Dalam situasi ini, ketidakmampuan dalam merespons krisis secara tepat tidak hanya berdampak pada operasional

BAB 14

MODEL INTEGRATIF PENGEMBANGAN *SPORT TOURISM* INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Pengembangan *sport tourism* di Indonesia hingga saat ini masih menghadapi persoalan fragmentasi pengelolaan antar sektor, baik antara industri olahraga, pariwisata, pemerintah daerah, pelaku usaha, maupun komunitas masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan pengembangan destinasi dan *event* olahraga sering berjalan secara parsial, sehingga potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat beragam, mulai dari kawasan pantai, pegunungan, danau, hingga kawasan konservasi yang potensial dikembangkan sebagai destinasi *sport tourism* berbasis keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan lintas sektor dan multidisiplin yang mampu mengintegrasikan aspek manajemen, kewirausahaan, olahraga, pariwisata, teknologi, dan pembangunan berkelanjutan dalam satu kerangka pengembangan yang terpadu. *Sport tourism* tidak hanya dipandang sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, membuka lapangan kerja, memperkuat ekonomi kreatif, serta meningkatkan daya saing destinasi Indonesia di tingkat global (Harsuki, 2012; Nugroho, 2018; Putra & Nugroho, 2020; Wahyudi, 2021).

Urgensi pengembangan model integratif *sport tourism* muncul seiring dengan semakin kompleksnya ekosistem industri olahraga dan pariwisata di era globalisasi dan transformasi digital. Aktivitas *sport tourism* tidak lagi hanya berfokus pada penyelenggaraan *event* olahraga, tetapi telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi yang melibatkan sektor transportasi, akomodasi, pemasaran digital, industri kreatif, teknologi informasi, hingga pemberdayaan masyarakat lokal. Keterkaitan yang kuat antara industri olahraga, pariwisata, dan kewirausahaan menuntut adanya

BAB 15

MASA DEPAN *SPORT TOURISM* INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri olahraga dan pariwisata global menunjukkan transformasi yang semakin dinamis seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap wisata berbasis pengalaman *(experience-based tourism)*. Wisatawan modern tidak lagi hanya berorientasi pada kunjungan rekreatif, tetapi juga mencari pengalaman yang memberikan nilai kesehatan, petualangan, interaksi sosial, serta keterlibatan emosional melalui aktivitas olahraga dan *event* internasional. Fenomena tersebut mendorong *sport tourism* berkembang sebagai sektor strategis yang mampu mengintegrasikan industri olahraga, ekonomi kreatif, dan pariwisata berkelanjutan. Dalam konteks Indonesia, kekayaan sumber daya alam seperti kawasan pantai, pegunungan, dan destinasi ekowisata menjadi modal utama dalam memperkuat daya tarik *sport tourism* berbasis keberlanjutan. Selain berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan penciptaan lapangan kerja, *sport tourism* juga memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui pemberdayaan masyarakat lokal, penguatan UMKM, dan promosi lingkungan hidup yang berorientasi konservasi (Kemenparekraf, 2021; Nugroho, 2018).

Di sisi lain, disrupsi teknologi dan perubahan iklim turut memengaruhi arah pengembangan industri *sport tourism* masa depan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran, perilaku wisatawan, serta sistem manajemen *event* olahraga melalui pemanfaatan media sosial, *big data*, dan *platform* digital berbasis pengalaman pelanggan. Sementara itu, perubahan iklim menghadirkan tantangan serius terhadap keberlanjutan destinasi wisata olahraga, terutama yang berbasis sumber daya alam seperti pantai, pegunungan, dan kawasan konservasi. Oleh karena itu, transformasi *sport tourism* Indonesia perlu diarahkan pada penguatan inovasi digital, pembangunan infrastruktur hijau, peningkatan

DAFTAR PUSTAKA

Adi, S. (2019). *Manajemen Event Olahraga Modern.* Deepublish.

Adner, R. (2017). *Ecosystem As Structure: An Actionable Construct For Strategy.* Journal of Management, 43(1), 39–58.

Andreff, W., & Szymanski, S. (2006). *Handbook on The Economics of Sport*. Edward Elgar Publishing.

Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management For Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.

Ardika, I. W. (2018). *Kepariwisataan Berkelanjutan: Rintis Jalan Lewat Komunitas.* Kompas.

Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2010). *The internet of things: A survey.* Computer Networks, 54(15), 2787–2805.

Badan Kebijakan Fiskal. (2022). *Kajian Ekonomi dan Kebijakan Fiskal Indonesia*. Kementerian Keuangan RI.

Badan Pusat Statistik. (2019). *Analisis Dampak Ekonomi Asian Games 2018*. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pariwisata Indonesia.* Jakarta: BPS RI.

Barney, J. (1991). *Firm Resources And Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management, 17(1), 99–120.

Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership*. Psychology Press.

Baum, T. (2015). *Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change?* Tourism Management, 50, 204–212.

Becken, S., & Hay, J. E. (2007). *Tourism And Climate Change: Risks And Opportunities.* Channel View Publications.

Beech, J., & Chadwick, S. (2013). *The Business of Sport Management* (2nd ed.). Pearson Education.

Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., & Weimer, D. L. (2018). *Cost Benefit Analysis: Concepts and Practice* (5th ed.). Cambridge University Press.

Boyatzis, R. E. (2008). *Competencies in The 21st Century.* Journal of Management Development, 27(1), 5–12.

Bramwell, B., & Lane, B. (2000). *Tourism Collaboration And Partnerships: Politics, Practice And Sustainability*. Channel View Publications.

Buckley, R. (2012). *Sustainable Tourism: Research and Reality.* Annals of Tourism Research, 39(2), 528–546.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). *Smart Tourism Destinations*. In Information and Communication Technologies in Tourism 2014 (pp. 553–564). Springer.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on And 10 Years After The Internet.* Tourism Management, 29(4), 609–623.

Butler, R. W. (1999). *Sustainable tourism*: A state-of-the-art review. Tourism Geographies, 1(1), 7–25.

Chadwick, S. (2018). *Routledge Handbook of Sport Management.* Routledge.

Chappelet, J.-L., & Mrkonjic, M. (2019). *Basic Indicators for Better Governance in International Sport* (BIBGIS). International Academy of Sport Science and Technology.

Chelladurai, P. (2014). *Managing Organizations For Sport And Physical Activity*. Routledge.

Collins, A., Jones, C., & Munday, M. (2009). *Assessing the Environmental Impacts of Mega Sporting events.* Tourism Management, 30(6), 828–837.

Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, And Responding* (4th ed.). Sage Publications.

Cribb, R., & Ford, M. (2015). *Indonesia Beyond The Water's Edge: Managing An Archipelagic State.* Institute of Southeast Asian Studies.

Crompton, J. L. (1979). *Motivations for Pleasure Vacation*. Annals of Tourism Research, 6(4), 408–424.

Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Dann, G. M. S. (1977). *Anomie, Ego-Enhancement and Tourism*. Annals of Tourism Research, 4(4), 184–194.

De Dreu, C. K. W., & Weingart, L. R. (2003). Task versus relationship conflict. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 741–749.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum.

Denning, S. (2018). *The Age Of Agile*. AMACOM.

Drucker, P. F. (2007). *Innovation And Entrepreneurship*. HarperCollins.

EBSCO Information Services. (2023). *Indonesia: Geography And Cartography*. EBSCO Research Starters.

Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes.* Management Science, 60(11), 2835–2857.

Eraut, M. (1994). *Developing Professional Knowledge And Competence*. Falmer Press.

European Commission. (2016). *Study on The economic Impact of Sport Through Sport Satellite Accounts*. Brussels: European Union.

Ewaldo, K., Kurniasa, M., & Takarina, N. D. (2023). *Suitability Of Mangrove Forests For Sustainable Tourism*. Advances in Tropical Biodiversity and Environmental Sciences.

Faulkner, B. (2001). *Towards A Framework For Tourism Disaster Management.* Tourism Management, 22(2), 135–147.

FIFA. (2021). FIFA *Governance Regulations and Principles*. Fédération Internationale de Football Association.

Fried, G. (2015). *Managing Sport Facilities*. Human Kinetics.

Gawer, A. (2021). *Digital Platforms' Boundaries: The Interplay Of Firm Scope, Platform Sides, And Digital Interfaces.* Long Range Planning, 54(5).

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). *The Circular Economy A New Sustainability Paradigm?* Journal of Cleaner Production, 143, 757–768.

Getz, D. (2008). *Event Studies: Theory, Research And Policy for Planned Events*. Routledge.

Getz, D. (2013). *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research.* Cognizant Communication Corporation.

Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (3rd ed.). Routledge.

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and Prospects for *Event* Tourism Research. Tourism Management, 52, 593–631.

Gibson, H. J. (1998). *Sport Tourism: A Critical Analysis of Research*. Sport Management Review, 1(1), 45–76.

Gibson, H. J. (2005). *Towards An Understanding of 'Why Sport Tourists Do What They Do'.* Sport in Society, 8(2), 198–217.

Giulianotti, R., & Robertson, R. (2009). *Globalization and Football*. Sage Publications.

Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2015). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations. Routledge.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). *Intermarket Variability in CO_2 Emission Intensities in Tourism.* Tourism Management, 46, 113–123.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart Tourism: Foundations and Developments.* Electronic Markets, 25(3), 179–188.

GRI. (2021). Global Reporting Initiative Standards.

Grix, J., & Carmichael, F. (2012). *Why Do Governments Invest In Elite Sport?* .International Journal of Sport Policy and Politics, 4(1), 73–90.

Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.* Routledge.

Habibi, P., Widjaya, I. G. N. O., & Ginting, Y. M. (2024). *Sustainable Tourism At The Edge of Biodiversity*. Advances in Tourism Studies.

Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Harlow: Pearson Education.

Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Pearson Education.

Hall, C. M. (2010). *Crisis Events In Tourism: Subjects of Crisis In Tourism.* Current Issues in Tourism, 13(5), 401–417.

Hall, C. M. (2011). *Policy Learning and Policy Failure in Sustainable Tourism Governance*. Tourism Management, 32(4), 649–658.

Harsuki. (2012). *Pengantar Manajemen Olahraga.* Jakarta: Rajawali Pers.

Higgins-Desbiolles, F. (2006). *More Than an "Industry": The Forgotten Power of Tourism.* Tourism Management, 27(6), 1192–1208.

Higham, J. (2005). *Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis*. Elsevier.

Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity*. Routledge.

Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport Tourism Development* (3rd ed.). Bristol: Channel View Publications.

Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport Tourism Development* (2nd ed.). Channel View Publications.

Hjalager, A. M. (2010). *A Review of Innovation Research In Tourism*. Tourism Management, 31(1), 1–12.

Hodges, D., & Burchell, N. (2003). *Business Graduate Competencies*. Education & Training, 45(2), 68–76.

Horne, J. (2006). *Sport in Consumer Culture*. Palgrave Macmillan.

Hoye, R., & Cuskelly, G. (2018). *Sport Governance*. Routledge.

Hoye, R., Smith, A. C. T., Nicholson, M., & Stewart, B. (2018). *Sport management: Principles and applications*. Routledge.

Hoye, R., Smith, A., Nicholson, M., & Stewart, B. (2015). *Sport management: Principles and applications* (4th ed.). Routledge.

Hudson, S., & Thal, K. (2013). *The Impact of Social Media on The Consumer Decision Process.* Journal of Travel & Tourism Marketing, 30(1-2), 156–160.

Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media And The Rise Of Networked Media Sport.* Routledge.

International Olympic Committee. (2020). *Basic Universal Principles of Good Governance of The Olympic and Sports Movement*. IOC.

ISO. (2012). *ISO 20121: Event Sustainability Management Systems.* International Organization for Standardization.

Jamal, T., & Getz, D. (1995). *Collaboration Theory and Community Tourism Planning.* Annals of Tourism Research, 22(1), 186–204.

Kane, G. C., et al. (2015). *Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation.* MIT Sloan Management Review.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users Of The World, Unite!* Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes.* Harvard Business School Press.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Ekosistem Digital dan Keberlanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Sport Tourism Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Strategi Pengembangan Sport Tourism Indonesia.* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Rencana Strategis Kemenparekraf 2020–2024.* Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Pedoman Pengembangan Desa Wisata dan Pariwisata Berkelanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kemenparekraf.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Berbasis Olahraga*. Jakarta: Kemenparekraf.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.* Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Rencana Strategis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020–2024*. Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Indonesia*.
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan Kinerja Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
Kementerian Pariwisata. (2019). *Pengembangan Wisata Olahraga (Sport Tourism) di Indonesia: Strategi dan Implementasi.* Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2020). *Rencana Strategis Kemenpora 2020–2024.* Jakarta: Kemenpora RI.
Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2021). *Laporan pengembangan industri olahraga nasional*. Kemenpora RI.
Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2022). *Desain Besar Olahraga Nasional (DBON)*. Kemenpora RI.
Kementerian PPN/Bappenas. (2021). *Pedoman Evaluasi Proyek Pembangunan Nasional*. Jakarta: Bappenas.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing For Hospitality And Tourism*. Pearson.
Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital*. John Wiley & Sons.
Lashley, C. (2008). *Studying Hospitality: Insights From Social Sciences.* Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 8(1), 69–84.
Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society.* Pearson.
Li, S., Robinson, P., & Oriade, A. (2018). *Destination Marketing: The Use of Technology Since The Millennium.* Journal of Destination Marketing & Management, 9, 101–113.
Lussier, R. N., & Kim, J. (2019). *Sport Management Principles And Applications*. New York: Routledge.
Mallen, C., & Chard, C. (2012). *"A Framework For Advancing Environmental Sustainability in Sport Management."* Sport Management Review, 15(1), 1–12.
Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
Masteralexis, L. P., Barr, C. A., & Hums, M. A. (2015). *Principles and Practice of Sport Management* (5th ed.). Jones & Bartlett Learning.
Masterman, G. (2014). *Strategic Sports Event Management*. Routledge.

Mazzucato, M. (2013). *The Entrepreneurial State: Debunking Public Vs. Private Sector Myths.* Anthem Press.

McCullough, B. P., Orr, M., & Kellison, T. (2020). *Sport Ecology: Concepts and Applications*. Routledge.

McDonald, G. (2010). *Business Ethics: A Contemporary Approach.* Journal of Business Ethics, 97(3), 455–466.

Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing In Travel And Tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.

Misener, L., & Darcy, S. (2014). *Managing Disability Sport.* Sport Management Review, 17(1), 1–7.

Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination Brands: Managing Place Reputation* (3rd ed.). Routledge.

Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2014). *Sport Marketing* (4th ed.). Human Kinetics.

Mulyana, B. (2019). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri Olahraga Dalam Meningkatkan Daya Saing Sport Tourism Indonesia.* Jurnal Keolahragaan, 7(2), 145–156.

Mulyana, D. (2020). *Kewirausahaan Berbasis Inovasi dan Digitalisasi.* Alfabeta.

Muniz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). *Brand Community.* Journal of Consumer Research, 27(4), 412–432.

Naparin, M. (2025). *Wetland Conservation Tourism Marketing And Biodiversity Knowledge.* Cogent Social Sciences.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). *Smart Technologies for Personalized Experiences.* Tourism Management, 47, 243–254.

Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2013). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*.

Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory And Practice*. Sage.

Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and Practice* (9th ed.). Sage Publications.

Nugroho, I. (2018). *Perencanaan Pembangunan Ekowisata dan Destinasi Pariwisata.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Nugroho, I. (2018). *Perencanaan Pembangunan Ekowisata dan Pariwisata Berkelanjutan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nugroho, R. (2018). *Public Policy: Teori, Manajemen, Dinamika, Analisis, Konvergensi, dan Kimia Kebijakan.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Nugroho, S. (2019). *Tata Kelola Organisasi Olahraga Dalam Perspektif Kebijakan Publik.* Jurnal Keolahragaan Indonesia, 5(2), 115–128.

OECD. (2018). *Tourism Trends and Policies*. OECD Publishing.

OECD. (2019). *Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future*. OECD Publishing.
OECD. (2020). *Tourism Trends And Policies 2020.* OECD Publishing.
OECD. (2020). *Measuring GDP And Economic Activity*. Paris: OECD Publishing.
Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2018). *The Contribution of Sport to Economic And Social Development*. OECD Publishing.
Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). *The Economic Impact of Sports: Policy and Practice*. Paris: OECD Publishing.
Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Tourism Trends And Policies*. Paris: OECD Publishing.
Osborne, S. P. (2010). *The New Public Governance? Emerging Perspectives on The Theory And Practice of Public Governance*. Routledge.
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution.* W. W. Norton.
Patel, S., Park, H., Bonato, P., Chan, L., & Rodgers, M. (2012). *A Review of Wearable Sensors and Systems.* Journal of NeuroEngineering and Rehabilitation, 9(1), 21.
Pedersen, P. M., Miloch, K. S., & Laucella, P. C. (2007). *Strategic Sport Communication*. Human Kinetics.
Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). *Toward A Theory of community-based enterprise.* Academy of Management Review, 31(2), 309–328.
Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage.* Boston: Harvard Business School Press.
Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Yogyakarta: Andi Publisher.
Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (2013). *Fundamentals of Sport Marketing* (4th ed.). Fitness Information Technology.
Porter, M. E. (2008). *The Competitive Advantage of Nations.* Free Press.
Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value.* Harvard Business Review, 89(1–2), 62–77.
Porter, M. E., & van der Linde, C. (1995). *Toward A New Conception of The Environment Competitiveness Relationship.* Journal of Economic Perspectives, 9(4), 97–118.

Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2022). *Digital tourism ecosystem and sport industry transformation in Indonesia.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 24(1), 44–56.

Preuss, H. (2004). *The Economics of Staging The Olympics: A Comparison of The Games*. Edward Elgar Publishing.

Preuss, H. (2015). *A Framework For Identifying the Legacies of A Mega Sport Event*. Leisure Studies.

Putra, A. D., & Santoso, B. (2020). *Pengembangan Sport Tourism Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Pariwisata Indonesia.* Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 15(2), 85–98.

Putra, A. R., & Nugraheni, D. (2021). *Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Olahraga Berbasis Masyarakat.* Jurnal Pariwisata Nusantara, 3(1), 33–44.

Putra, R. S., & Nugroho, S. (2020). *Sport Tourism Development Strategy in Indonesia*. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 14(2), 101–112.

Putra, R. S., & Wijaya, N. M. S. (2020). *Strategi Pengembangan Sport Tourism sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan di Indonesia.* Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 14(2), 85–96.

Rahayu, S., & Utama, I. G. B. R. (2020). *Sport Tourism Development Strategy In Indonesia Tourism Industry*. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 14(2), 115–126.

Rahim, F. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Rangkuti, Y. A., et al. (2025). *Cultural Heritage And Sports Tourism: A Systematic Literature review.* Frontiers in Sports and Active Living.

Ratten, V. (2012). *Sport Entrepreneurship: Challenges and Directions For Future Research*. International Journal of *Entrepreneur*ial Venturing, 4(1), 65–76.

Ratten, V. (2012). *Sport Entrepreneurship: Challenges and Directions for Future Research.* International Journal of *Entrepreneur*ial Behaviour & Research, 18(5), 557–570.

Ratten, V. (2012). *Sport Entrepreneurship: Towards a Conceptualisation.* International Journal of *Entrepreneur*ial Behavior & Research, 18(5), 557–578.

Ratten, V. (2016). *Sport Innovation Management*. Edward Elgar Publishing.

Ratten, V. (2016). *Sport Innovation Management: Towards A Research Agenda.* Innovation: Management, Policy & Practice, 18(3), 238–250.

Ratten, V. (2016). *Sport Innovation Management: Towards a Research Agenda.* Innovation: Management, Policy & Practice, 18(3), 238–250.

Ratten, V. (2018). *Sport Entrepreneurship: Developing and Sustaining an Entrepreneurial Sports Culture*. Springer.
Ratten, V. (2019). *Sport Entrepreneurship and Innovation.* Routledge.
Ratten, V. (2020). *Sport entrepreneurship: Developing And Sustaining An Entrepreneurial Sports Culture*. Springer.
Richards, G. (2018). *Cultural Tourism: A Review of Recent Research And Trends*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21.
Rigby, D. K., Sutherland, J., & Takeuchi, H. (2016). *Embracing Agile*. Harvard Business Review.
Ritchie, B. W. (2004). *Chaos, Crises And Disasters: A Strategic Approach To Crisis Management In The Tourism Industry.* Tourism Management, 25(6), 669–683.
Ritchie, B. W. (2004). *Chaos, Crises And Disasters: A Strategic Approach To Crisis Management In The Tourism Industry.* Tourism Management, 25(6), 669–683.
Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson.Amabile, T. M. (1996). Creativity in context. Westview Press.
Robinson, L., & Hoye, R. (2017). *Management of Sport Development*. Routledge.
Robinson, P., Cheer, J., & Locke, S. (2018). *Tourism*. CABI Publishing.
Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill.
Saputra, S. Y., et al. (2024). *Identifying The Socio Economic Impact of Sports Tourism*. Indonesian Journal of Sport Management.
Scheyvens, R. (1999). *Ecotourism and The Empowerment of Local Communities.* Tourism Management, 20(2), 245–249.
Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development. Harvard* University Press.
Setiawan, H., & Rahayu, S. (2020). *Pengembangan Sport Tourism Berbasis Sumber Daya Alam di Indonesia*. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 14(2), 115–128.
Setiawan, H., & Rahmawati, D. (2021). *Sustainable Sport Tourism Development Model in Indonesia.* Jurnal Ilmu Keolahragaan, 20(2), 88–99.
Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship As A Field of Research*. Academy of Management Review, 25(1), 217–226.
Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2015). *Sports Marketing: A Strategic Perspective* (5th ed.). Routledge.
Shanti Travel. (2024). *Geography of Indonesia*. Shanti Travel.

Shone, A., & Parry, B. (2013). *Successful Event Management: A Practical Handbook*. Cengage Learning.
Siry, H. Y. (2019). *Indonesia's Maritime Policy: Challenges And Opportunities.* Marine Policy, 103, 1–7.
Smith, A. G. (2018). *Sustainable Sport Management*. Human Kinetics.
Smith, A., & Stewart, B. (2010). The Special Features of Sport: A Critical Revisit. Sport Management Review, 13(1), 1–13.
Smith, A., & Stewart, B. (2015). *Introduction to Sport Marketing.* Routledge.
Smith, M., & Robinson, M. (2006). *Cultural Tourism in A Changing World*.
Sofyan, M. (2020). *Strategi Pengembangan Sport Tourism di Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata.* Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 14(2), 85–98.
Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. John Wiley & Sons.
Stynes, D. J. (1997). *Economic Impacts of Tourism: A Handbook For Tourism Professionals*. University of Illinois.
Sugiama, A. G. (2017). *Manajemen Aset Pariwisata.* Bandung: Guardaya Intimarta.
Supriyadi, D. (2019). *Pariwisata Olahraga dan Pembangunan Ekonomi Daerah.* Jurnal Ilmu Keolahragaan, 18(1), 45–57.
Supriyadi, H., & Roedjinandari, N. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Polinema Press.
Suryadana, M. L. (2017). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataan dalam Perspektif Integratif-Transformatif.* Humaniora.
Suwantoro, G. (2017). *Dasar-Dasar Pariwisata.* Yogyakarta: Andi Publisher.
Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
Taylor, T., Doherty, A., & McGraw, P. (2015). *Managing People In Sport Organizations: A Strategic Human Resource Management Perspective*. Routledge.Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational behavior. Pearson.
Teece, D. J. (2010). *Business Models, Business Strategy And Innovation.* Long Range Planning, 43(2–3), 172–194.
Tiwana, A. (2014). *Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, And Strategy.* Morgan Kaufmann.
Toohey, K., & Taylor, T. (2008). *Mega Events, Fear, And Risk: Terrorism At The Olympic Games*. Journal of Sport Management, 22(4), 451–469.
UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report*. United Nations.
UNEP & UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Makers*.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Sustainable tourism* for development guidebook. UNWTO.
United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Sport Tourism and Sustainable Development*. Madrid: UNWTO.
United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism For Development – Volume I: Key Areas For Action*. Madrid: UNWTO.
United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *Tourism For Rural Development: A Policy Perspective*. Madrid: UNWTO.
UNWTO. (2018). *Tourism for Development Volume I: Key Areas For Action*. World Tourism Organization.
UNWTO. (2018). *Tourism For Sustainable Development*.
UNWTO. (2019). *Global Report on Adventure Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
UNWTO. (2019). *Sport Tourism and Sustainable Development*. Madrid: UNWTO.
UNWTO. (2020). *Crisis Management And Recovery Guidelines.* World Tourism Organization.
UNWTO. (2021). *Sustainable Development of Tourism.* Madrid: World Tourism Organization.
UNWTO. (2022). *Tourism Recovery Tracker*. Madrid: World Tourism Organization.
Chalip, L. (2004). *Beyond impact: A General Model For Sport Event Leverage. Sport Tourism*: Interrelationships, Impacts and Issues, 226–252.
Velasquez, M. G. (2012). *Business Ethics: Concepts And Cases*. Pearson.
Wahyudi, A. (2021). *Transformasi Digital Pariwisata Olahraga di Indonesia.* Jurnal Pariwisata Nusantara, 3(1), 55–67.
Weed, M. (2005). *Sports Tourism Theory and Method.* Journal of Sport & Tourism, 10(3), 229–242.
Weed, M. (2009). *Progress in Sports Tourism Research? A Meta-Review and Exploration of Futures.* Tourism Management, 30(5), 615–628.
Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers.* Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers.* Routledge.
Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.
Westerbeek, H., Smith, A., Turner, P., Emery, P., Green, C., & Van Leeuwen, L. (2019). *Managing Sport Facilities And Major Events*. Routledge.
Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital*. Harvard Business Review Press.

Wicker, P. (2019). *"The Carbon Footprint of Active Sport Participants."* *Sport Management Review, 22(4), 513–526.
World Bank. (2022). *World Development Indicators.* Washington, DC: World Bank.
World Bank. (2023). *Gross Domestic Product* (GDP). World Bank Publications.
World Economic Forum. (2019). *The Global Economic Impact of Sport*. Geneva: WEF.
World Economic Forum. (2020). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at A Tipping Point.* World Economic Forum.
World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *Global Report on Sport Tourism.* UNWTO.
World Tourism Organization. (2019). *Global Report on Adventure And Sport Tourism*. Madrid: UNWTO.
Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). *Role of Social Media in Online Travel Information Search.* Tourism Management, 31(2), 179–188.
Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). *Information technology and consumer behavior in travel and tourism*. Tourism Management, 48, 244–249.
Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). *Information Technology And Consumer Behavior in Travel And Tourism*. Journal of Travel Research, 54(4), 511–527.
Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes, J., & Uysal, M. (2015). *What Can Big Data Tell Us About Tourists?.* Journal of Travel Research, 54(1), 13–25.
Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.* Jakarta: Balai Pustaka.
Yulianti, E. (2020). *Budaya Lokal dan Penguatan Daya Tarik Sport Tourism Indonesia.* Jurnal Kajian Pariwisata, 12(2), 88–99.
Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). *A Typology of Social Entrepreneurs.* Journal of Business Venturing, 24(5), 519–532.

PROFIL PENULIS



Eko Yulianto, ST, MM

Penulis lahir di Jakarta tanggal 25 Juli 1974. Penulis adalah dosen tetap pada STIE Manajemen Bisnis Indonesia (MBI) Depok, STKIP Kusuma Negara Jakarta dan Perguruan Tinggi Swasta Lainnya. Menyelesaikan pendidikan S1 Tahun 1997 di ISTN Jakarta, S2 Tahun 2010 di STIE Kusuma Negara Jakarta. Penulis menekuni bidang Organisasi Bisnis & Manajemen SDM. Aktif sebagai Guru Besar dan Pelatih Nasional Karate-Do Gojukai Indonesia, penyandang sabuk Hitam Renshi - DAN 5 I.K.G.A *(International Karate-Do Gojukai Association),* serta aktif di berbagai bidang organisasi olahraga tingkat nasional dan aktifitas membina generasi muda melalui kegiatan olahraga. Hobi Membaca, Menulis, Olah Raga & Touring.



A. Apri Satriawan Chan, M.Pd,

Penulis lahir di Lahir di Padang, tanggal 25 April 1991. Penulis adalah Dosen tetap di Kampus STKIP Kusuma Negara Jakarta Timur, Universitas Nasional (UNAS), dan Lemdiklat Mabes Polri sebagai Dosen Binjas. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 Tahun 2013 di Universitas Negeri Padang (UNP), S2 Tahun 2015 di Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Penulis saat ini aktif di bidang organisasi nasional seperti Perhimpunan Masyarakat Kebugaran Indonesia (PMKI). Hobi Membaca, *Public Speaking,* Berkebun, dan Berolahraga Basket & Tenis Lapangan.



Andi Taufan Bayu Dewantara Alsaudi, M.Pd,
Penulis lahir di Lahir di Sorong Papua Barat, tanggal 16 Oktober 1987. Penulis adalah Dosen tetap di Kampus STKIP Kusuma Negara Pada Jurusan Pendidikan Olahraga Jakarta Timur dan Sebagai Pelatih Nasional Bulutangkis Tingkat Provinsi DKI Jakarta. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 Tahun 2011 di Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Jakarta (UNJ), S2 Tahun 2013 di PPS Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Penulis saat ini aktif di bidang organisasi nasional seperti Perhimpunan Masyarakat Kebugaran Indonesia (PMKI) dan Komite Olahraga Pendidikan Nasional (KORDIKNAS) DKI Jakarta. Hobi Berolahraga dan Memancing.

SPORT TOURISM & ENTREPRENEURSHIP

Model Integratif Pengembangan Ekonomi Olahraga Berbasis Sumber Daya Alam dan Keberlanjutan Indonesia

Perkembangan industri olahraga global telah melampaui batas fungsi rekreatif dan kompetitif, bertransformasi menjadi kekuatan ekonomi baru yang terintegrasi dengan sektor pariwisata. Dalam konteks Indonesia, potensi tersebut menemukan relevansinya melalui kekayaan sumber daya alam yang melimpah, mulai dari bentang maritim, pegunungan, hingga keanekaragaman budaya lokal yang membuka peluang besar bagi pengembangan sport tourism. Buku ini hadir sebagai respons akademik terhadap dinamika tersebut, dengan menawarkan perspektif interdisipliner yang menggabungkan manajemen, kewirausahaan, ekonomi, dan pariwisata dalam satu kerangka pemikiran yang komprehensif.

Lebih dari sekadar kajian konseptual, buku ini menempatkan kewirausahaan olahraga (sport entrepreneurship) sebagai motor penggerak utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan. Melalui pendekatan strategis yang berbasis inovasi, transformasi digital, serta penguatan sumber daya manusia, pembaca diajak memahami bagaimana ekosistem sport tourism dapat dibangun secara adaptif dan kompetitif. Di tengah era disrupsi teknologi dan perubahan perilaku wisatawan, integrasi antara digitalisasi, pemasaran modern, dan pengelolaan destinasi menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman wisata olahraga yang bernilai tinggi dan berdaya saing global.

Pada akhirnya, buku ini tidak hanya menawarkan kerangka teoritis, tetapi juga merumuskan model integratif pengembangan sport tourism Indonesia yang berlandaskan prinsip keberlanjutan. Keseimbangan antara eksploitasi potensi ekonomi dan pelestarian lingkungan menjadi landasan utama dalam setiap strategi yang diusulkan. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik sekaligus panduan praktis bagi mahasiswa, peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam mendorong terwujudnya ekosistem sport tourism Indonesia yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan di masa depan.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Pariwisata & Olahraga

ISBN 978-634-317-065-5

9 786343 170655