

POLICY BRIEF



BUDAYA LARI, POTENSI WISATA: REKOMENDASI KEBIJAKAN *SPORT TOURISM* BERKELANJUTAN DI TRENGGALEK

Zakie Ichwani¹, Alqoma Subkhi¹, Gustaf Wijaya¹, Nur Mufida Wulansari¹, Ulya Awwalul Mar'ah¹, Anindita Diesti Sabdora¹, Masetya Mukti²

¹Badan Perencanaan Pembangunan, Riset dan Inovasi Daerah, Trenggalek, Indonesia

²Politeknik Negeri Banyuwangi, Banyuwangi, Indonesia

Corresponding Author : Gustaf Wijaya (gustafwijaya@trenggalekkab.go.id)

RINGKASAN EKSEKUTIF

- Budaya lari menjadi tren yang sangat populer saat ini, tidak terkecuali di Trenggalek. *Policy Brief* ini menganalisis profil, perilaku, persepsi, dan kebutuhan infrastruktur para pelari di Trenggalek, dengan mengambil representasi dari Peserta TGX Culture Run 2026.
- Studi ini menyoroti potensi Trenggalek sebagai destinasi *sport tourism* dan wisata, namun juga mengidentifikasi Celah antara kepuasan peserta terhadap event dengan perputaran ekonomi melalui lama tinggal, pengeluaran belanja serta niat berwisata kembali atau mengikuti event lain.
- Policy brief* ini menyajikan dan merekomendasikan langkah-langkah strategis untuk mendukung budaya lari, mengoptimalkan penyelenggaraan event unggulan yang berkelanjutan, meningkatkan dampak ekonomi lokal, dan mengangkat citra Trenggalek sebagai destinasi *sport tourism*.

Kata Kunci: *Sport Tourism, Lari, Gerakan Masyarakat Sehat, Sport Event*

PENDAHULUAN

Olahraga dan Pariwisata menjadi tren terkini yang dipadukan dalam konsep *sport tourism* (del Pilar Leal Londoño et al., 2021). Penyelenggaraan event lari memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi daerah tuan rumah, terutama melalui peningkatan aktivitas pariwisata (Zhang et al., 2025). Para peserta dan penonton yang hadir mendorong pengeluaran di sektor akomodasi, kuliner, dan layanan lokal lainnya. Selain itu, lomba lari saat ini dinilai mampu memperkuat kinerja pariwisata melalui promosi sebelum acara, efek domino saat acara berlangsung, serta dampak jangka panjang yang ditinggalkan setelahnya (Gan et al., 2023). Citra destinasi pun turut meningkat, mendorong peserta untuk merekomendasikan kota tersebut dan kembali di masa mendatang (Fernández-Martínez et al., 2022; Malchrowicz-Moško & Poczta, 2018).

Di sisi sosial dan budaya, event lari berperan dalam mempererat kohesi sosial serta menumbuhkan kebanggaan masyarakat lokal (Perić et al., 2022). Acara semacam ini membuka ruang bagi keterlibatan komunitas sekaligus pelestarian budaya, seperti yang tercermin dalam produk wisata olahraga berbasis warisan budaya (Ikadarny et al., 2024). Para penyelenggara juga semakin menekankan inklusivitas dan aksesibilitas, dengan menerapkan strategi untuk mendorong partisipasi yang beragam serta memperhatikan keberlanjutan lingkungan (Gkarane et al., 2025).

Namun demikian, keberhasilan penyelenggaraan event lari tidak lepas dari peran aktif pemerintah daerah sebagai fasilitator utama yang menyediakan infrastruktur dan mengoordinasikan berbagai pemangku kepentingan. Kolaborasi antara pemerintah, klub olahraga lokal, dan lembaga pariwisata menjadi kunci dalam memaksimalkan manfaat yang dihasilkan (Pookaiyaudom, 2019). Di sisi lain, beberapa tantangan masih perlu diatasi, seperti terbatasnya keterlibatan pemangku kepentingan lokal dalam perencanaan acara serta kesenjangan infrastruktur yang dapat menghambat tercapainya manfaat sosial-ekonomi secara optimal (Imanzadeh & Çoban, 2013).

TGX Culture Run 2026 merupakan salah satu event lari yang diselenggarakan di Trenggalek, bertujuan untuk mempromosikan olahraga sekaligus pariwisata. Event ini menarik perhatian tidak hanya dari warga lokal tetapi juga peserta dari luar kota, terutama melalui peningkatan peserta luar daerah, konsumsi, jasa akomodasi, dan peluang pengemasan paket wisata berbasis event. Riset ini dilakukan untuk memahami lebih dalam dinamika partisipasi, pengalaman peserta, dan implikasi kebijakan yang dapat diambil untuk memaksimalkan manfaat event serupa di masa depan.

DESKRIPSI MASALAH

Pengembangan *sport tourism* di Trenggalek menghadapi tantangan dalam mengonversi kepuasan peserta event menjadi loyalitas jangka panjang dan niat berwisata yang konkret. Event – event yang diselenggarakan belum berdampak nyata bagi angka pariwisata dan wisatawan nusantara. Meskipun persepsi terhadap Trenggalek sebagai destinasi wisata dan *sport tourism* sangat positif, indikator rekomendasi event dan rencana wisata/event lain masih relatif rendah. Artinya, keberhasilan event belum sepenuhnya berubah menjadi kinerja destinasi yang terukur. Dalam konteks Trenggalek, pengalaman event yang positif belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi dorongan

kuat bagi peserta untuk kembali atau merekomendasikan event secara spesifik, meskipun mereka merekomendasikan destinasi Trenggalek secara umum. Selain itu, kualitas aspek teknis dan layanan dasar event (seperti *race pack*, air minum, keamanan, dan toilet) sangat memengaruhi persepsi dan kepuasan peserta. Arah kebijakan yang diambil memerlukan gambaran bagaimana para pelaku olahraga di Trenggalek melihat sebuah event, mengharapkan dukungan fasilitas dan pelibatan, berdasarkan persepsi mereka.

KEBIJAKAN YANG DISASAR (Regulasi Daerah)

Berikut beberapa kebijakan dan regulasi daerah yang terkait dengan *policy brief* ini, di antaranya:

1. Peraturan Bupati Nomor 43 Tahun 2025 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pemuda dan Olahraga;
2. Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Kepemudaan dan Keolahragaan
3. Peraturan Bupati Nomor 37 Tahun 2013 tentang Retribusi Tempat Rekreasi Dan Olahraga
4. Peraturan Bupati Nomor 26 Tahun 2024 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan
5. Peraturan Bupati Nomor 12 Tahun 2018 tentang Kepariwisata
6. Peraturan Bupati Nomor 30 Tahun 2017 tentang Penjabaran Tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
7. Peraturan Daerah Nomor 25 Tahun 2016 tentang Kepariwisata
8. Peraturan Daerah Nomor 26 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2017-2031

TEMUAN UTAMA

 Profil Peserta	Profil Peserta: Sebagian besar peserta adalah usia muda (<18 tahun) atau pelajar. Terdapat 302 peserta (15%) dari luar kota, menunjukkan daya tarik event di luar Trenggalek.
 Perilaku dan Pengeluaran	Perilaku dan Pengeluaran: Peserta menghabiskan rata-rata <50 ribu Rupiah untuk makan/minum dan transportasi. Peserta luar kota menghabiskan lebih dari 500 ribu Rupiah untuk penginapan. Total perputaran uang dari jasa fotografi pasca-event diperkirakan mencapai Rp27-30 juta.
 Dampak Ekonomi	Dampak Ekonomi: Event ini dinilai sangat layak secara finansial, dengan nilai NPV positif dan IRR sebesar 52,93% (tanpa sponsor) atau 15,65% (event minimalis). BCR menunjukkan setiap Rp1 biaya menghasilkan manfaat Rp1,19 (tanpa sponsor) atau Rp1,05 (event minimalis).
 Persepsi Destinasi	Persepsi Destinasi: Persepsi terhadap Trenggalek sebagai destinasi wisata dan <i>sport tourism</i> sangat kuat dan positif, dengan dominasi skor 9 dan 10.
 Kepuasan dan Loyalitas	Kepuasan dan Loyalitas: Indikator rekomendasi event adalah yang paling kuat dalam menggambarkan kepuasan. Namun, niat untuk merekomendasikan event spesifik lebih rendah dibandingkan rekomendasi destinasi wisata. Kepuasan terhadap event belum sepenuhnya terkonversi menjadi niat konkret untuk berwisata atau merencanakan kehadiran pada event lain di masa depan.
 Kualitas Event	Kualitas Event: Aspek teknis dan layanan dasar seperti <i>race pack</i>, air minum, keamanan, medis, toilet, dan infrastruktur rute sangat penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan peserta.
 Preferensi Rute dan Infrastruktur	Preferensi Rute dan Infrastruktur: Pelari memprioritaskan jalan yang aman, sehat, teduh, dekat, dan “manusiawi”. Mereka menyambut baik rencana pengembangan jalur lari yang terintegrasi dengan area komersial. Fasilitas yang paling dibutuhkan adalah <i>water station</i>, kebersihan, titik istirahat, dan toilet umum.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

Berdasarkan temuan di atas, direkomendasikan beberapa langkah kebijakan untuk mengoptimalkan event lari dan event sport serupa:

1 Penguatan *Sport Tourism* dan *Branding*:

- **Optimasi Narasi:** Perkuat narasi Trenggalek sebagai destinasi *sport tourism* dengan memanfaatkan tingginya persepsi positif peserta. Optimasi ini juga dapat dilakukan dengan inventarisasi event sport tahunan Trenggalek, khususnya yang secara terbuka dapat diikuti peserta dari kota lain. Kalender event sport *tourism* Trenggalek juga dapat disusun, untuk mencerminkan kesiapan kota sebagai *host* berbagai event sport. Hal ini juga memberi kesempatan bagi calon peserta untuk mempersiapkan diri jauh hari sebelumnya.
- **Integrasi Paket Wisata:** Integrasikan paket wisata lokal (kuliner, budaya, alam) ke dalam promosi event untuk menghubungkan pengalaman lari dengan daya tarik wisata. Kalender event sport yang ada dapat disinkronisasikan dengan kalender budaya dan kalender kepariwisataan yang berjalan. Hal ini agar tercapai target serapan pariwisata yang optimal, sekaligus memberi kesempatan pelaku wisata dan pelaku sport *tourism* berkolaborasi.
- **Pelibatan Komunitas:** Libatkan komunitas lokal dan pelaku pariwisata untuk menciptakan ekosistem wisata yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan tema pembangunan Trenggalek pada 2027, di mana komunitas diharapkan berperan aktif dan mendapatkan ruang gerak yang cukup untuk mengekspresikan diri, sekaligus secara aktif terlibat dalam berbagai perencanaan dan pengembangan kota yang telah dicanangkan.

2 Optimalisasi Kepuasan dan Loyalitas Peserta:

- **Strategi *Word of Mouth*:** Diperlukan strategi dan sinergi guna mendorong strategi *word of mouth* melalui testimoni, konten media sosial, dan program *referral*, untuk menyebar luaskan berita positif tentang Trenggalek.
- ***Engagement* Pasca-Event:** Diperlukan *engagement* pasca-event (misalnya melalui *newsletter*, komunitas *online*, atau *challenge* virtual) untuk menjaga loyalitas. Pra-event dan pasca – event kerap berada di luar RAB penyelenggaraan acara.

3 Konversi Kepuasan ke Niat Wisata Konkret:

- **Diskon/Paket *Bundling*:** Event – event olahraga yang mampu menggaet wisatawan luar kota Trenggalek, dapat disertai dengan diskon khusus atau paket *bundling* bagi peserta yang mendaftar event sekaligus paket wisata.
- **Program "*Run & Explore Trenggalek*":** Program - program yang menghubungkan kepuasan event dengan pengalaman wisata nyata. Dalam konteks lari, rute – rute yang diambil oleh panitia dapat dihubungkan dengan titik – titik wisata/*iconic* Trenggalek. Untuk rute – rute bernuansa alam, dapat dipadukan dengan *konsep trail run*.

- **Kerja Sama:** Penyelenggara dapat menginisiasi kerja sama dengan agen perjalanan dan hotel untuk mempermudah akses wisata, bagi peserta dari luar kota.

4 Peningkatan Aspek Teknis dan Layanan Dasar Event:

- **Kualitas Fitur Dasar:** Dalam konteks *TGX Culture RUN 2026*, terdapat sisi yang mencolok untuk mendapatkan perhatian: perlu ditingkatkan kualitas fitur dasar event seperti *race pack* dan penyediaan air minum. Secara umum, 2 hal tersebut cukup sensitif di mata peserta lari.
- **Pertahankan Kualitas:** Dalam konteks *TGX Culture Run 2026*, kualitas aspek lain yang sudah dinilai tinggi (medis, keamanan, toilet, infrastruktur) perlu dipertahankan.
- **Evaluasi Rutin:** Dengan peserta yang spesifik, yakni penggiat olahraga, maka tuntutan untuk mendapatkan pelayanan yang terstandar menjadi hal yang perlu diantisipasi. Panitia event olahraga perlu melakukan evaluasi rutin terhadap logistik dan fasilitas untuk menjaga standar layanan.

5 Penguatan Atmosfer Event:

- **Libatkan Suporter Resmi:** Pelibatan komunitas lokal sebagai suporter resmi (*cheering*) menjadi nilai lebih sebuah event olahraga. Dalam konteks event lari, *cheering* saat ini menjadi salah satu titik di mana dapat disisipkan nilai – nilai promosi budaya dan kesenian.
- **Hiburan Rute:** Adanya hiburan di sepanjang rute (musik tradisional/modern, atraksi budaya) juga menjadi sisipan daya tarik tersendiri. Dalam berbagai kesempatan, atraksi yang ada di tengah rute, kerap menjadi sorotan utama pasca event. Publik mulai terbiasa melihat ada orang main drum atau musik elektronik (DJ) di tengah jalan di sela – sela rute lari. Perpaduan atraksi budaya dengan olahraga dapat menjadi pilihan.
- **Kompetisi Cheering Spot:** Penyelenggaraan kompetisi "*Best Cheering*" berhasil mendorong partisipasi masyarakat sekaligus menghidupkan jalannya acara.

6 Pengembangan Jangka Panjang:

- **Event Tahunan Unggulan:** TGX Culture Run dapat dicanangkan sebagai event tahunan unggulan dengan *positioning* jelas sebagai *sport tourism* berbasis budaya lokal. Adapun evaluasi dan rekomendasi pada *policy brief* ini dapat menjadi perhatian bagi penyelenggaraan pada tahun mendatang. Event *flagship* yang dirancang juga perlu mendapatkan sumber pendanaan/sponsor yang cukup kuat agar jaminan keberlanjutan terjalin.
- **Pemilihan Diferensiasi :** Selain keberlanjutan, event di Trenggalek perlu mengisi celah yang belum digarap oleh kabupaten sekitar, seperti konsep olahraga di Pesisir, olahraga malam (*Night Run*), *Trail Run*, *konsep Culture – Fun – Colour Run*, atau *Half Marathon* yang mulai memiliki pasar di sekitar kabupaten Trenggalek.

- **Jejaring Nasional dan Internasional:** jejaring nasional dan internasional dengan komunitas lari, federasi olahraga, dan media perlu dilakukan untuk memperluas jangkauan event, serta secara tidak langsung meningkatkan reputasi event. Hal ini termasuk bagaimana langkah – langkah event yang ada di Trenggalek menjadi event dengan standar nasional, bahkan internasional, dengan mengikuti pedoman penyelenggaraan pada cabor – cabor tertentu yang mensyaratkannya. Hal ini juga perlu mendapatkan dukungan pemerintah, pada sisi sarana prasarana penunjang, agar “naik kelas” yang dimaksudkan dapat tercapai.
- **Perencanaan Berbasis Bukti:** Diperlukan budaya untuk melaporkan hasil evaluasi tiap tahun untuk memperkuat perencanaan berbasis bukti (*evidence-based planning*). Dalam konteks BAPPERIDA, *Policy brief* ini dapat diakses secara terbuka pada laman doc.bapperida.trenggalekkab.go.id.

KESIMPULAN

Sport Event di Trenggalek memiliki potensi besar untuk menjadi pendorong *sport tourism* dan ekonomi lokal. Dengan implementasi rekomendasi kebijakan ini, diharapkan event olahraga yang ada tidak hanya akan menarik lebih banyak peserta tetapi juga mampu menciptakan dampak ekonomi dan pariwisata yang lebih signifikan dan berkelanjutan, serta memperkuat citra Trenggalek sebagai destinasi yang menarik bagi pelari dan wisatawan. Pemangku juga perlu memperhatikan peningkatan kualitas event secara berkelanjutan, untuk menjaga citra, persepsi dan loyalitas peserta, yang juga sekaligus wisatawan luar kota Trenggalek.

REFERENSI

- del Pilar Leal Londoño, M., Molero, R. T., Medina, F. X., Naudí, S. A., & Bergara, S. S. (2021). Sport tourism: An opportunity for local regions in a global context. A Delphi study. *Retos*, 42, 77–88. <https://doi.org/10.47197/RETOS.V42I0.86696>
- Fernández-Martínez, A., Cabello-Manrique, D., Roca-Cruz, A. F., & Nuviala, A. (2022). The Influence of Small-Scale Sporting Events on Participants' Intentions to Recommend the Host City. *Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 7549, 14(13), 7549. <https://doi.org/10.3390/su14137549>
- Gan, C., Deng, T., & Zhao, W. (2023). City Marathon Events and Tourism Industry: A Quasi-Natural Experiment. *Journal of Sports Economics*, 24(7), 851–876. <https://doi.org/10.1177/15270025231174619>
- Gkarane, S., Kavoura, A., Vassiliadis, C., Kotzaivazoglou, I., Frigidis, G., & Vrana, V. (2025). The Role of Organizers in Advancing Sustainable Sport Tourism: Insights from Small-Scale Running Events in Greece. *Sustainability* 2025, Vol. 17, Page 6399, 17(14), 6399. <https://doi.org/10.3390/su17146399>
- Ikadarny, Haeril, Aksir, M. I., Suparman, Anwar, N. I. A., Aswar, N. F., Prasetyo, Y., & Susanto. (2024). Strategies for Developing Local Wisdom-Based Sport Tourism to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs) in South Sulawesi Province. *SPORTS SCIENCE AND HEALTH*, 29(2), 211–216. <https://doi.org/10.7251/SSH2402211>
- Imanzadeh, M., & Çoban, B. (2013). Investigation on the people's expectations from municipalities in the area of sport and recreational services in Iran. *Journal of Physical Education and Sport*, 13(3), 458–463. <https://doi.org/10.7752/jpes.2013.03073>
- Malchrowicz-Mośko, E., & Poczta, J. (2018). A Small-Scale Event and a Big Impact—Is This Relationship Possible in the World of Sport? The Meaning of Heritage Sporting Events for Sustainable Development of Tourism—Experiences from Poland. *Sustainability* 2018, Vol. 10, Page 4289, 10(11), 4289. <https://doi.org/10.3390/su10114289>
- Perić, M., Badurina, J. D., & Wise, N. (2022). *Sports tourism and event impacts* (pp. 97–106). Edward Elgar Publishing Ltd. <https://asu.elsevierpure.com/en/publications/sports-tourism-and-event-impacts/>
- Pookaiyaudom, G. (2019). The Development of the Thai Long-boat Race as a Sports Tourism and Cultural Product. *Tourism Planning and Development*, 16(1), 61–74. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1415956>
- Zhang, L. L., Liu, J. B., Qiao, X. M., & Lian, D. K. C. (2025). Assessing the tourism impacts of urban marathon events in central China's historic cities: a residents' SEM analysis. *Frontiers in Sports and Active Living*, 7, 1720413. <https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1720413>